

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ ФУРШЕТНИХ
ТІСТЕЧОК»**

(за матеріалами Фізичної особи-підприємця Бавули Світлани Володимирівни,
кейтерингової компанії «Щастя Є», м. Вінниця)

Здобувача вищої освіти

2 курсу, групи РТ-21д(м),

спеціальності 181 «Харчові технології»

освітньої програми «Ресторанні технології»

денної форми навчання

Ярослава УМАНЧУКА

Науковий керівник

канд. екон. наук, доцент

Валентина ПОСТОВА

Гарант освітньої програми

канд. техн. наук, доцент

Тетяна СЕМКО

Вінниця 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	6
1.1 Дослідження ринку споживачів в ареалі діяльності кейтерингової компанії «Щастя Є».....	6
1.2 Дослідження конкурентів закладу ресторанного господарства	14
РОЗДІЛ 2 ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	20
2.1 Аналіз концептуальних засад діяльності кейтерингової компанії «Щастя Є».....	20
2.2 Характеристика виробничого процесу досліджуваного закладу	24
2.2.1 Виробнича програма кейтерингової компанії «Щастя Є».....	24
2.2.2 Склад приміщень на основі структурно-технологічної схеми виробництва у кейтерингової компанії «Щастя Є».....	27
2.2.3 Технологічні процеси виготовлення кулінарної продукції.....	34
2.3 Характеристика процесу надання послуг кейтерингової компанії «Щастя Є».....	37
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАННОЇ ПРОДУКЦІЇ....	41
3.1 Розроблення та впровадження рецептури приготування солоного «Наполеона».....	41
3.2 Характеристика контрольно-критичних точок технологічного процесу виготовлення розробленої продукції	56
3.3 Обґрунтування рентабельності розробленої продукції.....	61
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66
ДОДАТКИ.....	70

ВСТУП

Актуальність теми. У закладах ресторанного господарства все частіше спостерігається тренд на дистанційне обслуговування. У ресторанах цей підхід реалізується через доставку страв, яку організують самі заклади або через спеціалізовані служби доставки.

Однак багато клієнтів прагнуть отримати якісне обслуговування безпосередньо на місці. Вони хочуть самі обирати місце проведення заходу, дизайн і меню, реалізуючи свої креативні ідеї. Саме тому кейтерингові послуги сьогодні набувають особливої популярності.

Кейтерингові заклади – це підприємства, які забезпечують повністю виїзне обслуговування, включаючи облаштування місця події, сервірування столів, доставку готових страв і обслуговування офіціантами. Це дозволяє задовольняти найрізноманітніші запити клієнтів.

Чудовим прикладом кейтерингового сервісу є компанія «Щастя Є» у Вінниці, яка має все необхідне обладнання, багатий асортимент страв та кваліфікований персонал, що гарантує високий рівень обслуговування.

Аналіз конкурентів покаже, що ніша виїзного обслуговування в даному регіоні не є перенасиченою, а попит на такі послуги швидко зростає, що підтверджується кількістю закладів, які пропонують доставку їжі.

Закуси залишаються однією з найпопулярніших категорій страв у кейтерингу, оскільки їх легко споживати, і вони добре розкривають смак інгредієнтів. Проте часто такі закуски не відзначаються виразністю. Наприклад, закуска з солоного Наполеону на основі курячого філе має чудові смакові якості, проте має не найкращу привабливу форму та вологість.

Тому було вирішено вдосконалити страву, додавши популярний морепродукт – слабосолений лосось, а також авокадо та творог. Це поєднання не тільки підкреслить смак і зовнішній вигляд страви, але й зробить її ще більш поживною та корисною.

Метою дослідження є розробка та впровадження нових, більш ефективних технологій приготування фуршетних тістечок, які дозволять підвищити якість продукції, розширити асортимент та задовольнити зростаючі вимоги споживачів, з урахуванням досвіду кейтерингової компанії «Щастя Є».

Для досягнення мети дослідження необхідно виконати такі завдання:

- провести дослідження ринку споживачів у зоні обслуговування компанії «Щастя Є» та здійснити аналіз конкурентів;
- описати концептуальні основи діяльності компанії;
- дати характеристику виробничому процесу кейтерингового закладу «Щастя Є»;
- проаналізувати виробничу програму закладу ресторанного господарства;
- визначити склад приміщень відповідно до структурно-технологічної схеми виробництва;
- продемонструвати технологічні етапи виготовлення ресторанної продукції;
- описати особливості надання послуг у кейтеринговій компанії «Щастя Є»;
- розробити нову рецептуру солоного Наполеону;
- визначити контрольні-критичні точки у технологічному процесі приготування страви;
- обчислити рентабельність удосконаленої закуски.

