

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/86054>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Пищевая промышленность

Введение 2

1 Литературный обзор 4

2 Организация производства кафе молодежного на 46 мест с баром 20 мест. Предприятие работает на сырье 6

2.1 Организационно-технологическая характеристика предприятия 6

2.2 Характеристика производственных цехов 9

2.3 Производственная программа предприятия на 1 день 12

2.4 Организация труда поваров 17

2.5 Посуда, инвентарь, тара 21

3 Контроль за работой предприятия 25

Список литературы 27

Введение

Актуальность темы исследования. В целом необходимо отметить, что российский рынок общественного питания, как никакой другой, испытал на себе ухудшение экономических показателей конца 2014–2015 годов. Однако сегодняшняя конъюнктура рынка общепита постепенно адаптируется к новым условиям российской экономики, связанным с сокращением доходов населения, введением санкций, ростом цен на импорт и другими факторами.

В 2017 году объем рынка общественного питания увеличился на 5%, составив около 1,42 трлн рублей.

Вектор динамики рынка напрямую коррелирует с обоими финансовыми кризисами в РФ, о чем свидетельствует ретроспективная динамика 2008–2017 годов. Однако ретроспективная динамика реально располагаемых расходов была более пессимистичной. Падение объема расходов началось в 2014 году (0,7% по отношению к аналогичному показателю предыдущего года), достигло дна в 2016-м (-5,8% по отношению к аналогичному показателю 2015 года), а в 2017-м наметилась тенденция к росту (-1,7% по отношению к аналогичному показателю предыдущего года).

В структуре рынка доля сетевых ресторанов, кафе и баров в 2017 году составила 19,7%. Необходимо отметить, что размер доли критически не меняется на протяжении 5 лет, и в ближайшей перспективе кардинального изменения не будет.

Традиционно на рынке выделяют 3 формата заведений общественного питания:

- формат быстрого питания (fast food, street food);
- формат питания для семейных выходов (casual dining);
- формат питания для особых случаев (fine dining).

В настоящее время наиболее стабильно растущими сегментами рынка являются форматы fast food и street food. Это объясняется тем, что они рассчитаны на самую широкую аудиторию. Данный сегмент сохраняет лояльную ценовую политику и удерживает посетителей за счет рекламы и постоянных новинок.

Заведения среднего ценового диапазона (casual dining) наиболее чувствительны к изменению уровня доходов населения. В кризисных условиях посетители среднего ценового формата начинают экономить и уходить в более экономичные сегменты. Данный сегмент больше всего стремится подстроиться под требования потребителей, предлагает разнообразное меню по демократичным ценам. В 2017 году в среднем сегменте рынка наблюдалась стагнация.

Премиальный формат (fine dining), рассчитанный на элитную публику, меньше всего подвергся воздействию кризиса. Такие заведения предлагают изысканную кухню и уникальный дизайн. Однако эта ниша, по мнению рестораторов, исчерпала свое развитие в России. Многие игроки переходят к форматам массовых сегментов, ориентированных на демократичную публику.

В последние годы в связи с изменением потребительского поведения появились новые форматы общественного питания. Так, все большую популярность набирает fast casual, который появился на стыке между fast food и casual dining. Посетителям предлагают поесть за небольшую цену и хорошо провести

время. Еда качественнее, чем в fast food, но обслуживание быстрее, чем в ресторане. Данный формат будет востребован долгое время.

Цель исследования – изучить и проанализировать организацию производства кафе молодежного на 46 мест с баром 20 мест.

Задачи исследования:

- 1) дать технико-экономическое обоснование;
- 2) сделать технологические расчеты молодежного кафе на 46 мест;
- 3) проанализировать организацию обслуживания потребителей и расчет торговых и других помещений.

Объект исследования - Кафе «Отрада».

Предмет исследования – молодежное кафе на 46 мест с баром 20 мест.

Работа по структуре состоит из введения, трех глав основного текста, заключения и списка использованной литературы.

1 Литературный обзор

Кафе – это объект общественного питания по организации питания и досуга потребителей с предоставлением, ограниченного по сравнению с ассортиментом кулинарной продукции. В зависимости от ассортимента реализуемой продукции кафе делятся на предприятия общего типа и специализированные. Кафе общего типа – это объект общественного питания с широким ассортиментом горячих и холодных напитков, хлебобулочных и кондитерских изделий, блюд и кулинарных изделий несложного приготовления, кисломолочных продуктов. Кафе расположен в г. Саратов в живописном месте. В данный город приезжают много российских и иностранных туристов, которые любят древним историческим городом. Благодаря огромному количеству уникальных исторических памятников, хорошо сохранившемуся архитектурно-ландшафтному облику средневекового русского города, отсутствию промышленных объектов, позволяющей вписывать город в различные туристические маршруты.

