

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/71585>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Технология продукции общественного питания

Введение 8

Глава 1 Техничко-экономическое обоснование проекта 10

1.1 Техническое и маркетинговое обоснование проекта 10

1.2 Выбор и обоснование концепции предприятия 17

1.3 Выбор и обоснование исходных данных для проектирования 21

Глава 2. Технологический раздел 27

2.1 Разработка производственной программы проектируемого предприятия 27

2.2 Расчет и проектирование группы помещений для приема и хранения продуктов 32

2.2.1 Расчет расхода сырья и полуфабрикатов 32

2.3 Расчет производственных цехов 39

2.3.1 Расчет овощного цеха 39

2.3.2 Расчет мясорыбного цеха 47

2.3.3 Расчет горячего цеха 55

2.3.4 Расчет холодного цеха 61

2.4. Расчет вспомогательных помещений 63

2.4.1 Моечная столовой посуды 63

2.4.2 Моечная кухонной посуды и полуфабрикатной тары 66

2.5 Расчет группы помещений для потребителей 66

2.5.1 Буфеты и сервис-бары 67

2.6. Служебно - бытовые и технические помещения 70

2.7 Расчет площади проектируемого предприятия 71

3.1 Расчет товарооборота предприятия 73

3.2 Труд и заработная плата 79

3.3 Издержки производства и обращения 81

3.4 Расчет доходов и окупаемости капитальных вложений 82

Заключение 83

Список используемой литературы 85

Введение

Буквально несколько лет назад на ресторанном рынке наблюдалась диспропорция в отношении ресторанов русской кухни. В Германии, Испании, Италии, да практически во всей Европе этнические рестораны, с местной кухней составляют около 95% всех предприятий питания. В России же русская кухня находилась в конце десятки по популярности.

В связи с введенными санкциями многие импортные продукты стали недоступны либо слишком поднялись в цене, увеличив себестоимость блюд в несколько раз. Отечественные же аналоги во многом уступали по качеству своим оригиналам. В тот момент рестораторы решили вернуться к истокам и обратили свое внимание на развитие русской гастрономической концепции. Теперь русская кухня существует в разнообразных форматах: от ресторанов авторской кухни до скромных предприятий быстрого обслуживания. Они реализуют большой ассортимент блюд, приготовленных как по старорусским, так и по современным рецептам [30].

Поэтому разработка меню для ресторана русской кухни представляет собой довольно интересную тему. Создание такого специализированного предприятия в современных условиях экономически целесообразно, поскольку оно способно привлечь широкий контингент потребителей и в силу этого может оказаться высокорентабельным.

Объект исследования – ресторан русской кухни на 30 посадочных мест, предмет исследования - разработка проекта ресторана.

Целью данной выпускной работы является проектирование ресторана русской кухни на 30 посадочных мест. Для реализации необходимо решить следующие задачи:

- предоставить технико-экономическое обоснование проекта;
- рассчитать производственную программу ресторана;
- произвести расчет и подбор оборудования;
- произвести расчет и компоновку помещений ресторана;
- разработать технологию и нормативную документацию на фирменное блюдо ресторана;
- оценить экономическую эффективность проекта.

Глава 1 Технико-экономическое обоснование проекта

1.1 Техническое и маркетинговое обоснование проекта

Ресторан русской кухни «Матрешка» на 30 посадочных места предполагается построить в городе Нижнем Новгороде в Ленинском районе по адресу Комсомольская площадь 2 Б.

Площадь территории Ленинского района — 2,7 тыс. га, что составляет 7,3 % всей территории города.

Численность населения — 141 391 чел. Численность экономически активного населения — 75,1 тыс. человек. Плотность населения на — 5385 человека на км².

Историческое ядро района — посёлок Молитовка (где и предполагается строительство ресторана), где в конце XIX века была основана льноткацкая фабрика — Молитовская мануфактура (ныне — ОАО «Льнокомбинат «Техноткань», в его зданиях размещается деловой центр «Бугров бизнес парк»).