Об'єктом дослідження виступає технологічний процес приготування фуршетних закусок.

Предмет дослідження – теоретико-методологічні та практичні аспекти діяльності кейтерингової компанії «Щастя Є» з акцентом на вдосконалення технології приготування фуршетних закусок.

Методи дослідження включають порівняння, узагальнення, аналіз і синтез, системно-структурний та порівняльний аналіз, статистичні та

розрахунково-аналітичні методи, а також методи кількісного і якісного аналізу та прогнозування у сфері ресторанних технологій.

Наукова новизна дослідження полягає у впровадженні новітніх технологій приготування фуршетних закусок з покращеними смаковими та функціональними властивостями в комплексному закладі виїзного обслуговування – кейтеринговій компанії. Запропоновано додати до меню закуски солоний Наполеон з лососем та авокадо. Розроблена рецептура адаптована для українських споживачів, оскільки враховує особливості та потреби цільової аудиторії ресторанного закладу виїзного обслуговування та має обґрунтовану рентабельність.

Практичне значення. Здобутий досвід можна використовувати для створення нових видів фуршетних тістечок, які будуть відповідати сучасним трендам та потребам споживачів. Результати дослідження можуть бути використані для створення ефективних маркетингових кампаній, які підкреслюють високу якість продукції та конкурентні переваги компанії.

Апробація результатів дослідження та публікації. Основні результати дослідження були опубліковані в: XIII Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України» (ВТЕІ ДТЕУ, 18.04.24 р.); II Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції «Індустрія гостинності: стан, тенденції та тренди розвитку» (ВТЕІ ДТЕУ, 17.10.24 р.).

Структура кваліфікаційної роботи включає вступ, три розділи з десятьма підрозділами, висновки і пропозиції, список використаних джерел і додатки.

Обсяг роботи становить - 59 сторінок друкованого тексту, у тому числі 11 рисунків та 18 таблиць.

РОЗДІЛ 1

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТА ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1 Дослідження ринку споживачів в ареалі діяльності кейтерингової компанії «Щастя Є»

Сучасні тенденції економічного розвитку свідчать про те, що понад половину валового внутрішнього продукту в різних країнах світу створюють саме послуги. У розвинених державах частка сфери послуг може досягати 70%. Станом на 2021 рік в Україні цей сектор забезпечував 62,6% ВВП. Отже, видно, що саме ця галузь є ключовою для загального економічного прогресу суспільства [14].

Важливим аспектом сфери послуг є ресторанний бізнес. Навіть під час війни спостерігається позитивна динаміка у кількості закладів харчування. Це свідчить не тільки про розвиток сфери послуг у світовому контексті, а й про збільшення пропозиції обслуговування в ресторанах.

Завдяки зростанню кількості ресторанних закладів в Україні, зокрема у Вінниці, спостерігається посилення конкуренції у сфері обслуговування. Сьогодні ресторанам необхідно докладати значних зусиль, щоб привернути увагу клієнтів. Це змушує їх покращувати айдентику, створювати оригінальні дизайни, розробляти нові рецепти та технології приготування страв, інвестувати в сучасне обладнання для впровадження новітніх технологій, а також вкладати кошти в маркетинг свого бренду [17].

Крім того, важливим аспектом стає адаптація до змін у вподобаннях споживачів, які все більше орієнтуються на якість, екологічність продуктів та унікальний досвід. Ресторани можуть також використовувати соціальні мережі для залучення нових клієнтів, організовуючи акції, майстер-класи або

тематичні вечори. В цілому, гнучкість та інноваційність стануть запорукою успіху в умовах сучасної конкуренції.

Отже, успішний ресторан повинен відповідати наступним критеріям:

Гігієна та безпека:

- дотримання високих норм гігієни та безпеки харчування;
- відповідність чинному законодавству в галузі харчових продуктів та обслуговування [22].

Атмосфера та дизайн:

- створення комфортної та приємної обстановки в закладі;
- сучасний та естетично привабливий інтер'єр;
- урахування потреб цільової аудиторії при оформленні.

Фінансова стійкість:

- раціональне фінансове управління та складання бюджету;
- способи забезпечення прибутковості та зниження витрат.

Якість їжі і напоїв:

- смак, зовнішній вигляд та якість страв;
- різноманітність меню, з урахуванням потреб різних груп клієнтів;
- використання свіжих та високоякісних інгредієнтів [34].

Маркетинг та реклама:

- розробка ефективних рекламних стратегій та акцій для залучення нових відвідувачів;
- використання соціальних мереж та онлайн-ресурсів для привернення уваги.

Обслуговування:

- ввічливість і професіоналізм співробітників;
- уважність до клієнтів і їхніх побажань;
- швидке і ефективне обслуговування.