Кафе является предприятием с полным производственным циклом, предприятием с полным производственным циклом, на котором выполняются все стадии технологического процесса приготовления пищи, с цеховой структурой производства. Кафе имеет большой выбор различных блюд: холодных, горячих закусок, сладких блюд, десертов, холодных и горячих напитков, кондитерских изделий и выпечки. Кафе может принимать как индивидуальные, так и коллективные заказы на обслуживание по поводу дня рождения, свадеб, обслуживания туристов. Микроклимат поддерживается системой приточно-вытяжной вентиляции. Из столовой посуды применяется: полуфарфоровая фаянсовая, сортовая стеклянная. Молодежные кафе - предприятия по организации питания и отдыха молодежи и студентов, предоставляющие ассортимент блюд по ценам среднего городского уровня, не осуществляющие продажу алкогольной продукции, пива и табачных изделий, и имеющие перечень услуг по организации досуга молодежи.

Молодежное кафе должно быть ориентированно на 3 группы людей, которые имеют различные цели посещения данного кафе:

- 1) Тинэйджеры (14-19 лет), которые предпочитают стрит-фуд;
- 2) Студенты (20-25 лет), отдадут предпочтение развлечениям и отдыху;
- 3) Работающая молодежь (25-30 лет), которой важно поесть и отдохнуть в кафе среднего ценового сегмента.

Соответственно меню, ценовая политика и концепция заведения составляется исходя из предпочтений этих 3 групп потребителей. Как правило, меню молодежного кафе не разнообразно, ограничено и основано на полуфабрикатах, поэтому нет нужды в организации большого количества рабочих помещений. В молодежном кафе можно ограничиться одним цехом, моечной, подсобкой и баром.

В цехе используется тепловое, холодильное и механическое оборудование малой мощности. В данном виде предприятия общественного питания не допустима реализация алкогольных напитков. Целесообразно включить в ассортимент различные сорта чая, кофе, смузи, молочные и безалкогольные коктейли. Ценовая политика молодежного кафе должна формироваться из платежеспособности основного сегмента потребителей, а значит не превышать средний уровень цен по региону. В молодежном кафе допускается комбинированный вид обслуживания, т.е. утром при малой загрузке зала кафе работает в режиме самообслуживания, а вечером при высокой загрузке производится обслуживание официантами.

Отличительной чертой молодежного кафе является организация досуга посетителей. Исходя из концепции заведения это могут быть различные услуги. Например, wi-fi доступ, трансляция художественных или научных фильмов, спортивных передач, создание игровых комнат с игровыми приставками, а также

настольными играми нового поколения, проведения турниров по этим видам игр, организация дискотек, проведение семинаров и тренингов, которые интересны молодежи. Исходя из концепции и перечня предоставляемых услуг, создается дизайн помещения. Дизайн в молодежном кафе играет важную роль, так как потребители данного класса уделяют ему большое внимание. В этом аспекте стоит сделать акцент на направлении, особенностях и отличительных чертах предприятия. Так, например, при организации просмотра спортивных мероприятий в дизайне используются элементы фанатской атрибутики: футбольная форма, шарфы, мячи, биты и т.д.

А вот при проведении турниров по настольным и компьютерным играм стоит оформить помещение именно в игровой стилистике. Внешне кафе так же должно привлекать гостей. Вывеска должна быть крупной и читабельной, чтобы человек попросту не прошел мимо. Ее желательно сделать в соответствии с основной концепцией и внутренним дизайном. Хорошим ходом в привлечении внимания с улицы будет роспись стен, которая сразу привлечет внимание людей. Не стоит забывать и последних разработках в мире техники: беспроводной интернет, ЖК мониторы, качественный звук тоже способны завлечь гостей. Не так давно была разработана новинка специально для мест общественного питания- электронное меню, которое не только стильное и эргономичное, но и умное. Оно с легкостью может помочь выбрать блюдо, подобрать к нему гарниры и напитки, причем сделает это с учетом времени, чтобы удовлетворить не только вкусовые, но и физиологические потребности.

