

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЯНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Кафедра технологического оборудования животноводства
и перерабатывающих производств

Купреенко А.И., Исаев Х.М., Чащинов В.И., Гапонова В.Е, Слезко Е.И.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОСОБИЕ

по выполнению выпускной квалифицированной работы
«Обоснование необходимости проектирования (реконструкции) предприятия
общественного питания» для студентов направлению подготовки
19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания
профиль Технология продуктов общественного питания

Брянская область 2017

УДК 637.11.5

ББК

К

Купреенко А.И. Учебно-методическое пособие по выполнению выпускной квалифицированной работы «Обоснование необходимости проектирования (реконструкции) предприятия общественного питания» для студентов направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания профиль Технология продуктов общественного питания / А.И. Купреенко, Х.М. Исаев, В.И. Чащинов, В.Е. Гапонова, Е.И. Слезко – Брянск: Изд. Брянского ГАУ, 2017. – 26 с.

Учебно-методическое пособие включают структуру, содержание, характеристику деятельности предприятия, расчет обоснования мощности предприятия, обоснование режима работу предприятия, сегментирование рынка по потребителям, товару, конкурентам и обоснование места привязки проекта предприятия.

Рецензент: к.т.н., доцент кафедры технологического оборудовании животноводства и перерабатывающих производств, доцент Мамченко Т.В.

Рекомендовано к изданию методической комиссией инженерно-технологического института Брянской ГАУ, протокол №

© Брянский ГАУ, 2017

© Коллектив авторов, 2017

Содержание

Введение	4
1 Характеристика деятельности предприятия	5
2 Расчет обоснования мощности предприятия	6
3 Обоснование режима работу предприятия	10
4 Сегментирование рынка	11
4.1 Сегментирование рынка по потребителям	12
4.2 Сегментирование рынка по товару	12
4.3 Сегментирование рынка по конкурентам	13
5 Обоснование места привязки проекта предприятия	14
Литература	18
Приложения	19

Введение

Приступая к проектированию предприятия общественного питания, студент должен в первую очередь обосновать целесообразность и техническую возможность его строительства или реконструкции. Обоснование включает, характеристику района деятельности проектируемого предприятия и перспективы его развития, расчет и обоснование мощности предприятия, сегментирование рынка по потребителям, товару, конкурентам; обоснование типа, режима работы и места привязки. Все исходные данные проектируемого предприятия студент должен собрать в период преддипломной практики.

1 Характеристика деятельности предприятия

Характеристика района деятельности предприятия позволяет определить основные направления специализации сельского хозяйства, а для города - направления специализации промышленности и связанные с ней основные контингенты питающихся, уровень развития общественного питания, торговли.

Необходимо осветить следующие материалы:

- характеристика района, города, в котором предполагается строительство (реконструкция) проектируемого предприятия;

- климатические и географические данные района;

- наличие предприятий пищевой промышленности, предприятий общественного питания;

- сведения по техническому состоянию намеченного к реконструкции или техническому перевооружению предприятия, анализа и оценка имеющегося оборудования и состава помещений;

- предполагаемый контингент и численность питающихся в проектируемом (реконструируемом) предприятии;

- режим работы учреждения, учебного заведения, промышленного предприятия. Количество и продолжительность смен;

- число работающих по сменам, в том числе и в максимальную смену и т.д.

На основании этих данных устанавливается тип предприятия общественного питания, режим работы, ассортимент выпускаемой продукции и т.д.

Кратко описывается назначение проектируемого предприятия общественного питания, указывается наличие специальных видов питания, количество прикрепленных филиалов, доготовочных предприятий, буфетов и т.п.

Кроме того, необходимо определить численность групп социального состава населения и рассчитать перспективную численность с учетом естественного прироста, миграции.

Расчет перспективной численности ведется по формуле:

$$N_n = \frac{N_{\phi} \cdot (1 + (X + Y))}{100} \cdot T$$

где N_n - перспективная численность с учетом естественного прироста и миграции, чел.;

N_{ϕ} - фактическая численность населения, чел.;

Y - средний прирост ежегодного движения населения («-» - выбыл, «+» - прибыл);

X - процент ежедневного, естественного прироста населения;

T - расчетный срок в годах.