Інновації та адаптація:

- здатність реагувати на зміни в гастрономічних трендах та бізнес-середовищі [29].

Повторюваність бізнесу:

- спосіб забезпечення стабільного потоку клієнтів та повторних замовлень;

- програми лояльності та знижки для постійних відвідувачів.

У зв'язку з численними критеріями успішності закладу громадського харчування важливим етапом дослідження є визначення попиту. Важливо виявити основні категорії аудиторії закладу, щоб ефективно задовольнити потреби кожної групи. Це дозволить адаптувати пропозицію та сервіс до специфічних вподобань клієнтів, що сприятиме підвищенню загальної задоволеності та лояльності споживачів [24].

Кейтерингові заклади ресторанного господарства мають свої особливості, що відрізняють їх від традиційних ресторанів, оскільки їх обслуговування не обмежене конкретним місцем. Компанія «Щастя є» може проводити банкети, фуршети та інші заходи в будь-якому зручному місці. Відповідно, профіль цільової аудиторії формується на основі ключових клієнтів, а не на основі населення певного району. Проте більшість заходів зазвичай організовується в межах області. Це забезпечує гнучкість у підходах до обслуговування, адже компанія може адаптувати свою пропозицію під конкретні потреби кожного клієнта, що суттєво підвищує їх задоволеність. Таким чином, кейтеринг стає важливим інструментом для організації різноманітних подій, що вимагають особливого підходу.

Базуючись на даних підприємства та загальній статистиці кейтерингових закладів ресторанного господарства, виділимо п'ять найбільш поширених профілів основних споживачів послуг виїзної кухні. Отримані портрети проаналізуємо за різними характеристиками, такими як вік, сімейний стан, фінансові можливості, гастрономічні та естетичні потреби, а також мотивація до замовлення послуг. Цей аналіз дозволить краще зрозуміти, кому саме потрібні послуги кейтерингових компаній. Розуміння потреб і вподобань клієнтів допоможе адаптувати пропозицію та покращити якість

обслуговування, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню лояльності та залученню нових споживачів [35].

1. Сімейні клієнти.

Вік: 30-50 років. Ця категорія складається з батьків, які активно займаються вихованням дітей і створенням комфортного сімейного середовища.

Склад сім'ї: Зазвичай це мами і тати з дітьми, а також можуть бути присутніми старші родичі, такі як бабусі і дідусі, що додає особливого тепла до сімейних свят.

Фінансовий стан: Ця аудиторія часто має стабільний дохід, що дозволяє їм виділяти бюджет на святкування, родинні заходи та інші важливі події.

Мотивація: Основною метою цієї групи є організація сімейних свят, дитячих вечірок, ювілеїв та інших заходів, де родинні зв'язки та традиції є на першому місці [41].

Сегментація клієнтів кейтерингової компанії «Щастя є» наведена в табл.

1.1.

Таблиця 1.1 – Сегментація клієнтів кейтерингової компанії «Щастя є»

Сегмент	Тип події	Бюджет	Кухня	Додаткові послуги	Демографічні характеристики	Психологічні характеристики
Корпоративні клієнти	Конференції, семінари	Високий	Міжнародна, дієтична	Обслуговування, декор	30-50 років, середній та високий дохід	Професіонали, цінують якість та престиж
Молодь	Весілля	Середній	Національна, авторська	Обслуговування, декор, розваги	20-30 років, середній дохід	Романтики, цінують індивідуальність
Сім'ї з дітьми	Дні народження	Низький-середній	Дитяча, вегетаріанська	Аніматори	25-40 років, середній дохід	Прагматичні, цінують здорову їжу

Потреби:

- дитяче меню: різноманітні страви, які враховують смаки дітей і відповідають їхнім дієтичним вимогам;
- зручність для малечі: наявність ігрових зон та анімаційних програм, які забезпечують розваги для дітей;

- різноманітність для всіх: меню, яке задовольнить смаки як дорослих, так і дітей, забезпечуючи великий вибір страв;

- легкість організації: спрощений процес планування заходу, щоб зменшити стрес для батьків і дозволити їм насолоджуватись святом.

Сімейні клієнти цінують можливість провести час разом на особливих подіях, тому шукають зручні та смачні рішення, які підійдуть для всієї родини. Кейтерингові компанії повинні забезпечити комфортну атмосферу, пропонуючи якісні страви і розваги, що робить свято незабутнім для всіх учасників.

2. Корпоративні клієнти.

Сфера діяльності: ця категорія включає компанії різних розмірів та галузей, які шукають послуги кейтерингу для проведення заходів.