На территории Ленинского района расположены следующие промышленные, и транспортные предприятия: АО ПКО «Теплообменник (предприятие)», ОАО «Завод Красная Этна», ОАО «РУМО» (ранее — завод «Двигатель революции»), ФГУП НПП «Полёт», Филиал «Волга» ООО «Объединённые Пивоварни Хейнекен», Филиал компании «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», ОАО «Завод электромонтажных инструментов», Нижегородский филиал ЗАО «Хромтан» — предприятие по обработке кожи, основано в 1916 году, Филиал ОАО «Российские железные дороги» — Горьковская железная дорога, ЗАО «Нижегородский завод фрезерных станков», а также крупные предприятия торговли: универмаг «Муравей», ТЦ «Океан», строительный гипермаркет «Максидом», гипермаркет «Карусель», рынок «Заречный», рынок «Комсомолка», Карповский рынок стройматериалов, рынок автозапчастей.

Степень обеспеченности предприятиями общественного питания в различных районах города не соответствует нормативам и составляет только 68,8%. По официальным данным, сейчас на 1000 жителей Нижнего Новгорода приходится 27,5 мест в городских кафе и ресторанах — при нормативе в 40 мест. Также следует учитывать, что предприятия общественного питания в Нижнем Новгороде посещают не только жители города, но и приезжие, туристы.

Обеспеченность местами предприятий общественного питания по районам города представлена в таблице 1.1.

Таблица 1.1 - Обеспеченность местами предприятий общественного питания по районам

Районы Обеспеченность местами на 1 тыс. жителей Степень обеспеченности местами, %

Автозаводский	16,6	41,5
Канавинский	33,7	84,25
Ленинский	22,2	55,5
Московский	13,7	34,2
Нижегородский	88,0	220,0
Приокский	21,4	53,5
Советский	23,2	58,0
Сормовский	20,3	50,9

Исходя из представленных данных, можно сделать вывод о том, что исследуемый нами Ленинский район обеспечен местами общественного питания на 55,5%, что на 44,5% ниже норматива. Это способствует открытию новых предприятий общественного питания.

Расположение ресторана выбрано не случайно, ведь данный микрорайон является одним из самых оживленных в городе, рядом расположены гипермаркет «Карусель», торговый центр «Комсомолка», деловой центр «Бугров Бизнес парк», недалеко находится станция метро «Ленинская», а также большая численность населения, проживающего в этом районе, которые могут быть потенциальными потребителями услуг предприятия.

На территории Ленинского района функционирует 188 предприятий общественного питания, из них 131 стационарное предприятие и 57 предприятий в нестационарных объектах. В общедоступной сети

стационарных предприятий общественного питания осуществляет деятельность 10 ресторанов, 26 баров, 63 кафе, 6 кофеен, 10 столовых, 22 закусочных и другие.

В нестационарной сети большая часть предприятий общественного питания представлена в виде закусочных – 33, кроме того, функционируют 8 кафе и 1 ресторан.

Количество стационарных предприятий общественного питания в 2019 году практически не изменилось по сравнению с 2018 г.. Можно сделать вывод, что кризисная ситуация в предприятиях общественного питания преодолена, особенно высоким остается спрос на услуги питания в крупных торгово-развлекательных комплексах.

Данные по составу населения Ленинского района представлены в таблице 1.2.