Состав: населения определяется по профессиональной структуре для городов, рабочих поселков и для сельской местности. Данные по составу населения необходимо свести в таблицу (приложение А).

В основу расчета социального состава населения должны быть положены статистические данные и материалы местных планирующих органов.

На основании характеристики района произвести сегментирование рынка.

2 Расчет обоснования мощности предприятия

Мощность проектируемого предприятия общественного питания определяется количеством мест в залах предприятия, объемом выпускаемой продукции и численностью обслуживаемых потребителей.

Расчет количества мест в зале может быть произведен по одному из следующих методов:

- по нормативу на 1000 человек;
- по товарообороту в расчете на одно место в зале;
- по коэффициенту охвата населения общественным питанием.

Универсальным методом является метод расчета, по нормативу на, 1000 человек для определения количества мест в залах всех типов доготовочных предприятий и работающих па сырье предприятий.

Расчет ведется по формуле:

$$P = \frac{N \cdot P_n}{100}$$

где P - необходимое количество мест;

N - численность жителей населенного пункта (района, города, села и т.п.), предприятий, организаций, учреждений, и т.д.;

P_n - норматив мест на 1000 человек.

Примерные нормативы мест даны в приложении Б.

Расчетная численность определяется следующим образом:

- на промышленных предприятиях, стройках, транспортных предприятиях, и в организациях как численность работающих в наиболее многочисленную смену с учетом явочного коэффициента 0,9;
- в школах как численность учащихся 1-й смены;
- в колледжах, школах-интернатах как общая численность с учетом явочного коэффициента 0,9;
- в ВУЗах и техникумах как численность студентов дневного обучения и 10 % студентов заочного обучения, с учетом явочного коэффициента 0,9;
- в учреждениях как общая численность с учетом явочного коэффициента 0,9.

Нормативы на 1000 человек необходимо корректировать в зависимости от уровня развития сети предприятий общественного питания в области (крае), районе.

Средние нормативы мест на 1000 человек; в свою очередь; должны быть дифференцированы по группам населенных пунктов района. Коэффициент дифференциации может быть принят:

- для районных центров - 1,3;
- для местных (кустовых) центров - 0,9;
- для рядовых - 0,8.

При разработке выпускных квалификационных работ в курортных зонах общедоступную сеть предприятий общественного питания планируют из расчета 40 мест на 1000 человек местных жителей и 150 мест на 1000 отдыхающих без путевок.

Расчет необходимого числа мест в общедоступной сети может быть сведен в таблицу 2.1.

Таблица 2.1 - Расчет необходимого числа мест в общедоступной сети

Тип населенного пункта	Численность, тыс. чел.	Прирост населения в год, %	Численность с учетом прироста, тыс. чел.	Норматив мест на 1000 чел.	Необходимое число мест по нормативу	Фактическое число мест	Отклонение мест (+, -)

По данным таблицы 2.1 определяются степень обеспеченности в общедоступной сети по формуле:

$$C = \frac{P_{\text{ф}}}{P_{\text{н}}} \cdot 100\%$$

где С - степень обеспеченности в общедоступной сети, %;

$P_{\text{ф}}$ - фактическое число мест в общедоступной сети предприятий общественного питания;

$P_{\text{н}}$ - необходимое число мест в общедоступной сети предприятий общественного питания по нормативу.

Рекомендуемую структуру предприятий общественного питания и тип предприятия определяют на основе процентного соотношения между типами.

Примерное соотношение - между типами предприятий общественного питания представлено в приложении В.

Для определения целесообразности строительства отдельных типов предприятий общественного питания в анализируемом населенном пункте приводится анализ структуры общедоступной сети:

Таблица 2.2 - Анализ структуры общественной сети

Тип предприятия	Количество мест		
	в существующей сети	по нормативу	рекомендуемое для строительства
Столовые			
Столовые диетические			
Рестораны			
Рестораны специализированные			
Кафе			
Кафе специализированные			
Закусочные			
Закусочные специализированные			
Бары			

По данным таблицы 2.2 делается обоснование необходимости строительства предприятий общественного питания.

При расчете потребности, количества мест по среднему проценту охвата жителей населенного пункта общественным питанием можно рекомендовать следующий процент охвата:

- для рабочих и служащих промышленного предприятия 100%;
- для учащихся студентов учебных заведений 70-80%;
- для учащихся общеобразовательных школ 60-80%;
- для школ-интернатов, домов отдыха, кемпингов, пионерских лагерей, учащихся колледжей 100%;

- для рабочих сельскохозяйственных предприятий 50-70%;
- для населенных пунктов в целом 30-40%;

Мощность заготовочных предприятий, определяемых в тоннах всех видов перерабатываемого сырья в смену, должна быть рассчитана с учетом полного, удовлетворения потребности в их продукции обслуживаемых доготовочных предприятий и с учетом максимальной протяженности перевозки ее в 30 км.

Производственная мощность заготовочных предприятий общественного питания может быть рассчитана по удельному расходу сырья и по нормам для централизованного изготовления полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий (Приложения Г, Д).

Обоснование реконструкции предприятия общественного питания не имеет принципиального отличия от обоснования строительства проектируемого предприятия. Дополнительно к указанным разделам, приводится обоснование целесообразности проведения реконструкции данного предприятия.

Реконструкция предприятия может быть произведена с целью:

- расширения производства;
- создания нормальных условий для организации производства кулинарной продукции;
- внедрения прогрессивной технологии и новейшего оборудования, новых видов топлива;
- внедрение прогрессивных методов обслуживания потребителей;
- улучшение архитектурно-планировочных решений и т.д.

Каждое из принятых направлений должно быть тщательно обосновано. Все остальные расчеты обоснования реконструируемого предприятия аналогичны расчетам вновь строящихся предприятий.

3 Обоснование режима работы предприятия

Обоснование начинается с определения общей продолжительности работы залов проектируемого предприятия. Нежим работы предприятий общественного питания при промышленных предприятиях, учреждениях, учебных

заведениях устанавливается в зависимости от режима работы объекта и графиков обеденных перерывов на предприятиях и учреждениях. В соответствии с требованиями рационального питания прием горячей пищи должен производиться через 3-4 часа после начала работы. Эти требования определяют начало обеденного перерыва на промышленных предприятиях и учреждениях.

Режим работы общедоступных предприятий общественного питания устанавливается с учетом типа, места расположения и состава потенциальных потребителей. При определении режима работы проектируемого предприятия необходимо также учитывать режим работы других близрасположенных предприятий общественного питания.

При продолжительности работы залов 10 и более часов допускается устанавливать перерыв для уборки зала длительностью не более одного часа, но не ранее 16 часов.

Режим работы предприятия должен обосновываться графиком загрузки зала, который разрабатывается на основе изучения работы не менее 2-3 аналогичных действующих предприятий, а также с учетом специфики потенциального контингента потребителей.

4 Сегментирование рынка

Для успешного функционирования, проектируемого (или реконструируемого) предприятия необходимо произвести сегментирование рынка. Сегодня хозяйственный руководитель имеет множество способов повышения конкурентоспособности предприятия и увеличения его доли на рынке. Но в любом случае начинать ему приходится, не с анализа производственных и технологических возможностей собственного предприятия, а с изучения рынка, его сегментирования.

Сегментирование рынка, безусловно, один из важнейших инструментов маркетинга. От того, насколько правильно выбран сегмент рынка, во многом зависит успех предприятия в конкурентной борьбе.

Основные принципы сегментирования:

- сегментирование, рынка по потребителям,
- сегментирование рынка по товару,
- сегментирование рынка по конкурентам.