Мотивація: корпоративні клієнти прагнуть організувати різноманітні події, такі як бізнес-ланчі, тренінги, конференції, святкові вечірки та заходи з нагоди досягнень, що сприяють зміцненню командного духу та корпоративної культури [22].

Потреби:

- бізнес-ланчі: швидкі, смачні страви, які легко подавати під час робочих зустрічей;

- кейтеринг для великих подій: меню, розроблені для великих груп, з урахуванням різних смаків і дієтичних потреб учасників;

- гладке обслуговування: компанії очікують, що процес організації буде бездоганним, з мінімумом турбот і затримок;

розмір і бюджет: корпоративні клієнти можуть бути як малими стартапами, так і великими міжнародними корпораціями, і їхні бюджети можуть коливатися від обмежених до значних, залежно від типу заходу;

частота замовлень: замовлення можуть варіюватися від регулярних бізнес-ланчів до періодичних святкових заходів, що створює потребу в адаптації пропозицій до частоти замовлень;

Кейтерингові компанії, які обслуговують корпоративних клієнтів, повинні бути готові до роботи з великими замовленнями, швидкого виконання та врахування специфічних вимог. Гнучкість у підходах і можливість адаптації до різних форматів заходів є важливими для успішного постійного партнерства [28].

3. Бізнес-клієнти.

Вік: 25-55 років. Ця група складається з осіб різного віку, але переважно включає професіоналів, які займають ключові позиції в компаніях або організаціях.

Сфера діяльності: бізнес-клієнти можуть представляти різні індустрії, але в основному це керівники та менеджери середньої і вищої ланки, які займаються стратегічними питаннями в своїх компаніях.

Мотивація: основна мета цієї аудиторії – організація бізнес-зустрічей, переговорів, робочих ланчів та корпоративних заходів, що допомагають у розвитку бізнесу та налагодженні контактів.

Потреби:

- елегантне оформлення: затишне і стильне середовище, що створює позитивне враження на партнерів та клієнтів;
- індивідуалізація меню: можливість розробити спеціальні страви, що враховують вподобання та дієтичні вимоги учасників заходу;
- технічне забезпечення: наявність сучасного обладнання, такого як проектори та звукові системи, для проведення презентацій та переговорів;
- гнучкість у часі: можливість легко змінювати графік заходів або обсяги замовлення відповідно до потреб клієнтів;
- приватність і безпека: забезпечення конфіденційності для ділових розмов, а також контроль за доступом до місця проведення заходу [30].

Бізнес-клієнти шукають не лише якісний сервіс, а й умови, які сприятимуть успішним переговорам і важливим обговоренням, тому кейтерингові компанії повинні враховувати ці потреби у своїх пропозиціях.

4. Громадські організації як тип клієнтів.

Вік: зазвичай представники громадських організацій віком від 25 до 65 років. Це можуть бути молоді активісти, менеджери проєктів, а також досвідчені керівники.

Склад аудиторії: до цієї категорії належать некомерційні організації, фонди, благодійні установи, волонтерські групи, які займаються соціально значущими проєктами.

Мотивація: вплив на суспільство через проведення благодійних заходів, акцій або зборів коштів. Вони прагнуть привернути увагу до соціальних, екологічних чи культурних проблем. Організації хочуть об'єднати людей навколо спільної мети, тому їм важливо, щоб їх заходи були не лише інформативними, але й інтерактивними [33].

Потреби:

- економічність: громадські організації часто працюють з обмеженим бюджетом, тому кейтерингові послуги повинні бути доступними за ціною;
- гнучкість: потреба в адаптації меню та послуг відповідно до специфіки заходу та потреб аудиторії, включаючи можливість врахування дієтичних вимог;
- підтримка в організації: необхідність у комплексному обслуговуванні, яке включає не лише харчування, а й допомогу в організації самого заходу – від оформлення до технічного забезпечення;
- візуальний стиль: заходи громадських організацій мають привертати увагу, тому важливо, щоб страви і оформлення були естетично привабливими та відповідали загальній концепції події;
- співпраця з партнерами: громадські організації можуть потребувати підтримки від кейтерингових компаній у залученні спонсорів та партнерів, тому важливий належний рівень сервісу [10].

Ефективна комунікація, креативний підхід до меню і оформлення, а також готовність до співпраці можуть допомогти кейтеринговим компаніям стати надійними партнерами для громадських організацій, сприяючи їхньому успіху в реалізації соціальних проєктів.

5. Молодь.

Вік: 18-30 років. Ця категорія складається з молодих людей, які тільки починають будувати свої кар'єри, навчаються або займаються творчістю.

Склад аудиторії: Це студенти, молоді пари, а також групи друзів, які організують різноманітні заходи для розваги та святкування.

Мотивація: Молодь прагне організувати яскраві події, які залишать позитивні спогади. