

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«СЕВАСТОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Кафедра «Пищевые технологии и оборудование»

О П Т И М И З А Ц И Я ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Методические указания
по выполнению практических работ
для обучающихся по направлению подготовки
19.04.04 «Технология продукции и организация общественного питания»
очной и заочной форм обучения

Севастополь
СевГУ
2024

УДК [642.5:005.591.1](076.5)
ББК 36.99-6-5*я73
О-627

Р е ц е н з е н т:

О.П. Чуб – канд. техн. наук, доцент кафедры
«Пищевые технологии и оборудование»
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Составитель: Д.О. Ерёменко

О-627 Оптимизация технологических процессов общественного питания :
методические указания по выполнению практических работ для
обучающихся по направлению подготовки 19.04.04 «Технология
продукции и организация общественного питания» очной и заочной форм
обучения / Севастопольский государственный университет,
Политехнический институт, кафедра «Пищевые технологии и
оборудование» ; сост. Д. О. Ерёменко. – Севастополь : СевГУ, 2024. – 53 с.
– Текст : электронный.

Приведены основные задачи изучения дисциплины «Оптимизация технологических процессов общественного питания» перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, содержание учебной дисциплины, задания и методические указания по выполнению практических работ, требования к оформлению работ, рецензирование и защиты работ. Показана последовательность выполнения работ, характер принимаемых решений. Методические указания предназначены для обучающихся по направлению подготовки 19.04.04 «Технология продукции и организация общественного питания» всех форм обучения.

УДК [642.5:005.591.1](076.5)
ББК 36.99-6-5*я73

Рассмотрены и рекомендованы к изданию на заседании кафедры
«Пищевые технологии и оборудование», протокол № 2 от 3 октября 2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Практическая работа № 1. Основы организации деятельности предприятий общественного питания	8
Практическая работа № 2. Классификация и концепции деятельности предприятий общественного питания	13
Практическая работа № 3. Производственный процесс и его структура	17
Практическая работа № 4. Организация работы основного производства	21
Практическая работа № 5. Функциональные области логистики (закупочная, транспортная, производственная, информационная, распределительная). анализ и оптимизация на примере конкретного предприятия	27
Практическая работа № 6. Организация торговой группы помещений	33
Практическая работа № 7. Оптимизация организации обслуживания сосредоточенных контингентов питающихся	35
Практическая работа № 8. Методы анализа и прогнозирование потребностей потенциальных потребителей продукции предприятий. оценка конкурентоспособности предприятий общественного питания	39
Практическая работа № 9. Современные методы контроля качества продукции. Классификация	46
Практическая работа № 10. Практическое применение методов контроля качества на предприятиях общественного питания	50
Список использованной литературы	53

ВВЕДЕНИЕ

Цель освоения дисциплины:

- формирование у обучающихся способности анализировать и применять методы оптимизации технологических процессов общественного питания;
- получение систематизированных знаний о методах оптимизации технологических процессов общественного питания;
- формирование у обучающихся способностей активно и творчески применять полученные знания, умения и навыки для успешной профессиональной деятельности.

Задачи:

- сформировать у обучающихся представления о современном состоянии и основных направлениях развития методов оптимизации технологических процессов общественного питания; системах контроля производственного процесса и методах прогнозирования его эффективности; системах контроля качества и безопасности продукции производства; методах оценки рисков в области снабжения, хранения и движения запасов и продукции, обеспечения качества и безопасности продукции производства;
- ознакомление с методами оптимизации технологических процессов общественного питания; требованиями к документообороту на предприятии; приоритетами в области управления производственным процессом; системами контроля производственного процесса и прогнозирования его эффективности; системами качества и безопасности продукции производства; методами оценки рисков в области снабжения, хранения и движения запасов продукции, обеспечения качества и безопасности продукции производства;
- приобретение умений разрабатывать эффективную стратегию и политику предприятия; выбирать методы оптимизации технологических процессов общественного питания, обосновывая свой выбор.

Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. Определяет приоритеты своей профессиональной деятельности, выстраивая и реализовывая траекторию саморазвития.
	УК-6.2. Использует личностный потенциал в социальной среде для достижения поставленных целей в профессиональной деятельности.
	УК-6.3. Несет ответственность за принимаемые решения, учитывает правовые и культурные аспекты, обеспечивая устойчивое развитие при ведении профессиональной деятельности

ПК-2 – Способен создавать математические модели, позволяющие исследовать и оптимизировать параметры технологического процесса производства для улучшения качества продукции общественного питания	ПК-2.1. Проводит прикладные научные исследования, обрабатывает результаты, используя их в профессиональной среде для улучшения качества продукции общественного питания.
	ПК-2.3. Умеет использовать современные программные продукты для сбора и анализа данных.
	ПК-2.5. Адаптирует современные версии систем управления качества конкретным условиям производства продукции питания на основе международных стандартов
ПК-3 – способен использовать свойства пищевого сырья для придания продукции общественного питания заданного функционального состава с учетом норм физиологических потребностей населения	2. ПК-3.3. Использует методы проведения стандартных испытаний по определению показателей качества и безопасности сырья и готовой продукции питания
	ПК-3.4. Ставит конкретные задачи по контролю свойств сырья, полуфабрикатов и готовых изделий продукции общественного питания.
	ПК-3.4. Ставит конкретные задачи по контролю свойств сырья, полуфабрикатов и готовых изделий продукции общественного питания.
ПК-4 – Способен подбирать технологическое оборудование для совершенствования и оптимизации технологических процессов производства продукции общественного питания	ПК-4.1. Подбирает технологическое оборудование, организует рабочие места для совершенствования и оптимизации технологических процессов производства продукции общественного питания.
	ПК-4.2. Владеет навыками эксплуатации различных видов технологического оборудования в соответствии с требованиями техники безопасности.
	ПК-4.4. Выполняет основные расчеты и составляет необходимую техническую документацию по подбору технологического оборудования.

Дисциплина «Оптимизация технологических процессов общественного питания» входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Пререквизиты дисциплины:

Дисциплина базируется на курсе дисциплин: «Современные проблемы науки в пищевой промышленности», «Методология исследовательской деятельности в пищевых производствах».

Постреквизиты дисциплины:

Знания, полученные в результате изучения данной дисциплины, будут востребованы при изучении таких дисциплин как: «Высокотехнологичные производства продуктов питания», написании выпускных квалификационных работ и прохождении преддипломной практики.

Общий объем дисциплины «Оптимизация технологических процессов общественного питания» составляет 4 з.е. Распределение объема работ по видам занятий приведено ниже.

Курс	Семестр	Общий объем, ЗЕ (ч)	Контактная работа, ч			Самостоятельная работа, ч	Контроль	Реферат, РГЗ, контр. работа, коллоквиум	Курсовой проект (работа)	Зачет (семестр)	Экзамен (семестр)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия						
Очная форма обучения											
2	3	4 (144)	18	36	-	54	36	-	КП	-	3
Заочная форма обучения											
2	3	2 (72)	4	6	-	62		-	-	-	-
2	4	2 (72)	-	4	-	59	9	-	КП	-	4

Структура дисциплины «Оптимизации технологических процессов общественного питания»

Названия содержательных разделов и тем учебной дисциплины	Количество часов												Форма текущего контроля
	Очная						Заочная						
	Объем в ЗЕ (часах)	в том числе					Объе м в ЗЕ (часа х)	в том числе					
		лек.	пр.	лаб.	инд.	СРС		лек.	пр.	лаб.	инд.	СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	Семестр 3						Семестр 3						
Раздел 1. Организационно-правовые и законодательные нормы хозяйствования предприятий общественного питания. Система патентно-лицензионной деятельности													
Тема 1.1. Государственное регулирование деятельности предприятий общественного питания	10	3	4			3	35	2	2			31	Тестирование по разделу, отчет по практической работе
Тема 1.2. Параметры оптимизации форм организации предприятий питания для малого бизнеса	14	3	8			3	37	2	4			31	Отчет по практической работе
Всего по разделу 1	24	6	12			6	72	4	6			62	
							Семестр 4						
Раздел 2. Оптимизация технологических процессов производства													
Тема 2.1. Роль и сущность инновационного развития производства. Понятие оптимизация процессов	21	6	12			3	6		2			4	Тестирование по разделу, отчет по практической работе

Названия содержательных разделов и тем учебной дисциплины	Количество часов												Форма текущего контроля
	Очная						Заочная						
	Объем в ЗЕ (часах)	в том числе					Объе м в ЗЕ (часа х)	в том числе					
		лек.	пр.	лаб.	инд.	СРС		лек.	пр.	лаб.	инд.	СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
производства													
Тема 2.2. Инновационные методы управления и контроля производством продуктов питания Использование сетевых технологий в производстве и бизнесе	3					3	4					4	Тестирование по разделу
Всего по разделу 2	24	6	12			6	10		2			8	
Раздел 3. Научные исследования в области оптимизации технологических процессов общественного питания													
Тема 3.1. Теоретические и практические основы организации и управления производством продуктов питания и научно- исследовательскими работами	21	6	12			3	9		2			7	Тестирование по разделу, отчет по практической работе
Тема 3.2. Методы анализа и прогнозирование потребностей потенциальных потребителей продукции предприятий	3					3	8					8	
Всего по разделу 3	24	6	12			6	17		2			15	
КП	36					36						36	
Подготовка к текущему контролю (экзамен)	36					36	9					9	
Всего за семестр	144	18	36	-	-	54	72	-	4	-	-	68	
Всего часов	144	18	36	-	-	54	144	6	10	-	-	130	

Практическая работа № 1

ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Цель работы: ознакомиться с особенностями и основными правилами работы предприятий общественного питания.

Теоретическая часть

Предприятие общественного питания (предприятие питания) – это объект хозяйственной деятельности, предназначенный для изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и покупных товаров (в т.ч. пищевых продуктов промышленного изготовления), как на месте изготовления, так и вне его по заказам, а также для оказания разнообразных дополнительных услуг, в том числе по организации досуга потребителей (ГОСТ 30602-97/ГОСТ Р50647-94 Общественное питание. Термины и определения).

В предприятиях общественного питания товаром является услуга. Согласно Ф. Котлеру товар – это физические объекты, услуги, любые символические частности и обстоятельства, т.е. все, что может удовлетворить нужды, потребности, принести выгоду покупателю. Последний покупает не только товар как физический объект, но и услуги, сопутствующие продаже или предоставляемые вместе с товаром. Например, бисквитное пирожное – это не только изделие, состоящее из муки, сахара, яиц, крема, но и средство удовлетворения чувства голода, а также покрытия затрат энергии.

Товары материальны, услуги абстрактны. Услуги определяются как действия, выгоды или удовлетворение, которые предлагаются для продажи как таковые или предоставляются в связи с продажей товаров.

Таким образом, понятие товар включает в себя:

- фактический товар (в вещественной форме) или услуги как таковые;
- потребляемые услуги (установка-процесс), техническое обслуживание;
- приобретаемые услуги (размещение, информация, поставка, кредит, т.е. то, что содействует покупке других товаров);
- сопутствующие услуги (приемы продвижения товара, стимулирование сбыта, предоставляемые как «бесплатные» услуги).

Товарный ассортимент – группа товаров, тесно связанных между собой хотя бы по одному из нижеперечисленных признаков: ассоциированное применение (степень функционирования), общая потребительская группа, общий канал распределения, сходный диапазон цен.

Товарная политика – совокупность составных элементов, обеспечивающих организации оптимальное продвижение товаров до потребителя. Согласно ИСО 9000-01 потребитель – физическое или юридическое лицо, приобретающее товары или услуги.

Основными характеристиками (элементами) товарной политики предприятия общественного питания являются:

- ассортиментная политика (товарная номенклатура);
- качественная (технологическая) политика;
- ценовая политика;
- сбытовая политика;
- информационная политика (коммуникативная).

Товарная номенклатура – совокупность всех ассортиментных групп товаров и товарных единиц, предлагаемых для продажи. Ассортиментная политика предприятия имеет целью удовлетворение потребностей населения и получение прибыли за счет формирования ассортимента. Показателями ассортимента являются:

- широта (ширина) – общая численность различных ассортиментных групп;
- глубина – число вариантов (видов) каждого отдельного товара в рамках одной ассортиментной группы;
- насыщенность – общее число наименований товаров;
- сопоставимость (гармоничность) – степень близости (соотношение) между товарами различных ассортиментных групп с точки зрения конечного использования, каналов распределения, цен и иных показателей.