4.1 Сегментирование рынка по потребителям

Основными факторами, по которым можно проанализировать различные, группы потребителей и выбрать сегмент рынка для предприятия являются:

- численность населения (до 5 тыс. чел.; 5-20 тыс. чел.; 20 - 50 тыс. чел.; 50-100 тыс. чел.; 100-250 тыс. чел.; 250-500 тыс. чел.; 500-1 млн., чел.; 1-4 млн. чел. и более);
- плотность населения (город, пригород, сельская местность);
- возраст (до 6 лет, 6-11; 12-19; 20-34; 35-43; 4-49; 50-64 и более);
- пол (мужской, женский);
- размер семьи (1-2 чел.; 3 - 4 чел.; и т.д.);
- семейное положение (молодежь - одинокие, молодежь - семейные без детей; молодежь - семейные с детьми; пожилые - семейные, имеющие детей, пожилые - семейные, не имеющие детей пожилые - одинокие и т.п.);
- уровень образования (высшее, среднее специальное образование, и т.п.);
- социальный слой (неимущие; среднего достатка; более высокого уровня достатка, чем средний; высокого достатка; очень высокого достатка).

4.2 Сегментирование рынка по товару

Сегментирование рынка по продукту основывается на том, какие именно параметры того или иного изделия могут быть, привлекательны для потребителя и насколько конкуренты уже позаботились об этом. Сегментирование рынка по товару имеет особое значение при выпуске и сбыте новых изделий. Можно получить сравнительные преимущества в конкурентной борьбе, оснатив свое

предприятие первоклассным оборудованием, но сохранять эти преимущества на протяжении многих лет, можно, только постоянно создавая новые изделия и применяя новые технологии. Новые технологии способствуют укреплению сравнительных преимуществ путем снижения издержек производства и цен на продукцию, повышения ее качества.

4.3 Сегментирование рынка по конкурентам

Для того, чтобы не только закрепиться на выбранном сегменте рынка, а и продвинуться внутрь, необходимо провести анализ хозяйственного профиля основных конкурентов по следующим разделам:

Рынок

На каком по величине рынке оперирует каждый из Ваших конкурентов? Как Ваши конкуренты обычно внедряются на рынок? Как расставлены приоритеты Ваших конкурентов на данном рынке? Насколько быстро Ваши конкуренты приспосабливаются к различным ситуациям на рынке? Насколько гибкой является их рыночная стратегия?

Продукт

Насколько эффективно Ваши конкуренты откликаются на запросы и желания потребителей? Насколько широк ассортимент изделий и услуг, предлагаемых Вашими конкурентами? Какой гибкостью обладает производство конкурентов? Как ведут себя конкуренты в отношении разработки новых изделий?

Цены

Как ведут себя Ваши конкуренты области ценообразования на новые изделия? Какой политики цен придерживаются конкуренты в отношении уже освоенных на производстве видов изделий и услуг?

Продвижение продуктов на рынок

Какой форме рекламы отдают предпочтение конкуренты? Какого рода сбытовые подразделения имеются у конкурентов?

Организация сбыта и распределения

Какой стратегии придерживались Ваши конкуренты в области сбыта, чтобы выйти на данный рынок? Какие формы сбыта, применяя, конкуренты и предпочитают использовать? Каким образом конкуренты осуществляют контроля за каналами сбыта?

5 Обоснование места привязки проекта предприятия

В основу размещения сети предприятий общественного питания должны быть положены следующие требования:

- наибольшее приближение продукции общественного питания к потребителям по месту их работы, учебы, жительства и отдыха;
- наличие подъездных путей, коммуникаций и удобства для посетителей;
- привести характеристику источников снабжения сырьем, полуфабрикатами и формы их доставки;
- обосновываются теплоносители (газ, пар, электричество, жидкое или твердое топливо), источники горячего водоснабжения и отопления, наличие канализации.

Сеть общедоступных предприятий общественного питания строится на взаимодействии двух групп предприятий - местного и городского значения.

Предприятия местного значения размещаются относительно равномерно в жилой зоне города, с учетом остановок общественного транспорта и основных направлений пешеходных потоков и обслуживают население в пределах пешеходной доступности 7 - 10 мин. Основными типами предприятий общественного питания местного значения являются комплексные предприятия и столовые (вечером - кафе) с магазинами кулинарии.

Предприятия общественного питания городского значения, (рестораны, специализированные кафе и т.д.) размещают в, общегородском центре, центрах планировочных районов, на площадях, главных улицах и магистралях, у транспортных узлов. В зонах отдыха рекомендуется размещать 3 - 5 % стационарных предприятий общественного питания от общей сети города. Предприятия об-

ществленного питания могут размещаться в торговых центрах, отдельно стоящих зданиях и помещениях, встроенных или пристроенных к жилым домам и административным зданиям и пр.

Радиус обслуживания предприятий общественного питания на территории микрорайонов должен примерно составлять до 0,5 км, в жилых районах до 1,5 км.

Зона обслуживания в жилых районах, курорта определяется временем пешеходной доступности (не более 7 - 10 мин). При размещении предприятий общественного питания, обслуживающих определенный контингент потребителей, необходимо учитывать принцип концентрирования контингентов. На этой основе выделяют три типа предприятия:

- с рассредоточенным,
- сосредоточенным
- смешанным контингентами.

К первому типу относятся промышленные предприятия, на которых работает до 50 чел., а в расчете на радиус обслуживания, равный 2 - 3 км, - 300 - 500 чел.; ко второму - предприятия, на которых на такой же площади сосредоточенно свыше 500 чел.; предприятия третьего типа - это объекты с крупными цехами, находящимися на значительном расстоянии друг от друга.

Обслуживание может быть у рабочих мест (торговые, автоматы, ларьки, установки для горячего чая, кофе, внутрицеховые буфеты). Радиус обслуживания 75 - 100 м. Цеховое обслуживание - через столовые доготовочные, столовые раздаточные, буфеты. Радиус обслуживания не более 200 м.

Межцеховое обслуживание - столовые доготовочные большой вместимости, с несколькими залами. Радиус обслуживания 1000 - 2000 м.

Общезаводское обслуживание крупные заготовочные предприятия. Если это предприятие размещается вне территории закола, то оно предназначается также для обслуживания городского населения. В предприятиях предусматривают залы столовых, кафе, магазинов, кулинарии. Радиус, обслуживания 2000 - 3000 м.

Столовые при учебных заведениях следует размещать отдельно стоящими и соединять с учебными корпусами переходами.

Размещение заготовочных предприятий взаимосвязано с сетью доготовочных предприятий общественного питания и удобством получения сырья от поставщиков.

Заготовочные предприятия располагают, учитывая допустимые сроки хранения продукции и протяженность перевоза, не превышающей 30 км. В городе (районе) с численностью до 75 тыс. чел. целесообразно, создавать одно заготовочное предприятие, по обслуживанию различных контингентов населения.

В городе (районе) с большей численностью населения при наличии двух и более заготовочных предприятий допустима вариантность прикрепления:

- по территориальной близости (без учета обслуживаемого контингента);
- по принципу однородности обслуживаемого контингента (рабочих, студентов и т.п.).

При определении источников продовольственного снабжения сырьем, полуфабрикатами и товарами, реализуемыми без переработки необходимо исходить из месторасположения, проектируемого (реконструируемого) предприятия. Студент определяет наиболее удобно расположенные и менее удаленные источники снабжения: продовольственные базы, предприятия пищевой промышленности, сельскохозяйственные предприятия. Данные сводятся в таблицу 5.1.

Таблица 5.1 - Источники продовольственного снабжения проектируемого предприятия общественного питания

Наименование источников снабжения	Наименование групп товаров и полуфабрикатов	Частота завоза	Примечание

Сводные показатели обоснования: позволяют оценить эффективность и целесообразность строительства (реконструкции) предприятия.

Сводные показатели обоснования

1. Наименование объекта и его адрес
2. Где размещается предприятие общественного питания:
 - на первом этаже здания;
 - в отдельно стоящем здании;
 - в пристроенном здании;
3. Характер проектируемых работ (новое строительство, реконструкция)
4. Намечаемый тип и профиль предприятия (ресторан, кафе и т.п.) с указанием количества мест в залах
5. Контингент потребителей
6. Режим работы предприятия
7. Наличие оборудования (проект реконструкции) и его использования.

Литература

1. Никулпко Т.Г., Маргелов В.Н. Проектирование предприятий общественного питания: Учеб. для вузов, обуч. по спец. 1011 «Технология и организация общественного питания». – М.: Экономика, 1987. – 175 с.
2. Бердичевский В. Х., Карсекин В.И. Проектирование предприятий общественного питания. - 2-е изд., перераб. и доп.- К.: Висш. шк. Главное изд-во, 1988. -208 с.
3. Учебное пособие по выполнению дипломного проекта для студентов специальности 2711 «Технология продукции общественно питания (часть I)» Составила В.И. Адамова, С.И. Главчева, Т.Н. Данилова. Новосибирск, 1993. – 98 с. Ротапринт НКИ.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. – 733 с.
5. Маркетинг: Учебник / (АН. Романов, Ю Ю. Кармаев, С.А Красильников и др.; Под ред. А.И. Романова. - М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. - 560 с.
6. Хруцкий В.Я. Современный маркетинг. - М.: Финансы и статистика, 1991. -253 с.
7. Организация производства и обслуживания в общественном питании / (М.И. Беляев, И.Г. Бережной, Т.А. Петров и др. - М.: Экономика, 1986. - 303 с.
8. Пятницкая Н.А., Лазарев Б.Г. Организация обслуживания в предприятиях общественного питания. - М.: Высшая школа, 1989. - 280 с.
9. Ведомственные нормы технологического проектирования заготовочных предприятий общественного питания по производству полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий. ВНТП 04 - 86. - М.: Минторг, 1986. - 77 с.

Социальный состав населения района деятельности проектируемого предприятия

Социальные группы	Численность, тыс. чел.	Доля, %
1. Рабочие и служащие		
2. Работники сельхозпредприятий		
3. Учащиеся общеобразовательных школ и школ-интернатов		
4. Учащиеся ВУЗов, техникумов, колледжей		
5. Дети дошкольного возраста		
6. Пенсионеры		
7. Неработающее население		
8. Бизнесмены		

Наименование	Норматив, мест
1. Столовые при промышленных предприятиях учреждениях, строительных организациях, в т. ч. диетическое питание, %	250 20
2. Столовые при транспортных организациях, в т.ч. диетическое питание, %	125 20
3. Столовые при учреждениях, в т. ч. диетическое питание, %	200 20
4 Столовые при ВУЗах, всего в т. ч. диетическое питание, % в столовых для студентов и обслуживающего персонала в буфетах для студентов для профессорско-преподавательского состава	200 20 130 30 20
5. Столовые в общеобразовательных школах	330
6. Столовые в школах-интернатах	500
7. Столовые при колледжей	330
8. Столовые в сельскохозяйственных предприятиях: - на центральной усадьбе - на полевых станах	100 220
9. Предприятия общественного питания при гостинице	100 + 10%
10. Предприятия при железнодорожных вокзалах (пассажирский поток вокзала, человек одновременно) 50 – 200 - буфет 300 - 700 - кафетерий 900 – 1500 - ресторан более 1500 - ресторан	20 - 15% 12 - 10% 8% 7%

<p>11. Предприятия при аэропортах:</p> <ul style="list-style-type: none"> - до 200 человек в час – кафе - до 600 человек в час – кафе - 2000 человек в час – кафе 	<p>35%</p> <p>26%</p> <p>27%</p>
<p>12. Предприятия общественного питания общедоступной, сети (средний норматив по стране)</p> <ul style="list-style-type: none"> - на расчетный срок магазин кулинарии (торговая площадь) - на первую очередь магазин кулинарии (торговая площадь) 	<p>40</p> <p>6 м²</p> <p>28</p> <p>4 м²</p>
<p>13. Предприятия общественного питания местного значения, жилая зона (микрорайон, жилые районы, жилые комплексы, межмагистральные территории, кварталы и т.п.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - на расчетный срок магазин кулинарии - на первую очередь магазин кулинарии 	

Примерное соотношение между типами предприятий общественного питания (в % от общего количества мест)

Тип предприятия	Процентное соотношение, %			
	на первую очередь		на расчетный срок	
	город	село	город	село
Столовые	20 - 24,	25-30	12 - 16	20 - 22
Столовые диетические	5 - 6	5	6 - 7	6
Рестораны	25 - 30	18 - 20	30 - 35	20 - 22
Кафе и закусочные;	40 - 45	18 - 22	40 - 45	20 - 25
Бары	2 - 3	3 - 4	4 - 5	4 - 5

Примечание:

1. Доля специализированных предприятий от общего числа мест должна составлять:

- на расчетный срок 20 - 25%;
- на первую очередь – 15%.

2. В городских зонах отдыха рекомендуется размещать 3-5% стационарных предприятий общественного питания от общей сети города.

3. В таблице не указываются комплексные предприятия общественного питания, так как они формируются из названных типов предприятий и учреждений в приводимых процентных соотношениях.

4. В графу «Бары» входят коктейл-холлы.

Приложение Г

Расход сырья для центральной выработки полуфабрикатов, кулинарных кондитерских изделий, кг/сут.

Вид сырья	Расчетный срок		Первая очередь	
	на 1000 жителей города	на одно место	на 1000 жителей города	на одно место
Мясо и птица	95	0,78	81	0,78
Рыба	20	0,17	17	0,17
Овощи	80	0,6	75	0,6
Картофель	83	0,8	78	0,8
Сырьё для кондитерских изделий	17	0,15	14	0,15
Сухие и молочно-жировые продукты	13	0,06	10	0,06
Итого:	308	-2.56	275	2,56

Расчет сырья и полуфабрикатов в расчете на одно место в различных типах предприятий общественного питания, г/сут.

Предприятия общественного питания	Мясо		Рыба		Овощи		Картофель		Конди- терские изделия	Сухие, молочно- жировые продукты
	сырье	п/ф	сырье	п/ф	сырье	п/ф	сырье	п/ф		
Столовые при промышлен- ных предприятиях с трудом обслуживаемого континген- та										
немеханизированным	800	600	150	115	800	560	900	585	100	70
механизированным	700	525	150	115	650	455	800	520	100	60
Столовые при учреждениях	600	450	250	115	500	350	700	455	150	65
Столовые при ВУЗах и средних специальных учеб- ных заведениях	700	525	200	190	850	395	900	585	175	70

Столовые при колледжах	300	225	70	150	600	420	900	585	100	40
Столовые при общеобразовательных школах	250	190	250	55	300	210	400	400	175	65
Общедоступные предприятия, в т.ч.:										
столовые	100	750	250	190	1000	700	1300	845	150	80
рестораны	1100	830	200	150	700	190	700	455	125	55
кафе с самообслуживанием	700	525	150	115	500	350	600	390	400	70
кафе с обслуживанием официантами	800	600	200	150	400	280	450	290	250	60
закусочные с самообслуживанием	950	215	200	150	300	210	400	260	200	75
закусочные с обслуживанием официантами	1300	980	150	115	350	245	400	260	100	35

Учебное издание

Алексей Иванович Купреенко

Хафиз Мубариз-оглы Исаев

Валерий Иванович Чащинов

Валентина Евгеньевна Гапонова

Елена Ивановна Слезко

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОСОБИЕ

по выполнению выпускной квалифицированной работы

«Обоснование необходимости проектирования (реконструкции) предприятия
общественного питания» для студентов направления подготовки

19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания профиль
Технология продуктов общественного питания

Редактор Осипова Е.Н.

Подписано к печати 20.11.2017 г. Формат 60x84 1/16.
Бумага печатная. Усл. п. л. 1,51. Тираж 25 экз. Изд. № 5438.

Издательство Брянского государственного аграрного университета
243365 Брянская обл., Выгоничский район, с. Кокино, Брянский ГАУ