Таблица 1.2 - Социальный состав населения района деятельности проектируемого предприятия

Социальные группы Численность,

тыс. чел. Доля,

%

Рабочие и служащие 75,100 53,1

Учащиеся общеобразовательных школ,
школ-интернатов 12,970 9,2

Студенты вузов, учащиеся техникумов,
школ механизации, училищ 8,826 6,2

Дети дошкольного возраста 9,622 6,8

Пенсионеры 32,523 23,0

Неработающее население 2,350 1,7

Итого 141,391 100,0

Таким образом, потенциальный контингент обслуживаемого населения в данном ресторане – люди со средним достатком, мужчины и женщины разного социального статуса, возраста и профессий, работники находящихся рядом предприятий и учреждений, студенты филиала Самарского университета путей сообщения, посетители магазинов, торговых центров, жители микрорайона и гости города, т.е. люди, живущие или оказавшиеся вблизи ресторана.

Цель посещения ресторана – в дневное время – обеденный перерыв на работе, в вечернее – общение с друзьями или коллегами, семейный ужин в спокойной, уютной обстановке.

Расчет потенциального контингента потребителей ресторана «Матрешка» представим в таблице 1.3, а характеристика предприятий общественного питания, действующих в данной зоне, представим в виде таблицы 1.4.

Таблица 1.3 - Расчет потенциального контингента ресторана «Матрешка» на 30 посадочных мест

Наименование объектов в радиусе до 500 м от проектируемого предприятия Адрес Количество

проживающих работающих, учащихся Режим работающих

объектов Время обеденных перерывов на объектах

1 2 3 4 5

Жилой массив пр.Ленина – Комсомольское шоссе 27500 - -

Бизнес центр «Бугров бизнес парк» Мотальный пер.д.8 250 8.00-20.00 скользящий

Бизнес центр «Фабрика» Мотальный пер.д.10 а 110 8.00-20.00 скользящий

Гипермаркет «Карусель» Комсомольская площадь д.2 150 8.00-22.00 скользящий

Рынок «Комсомолка» Комсомольская площадь д.6 90 8.00-20.00 скользящий

ПК «Камнеград» Комсомольская площадь д.6/1 105 9.00-19.00 13.00-13.30

Аптека «Озерки» Комсомольская площадь д.6/1 5 8.00-21.00 скользящий

Магазин «Импульс» Комсомольская площадь д.6/1 6 9.00-19.00 скользящий

Магазин «1000 мелочей» Комсомольская площадь д.6/1 6 8.00-18.00 скользящий

Самарский государственный университет путей сообщения Комсомольская площадь д.3 500 8.15-15.45
12.15-12.45

Итого - 28722 - -

Таблица 1.4 - Конкурентная среда проектируемого предприятия

Показатели Ресторан быстрого питания KFC Столовая «Славянка» Кафе «Уют»

Концепция ресторан быстрого питания - -

Предлагаемый ассортимент (кухня) европейская, американская русская европейская, кавказская
Средний чек, руб. 300 300 700
Количество мест 100 100 100
Месторасположение Деревообделочная, 8 Комсомольская площадь д.6 Комсомольская площадь д.14/1
Качество кухни высокое качество продукции качество не всегда соответствует высокое качество продукции
Качество обслуживания Быстрое
обслуживание
благодаря
несложным
технологиям
приготовления и
использованию
полуфабрикатов Быстрое
обслуживание, невежливый персонал Медленное обслуживание, персонал не консультирует при выборе
блюда
Режим работы круглосуточно 10.00-14.00 11.00-01.00
Оказываемые услуги еда «на вынос» проведение банкетов развлекательные программы, проведение
банкетов

При разработке данного проекта и выборе места строительства были соблюдены все требования по охране окружающей среды.

Вблизи от места застройки расположена электроподстанция, которая снабжает электроэнергией весь микрорайон, на расстоянии 500 м расположен водопровод. Сточные воды предусмотрено сбрасывать в канализационный коллектор, расположенной на расстоянии 150 м городской канализации.

Проектируемый ресторан располагается в хорошо организованной транспортной зоне, что обеспечивает хороший подъезд к предприятию. Для снабжения предприятия сырьем имеется свой подъезд. Также при проектировании предусматривается расположение в непосредственной близости автостоянки для посетителей проектируемого ресторана.

Согласно ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания.

Классификация и общие требования» ресторан – это предприятие питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с широким ассортиментом блюд сложного изготовления, включая фирменные блюда и изделия, алкогольных, прохладительных, горячих и других видов напитков, кондитерских и хлебобулочных изделий, покупных товаров.

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 – специализированное на блюдах русской кухни.

По формам и методу обслуживания в данном ресторане будет организовано частичное обслуживание официантами: официант будет знакомить гостя с меню, доставлять заказ до столика и осуществлять расчет, а обслуживание за столом будут производить гости самостоятельно. Такой способ обслуживания выбран, потому что при помощи квалифицированного работника гостю легче разобраться с меню, составом блюд, дополнительными услугами.. При обслуживании применяется последующая форма расчета, т.е. расчет осуществляется в конце обслуживания официантами, принимаются как наличные средства, так и расчет по банковским картам.

Внедрение системы R- кеерер, организация передачи заказа на кухню и в бар через программу «Мобильный официант» облегчит работу обслуживающего персонала, позволит сохранить время оформления заказа и достичь высокой скорости обслуживания.

Данное заведение оказывает услуги по организации потребления продукции общественного питания и обслуживанию, по организации досуга, прочие услуги.

Услуги по организации потребления продукции общественного питания и обслуживанию включают:

- организацию питания и обслуживание различных мероприятий (банкетов, корпоративных вечеров,

праздников и др.);

- организацию потребления алкогольных и безалкогольных напитков на месте оказания услуг, включая изготовление коктейлей, свежеотжатых соков и других напитков собственного производства;

Услуги по организации досуга, в том числе развлекательные, включают:

- организацию музыкального и развлекательного (анимационного) обслуживания;

- организацию проведения концертов, программ варьете и видеопрограмм и пр.;

- предоставление потребителям музыкального, развлекательного (анимационного) и телевизионного сопровождения.

Прочие услуги общественного питания включают:

- бронирование мест в залах предприятия общественного питания по заказам потребителей;

- упаковку продукции общественного питания, оставшейся после обслуживания, для потребителей;

- предоставление Интернет-связи;

- предоставление условий для зарядки мобильных телефонов и переносных персональных компьютеров (ноутбуков);

- гарантированное хранение личных вещей потребителей (верхней одежды, сумок);

- вызов такси по заказу (просьбе) потребителя.

Меню ресторана составляют блюда русской кухни: холодные и горячие закуски, обеденные блюда, напитки.

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. [14]

1.2 Выбор и обоснование концепции предприятия

Время работы ресторана «Матрешка» на 30 посадочных мест - с 11.00 до 24.00.

Средний чек - 1500 рублей, бизнес ланч организован с 11.00 до 16.00, средний чек бизнес-ланча 250 рублей. Ежедневно с 12 до 16 часов действует скидка 30% на основное меню кухни. Акция не распространяется в праздничные дни.

При разработке режима работы ресторана учитывалось его месторасположение и состав потенциального контингента потребителей. Так как вокруг ресторана располагается большой жилой массив и различные учреждения, то режим работы удовлетворяет спрос потребителей в обеденное время, а в вечернее способствует более полному отдыху клиентов.

Для обоснования потенциального контингента потребителей была проведена сегментация рынка по следующим признакам: географическому, демографическому, социально-экономическому.

Согласно результатам социологических опросов, посещение ресторанов и кафе находится у россиян на третьем месте в рейтинге наиболее популярных платных видов проведения досуга, уступая шоппингу и кино. О приоритетности посещения заведений общественного питания заявили 40,8% опрошенных в 2018 году. При этом, для мужчин этот вид досуга находится на втором месте.

Наиболее активной аудиторией заведений общественного питания являются молодые люди и люди среднего возраста от 18 до 40 лет. С возрастом, по отзывам респондентов, они все реже посещают кафе и рестораны. Наибольшее количество посещений, согласно результатам опроса, наблюдается в Москве и Санкт-Петербурге. Здесь кафе, бары и рестораны посещает каждый второй опрошенный. Также опрос

показывает, что посетителями заведений общественного питания по большей части являются холостые и незамужние респонденты, а также не имеющие детей.

На основании вышесказанного можно предположить, что посетителями ресторана будут активные, платежеспособные жители города, в возрасте 25-40 лет, любители блюд русской кухни, посетившие заведение с целью вкусно поесть и комфортно провести время с коллегами или друзьями.

Интерьер ресторана стилизован под русский трактир, в отделке использовано большое количество натуральных материалов, стилизованных под старину — бревенчатые стены, грубые деревянные скамьи и стулья из массива дерева, столы, не прикрытые скатертями (для сервировки используют вышитые льняные салфетки), домотканые половики.

На полках вдоль стен выставлена глиняная посуда, самовары, предметы старинного быта. Полы из некрашеных деревянных досок гармонируют с мебелью и бревенчатыми стенами.

Униформа для официантов выполнена в соответствии с тематикой заведения - в русском стиле.

Для повышения конкурентоспособности ресторана «Матрешка» необходимо осуществлять деятельность в области рекламы и ценообразования, используя свои сильные стороны: такие как новизну предлагаемого ассортимента, отличие от ассортимента конкурентов (специализация на блюдах русской кухни), высокое качество блюд и обслуживания, получаемое за счет качественного сырья и высокопрофессионального персонала.

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок, закрепление на нем и последующее расширение рыночной доли, параллельно сопровождающееся увеличением прибыли.

Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению продукции более высокого качества, а также расширение ассортимента услуг.

Из всех возможных методов ценообразования выбираем метод, основанный на ощущаемой ценности товара, т.е. основной фактор ценообразования - не издержки, а покупательское восприятие. Уровень цен предприятия соответствует коридору цен на целевом рынке. В дальнейшем розничные цены на продукцию будут изменяться с учетом инфляции и динамики цен.

В общественном питании реклама обладает целым рядом специфических особенностей. Реклама должна способствовать привлечению потенциальных потребителей, созданию лояльного отношения к данному предприятию.

Основные рекламные инструменты, с помощью которых производители продвигают свою продукцию, это - телевизионная реклама (84%), пресса (2%), радио (0,1%). Оставшаяся часть приходится на интернет.

В связи с вышесказанным разработаны основные направления маркетингового продвижения предприятия. Реклама предприятия общественного питания всегда начинается с его внешнего оформления. Средства внешней рекламы ресторана - это его логотип и вывеска.

Логотип - элемент фирменного стиля, наиболее часто регистрируемая форма товарного знака, который представляет собой оригинальное шрифтовое начертание полного или сокращенного наименования фирмы. Логотип и вывеска выражают индивидуальность предприятия, которое его использует. Учитывая тот факт, что знак является главным звеном, организующим центром всего фирменного стиля, требования к нему особенно строги. От успешной разработки логотипа во многом зависит эффективность всего фирменного стиля в целом, и успешное продвижение на рынке.

Для привлечения внимания потенциальных клиентов используются рекламные листовки и плакаты. Особое место принадлежит плакату. Он отличается массовостью воздействия и высокой психологической эффективностью. С помощью плаката можно решать самые различные рекламные задачи: вызвать интерес к новой продукции, разъяснить достоинства какого-либо продукта. Художественное оформление плаката отличается яркостью, броскостью и оригинальностью. Рекламный текст на плакате сообщает необходимые данные о продукции, месте расположения предприятия, режиме его работы, контактные данные.

Печатная реклама, рассчитанная на пешеходов, должна быть лаконичной, состоять из двух-трех фраз, написанных крупным и ярким шрифтом.

1. Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» (с изменениями на 13 июля 2015 года)

2. Федеральный закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» (в редакции Федерального закона от 9 января 1996 года N 2-ФЗ с изменениями на 1 мая 2017 года)

3. ГОСТ 30389 — 2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания.

Классификация и общие требования»

4. ГОСТ 30390-2013 «Услуги общественного питания Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия»
5. ГОСТ 30524-2013 «Услуги общественного питания. Требования к персоналу»
6. ГОСТ 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования»
7. ГОСТ 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения»
8. ГОСТ 31986-2012 «Услуги общественного питания. Метод органолептической оценки качества продукции общественного питания»
9. ГОСТ 31987-2012 «Услуги общественного питания. Технологические документы на продукцию общественного питания. Общие требования к оформлению, построению и содержанию»
10. ГОСТ 31988-2012 «Услуги общественного питания. Метод расчета отходов и потерь сырья и пищевых продуктов при производстве продукции общественного питания»
11. ГОСТ 31989-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования к заготовочным предприятиям общественного питания»
12. ГОСТ 32691-2014 «Услуги общественного питания. Порядок разработки фирменных и новых блюд и изделий на предприятиях общественного питания»
13. ГОСТ 32692-2014 «Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания»
14. ГОСТ Р 54609-2011 «Услуги общественного питания. Номенклатура показателей качества продукции общественного питания»
15. Правила оказания услуг общественного питания (утв. Постановлением Правительства РФ от 15.08.1997 г. № 1036 (в ред. Постановления Правительства от 21.05.2001 г. № 389);
16. Санитарно-эпидемиологическая оценка обоснования сроков годности и условий хранения пищевых продуктов. МУК 4.2.1847-04.
17. 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 дополнениями от 06.07.2011 пост. № 90.Зарегистрированы в Минюсте РФ 22.03.2002 N 3326).
18. 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).
19. СНиП II-Л.8-71 «Строительные нормы и правила. Предприятия общественного питания. Нормы проектирования».
20. СП 2.3.6.1079-01. Организации общественного питания. Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья. Санитарно-эпидемиологические правила.
21. Беляева М.И.. Организация производства и обслуживания в общественном питании - М.: Экономика, 2013 г.
22. Вильнюсова А.Д. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий кухонь народов России для предприятий общественного питания / А. Д. Вильнюсова. - М.: Дашков и Ко, 2012 г. - 212 с.
23. Голованова, И.Е. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания / И.Е. Голованова, М.К. Лобзена. - М.: Профи, 2012 г. - 776 с.
24. Куткина М.Н., Елисеева С.А. Инновации в технологии продукции индустрии питания.-Спб.: Троицкий мост, 2016.-168 с. – ЭБС «Троицкий мост»
25. Мглинец А .И.Технология приготовления ресторанной продукции: учебник. – СПб.: Троицкий мост, 2014. – 208 с. – ЭБС «Троицкий мост» http://www.trmost.com/tm-main.shtml?lib_catalog
26. Никуленкова В.Н., Маргелов В.Н. Проектирование предприятий общественного питания. М.: Экономика, 2016.
27. Сборник технических нормативов. Сборник рецептур на продукцию общественного питания / сост. М.П. Могильный. – М.: ДеЛи плюс, 2011. -1008 с.
28. <http://base.garant.ru> – Система законодательных и правовых документов ГАРАНТ
29. <http://www.eurasiancommission.org> - Официальный сайт Евразийской экономической комиссии
30. <http://www.friro.ru> - Федерация рестораторов и отельеров
31. <http://www.horeca.ru>. – индустрия питания
32. <http://www.profiz.ru/sec/> - журнал СанЭпидемконтроль
33. <http://www.restoved.ru> – ресторанная индустрия
34. <http://www.rosminzdrav.ru/> –официальный сайт Минздрава РФ

35. www.mcx.ru – Министерство сельского хозяйства РФ

36. www.rosпотребнадзор.ru – официальный сайт Роспотребнадзора РФ

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/71585>