Предприятия общественного питания (индустрии питания) оказывают специфические услуги по удовлетворению потребностей посетителей: основные (услуги питания) и дополнительные (услуги по изготовлению продукции общественного питания; услуги по организации потребления продукции общественного питания и обслуживанию; услуги по реализации продукции общественного питания и покупных товаров; услуги по организации досуга, в том числе развлекательные; информационно-консультационные (консалтинговые) услуги; прочие услуги общественного питания.

Услуги характеризуются неосязаемостью, неотделимостью от источника, непостоянством качества и несохраняемостью и должны отвечать следующим общим требованиям

- социальной адресности;
- функциональной пригодности;
- безопасности;
- эргономичности;
- эстетичности;
- информативности;
- гибкости.

Потребители оценивают качество услуг по критериям:

- надежность (определяет способность предприятия выполнить обещанную услугу точно и аккуратно);
- доступность (характеризует возможность получения потребителем услуги без длительного ожидания);
- безопасность (оценивает, не подвергает ли данная услуга потребителя опасности или риску, не является ли сомнительной);

- доверие (показывает, насколько можно доверять лицам, оказывающим услугу);
- понимание клиента (направленные на то, чтобы узнать своих посетителей и понять их потребности).

Предприятия общественного питания имеют специфические особенности (в отличие от предприятий пищевой промышленности):

- сочетание трех функций: производство кулинарной продукции, ее реализация и (или) организация потребления;
- число и уровень предоставляемых услуг;
- небольшая производственная мощность;
- широкий ассортимент кулинарной продукции и ограниченные сроки ее хранения;
- определенный профессионально-квалификационный состав персонала;
- характер организации производственного процесса (на сырье, полуфабрикатах, полуфабрикатах высокой степени готовности);
- месторасположение предприятия;
- режим работы предприятия, который зависит от специфики обслуживаемого контингента потребителей (ограниченный, круглосуточный);
- технология производства кулинарной продукции с учетом специфики обслуживаемого контингента потребителей;
- принцип размещения (отдельно стоящее, встроенное, пристроенное).

Основанием для функционирования предприятия является наличие лицензии либо свидетельства о государственной регистрации.

Основными принципами размещения предприятий общественного питания являются:

- максимальное приближение к обслуживаемому контингенту потребителей;
- учет особенностей градостроительства;
- зона пешеходной доступности (время нахождения в пути до предприятия);
- радиус действия.

Общие требования, предъявляемые к предприятиям общественного питания:

- обеспечение безопасности жизни и здоровья потребителей и сохранность их имущества, а также соблюдение действующих правил оказания услуг общественного питания;
- выполнение требований нормативных правовых актов Российской Федерации и нормативных документов федеральных органов исполнительной власти;
- наличие удобных подъездных путей и пешеходных доступов к входу, необходимых справочно-информационных указателей;
- благоустройство и освещение в темное время суток территории, прилегающей к предприятию;

- наличие аварийных выходов, лестниц, инструкций о действиях в аварийной ситуации, а также хорошо заметных информационных указателей, обеспечивающих свободную ориентацию потребителей как в обычной, так и в чрезвычайной ситуации;

- оснащение инженерными системами и оборудованием, обеспечивающими необходимый уровень комфорта, в том числе искусственное и естественное освещение, горячее и холодное водоснабжение, канализационная, отопительная, вентиляционная системы, телефонная связь;

- при размещении предприятий общественного питания в жилых зданиях соответствие помещений требованиям строительных правил по уровню шума, вибрации и требованиям звукоизоляции. Предприятия общественного питания, занимающие часть жилого здания, должны быть оборудованы отдельным входом (выходом);

- доведение до сведения потребителей в наглядной и доступной форме достоверной информации об оказываемых услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора, в том числе: фирменное наименование (наименование) организации, место ее нахождения (адрес), тип, класс и режим работы, размещая указанную информацию на вывеске и в других местах, удобных для ознакомления потребителей

- наличие на строящихся и реконструируемых предприятиях общественного питания для обслуживания инвалидов наклонных пандусов у входных дверей для проезда инвалидов колясок, лифтов, площадок для разворота инвалидной коляски в залах, специально оборудованных туалетных комнат согласно действующим строительным нормам и правилам;

- обеспечение стилевого единства интерьера зала, мебели и сервировки столов или отражение специализации предприятия общественного питания (тематическая или национальная направленность);

- персонал должен уметь создать на предприятии атмосферу гостеприимства, в отношении потребителей проявлять доброжелательность и терпение, быть выдержанным, обладать способностью избегать конфликтных ситуаций;

- производственный и обслуживающий персонал должен иметь соответствующую специальную подготовку и обеспечивать соблюдение санитарных требований и правил личной гигиены при производстве, хранении, реализации и организации потребления кулинарной продукции;

- на территории, прилегающей к предприятию и доступной для потребителей, не допускается:

- проведение погрузочно-разгрузочных работ;
- складирование тары;
- размещение контейнеров с мусором;
- сжигание мусора, порожней тары, отходов;

- вход в предприятие должен обеспечивать одновременное движение двух встречных потоков потребителей на вход и выход. В предприятиях с

количеством мест в залах более 50 должны быть предусмотрены отдельные входы и лестницы для потребителей и персонала;

- каждая партия продукции, реализуемая вне зала предприятия, должна иметь сопроводительный документ - удостоверение качества, утвержденное руководителем и содержащее информацию: наименование предприятия-изготовителя; ссылка на документ, в соответствии с которым выработана продукция; дата изготовления; срок хранения (сроки хранения являются сроками годности и включают в себя время с момента окончания технологического процесса, время транспортирования, хранения и реализации); масса и цена упаковочной единицы и т.д.

В случае продажи товара с недостатками, не оговоренными продавцом, потребитель имеет право:

- заменить товар;
- добиться снижения стоимости товара на выявленный дефект;
- потребовать возмещения ему оплаченной суммы;
- потребовать устранить выявленный недостаток, если это возможно.

Практическая часть

Обучающиеся должны изучить законодательную и нормативную базу, действующую в отрасли; ознакомиться с основными правилами работы, сформулировать особенности функционирования предприятий отрасли. Защита практической работы проходит в формате «круглого стола», собеседования.

Кроме этого, необходимо письменно ответить на контрольные вопросы.

Контрольные вопросы

1. В чем заключается социально-экономическое значение общественного питания?
2. В чем специфика предприятий общественного питания?
3. Что понимают под товаром в общественном питании?
4. Что понимают под термином «услуга»?
5. Какие услуги относят к основным, дополнительным?
6. Какой документ определяет товарный профиль и специализацию предприятия?
7. Кто может контролировать деятельность предприятий питания?
8. Где содержатся требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов?
9. Права потребителей в случае реализации кулинарной продукции с отклонениями по качеству?
10. Что влияет на режим работы предприятия?
11. Содержание вывески предприятия?
12. Виды документации в сфере услуг питания?
13. Что понимают под широтой и глубиной ассортимента?
14. В чем заключается гармоничность товарного ассортимента?
15. В каком документе содержатся сроки хранения продукции?

Практическая работа № 2

КЛАССИФИКАЦИЯ И КОНЦЕПЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Цель работы: ознакомиться с классификацией и особенностями концепции деятельности предприятий общественного питания разных типов и форматов.

Теоретическая часть

Согласно, Услуги общественного питания, Классификация предприятий выделяют следующие типы предприятий общественного питания: ресторан, бар, кафе, столовая, летнее кафе, закусочная, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, кофейня, магазин кулинарии, чайхана, комбинат школьного питания, школьная базовая столовая. При этом рестораны и бары подразделяются на классы: люкс, высший, первый.

Признаки классификации предприятий общественного питания:

- функциональное назначение (сочетающие функции производства, реализации и организации потребления кулинарной продукции и покупных товаров; осуществляющие централизованное производство полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий; сочетающие функции производства и реализации кулинарной продукции; осуществляющие реализацию полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий);
- технологическая стадия обработки сырья (заготовочные и доготовочные);
- способ производства кулинарной продукции (ручное, механизированное, поточное, автоматизированное);
- ассортимент кулинарной продукции (широкий, узкий);
- метод обслуживания (официантами, барменом, самообслуживание, за буфетной стойкой);
- предоставляемые услуги (основные дополнительные);
- частота потребительского спроса (постоянный, переменный);
- вид питания (традиционное, диетическое, лечебно-профилактическое, детское и т.д.);
- место нахождения предприятия;
- обслуживаемый контингент посетителей;
- период функционирования (круглогодичного действия, сезонные);
- степень мобильности (стационарные, передвижные).

При определении типа предприятия общественного питания учитывают следующие факторы:

- ассортимент реализуемой кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий, их разнообразие и сложность изготовления;
- техническую оснащенность (материальную базу, инженерно-техническое оснащение и оборудование, состав помещений, архитектурно-планировочное решение и т.д.);

- методы и формы обслуживания;
- время обслуживания потребителей (время ожидания, предоставления и потребления услуги);
- профессиональную подготовку и уровень квалификации персонала;
- условия обслуживания (комфортность зала, мебели, этику персонала, эстетику оформления, интерьер и т.д.).

В последнее время, для реализации данных стратегий, принято начинать работу по открытию ресторана с проведения маркетингового исследования. Оно делается для того, чтобы определить, какой тип заведения будет наиболее эффективен с финансовой точки зрения в конкретном случае.

На основе анализа собранной информации формируется одно или несколько наиболее подходящих вариантов концептуальных решений. Оптимальным вариантом оформления таких решений является разработка концепции будущего ресторана.

Концепция – это пошаговая инструкция создания ресторана как бизнеса, с подробной разработкой всех его составляющих.

Концепция раскрывает ресторанный идею, описывает все составляющие деятельности ресторана, фактически является подробнейшим техническим заданием на разработку технологических цепочек, дизайнерских решений, торговой марки, стратегии позиционирования, меню, маркетинговых и рекламных программ по привлечению и удержанию клиентов и других составляющих деятельности. Создание концепции позволяет рассматривать ресторан с точки зрения единой маркетинговой системы, осуществляющей продажи, где все системы ресторана выполнены в соответствии с единой стратегией, определяемой концепцией.

В концепции ресторана, равно как и другого типа предприятия общественного питания, должны быть отражены следующие аспекты:

- цель проекта (открытие нового заведения или реконструкция действующего);
- размещение (отдельно стоящее здание, помещение в жилом или офисном здании, мультикомплекс, фудкорт в торговом, торгово-развлекательном либо развлекательном комплексе);
- вместимость предприятия (число посадочных мест),
- количество залов;
- общая площадь предприятия, в том числе площадь, торгового зала и производственных помещений;
- целевая аудитория (социальные группы потенциальных потребителей, цель посещения заведения, пол, возраст, покупательная способность, предпочтения по цене);
- формат заведения (fast food – «быстрая еда», casual dining – «повседневная еда», fine dining – «изысканная еда»);
- сегмент (эконом – класс, демократический класс, премиум сегмент);
- экстерьер и интерьер заведения;

- технология (традиционная, традиционная с элементами новизны, авторская, инновационная);
- кухня (аутентичная, смешанная, на монопродукте или монопродуктной линейке);
- организация производственного процесса (на сырье, на полуфабрикатах, на сырье и полуфабрикатах, на полуфабрикатах высокой степени готовности, часть продукции изготавливается сторонними организациями на условиях аутсорсинга);
- специальные предложения (бизнес ланч со свободным выбором блюд или комплексный обед; детское и взрослое меню; винная, пивная, чайная, кофейная или коктейльная карта; скидки в определенные часы; живая музыка; организация и проведение развлекательных мероприятий; еда на вынос, камин, кальян; охраняемая бесплатная парковка; детская комната);
- способ оплаты (наличными или кредитными картами);
- метод обслуживания (самообслуживание, обслуживание официантами, комбинированный, через барную, буфетную стойку);
- форма обслуживания (шведский стол, открытая кухня, банкеты);
- способ подачи блюд;
- профессионально-квалификационный состав персонала;
- средний чек (стоимость бизнес ланча со свободным выбором блюд или комплекса, блюд основного меню, напитков из прейскуранта или винной карты, минимальная стоимость заказа банкета);
- ассортимент продукции собственного производства и покупных товаров (насыщенность меню, гармоничность, ширина и глубина товара);
- режим работы (общий, по дням недели);
- виды и средства рекламы;
- направления стимулирования продаж.

Разработать детальную концепцию ресторана – значит, еще раз проверить состоятельность ресторанной идеи, сформировать целостное представление о деятельности всех служб.

Оформленная концепция позволяет получить на выходе именно тот продукт в виде готового ресторана, который задуман, координировать работу всех участников процесса создания ресторана – от проектировщиков до дизайнеров и поставщиков оборудования.

Практическая часть

Обучающиеся выбирают любой тип и формат предприятия общественного питания, разрабатывают его концепцию. Защита практической работы проходит в формате презентации и круглого стола.

Темы заданий

1. Рыбный ресторан.
2. Ресторан быстрого питания.
3. Ресторан ориентальной кухни (японской, русской, итальянской и т.д.).

4. Кафе молодежное, детское.
5. Кафе специализированные (кондитерская, мороженое, молочное, фитнес и т.д.).
6. Бары (гриль, коктейль, винный, десертный, молочный, салатный, суши, кофейный и т.д.).
7. Кофейня.
8. Столовые (при промышленном предприятии, лечебно-профилактического и диетического питания, школьные, при учебных заведениях).
9. Комбинат школьного питания.
10. Магазин – кулинария.
11. Закусочные специализированные (бутербродная, шашлычная,пельменная, пирожковая и т.д.).
12. Пиццерия.
13. Буфеты.
14. Пивной ресторан.
15. Ресторан кавказской кухни.
16. Бары (диско, спорт, пул, лобби, лаунж и т.д.).

Контрольные вопросы

1. Основные элементы концепции?
 2. Особенности ресторанных концепций?
 3. В чем отличие концепции кофейни?
 4. В чем специфика концепции бара как типа предприятия питания?
 5. Какие признаки положены в основу классификации предприятий общественного питания?
 6. Какие типы предприятий общественного питания подразделяют на классы?
 7. Что значит термин «класс предприятия общественного питания»?
 8. Как классифицируют предприятия общественного питания по уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг?
 9. Классификация предприятий общественного питания по характеру организации их деятельности?
 10. Типы ресторанных заведений по уровню кухни и обслуживания?
 11. Типы ресторанных заведений по тематике и типу основного продукта?
 12. В чем заключаются преимущества сетевого бизнеса?
 13. Особенности концепции специализированных закусочных?
 14. Особенности концепции магазина (отдела) кулинарии?
 15. Какие предприятия и почему считаются заготовочными?
 16. В чем специфика заготовочных предприятий?
 17. В чем специфика доготовочных предприятий?
 18. Миссия коммерческих и некоммерческих предприятий общественного питания?
 19. Особенности предприятий питания некоммерческой сети?
 20. Каковы мотивы посещения предприятий разных типов и форматов?
- Что понимают под термином «формат» предприятия питания?

Практическая работа № 3

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПРОЦЕСС И ЕГО СТРУКТУРА

Цель работы: ознакомиться с видами, типами, принципами и эффективными формами организации производственных процессов на предприятиях общественного питания.

Теоретическая часть

Главной задачей организации производства на предприятии является обеспечение эффективности его деятельности. Среди частных задач выделяют:

- выбор организационно-правовой формы деятельности;
- разработка товарной политики предприятия;
- определение мощности предприятия;
- выбор типа и структуры производства;
- разработка производственной структуры предприятия;
- выбор эффективной формы организации производства;
- организация основного и вспомогательного производства;
- организация рабочих мест;
- установление необходимой пропорциональности, непрерывности и ритмичности производственного процесса.

Технологический (производственный) процесс в общественном питании означает изменение физических, химических, структурно-механических, микробиологических, органолептических свойств и характеристик сырья, компонентов, материалов при изготовлении продукции.

Элементы производственного процесса:

- предметы труда (сырье, материалы, полуфабрикаты);
- средства (орудия) труда (машины, оборудование, инвентарь, мебель, посуда, тара, транспорт);
- персонал.

Технологический процесс на предприятиях общественного питания состоит из стадий и операций.

Основные стадии: приемка и кратковременное хранение сырья (полуфабрикатов), механическая кулинарная обработка, тепловая кулинарная обработка, упаковка кулинарной продукции, ее маркировка, кратковременное хранение, реализация и организация потребления.

Исходя из стадий технологического процесса, выделяют основное, вспомогательное и побочное производство. Основное производство включает цехи (заготовочные, доготовочные и специализированные), отделения, участки, рабочие места.

Производственная структура предприятия представляет собой состав цехов и порядок их кооперирования (взаимодействия). При ее выборе должны быть учтены следующие факторы:

- ассортимент выпускаемой продукции;
- методы производства продукции;
- объемы выпуска продукции;
- трудоемкость продукции;
- характер производственного процесса;
- размеры предприятия;
- территориальное размещение предприятия;
- техническая оснащенность производства;
- уровень специализации и кооперирования;
- количество видов перерабатываемого сырья;
- специфика рабочей силы (профессионально-квалификационный состав)

и т.д.

Исходя из особенностей организации работы предприятия, выделяют цеховую и бес цеховую структуру производства. В предприятиях общественного питания общедоступной сети применяется преимущественно бес цеховая структура производства.

Цеховая структура применяется на заготовочных предприятиях. Ее основными характеристиками являются: наличие начальника цеха, наличие плана, документальное оформление перемещения сырья, полуфабрикатов и готовой продукции.

Вспомогательное производство осуществляет материально-техническое обслуживание основного производства. В его составе: складская группа помещений (охлаждаемые и неохлаждаемые), тарное хозяйство, системы жизнеобеспечения (водоснабжение, электроснабжение, канализование, холодоснабжение и т.п.), моечные столовой, кухонной посуды, тары и инвентаря, метрологическая служба, служба контроля, транспортно-экспедиционное хозяйство, диспетчерская и т.д.

Побочное производство может быть связано, например, с выработкой крахмала при больших объемах переработки картофеля, сбором пищевого жира при переработке мясного сырья.

Производственный процесс делится на части – производственные операции, которые выполняются на одном рабочем месте с помощью одних и тех же средств труда, с одним и тем же предметом труда. Изменение одного из этих элементов свидетельствует о начале другой операции.

Производственный участок – это часть цеха или предприятия, где осуществляют законченную стадию производственного процесса, в результате которого предмет труда переходит в другое качественное состояние, приобретает новые полезные свойства.

Например, в составе горячего отделения кулинарного цеха могут быть выделены следующие участки: варки; жарки, тушения и запекания; пассерования и тушения овощей; приготовления голубцов, блинчиков, гамбургеров, запеканок, котлет, полуфабрикатов и т.д.

В отделении замеса теста, разделки и выпечки в составе кондитерского цеха выделяют участки по приготовлению полуфабрикатов и готовых мучных

хлебобулочных и кондитерских изделий из разных видов теста: песочного, дрожжевого, слоеного, бисквитного, заварного и т.д.

В холодном цехе организуют участки по приготовлению закусок из мяса, субпродуктов, рыбы, грибов, салатов из сырых и вареных овощей, сладких блюд, напитков, нарезке гастрономических продуктов, порционирования кисломолочной продукции и т.п.

В цехах, отделениях, на производственных участках организуют рабочие места. Рабочее место - это часть производственного подразделения, где работник или группа работников выполняют операцию или комплекс операций, связанных с определенной стадией производственного процесса.

Рабочее место ограничивается производственной площадью помещения, на которой расположены необходимые предметы и средства труда.

Признаки классификации рабочих мест:

- способу выполнения операций - ручные, частично механизированные, механизированные, автоматизированные;

- количеству занятых мест – индивидуальные и групповые (коллективные);

- характеру движения (мобильности) - стационарные и передвижные;

- уровню специализации - специализированные и универсальные.

При организации конкретного рабочего места следует:

- обеспечить оптимальную площадь в зоне рабочего места для достаточно удобного и безопасного использования средств труда;

- создать возможность работать сидя;

- рационально расположить средства управления механизмами, оборудованием, другими подразделениями предприятия, что дает возможность пользоваться ими, не уходя с рабочего места и быстро реагировать на нестандартные ситуации (например, оперативно отключить машину или аппарат);

- учесть при техническом оснащении требования эргономики, принимая во внимание антропометрические данные конкретного работника (рост, вес), его натренированность, быстроту реакции и т.д.;

- размещать инструменты, инвентарь, оборудование таким образом, чтобы технологический процесс осуществлялся с минимальными затратами времени и движений, избегая неудобного расположения корпуса и по возможности, не прерывая процесса труда;

- соблюдать требования системы государственных стандартов по охране и безопасности труда, правилам санитарии и гигиены, электро- и пожаробезопасности.

От уровня организации рабочих мест, обоснованного определения их количества и специализации, согласования их работы по времени, рациональности расположения по производственной площади зависят конечные результаты работы предприятия.

Практическая часть

Обучающиеся разрабатывают организацию производственного процесса для заданного типа предприятия согласно темам практической работы № 2 (выбирают и обосновывают тип производства, производственную структуру, рассчитывают производственную мощность). Защита практической работы проходит в формате презентации и круглого стола.

Контрольные вопросы

1. Элементы производственного процесса?
2. Виды производственных процессов на предприятиях общественного питания?
3. Основные стадии технологического процесса?
4. Признаки классификации рабочих мест?
5. Общие требования к организации рабочих мест?
6. В чем заключается прямоточность производственного процесса?
7. Как можно обеспечить непрерывность производственного процесса?
8. Что предполагает пропорциональность производственного процесса?
9. Как обеспечивается ритмичность производственного процесса?
10. Что означает параллельность производственного процесса?
11. Преимущества и недостатки единичного типа производства?
12. Преимущества и недостатки партионного (серийного) типа производства?
13. Преимущества и недостатки массового типа производства?
14. Сущность комбинирования как форм организации производства?
15. Виды кооперирования в общественном питании?

Практическая работа № 4

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОСНОВНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Цель работы: изучить организацию работы заготовочных, доготовочных и специализированных цехов, нормы труда и методы их установления.

Теоретическая часть

Предприятия общественного питания по характеру организации производства подразделяют на предприятия с полным и неполным технологическим процессом (циклом). На предприятиях с полным технологическим процессом выполняются все стадии и операции, начиная с приемки и хранения сырья и заканчивая реализацией кулинарной продукции и организацией ее потребления. Предприятия с неполным технологическим циклом работают на полуфабрикатах разной степени готовности.

В предприятиях общественного питания цехи в зависимости от видов перерабатываемого сырья, ассортимента и объемов вырабатываемой продукции, а также характера организации производственного процесса подразделяют на заготовочные (мясной, рыбный, мясо-рыбный, овощной, цех холодной доработки полуфабрикатов, цех обработки зелени,пельменный), доготовочные (холодный, горячий) и специализированные (мучной, кондитерский, кулинарный).

В заготовочных цехах производят механическую кулинарную обработку мяса, рыбы, птицы, овощей и выработку полуфабрикатов для снабжения ими производства своего предприятия, а также филиалов, магазинов кулинарии, мелкорозничной сети и т.д.

В небольших доготовочных предприятиях для обработки мяса, рыбы и птицы организуют один мясо-рыбный цех, в котором предусматривают линию обработки мяса и птицы и линию обработки рыбы с соответствующим набором механического, немеханического и холодильного оборудования.

В цехе холодной доработки полуфабрикатов (другое название – доготовочный цех) при небольших объемах производства и узком ассортименте возможна организация одного рабочего места при соблюдении последовательности выполнения операций, их продолжительности, сроков и условий хранения, а также правил санитарии и гигиены.

При составлении графиков выхода на работу за основу принимают режим работы предприятия, ассортимент и объемы продукции, распределение объема работ в течение дня, необходимое число работников.

Режим работы заготовочных цехов зависит от типа предприятия, объемов производства и способа реализации полуфабрикатов. Цехи, обеспечивающие полуфабрикатами только свое предприятие, работают, как правило, в одну (дневную смену). Изготовители пищевых полуфабрикатов выходят на работу по линейному графику, предусматривающему одновременный приход и уход всех исполнителей.

При организации выпуска продукции на крупных предприятиях (фабрики-кухни, фабрики-заготовочные, специализированные цехи и т.п.) с

применением такого графика выхода на работу обеспечивается полная и равномерная загрузка работников в течение смены.

Достоинством данного графика является одинаковая степень ответственности всех членов бригады из-за неизменности ее состава в течение смены. Однако в предприятиях с непостоянной загрузкой зала применение линейного графика не позволяет обеспечить полную и постоянную нагрузку работников в течение дня, приводя к перенапряжению в одни часы и к простоям - в другие.

В крупных цехах заготовочных предприятий работа организуется в две или три смены в зависимости от ассортимента продукции, сроков ее хранения и графиков поставок в доготовочные предприятия. Например, для работников мясного цеха при цеховой структуре производства можно применить линейный график, когда первая бригада (смена) будет производить кулинарную разделку туш, а вторая - готовить полуфабрикаты.

Производительность труда производственного персонала заготовочных цехов (поваров, изготовителей пищевых полуфабрикатов, обвальщиков мяса, составителей фаршей и т.п.) выражается нормой выработки, под которой понимают количество продукции, вырабатываемое в единицу времени.

Режим работы доготовочных цехов в предприятиях общественного питания зависит от ассортимента продукции, объемов производства, времени работы торговых залов. Исполнители выходят на работу либо по линейному графику, либо – по ступенчатому. Выбор графика зависит от режима работы предприятия и зала. Основная цель при этом – обеспечение бесперебойной работы раздачи путем наличия оптимального количества исполнителей в часы максимальной загрузки зала.

При определении требуемого количества работников доготовочных цехов применяют норму времени, под которой понимают время, необходимое для выработки единицы продукции.

Ступенчатый график выхода на работу применяют и в специализированных цехах. Так, например, в кондитерском или хлебобулочном производстве одни работники (пекари, кулинары мучных изделий, повара, кондитеры) с утра осуществляют замес теста и приготовление полуфабрикатов, а максимальное количество работников выходит несколько позже для фасовки, выпечки полуфабрикатов и отделки готовых изделий. Число работников при этом рассчитывают по норме выработки.

Двухбригадный график предусматривает организацию на предприятии двух одинаково укомплектованных по численности и квалификации работников бригад, каждая из которых работает через день (два или более, исходя из продолжительности рабочего дня).

Данный способ выхода на работу применяется на крупных предприятиях с удлиненным рабочим днем (1,5-2 смены), для работников с материальной ответственностью (поваров, бригадиров), уборщиков производственных и торговых помещений, мойщиков столовой и кухонной посуды и т.д.

Двухбригадный график обеспечивает постоянство состава бригады во время работы, что позволяет повысить ответственность работников за

выполнение задания. Однако при этом допускается неравномерная загрузка работников на протяжении рабочего дня, удлиняется рабочий день, что может вызвать утомление работника, снижение производительности труда и качества продукции.

Эффективность организации производства зависит от правильного расчета и подбора оборудования. На выбор видов, типов и количества оборудования на основном производстве влияют тип предприятия, тип производства, ассортимент и объемы вырабатываемой продукции, сроки и условия ее хранения, интенсивность потока потребителей, а также спрос.

Из методов установления норм труда на предприятиях общественного питания используются: фотография рабочего дня, хронометраж, метод моментных наблюдений, фотохронометраж. На предприятиях общественного питания с целью эффективной организации и рационализации рабочих мест могут разрабатываться типовые карты организации труда, которые в дальнейшем используются в процессе проведения аудита и аттестации работников.

Типовая карта организации труда на рабочих местах в цехах предприятий общественного питания содержит следующие разделы:

1. Профессии работников и характеристика выполняемых ими работ.
2. Показатели оценки технико-технологического уровня рабочих мест (оснащенность торгово-технологическим и холодильным оборудованием, необходимым инвентарем и весоизмерительными приборами).
3. Показатели оценки организационного уровня рабочих мест (рациональность планировки, прогрессивность форм организации оплаты труда и его нормирования).
4. Показатели оценки условий труда и техники безопасности (режим труда и отдыха, условия труда, соблюдение правил техники безопасности, обеспеченность спецодеждой, спецобувью и санитарными принадлежностями).

В настоящее время в цехах предприятий общественного питания для обеспечения эффективности организации производства кулинарной продукции внедряются технические и технологические инновации.

Технология Cook&Chill (англ. – готовь и охлаждай) предусматривает использование теплового оборудования и системы интенсивного охлаждения воздушного (или водяного) типа. Технологическая цепочка состоит из следующих этапов: приготовление (+90 °С), охлаждение/замораживание (+90/-18 °С), хранение (+2/-20 °С), размораживание, разогрев (+70 °С). В составе специализированного оборудования предусматриваются пароконвектоматы, оборудование для быстрого охлаждения (замораживания) – бласт-чиллеры, оборудование для размораживания продуктов Air-o-steam, шкафы для поддержания продуктов в разогретом состоянии.

Бласт-чиллеры выпускают двух модификаций:

1. чиллеры моноциклические, охлаждающие продукт до температуры 0...2 °С;
2. бласт-чиллеры двухциклические, которые могут охладить продукт до температуры 0-2°С, а могут заморозить продукт до -18 °С.

Технология CapKold подразумевает приготовление пищи в больших объемах (например, комби-котлах) с последующим быстрым охлаждением и длительным хранением в условиях низкого температурного режима. В дальнейшем предусматривается регенерация и подача блюд к столу.

Технология sous-vide («сьювид») - приготовление пищи в вакууме. Суть процесса сводится к упаковке продукта в вакуумный пакет и приготовление в воде длительное время при низких температурах. Технология «сьювид» дополненная cook&chill позволяет увеличить срок хранения готовых блюд без добавления консервантов до 5 суток без потери вкусовых свойств и энергетической ценности.

Льдомиксеры или пакоджеты. Суть работы устройства – взбивание абсолютно любого продукта, любой консистенции в однородную массу в замороженном состоянии. Конечный пастообразный продукт соответствует по консистенции сарбету.

Декарбонайзер – уникальное инновационное устройство позволяет очищать гостроемкости в течение 20 минут до полной стерильности и отполированного блеска.

Автомат для производства котлет TF-358 различной формы, бифштексов, мясных лепёшек, полуфабрикатов и другой подобной продукции из фарша мяса, птицы, рыбы, овощей или другого комбинированного фарша. Производительность до 2100 шт./ч.

Автомат для производства фрикаделек TF-238 в виде шариков (фрикаделек) из мясного, рыбного или любого другого комбинированного фарша с добавлением овощей, приправ и других компонентов. Производительность до 300 шт./мин.

Автомат для производства тефтелей TF-238 для непрерывного производства фрикаделек, тефтелей в виде шариков из мясного, рыбного или комбинированного фарша с добавлением различных приправ, овощных смесей и других составляющих. Производительность 120 - 160 шт./мин.

Применение инноваций позволяет снизить затраты электроэнергии, расход воды, жира, потери при обработке, увеличить скорость охлаждения, приготовления, повысить показатели качества кулинарной продукции, улучшить условия производства.

Так, например, применение высокочастотного дефростера обеспечивает уменьшение потерь сырья по массе, способствует сокращению времени по размораживанию мяса и рыбы в 100 раз; варка супов в котле с паровой рубашкой увеличивает в 2 раза скорость приготовления, а потребление электроэнергии при этом снижается на 50 %.

Практическая часть

Обучающиеся разрабатывают производственную программу конкретного цеха заданного типа предприятия, определяют требуемое количество и уровень квалификации персонала, виды и типы необходимого оборудования, инвентаря, составляют карту организации труда производственного персонала. Защита практической работы проходит в формате презентации, круглого стола, собеседования.

Темы заданий

1. Мучной цех пиццерии.
2. Рабочие места овощного цеха.
3. Зоны горячего цеха по приготовлению закусок, супов, бульонов, блюд, гарниров, соусов, десертов, напитков.
4. Зоны холодного цеха по приготовлению салатов, закусок из разного сырья, десертов, соусов, напитков, супов.
5. Зоны кондитерского цеха по приготовлению изделий из разного теста: песочного, бисквитного, заварного и т.д.
6. Зоны мучного цеха по приготовлению изделий из разных видов теста: дрожжевого, песочного, слоеного и т.д.
7. Отделения и зоны кулинарного цеха заготовочного предприятия (варки, жарки, тушения, запекания и т.д.).
8. Рабочие места доготовочного цеха.
9. Отделения (помещения) заготовочного кондитерского цеха.
10. Отделения (помещения) заготовочного мучного цеха.

Контрольные вопросы

1. Виды и содержание технологической документации в общественном питании?
2. Организация рабочих мест в доготовочном цехе?
3. При какой температуре в толще продукция считается охлажденной, замороженной?
4. Режимы интенсивного охлаждения, замораживания продукции?
5. Организация рабочих мест по производству полуфабрикатов из разных видов теста?
6. С какой целью проводят фиксацию рыбы?
7. Способы предотвращения потемнения картофеля?
8. Влажность в мясном цехе при быстром размораживании?
9. Условия расстойки изделий из дрожжевого теста?
10. Способы обработки кондитерских мешков?
11. Организация рабочих мест в холодном цехе?
12. В чем преимущества использования пароконвектоматов?
13. Организация рабочих мест в мучном цехе?
14. Организация рабочих мест в кулинарном цехе?
15. Организация рабочих мест в овощном цехе?

16. Виды и характеристика норм труда на предприятиях общественного питания?

17. Сущность поточности производства?

18. Виды инноваций по механической кулинарной обработке сырья, их преимущества?

19. Виды инноваций по тепловой кулинарной обработке полуфабрикатов, их преимущества?

Организация рабочих мест в кулинарном цехе?

Практическая работа № 5

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОБЛАСТИ ЛОГИСТИКИ (ЗАКУПОЧНАЯ, ТРАНСПОРТНАЯ, ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ, ИНФОРМАЦИОННАЯ, РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНАЯ). АНАЛИЗ И ОПТИМИЗАЦИЯ НА ПРИМЕРЕ КОНКРЕТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Цель работы: научиться различать функциональные области логистики, проводить анализ и оптимизацию предприятия

Задачи работы: дать характеристику функциональных областей логистики, провести анализ и оптимизацию конкретного предприятия

Описание (ход) работы:

Логистика – теория и практика управления материальными и связанными с ними информационными потоками.

Объектом логистики, как известно, является сквозной материальный поток, тем не менее на отдельных участках управление им имеет известную специфику. В соответствии с этой спецификой выполняют пять функциональных областей логистики: закупочную, производственную, распределительную, транспортную и информационную, которые подробно изучаются в следующих главах учебника. В настоящем параграфе укажем специфику каждой функциональной области и ее место в общей системе логистики.

1. В процессе обеспечения предприятия сырьем и материалами решаются задачи закупочной логистики. На этом этапе изучаются и выбираются поставщики, заключаются договоры и контролируется их исполнение, принимаются меры в случае нарушения условий поставки. Любое производственное предприятие имеет службу, которая осуществляет перечисленные функции. Логистический подход к управлению материальными потоками требует, чтобы деятельность этой службы, связанная с формированием параметров сквозного материального потока, не была обособленной, а подчинялась стратегии управления сквозным материальным потоком. В то же время задачи, решаемые в процессе доведения материального потока от складов готовой продукции поставщика до цехов предприятия — потребителя, имеют известную специфику, что явилось причиной выделения обособленного раздела логистики – закупочной логистики.

На практике границы деятельности, составляющей основное содержание закупочной логистики, определяются условиями договора с поставщиками и составом функций службы снабжения внутри предприятия.

2. В процессе управления материальным потоком внутри предприятия, создающего материальные блага или оказывающего материальные услуги, в основном решаются задачи производственной логистики. Специфика этого этапа заключается в том, что основной объем работ по проведению потока выполняется в пределах территории одного предприятия. Участники логистического процесса при этом, как правило, не вступают в товароденежные

отношения. Поток идет не в результате заключенных договоров, а в результате решений, принимаемых системой управления предприятием.

Сфера производственной логистики тесно соприкасается со сферами закупок материалов и распределения готовой продукции. Однако основной круг задач в этой области – управление материальными потоками в процессе осуществления именно производства (рис. 1).

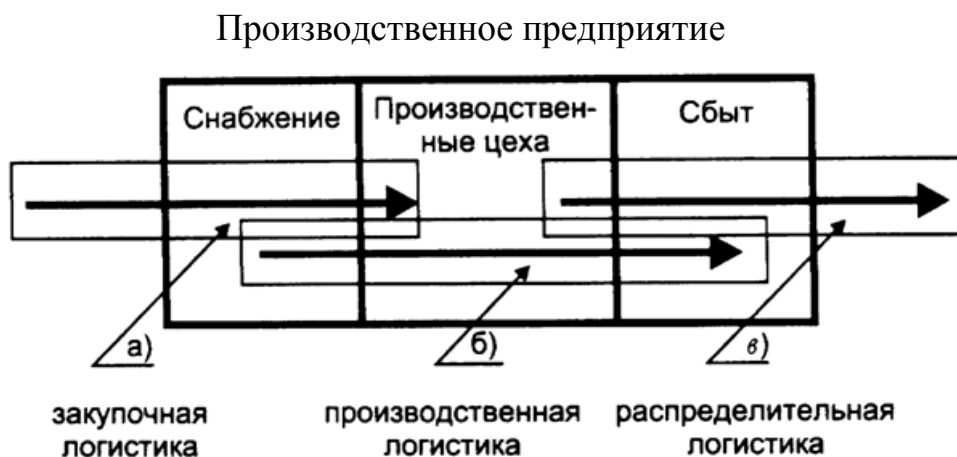


Рисунок 1 – Участки материального потока, на которых преимущественно решаются задачи закупочной, производственной и распределительной логистики

3. При управлении материальными потоками в процессе реализации готовой продукции решаются задачи распределительной логистики. Это обширный круг задач, решением которых занимаются как производственные предприятия, так и предприятия, осуществляющие торгово-посредническую деятельность. К решению этих задач имеют отношение властные структуры, так как от организации распределения существенно зависит состояние экономики региона. Например, в случае неудовлетворительной организации системы распределения продовольственных товаров в регионе положение местной власти будет нестабильным.

Реализация функции распределения на производственном предприятии иначе называется сбытом продукции. На рис. 1в показано, что в сферу внимания распределительной логистики материальный поток попадает, еще находясь в производственных цехах. Это означает, что вопросы тары и упаковки, размера изготавливаемой партии и времени, к которому эта партия должна быть изготовлена, а также много других вопросов, существенных для процесса реализации, начинают решаться на более ранних стадиях управления материальным потоком.

4. При управлении материальными потоками на транспортных участках решаются специфические задачи транспортной логистики. Совокупный объем транспортной работы, выполняемой в процессе доведения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя, можно разделить на две большие группы (примерно равные):

работа, выполняемая транспортом, принадлежащим специальным транспортным организациям (транспорт общего пользования);

работа, выполняемая собственным транспортом всех остальных (нетранспортных) предприятий.

Также, как и другие функциональные области логистики, транспортная логистика четко очерченных границ не имеет. Методы транспортной логистики применяются при организации любых перевозок. Однако приоритетным объектом изучения и управления в этом разделе является материальный поток, имеющий место в процессе перевозок транспортом общего пользования.

5. Информационная логистика. Результаты движения материальных потоков находятся в прямой связи с рациональностью организации движения информационных потоков. В последние десятилетия именно возможность эффективного управления мощными информационными потоками позволила ставить и решать задачу сквозного управления потоками материальными. Высокая значимость информационной составляющей в логистических процессах стала причиной выделения специального раздела логистики - информационной логистики. Объект исследования здесь – информационные системы, обеспечивающие управление материальными потоками, используемая микропроцессорная техника, информационные технологии и другие вопросы, связанные с организацией информационных потоков (сопряженных с материальными).

Информационная логистика тесно связана с остальными функциональными областями логистики. Этот раздел рассматривает организацию информационных потоков внутри предприятия, а также обмен информацией между различными участниками логистических процессов, находящимися на значительных расстояниях друг от друга (например, с помощью средств спутниковой связи).

6. Общественное питание является подотраслью розничной торговли. Потому рассмотрим сначала состав розничного товарооборота.

Розничный товароборот является экономическим показателем, который характеризует объем и конечный результат деятельности торговли.

К различному товарообороту относятся:

- продажа товаров населению из розничной сети за наличный расчет и в кредит;
- отпуск питания из предприятий общественного питания;
- продажа одежды, обуви, головных уборов из мастерских по индивидуальным заказам потребителей;
- продажа печатных изданий из розничной торговой сети;
- отпуск форменного обмундирования и спецодежды как из розничной сети, так и со складов МТС;
- выручка от ремонта одежды, мебели и других предметов личного потребления, выполнение предпринимателями бытового обслуживания;
- выручка за ремонт и техническое обслуживание автомашин индивидуальных владельцев включая стоимость запасных частей;

- продажа скота, птицы и сельскохозяйственных продуктов;
- продажа потребительской кооперацией сельскохозяйственных продуктов, закупленных у колхозов, совхозов, колхозников и других граждан по договоренности, и товаров, выработанных на предприятиях потребительской кооперации из этих сельхозпродуктов.

Товарооборот общественного питания отличается по своему составу от розничного товарооборота.

Все кулинарные изделия, которые производит общественное питание, а также товары носят название продукции общественного питания.

К продукции собственного производства относят сырье и продукты, прошедшие кулинарную обработку и получившие вид кулинарного изделия.

Основную часть продукции собственного производства составляет объединенная продукция, реализуемая через линию раздачи или буфет, а также отпускаемая на дом.

Показателем объема производства этого вида продукции являются блюда. В зависимости от назначения блюда подразделяются на закуски, первые, вторые и третьи (сладкие) блюда.

Кроме обеденной продукции к продукции собственного производства относится так называемая прочая продукция: кондитерские изделия, выпечные изделия, горячие напитки, полуфабрикаты, бутерброды, мороженное и молочные продукты, если они реализуются через кухню или буфет, яйца, варение и др.

К покупным товарам относятся продукты, которые приобретаются предприятиями общественного питания у промышленности или торговли без кулинарной обработки. Сюда входят: хлеб, хлебобулочные изделия, алкогольные напитки, пиво, консервы, реализуемые в банках; мороженное промышленной выработки, сырые яйца, фрукты, ягоды, виноград, цитрусовые и бахчевые культуры.

Его объем учитывается и планируется по розничным ценам общественного питания, т.е. с включением в цену наценок общественного питания.

Розничный товарооборот общественного питания включается в розничный товарооборот во всех каналах реализации.

В состав розничного товарооборота предприятий общественного питания включаются: оборот по продаже собственной продукции и покупных товаров непосредственно населению через обеденные залы, буфеты, в виде отпуска на дом, а также от реализации этой же продукции и товаров через магазины кулинарии, палатки, развозную и розничную сеть; оборот от реализации готовой продукции /блюд/ и полуфабрикатов собственного производства различным предприятиям, организациям и учреждениям для питания обслуживаемого контингента.

Таким образом, для населения в розничный товарооборот не важно, происходит ли продажа за счет личных доходов населению или общественных фондов потребления.

Затраты на доставку товаров от производства до потребителя в денежном выражении называются издержками обращения. К ним относят расходы на транспортировку, подсортировку, упаковку, хранение и продажу товаров, а также расходы на управление торговых организаций. Издержки обращения измеряются в сумму и по уровню. Уровень издержек обращения представляет собой отношение их суммы к товарообороту, выраженное в процентах. Он является одним из важнейших качественных показателей работы торговых предприятий и показывает, сколько процентов занимают издержки обращения в розничной стоимости товаров.

Задача анализа издержек обращения – не только проверить степень выполнения плана и дать объективную оценку соблюдения их сметы, но и выявить резервы относительного сокращения расходов, разработать меры по устранению непроизводительных затрат, бесхозяйственности, расточительства. В процессе анализа необходимо изучить динамику издержек обращения, выявить и измерить влияние отдельных факторов на их величину.

Предприятия общественного питания выполняют три тесно связанных между собой функции: производство собственной продукции; реализацию выпущенной продукции и покупных товаров и организацию потребления пищи. В связи с этим издержки общественного питания включают наряду с затратами на производство собственной продукции расходы по реализации и организации потребления собственной продукции и покупных товаров. По данным проведенных исследований, более 50 % всех расходов предприятий общественного питания приходится на издержки производства; примерно 30 % на расходы по организации потребления пищи и до 20 % на издержки реализации. В планировании и учете издержки общественного питания таким образом не подразделяются, а отражаются вместе, хотя указанное деление позволяет дать им более глубокую оценку. Расходами в общественном питании принято называть издержки производства и обращения. Основная задача – выявление путей и возможностей относительного сокращения расходов и разработка мер по их использованию.

В зависимости от функций, выполняемых общественным питанием, издержки подразделяются на:

- затраты, связанные с изготовлением продукции собственного производства;
- затраты, связанные с реализацией продукции и товаров покупных;
- затраты по организации потребления пищи.

В зависимости от изменения объема товарооборота и выпуска продукции собственного производства издержки общественного питания делятся на две группы: условно-постоянные и переменные.

К постоянным относятся издержки производства и обращения, величина которых мало зависит от объема товарооборота или выпуска продукции. Это расходы по аренде и содержанию зданий, помещений, сооружений, инвентаря, амортизация основных средств, расходы по текущему ремонту, рекламе, прочие расходы. Постоянные расходы учитываются и планируются по абсолютной величине.

Переменные расходы представляют собой затраты, величина которых изменяется с изменением объема товарооборота и выпуска продукции. К ним относятся расходы по перевозкам автомобильным и гужевым транспортом, заработная плата, затраты на топливо, электроэнергию (для производственных нужд), недостачи товаров и материальных ценностей в пути и при хранении в пределах норм естественной убыли, расходы по таре. Нормы расходов по этим статьям устанавливаются в процентах к товарообороту.

Издержки общественного питания существенно отличаются от издержек обращения розничной торговли. Уровень издержек общественного питания примерно в 3 раза выше, чем розничной торговли. Это объясняется тем, что в столовых, кафе, ресторанах, кроме издержек обращения в состав расходов входят издержки по изготовлению продукции собственного производства и затрат, связанные с организацией потребления пищи. Кроме того, в розничной торговле ниже расходы по заработной плате, стирке и износу белья, отсутствуют или незначительны затраты на топливо, пар, электроэнергию для производственных нужд.

Практическая работа № 6

ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВОЙ ГРУППЫ ПОМЕЩЕНИЙ

Цель работы: ознакомиться с составом и характеристикой торговой группы помещений.

Теоретическая часть

Основными факторами, влияющими на состав и размещение торговой группы помещений, являются тип, класс и вместимость предприятия, а также его планировочное решение.

К торговым помещениям (помещениям для потребителей) относятся залы (в том числе залы с раздаточными, банкетные), помещение для хранения музыкальных инструментов, эстрада, артистическая, коктейль-холлы, аванзалы (залы ожиданий), касса, внутренние буфеты, сервизная, моечные столовой посуды, комната отдыха и кабинет врача (диетсестры) в диетических столовых, игровая комната в детском кафе, бильярдная, вестибюль, гардероб и туалетные комнаты.

Требования к помещениям предприятий общественного питания (размещение, объемно-планировочные решения, состав и площади, нормы освещения, параметры микроклимата и т.д.) содержатся в Санитарно-эпидемиологических правилах СанПиН РУз № 0310-14 (Санитарные гигиенические требования для предприятий общественного питания).

Площадь торговых залов, вестибюля, гардероба рассчитывают исходя из вместимости зала и норматива на 1 посадочное место. Площади ряда помещений торговой группы зависят от видов и типов установленного оборудования, а также требований охраны труда, техники безопасности и санитарии.

Практическая часть

Обучающиеся разрабатывают организацию работы торговой группы помещений для заданного типа предприятия согласно темам практической работы № 2 (планировочное решение, виды оборудования, организация рабочих мест, условия труда, режим работы). Защита практической работы проходит в виде собеседования.

Контрольные вопросы

1. Состав торговой группы помещений на предприятиях общественного питания?
2. Факторы, влияющие на состав торговой группы помещений?
3. Виды и назначение буфетов?
4. В чем отличие предварительной сервировки столов от исполнительной?
5. Какая температура в залах считается оптимальной в теплый период года?
6. В каких предприятиях общественного питания организуют аванзал?

7. Цель организации аванзала?
8. Норматив вместимости при организации банкетного зала?
9. Что означает термин «клининг»?
10. Требования к освещенности торгового зала?
11. Требования к организации вестибюля?
12. Требования к организации работы моечной столовой посуды?
13. Требования к организации работы буфета?
14. Цель организации сервис-бара?
15. Рекомендуемое соотношение ширины и длины зала?
16. Составляющие интерьера предприятия?
17. Способы размещения мебели в торговом зале?
18. Требования к размещению помещений торговой группы?

Практическая работа № 7

ОПТИМИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ СОСРЕДОТОЧЕННЫХ КОНТИНГЕНТОВ ПИТАЮЩИХСЯ

Цель работы: изучить особенности оптимизации организации питания и обслуживания сосредоточенных контингентов потребителей.

Теоретическая часть

Процесс обслуживания на предприятиях общественного питания представляет собой совокупность операций/действий, выполняемых исполнителем услуг при непосредственном контакте с потребителем услуги (гостем) в процессе реализации и/или организации потребления продукции и/или организации досуга.

Некоммерческие предприятия общественного питания – это предприятия, находящиеся на балансе какой-либо структуры, обслуживающие определенный постоянный контингент. В отличие от коммерческих предприятий основной их задачей является обеспечение социальных гарантий определенным слоям населения.

Это, прежде всего, подразделения промышленных предприятий, обеспечивающие питанием рабочих и служащих во время рабочего дня; дошкольные учреждения, школы, учебные заведения начального, средне-специального и высшего образования; транспорт, армия и пеницитарные учреждения и т.п.

От правильной организации питания данного контингента потребителей зависит состояние здоровья, производительность труда, успешность обучения, эффективность лечения, скорость выздоровления и т.д.

Основным типом предприятия при организации питания сосредоточенного контингента потребителей является столовая.

Особенности некоммерческих служб питания:

- «клиентура» в определенной мере постоянна, «привязана» к пункту питания (работа, учеба, лечение и пр.). Иными словами, загрузка предприятия практически постоянна, легко просчитываема и поддается планированию;
- вид и уровень услуг согласовываются не с индивидуальным потребителем, а с предприятием, при котором эта служба действует. Это позволяет установить стандарт на услугу, заключить длительный договор, в том числе с включением стоимости питания в общий тариф на услугу, что практически предопределяет объем производства и реализации, а также и финансовый результат;
- строго определенное меню и точно известное количество смен. Это позволяет строить рациональные графики работы, позволяющие снизить численность персонала;
- производством проще управлять: число потребителей, как и размеры порций, вполне предсказуемы. Следовательно, легче планировать процесс

производства (от закупки сырья до отпуска и организации потребления кулинарной продукции);

- рабочий день строго нормирован; редки сверхурочные работы, требующие повышенной оплаты;
- уровень квалификации основной части работников может быть не столь высоким, что позволяет снижать часть издержек производства;
- некоторые виды некоммерческого питания освобождены от налогов.

При организации питания на промышленных предприятиях применяется метод самообслуживания, преимущественно через раздачу. При выборе формы обслуживания учитывают следующие критерии:

- характер потока посетителей (непрерывный, циклический, разовый);
- характер раздаточной системы (механизированная, немеханизированная, предварительное накрытие столов);
- способ расчета с потребителями (предварительный, на заранее приобретенные абонементы, непосредственный, система саморасчета, последующий расчет после получения пищи или после ее потребления, питание в кредит).

Вид и тип раздаточного оборудования зависит от ряда факторов:

- характер основного производственного процесса на предприятии (прерывный, непрерывный, поточный).
- система организации питания.
- сменность работы.
- количество потребителей в час максимальной загрузки.
- контингент потребителей.
- продолжительность обеденного перерыва.

Признаки классификации раздаточного оборудования:

1. Степень автоматизации комплектации и раздачи блюд (механизированные, частично механизированные, немеханизированные).
2. Ассортимент реализуемой продукции (скомплектованные рационы, свободный выбор блюд).
3. Способ отпуска блюд посетителям (специализированные и универсальные).
4. Конструктивные особенности (линии комплектации и раздачи, с транспортерами и безмодульные, индивидуального изготовления).

Для работников промышленных предприятий может быть организовано дополнительное питание через торговые автоматы (штучные товары, напитки), буфеты (стационарные, передвижные), специализированные предприятия (блинные, шашлычные, беляшные и т.п.), магазины и отделы кулинарии (специализированные, универсальные), кафетерии.

Организация диетического питания осуществляется как в общедоступных предприятиях, так и в предприятиях закрытой сети (лечебных учреждениях). В настоящее время действует новая система диет:

- основной вариант стандартной диеты – ОВД (ДС) (ранее диеты 1, 2, 3, 5, 6, 7, 9, 10, 12, 13, 14, 15);
- вариант диеты с механическим и химическим щажением (щадящая диета) – ЩД (ДЩ) (16, 4б, 4в, 5п) (I вариант);
- вариант диеты с пониженным количеством белка (низкобелковая диета) – НБД (ДНБ) (7б, 7а);
- вариант диеты с повышенным количеством белка (высокобелковая диета) – ВБД (ДВБ) (4э, 4аг, 5п (II вариант), (7в, 7г, 9б, 10б, 11, R-I, R-II);
- второй вариант диеты с повышенным количеством белка (высокобелковая диета (т)) – ВБД (т) (ДВБт) (8, 8а, 8о, 9а, 10с);
- вариант диеты с пониженной калорийностью (низкокалорийная диета) – НКД (ДНК) (8, 8а, 8о, 9а, 10с).

В лечебно-профилактических учреждениях, помимо основных диет, применяются и другие: творожная, чайная, сахарная, яблочная, рисово-компотная, зондовая, калиевая, вегетарианская и др.

Для работающих во вредных и особо вредных условиях производства должно быть предусмотрено лечебно-профилактическое питание.

Практическая часть

Обучающиеся разрабатывают процедуру обслуживания потребителей на предприятии общественного питания, выбирают и обосновывают вид питания, вид и тип раздачи, форму расчета с потребителями. Защита практической работы проходит в виде собеседования.

Темы заданий

1. Организация наземного питания шахтеров.
2. Организация подземного питания шахтеров.
3. Организация питания при химическом производстве.
4. Организация питания при автоколонне.
5. Организация питания учащихся начальных классов.
6. Организация питания учащихся старших классов.
7. Организация питания учащихся начального, средне-специального и высшего профессионального образования
8. Организация лечебного питания в зависимости от вида заболевания.
9. Организация питания спортсменов.
10. Организация питания пожилых.
11. Организация питания при умственных нагрузках.
12. Организация питания подводников.
13. Организация питания при производстве красителей, пестицидов.
14. Организация питания сталеплавильщиков.
15. Организация питания в армии.
16. Организация питания космонавтов.

Контрольные вопросы

1. Какие группы предусматривает возрастная периодизация детей в РФ?
2. Виды ЛПП?
3. Каково распределение суточного рациона по приемам пищи для школьников?
4. Основные принципы организации детского питания?
5. Основные принципы организации диетического питания?
6. Основные принципы организации лечебно-профилактического питания??
7. От каких факторов зависит кратность питания в школе?
8. Формы обслуживания в школьных столовых?
9. Современная классификация диет?
10. Какова должна быть кратность диетического питания?
11. Что составляет основу диетического питания?
12. При каких условиях труда назначают лечебно-профилактическое питание (ЛПП)?
13. Какие виды ЛПП применяют во вредных и особо вредных условиях труда?
14. Цель назначения ЛПП?
15. Особенности организации ШБС, КШП?
16. Инновации в организации питания и обслуживания школьников?
17. Какие линии раздачи устанавливают для обслуживания периодических (циклических), нерегулярных потоков потребителей в столовых при промышленных предприятиях?
18. Признаки классификации раздаточного оборудования?
19. Когда целесообразно применение механизированных линий раздач?
20. Виды раздаточного оборудования?
21. Критерии выбора раздаточного оборудования?
22. Типы питания для сосредоточенного контингента потребителей?
23. Виды и характеристика способов щажения в диетотерапии?
24. Особенности организации подземного питания шахтеров?
25. Особенности организации функционального питания спортсменов, пожилых, космонавтов, студентов?

Практическая работа № 8
МЕТОДЫ АНАЛИЗА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ
ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ.
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Цель работы: изучить методы анализа и прогнозирование потребностей потенциальных потребителей продукции предприятий, конкурентоспособность предприятий общественного питания

Задачи работы: проанализировать методы анализа потребностей потенциальных потребителей продукции предприятий; методы прогнозирования потребности на рынке, конкурентоспособность предприятий общественного питания

Описание (ход) работы:

Вся деятельность организации в первую очередь направлена на удовлетворение потребностей целевой аудитории. Покупателями предприятия могут выступать как отдельные лица и семьи, так и другие компании. Каждый из клиентов фирмы использует приобретенные характеристики и свойства товара для удовлетворения собственных запросов, будь то потребление продукта в личных целях или покупка его для перепродажи либо использования в производстве других товаров.

Понятия нужды и потребностей. Теория потребностей

Для понимания покупательской мотивации следует рассмотреть значения понятий нужды и потребности.

Нужда представляет собой ощущение дискомфорта, не связанное с нехваткой какого-то конкретного товара или предмета. Иногда нуждой является состояние, при котором не хочется терять уже имеющиеся блага.

Потребность наступает после того, как нужда приобретает предметный характер, и лицо осознает, какого именно товара ему не хватает для обретения душевного спокойствия и равновесия.

Дж. М. Кейнс делит потребности на относительные и абсолютные. Относительные потребности появляются одновременно с желанием самоутвердиться, быть не хуже других, приобрести какое-то преимущество. Такие потребности присущи лицам со средним и высоким уровнем дохода. Абсолютные потребности носят первостепенный характер и появляются независимо от мыслей и материального достатка людей. Абсолютные потребности проявляются в желании удовлетворить физиологические нужды, возникающие периодически у каждого человека.

А. Маслоу разработал иерархическую теорию потребностей, в рамках которой были выделены базисные потребности, сконцентрированные в виде пирамиды, проиллюстрированной на рисунке 2.



Рисунок 2 – Пирамида потребностей Маслоу

Как видно из рисунка, первые два уровня потребностей носят базовый характер. К таким потребностям относятся чувство голода, жажды, потребности в жилье и стабильности. Физиологические потребности являются самыми основными и первостепенными. После удовлетворения они уходят на второй план и уступают место потребностям в обеспечении комфорта и безопасности. Первые два уровня потребностей называются врожденными. Они присущи всем людям.

Следующие три уровня потребностей проявляются после того, как удовлетворены базовые потребности.

Социальные потребности вызваны нуждой людей объединяться в группы и общаться между собой.

Потребности в уважении обусловлены внутренним самомнением и требованиями от окружающих такой же оценки собственным действиям и личности.

Потребности в самореализации и самовыражении являются самым высшим уровнем пирамиды и представляют собой нужду личности добиться какого-то положения в обществе за счет своих уникальных способностей.

Перечисленные потребности называются приобретенными и зависят от характера, социальной среды, уровня дохода, положения в обществе.

Каждое товарное предложение, действующее на рынке способно удовлетворить ту или иную потребность. В этой связи потребители рассматривают товар как набор определенных свойств и характеристик, имеющих покупательскую ценность. Причем покупательская ценность или полезность продукта имеет для каждого клиента свой собственный уровень значимости. Различают совокупную и предельную полезность.

Совокупная полезность оценивается после потребления покупателем всех предлагаемых ему товаров.

Предельная полезность характеризуется степенью удовлетворения, возникающей после потребления последней единицы продукции.

В этой связи срабатывает закон убывающей предельной полезности, который гласит, что каждая следующая потребленная единица товара приносит потребителю меньшее удовлетворение, чем предыдущая.

Понятие потребителя и классификация потребителей

В качестве потребителя можно рассматривать организацию или отдельного покупателя, потребности которых совпадают с производственными предложениями компании. Потребители могут быть конечными покупателями, приобретающими товары для личного пользования, а могут выступать в роли посредников, участвующих в процессе товародвижения.

Конечные потребители завершают процесс товарно-денежного обмена и тем самым представляют особую ценность для развития рыночных отношений. Для того чтобы заслужить уважение потребителей и занять свою долю на рынке, необходимо иметь четкое представление об особенностях целевой аудитории, внимание которой планируется привлечь.

Стандартная классическая классификация потребителей базируется на социально-демографических признаках и делит общую целевую аудиторию на отдельные группы по следующим критериям. Такой классический подход к выделению различных видов потребителей позволяет провести некоторую стратификацию общества, выделив потребительские особенности именно той целевой группы, на привлечение внимания которой рассчитывает организация. Приведенные показатели лучше анализировать в динамике, чтобы создать компании положительную репутацию и обеспечить благоприятные условия для реализации продукции.

Конкурентоспособность – одна из главных составляющих успеха любого предприятия. Являясь отличительной чертой рыночного хозяйства, конкуренция обеспечивает творческую свободу, создает условия для ее самореализации в сфере экономики путем разработки и создания новых конкурентных товаров.

По степени интенсивности конкуренция может быть.

- привлекательной, когда в данном сегменте субъект качественнее удовлетворяет свои потребности или получает прибыль больше, чем в предыдущем сегменте;
- умеренной, когда действия субъекта конкуренции поддерживают конкурентную среду в данном сегменте рынка;
- ожесточенной для объекта конкуренции, когда субъект поглощает, уничтожает либо вытесняет объект из данного сегмента;
- ожесточенной для субъекта конкуренции, когда объект (конкурент) поглощает, уничтожает либо изгоняет субъект из данного сегмента.

Методы конкуренции в общественном питании:

- на основе повышения качества товара (неценовая);
- на основе повышения качества сервиса (неценовая);
- на основе снижения цены (ценовая);
- на основе повышения качества процессов управления;
- на основе использования всех конкурентных преимуществ объекта и субъекта (интегральная).

Варианты изменения конкуренции между предприятиями следующие:

- конкуренция усиливается с увеличением количества соперничающих фирм;
- конкуренция усиливается, когда крупные фирмы присоединяют другую фирму и принимают решительные меры по выводу ее в лидеры;
- конкуренция сильна, когда спрос на товар растет медленно;
- конкуренция усиливается, когда условия хозяйствования в отрасли толкают фирму на снижение цены или на применение других средств увеличения объема продаж;
- конкуренция усиливается, когда затраты покупателей при переходе из одного заведения в другое невелики;
- конкуренция усиливается, когда одна или несколько фирм не удовлетворены своей долей рынка;
- конкуренция усиливается пропорционально росту прибыли от успешных стратегических решений;
- конкуренция усиливается, когда затраты на выход из рынка велики, высоки барьеры;
- ход конкуренции предсказуем, когда стратегии, ресурсы, организационные особенности, миссии фирм различаются в значительной мере и открыты большинству.

Факторы, влияющие на конкурентную борьбу на рынке ОП:

- размер рынка;
- темпы роста рынка (быстрый рост облегчает проникновение на рынок);
- препятствия для входа или выхода из рынка (защищают позицию фирмы),
- средний чек;
- уровень однотипности заведений (потребители имеют преимущество, т.к. им легко переключиться с одного предприятия на другое);
- требования к размерам необходимых капитальных вложений (жесткие требования повышают риск, создают дополнительные барьеры входа-выхода);
- быстрое обновление ассортимента продукции.

Различают общую конкуренцию (игрок на рынке общепита), территориальную конкуренцию (кафе или ресторан расположенный поблизости), ценовую конкуренцию (заведение в том же ценовом диапазоне) и внутрисегментную конкуренцию (заведение со схожей концепцией и целевой аудиторией). Таким образом, для каждого конкурента в соответствии с такой классификацией применяются свои методы конкурентной борьбы.

В условиях острой конкуренции на рынке ресторанных услуг предприятия должны уделять особое внимание анализу и повышению собственной конкурентоспособности среди равных по классу заведений. В отличие от рынка промышленных товаров и продовольствия, у ресторанов есть ряд особенностей в развитии собственной конкурентоспособности, одна из которых (и, возможно, самая главная) – возможность выделиться среди конкурентов за счет качества обслуживания, уникальных блюд, способов их приготовления и подачи. В частности, ни одно торговое или промышленное

предприятие в настоящее время не может достичь превосходства над конкурентами по всем коммерческим параметрам из-за практически одинаковых характеристик продаваемого товара. Различие между предприятиями торговой отрасли состоит во многом только в средствах продвижения товаров на рынке. Рестораторы же оперируют такими особенностями своих услуг, как приготовление пищи непосредственно на месте по заказу (а иногда и в присутствии) клиента, эксклюзивность ряда блюд, уникальность способов и форм обслуживания. Гастрономический и кулинарный ассортимент ресторана может быть настолько индивидуален, что продуктовая концепция может быть тем решающим фактором, который повысит общую конкурентоспособность заведения.

Исследование конкурентов заключается в получении необходимых данных для обеспечения преимущества на рынке, поиска возможности сотрудничества с конкурентами, аналогичных и косвенно связанных по потребительским свойствам услуг. Целью анализа является оценка ресурсного и коммерческого потенциала конкурентов, их сильных и слабых сторон, занимаемой доли рынка и эффективности маркетинговых действий. Оцениваются сегменты конкурентов, развитие, бренды, имидж, расходы на маркетинг, продажи и доходы от деятельности. По результатам исследований делается выбор стратегии достижения выгодного положения на рынке: лидерства, следования за лидером, «фланговых атак», активных, пассивных и выжидательных действий.

Чтобы услуга представляла интерес для потребителя, она должна обладать определенными параметрами. Конкурентоспособность определяется только теми свойствами, которые представляют заметный интерес для потребителя (и, естественно, гарантируют удовлетворение какой-либо потребности). Совокупность качественных и стоимостных характеристик услуги ОП, способствующих созданию превосходства данной услуги перед конкурентами в удовлетворении конкретной потребности потребителя, определяет её конкурентоспособность.

Конкурентное преимущество – те характеристики, свойства услуги, которые создают для предприятия определенное превосходство над своими конкурентами, а для потребителя – оптимальное сочетание потребительских характеристик. Изучение конкурентоспособности услуги ОП должно вестись непрерывно и систематически, в тесном отношении к фазам её жизненного цикла, чтобы своевременно улавливать момент начала снижения показателя конкурентоспособности и принять соответствующие решения (например, изменить ассортимент, обновить концепцию, перейти в другой сектор рынка).

Таким образом, конкурентоспособность услуги – относительный показатель, который отражает отличие характеристик данной услуги от характеристик услуги – конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам, связанным с производством услуги, её маркетинговым сопровождением и потреблением.

Определение уровня собственной конкурентоспособности предприятия является неотъемлемым элементом его маркетинговой деятельности.

Оценка уровня конкурентной позиции фирмы на свободном рынке требуется для:

- разработки мероприятий по повышению уровня конкурентоспособности услуг;
- привлечения инвестиционных средств или банковских кредитов;
- составления программы выхода предприятия на новые сегменты рынка и др.

В любом случае проведение оценки уровня конкурентоспособности предприятия преследует цель: определить положение предприятия на данном рынке и выработать дальнейшую стратегию деятельности.

Информация, полученная о конкурентах, может внести новые изменения в маркетинговую концепцию: изменить величину целевой аудитории, ее демографические и поведенческие характеристики, ценностные ориентиры и т.д. Не стоит пропускать мимо чужой опыт и ошибки. Все это создаст новую, еще более четкую картину того региона, в котором ресторан собирается работать.

Основные методы получения подобной информации:

- опросы потребителей
- наблюдение за конкурентами и их потребителями. Этот метод получения информации достаточно сложен, и в случае необходимости получения каких-либо качественных показателей, субъективен, т.е. привязан к наблюдателю. Относительно достоверно таким методом можно получить следующую информацию:

- средний чек (собственные наблюдения и информация, полученная от официантов);
- ассортимент продукции и перечень предлагаемых услуг, в т.ч. основное направление или направления кухни, если их несколько (изучение карты меню);
- площадь торгового зала, количество посадочных мест (здесь важно также проанализировать заполненность залов в разное время);
- сегментация посетителей;
- организация зала;
- количество официантов (а также пол, возраст, навыки обслуживания);
- зарплата персонала (информация, полученная от официантов);
- что заказывают чаще всего (информация, полученная от официантов);
- скорость и виды обслуживания;
- программы стимулирования клиентов.

Но это далеко не вся информация, которая может оказаться необходимой для анализа причин успеха\неуспеха конкурентных заведений, и соответственно, для получения возможности использовать какие-то решения для своего ресторана.

Специальным направлением исследования конкурентов выделяется бенчмаркинг (benchmarking), который включает сбор и анализ информации о деятельности ведущих партнеров и конкурентов (прямых и косвенных,

потенциальных и действительных) по использованию ими методов управления. Основной целью бенчмаркинга является повышение эффективности деятельности предприятия за счет прогрессивной технологии, более совершенных производственных процессов, методов организации производства и сбыта.

Практическая работа № 9

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ. КЛАССИФИКАЦИЯ

Цель работы: оценка современных методов контроля качества продукции

Задачи работы: изучить современные методы контроля качества продукции; их классификацию.

Описание (ход) работы:

Контроль качества продукции является составной частью производственного процесса и направлен на выявление дефектов, брака в готовой продукции и на проверку надежности в процессе ее изготовления. Контроль качества продукции устанавливается на всех стадиях производственного процесса, начиная с контроля качества используемых сырья и материалов и кончая определением соответствия выпущенного продукта техническим характеристикам и параметрам не только в ходе его испытания, но и эксплуатации, а для сложных видов оборудования – с предоставлением определенного гарантийного срока после установки оборудования на предприятии заказчика. Такой подход к контролю предполагает проведение испытаний по мере готовности отдельных частей продукта (в особенности это касается сложных видов оборудования, в частности, комплексного). Усиление контроля качества в значительной степени связано с ориентацией производства на конкретного потребителя.

Контроль качества в масштабах предприятия возложен на центральную службу контроля качества (или обеспечения качества), в функции которой входят разработка качественных показателей по всем видам выпускаемой продукции, методов проверки качества и порядка проведения испытаний, анализ рекламаций и порядок их урегулирования, выяснение причин возникновения дефектов и брака и условий их устранения. Служба контроля осуществляет свою деятельность в тесном контакте с соответствующими службами в производственных отделениях, а также с заводскими службами контроля качества (или отделами технического контроля).

Центральная служба контроля может осуществлять проверку качества сырья и материалов, технологического процесса, организации контрольных испытаний, правил приемки, применяемых заводской службой качества или отделом технического контроля, а иногда и выборочно производить проверку качества продукции, уже прошедшей технический контроль. Одной из важнейших функций центральной службы контроля является планирование и координация всей работы в области обеспечения качества, установление необходимых связей между службами контроля качества в производственных отделениях предприятий. Через центральную службу контроля осуществляется централизация управления в области совершенствования качества выпускаемой продукции.

Таким образом, контроль призван обеспечить проверку исполнения управленческих решений на всех уровнях управления на соблюдение установленных нормативов и условий хозяйственной деятельности предприятия.

Для контроля качества продукции необходимо располагать:

- показателями (стандартами, техническими параметрами), характеризующими качество продукции;
- методами и средствами контроля проверки качества;
- техническими средствами для проведения испытаний;
- результатами анализа рекламаций;
- причинами возникновения дефектов, брака и условий их устранения.

Кроме центральной службы контролем качества продукции занимаются в подразделениях и цехах. Они первые получают сведения об отклонениях от нормы, состава и качества материалов, о допущенных отклонениях технологического процесса и предупреждают о возникновении производственного брака. Своевременно полученная информация позволяет оперативно реагировать на нарушение хода технологического процесса и принимать срочные меры к сокращению потерь от брака. Все сведения, полученные в ходе проведенного контроля, ежедневно и посменно поступают в главную диспетчерскую службу.

Служба главного диспетчера осуществляет следующие основные функции:

- контролирует ход выполнения производственной программы по основным видам изделий и принимает меры по ликвидации отставания от плана по заготовкам, деталям и сборочным единицам;
- принимает меры к предупреждению сбоев в ходе производства, возникающих в результате нарушений работы технологического оборудования, несвоевременности обеспечения инструментом, материалами, полуфабрикатами.

Существуют различные статистические методы контроля качества продукции.

Цель метода статистического контроля качества заключается в том, чтобы исключить случайные изменения качества продукции. Такие изменения вызываются конкретными причинами, которые необходимо установить и устранить. (Например, рабочий может применять неправильно выбранный инструмент или метод выполнения работы, станок может оказаться разлаженным).

Выборочный контроль применяют, когда необходимо принять решение о качестве при приемке большой партии по результатам испытаний ограниченного количества образцов из этой партии.

Наиболее часто выборочный контроль проводят при приемке партий комплектующих изделий или материалов от поставщиков. Выборочный контроль позволяет снизить затраты на контроль. Он также применяется и в тех случаях, когда изделие при контроле приходится разрушать.

Следует отметить, что выборочному контролю присущ определенный риск, поскольку решение о качестве всей партии принимается по результатам контроля небольшой выборки образцов. Ошибочно может быть забракована «хорошая» партия (риск производителя) или принята плохая партия (риск потребителя). Этот риск можно снизить путем увеличения объема выборки контрольных образцов, но при этом возрастают расходы. На практике потребитель и изготовитель путем переговоров согласовывают методику выборочного контроля, приемлемую для обеих сторон. Важную роль в повышении эффективности контроля технологического процесса может сыграть специальная карта, представляющая собой схему, на которую нанесены допустимые границы параметров качества и результаты измерений в обусловленные сроки, что позволяет сразу наглядно обнаружить отклонения от стандартов и» при необходимости, составить соответствующий график.

Карта контроля технологического процесса применяется в тех случаях, когда нужно проконтролировать качество продукции или услуг в процессе производства. Цель заключается в том, чтобы обнаружить, когда процесс производства «уходит из-под контроля» и начинается выпуск продукции с недопустимо нестабильным качеством. При этом можно срочно принять необходимые меры по корректировке процесса.

Метод контроля технологического процесса можно использовать как в сфере услуг, так и в сфере производства. В течение дня в произвольные моменты времени в ходе процесса отбирают три пробы. Считается, что процесс нарушен, если три из пяти последовательных образцов вышли за пределы допустимых значений.

Производство продукции осуществляется по заранее разработанному технологическому процессу, который осуществляется в диапазоне определенных контрольных параметров, характеризующих возможные отклонения в этом процессе. Выход за пределы допустимого значения контрольных параметров технологического процесса влечет за собой выпуск бракованной продукции, поэтому наблюдение за контролируемыми параметрами и анализ наблюдаемых изменений является непременным условием современного производства.

Кроме того, в силу допущенных при проектировании ошибок или необходимости модернизации производства приходится постоянно вносить в технологию изменения, которые также могут стать причиной выпуска продукции с недопустимыми отклонениями.

Отклонение параметров происходит, как правило, под действием большого числа случайных факторов, поэтому появление брака и причин, его определяющих, является случайным, и их анализ требует применения специальных статистических методов обработки информации, характеризующих протекание технологического процесса производства продукции.

Выделим следующие статистические методы контроля качества продукции:

1. Гистограмма. Метод гистограмм является эффективным инструментом

обработки данных и предназначен для текущего контроля качества в процессе производства, изучения возможностей технологических процессов, анализа работы отдельных исполнителей и агрегатов. Гистограмма — это графический метод представления данных, сгруппированных по частоте попадания в определенный интервал.

2. Расслаивание. Этот метод, основанный только на достоверных данных, применяется для получения конкретной информации, выявления причинно-следственных связей.

3. Контрольные карты графически отражают динамику процесса, т.е. изменение показателей во времени. На карте отмечен диапазон неизбежного рассеивания, который лежит в пределах верхней и нижней границ. С помощью этого метода можно оперативно проследить начало дрейфа параметров по какому-либо показателю качества в ходе технологического процесса, для того чтобы проводить предупредительные меры и не допускать брака готовой продукции.

Контрольные карты применяются в тех случаях, когда нужно проконтролировать качество продукции или услуг в процессе производства.

В контрольные карты заносятся сведения о технологическом процессе. Вариантов записи очень много. Это зависит от вида продукции и целей производства. Цель заключается в том, чтобы обнаружить, когда процесс производства уходит из-под контроля, и сразу же принять необходимые меры по корректировке процесса.

Практическая работа № 10

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Цель работы: изучить практический опыт применения методов контроля качества продуктов.

Задачи работы: проанализировать опыт применения методов контроля продукции на примере предприятий

Описание (ход) работы:

В условиях перехода России к открытой рыночной экономике борьба за потребителя на внутреннем и внешнем рынках требует создания и производства конкурентоспособных товаров. Качество выступает как главный фактор конкурентоспособности товара, составляя его «стержень», основу.

Новые подходы к проблеме качества требуют все более полного учета изготовителями рыночного фактора, сдвига от административных рычагов контроля качества к преимущественно организационно-экономическим мерам управления качеством, перехода к гибкой системе стандартизации, позволяющей производителям наиболее оперативно реагировать на меняющиеся требования внутреннего и внешнего рынка к качеству товаров, организации работы по переходу в перспективе к обеспечению высокого качества продукции.

Проблема повышения качества – одна из главных задач развития экономики нашей страны. В последние годы во всех передовых в техническом отношении странах отмечается растущий интерес к повышению качества продукции. Основными проблемами, стоящими перед отечественными производителями в направлении совершенствования управления качеством продукции, являются: включение в систему управления качеством продукции механизма маркетинговой деятельности; ориентация систем управления качеством, как и всей производственной деятельности, на потребителя; усиление механизма воздействия систем управления качеством на все этапы жизненного цикла продукции. Современные проблемы ограниченности их внедрения носят уже не методологический, а чисто практический характер, причинами которых являются отсутствие квалифицированных кадров, ограниченность организационно-технической и материальной базы предприятия, недостаточный опыт массового использования статистических методов, отставание в автоматизации технологических и управленческих процессов.

Опыт показывает, что внедрение международных стандартов ограничивается не только высокими требованиями к организации материально-технического снабжения, финансирования, программного обеспечения, но и препятствиями социально-психологического характера, вызванными стереотипами старого мышления. Предприятия, внедряющие стандарты, сталкиваются с непониманием необходимости осуществления этой работы в

существующих условиях. Условия, принципы и требования, закрепленные в уже переработанных стандартах, на практике выполняются не в полном объеме, что противоречит системному подходу в решении задач качества. Причины невыполнения состоят в нестабильности производственных, сбытовых, экономических процессов, происходящих на предприятии. Большую трудность представляет организация маркетинговой деятельности и осуществление прогноза необходимого уровня качества изделия.

Поэтому решить задачу достижения и поддержания качества продукции на уровне, обеспечивающем постоянное удовлетворение установленных или предлагаемых требований потребителя на внутреннем рынке, пока достаточно сложно. Кроме того, большинство промышленных предприятий России на сегодняшний момент не могут обеспечить потребителю уверенность в том, что намеченное качество поставляемой продукции достигается или будет достигнуто.

Рассмотрим пример.

Оптимизацией и проведением контроля качества на предприятии ОАО «Весна» занимается служба системы качества, а также отдел технического контроля. Эти подразделения способствуют решению следующих задач:

- освоение производства товара, пользующегося спросом;
- улучшение освоенных товаров;
- разработка способов решения проблем качества.

На внешнем уровне ОАО «Весна» использует специальные приемы работы с поставщиками.

1. Согласование возможностей производства с требованиями конструкторской и технологической документации.

2. Разработана централизованная программа поэтапного снижения уровня несоответствий на заводском уровне. На этом этапе разрабатывается программа инженерных и технико-экономических мероприятий по снижению уровней несоответствий в масштабах предприятия. В ней устанавливаются задания цехам по проведению конкретных мероприятий. Контроль за реализацией программы осуществляется на основе календарного графика снижения уровней несоответствий.

3. Создана система работы с внешними поставщиками на основе стандартов на статистический приемочный контроль на базе принципа распределения приоритетов (ПРП) и внедрения систем качества, соответствующих стандартам ИСО 9001(2), QS-9000, ИСО/ТУ 16949. Стандарты, реализующие ПРП, фактически предлагают систему конкретных взаимоотношений между поставщиками и потребителями, а также процедуру управления качеством поставок со стороны потребителя. В них заложены все основы, которые позволяют потребителю последовательно добиться от поставщика нужного уровня качества. Стандарты предполагают активное сотрудничество между партнерами, учитывая при установлении объемов контроля информацию о внедрении систем качества, результатах аттестации производственных процессов, внедрении статистических методов у поставщиков. Это позволяет начать с жестких схем входного и выходного

контроля, затем по мере улучшения качества уменьшать объемы входного контроля, перенося акцент на контроль процессов поставщика и оценку систем качества.

На предприятии обязательно проводится планирование качества - выявление требований к качеству проекта и продукции проекта, а также определение путей их удовлетворения.

В результате планирования качества составляется план качества (план организационно-технический мероприятий по обеспечению системы качества проекта), который описывает конкретные мероприятия по реализации политики в области качества с указанием сроков выполнения, ответственных за выполнение, критериев оценки, бюджета.

В план качества входят описания процедур проведения контрольных и испытательных мероприятий, указания на уже существующие, перечень контрольных показателей по всем работам и видам продукции. В него так же могут входить технологические карты отдельных сложных процессов и проверочные листы, предписывающие исполнение конкретных шагов процедур или процессов.

В связи с тем, что основной выпускаемой продукцией предприятия являются товары для детей, на предприятии установлена система жесткого контроля качества. Это обусловлено не только заботой о подрастающем поколении, но и жесткой политикой со стороны государства и необходимостью создания качественной конкурентоспособной продукции.

Контроль качества на ОАО «Весна» осуществляется с применением следующих методов и инструментов: проверки; контрольные карты, представляющие собой графическое изображение результатов процесса; диаграммы.

В соответствии с установленными на предприятии нормами, контроль качества может завершиться следующими решениями:

- принятие продукции;
- идентификация брака и реализация действий по управлению несоответствующей продукцией;
- переработка продукции с целью дальнейшего представления для контроля и испытаний;
- исправление процессов.

Для обеспечения качества проводится регулярная проверка хода производства товара в целях установления соответствия определенным ранее требованиям к качеству.

Таким образом, обеспечение качества происходит исходя из ранее утвержденного плана качества, технологических карт, проверочных листов и иной документации по качеству, а также данных о качестве, полученных в результате контроля и испытаний. Обеспечение качества осуществляется путем плановых и внеплановых проверок, инспекций и иных контрольных и испытательных мероприятий с последующими оценкой качества и идентификацией статуса контроля и испытаний. Статус контроля и испытаний является основой решения об улучшении качества проекта или его продукции.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Высокотехнологичные производства в общественном питании : учеб. пособие / Т.Л. Камоза, Т.Н. Сафронова, Г.А. Губаненко, С.В. Ивлева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018. - 96 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1032202> (дата обращения: 13.10.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-7638-3850-3. - Текст : электронный.
2. Пасько, О. В. Технология продукции общественного питания : учебник для вузов / О. В. Пасько, Н. В. Бураковская, О. В. Автюхова. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 203 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-14039-2. - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/513896> (дата обращения: 13.10.2024).
3. Пасько, О. В. Технология продукции общественного питания. Лабораторный практикум : учебное пособие для вузов / О. В. Пасько, О. В. Автюхова. - 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 268 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-07125-2. - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/513862> (дата обращения: 13.10.2024).
4. Шокина, Ю. В. Разработка инновационной продукции пищевой биотехнологии. Практикум : учебное пособие для вузов / Ю. В. Шокина. - 2-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2022. - 116 с. - ISBN 978-5-507-44241-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/221258> (дата обращения: 13.10.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Сологубова, Г. С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. - 4-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 396 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15237-1. - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/512685> (дата обращения: 13.10.2024).

**ОПТИМИЗАЦИЯ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Методические указания

Составитель: **Ерёменко** Дмитрий Олегович

В авторской редакции

Изд. № 142/2024. Объем 3,5 п.л. Усл. печ. л. 3,25. Уч.-изд. л. 3,43.
Издательский центр ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»