2 Организация производства кафе молодежного на 46 мест с баром 20 мест. Предприятие работает на сырье

2.1 Организационно-технологическая характеристика предприятия

Кафе - предприятия, отличающиеся некоторыми особенностями организации обслуживания посетителей, - это кафе. В ассортименте напитков обязательно кофе не менее двух-трех наименований, ром, ликер, которые подаются к кофе в специальной фарфоровой посуде. В меню кафе могут быть холодные закуски, вторые блюда несложного приготовления (горячие сосиски, яичница и т. д.). Реализуются кондитерские изделия собственного производства, мороженое, коктейли.

В зависимости от ассортимента и контингента потребителей кафе делятся на две группы: кафе общего типа и специализированные. В нашей работе проектируем молочное кафе.

Кафе-молодежное - это кафе в ассортименте которого находятся всевозможные напитки, коктейли, десерты, мороженое с разными добавками, конфеты, шоколад. Кафе этого типа предназначены для создания условий быстрого обслуживания посетителей. В кафе присутствует обслуживание как у барной стойки, так и обслуживание за столом официантами. Такое кафе целесообразно разместить на быстрых магистралях, в парках отдыха, в местах отдыха детей и родителей.

Предполагаемое молочное кафе будет обеспечивать потребителей продукцией периодического спроса, поэтому радиус его обслуживания составляет 800 метров.

Проектируемое кафе в отличие от конкурентов разрабатывается с большой площадью; с достаточным для удобства потребителя количеством мест в торговом зале; с возможностью предложить меню широкого ассортимента по доступным ценам; с возможностью предложения дополнительных услуг по организации досуга и отдыха. Предполагаемый контингент питающихся очень широк - все жители,

Список литературы

1. Золин В.П. Технологическое оборудование предприятий общественного питания. Учебник для нач. проф. образования. — М.: Академия, 2012. — 320 с.
2. Качурина Т.А. Контрольные материалы по профессии Повар. Учебное пособие для НПО. — М.: ИЦ Академия, 2011. — 175 с.
3. Складенко В.К. и др. «Экономика предприятия (в схемах, таблицах, расчетах)», М.: ИНФРА - М, 2010 г.
4. Справочник кулинара / Под ред. М.М. Ефимовой. М.: ПРОГРЕСС, 2013. - 471 с.
5. Справочник работника общественного питания.- М., ДеЛи принт, 2013.
6. Справочник технолога общественного питания / А.И. Мглинец, Г.Н. Ловачева, Л.М. Алешина и др. - М.: Колос, 2013. - 541 с.
7. Справочник технолога общественного питания / Под ред. О.И. Овсянникова. - М.: Пищевая промышленность, 2008. - 489 с.

8. Справочник технолога общественного питания.- М., Колос, 2010.
9. Справочное пособие к СНиП Проектирование предприятий общественного питания". - М.: Стройиздат, 2009
10. Технология продукции общественного питания. В 2-х т. Т. 1. Физико-химические процессы, протекающие в пищевых продуктах при их кулинарной обработке / А. С. Ратушный, В. И. Хлебников, Б. А. Баранов и др.; Под ред. А. С. Ратушного. – М.: Мир, 2014. – 351с.
11. Технология продукции общественного питания: Учебник / Мглинец А. И., Акимова Н. А., и др.; Под ред. А. И. Мглинца. – СПб.: Троицкий мост, 2010. – 736с.
12. Требования к индустрии гостиниц, ресторанов и кафе. – М.: ХОТРЕК, 2011. – 291 с.
13. Усов В. В., Организация производства и обслуживания на ПОП: Уч. для нач.обр - я: Учебное пособие для сред. проф. обр-я/ 2-е изд., - М: Изд. Центр «Академия», 2014. – 416с.
14. Усов В.В. Организация обслуживания в ресторанах. – Самара: Самарское книжное изд-во, 2014. – 385 с.
15. Хлебников В.И. Технология товаров (продовольственных): Учебник – 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2010 – 427 с.
16. Хлебович Д. И. Сфера услуг: маркетинг : учеб. пособие / Д. И. Хлебович ; ред. Т. Д. Бурменко. - М. : КноРус, 2007. - 239 с.
17. Хмырова С. В. Ресторанный маркетинг : учеб. пособие / С. В. Хмырова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 255 с.

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/86054>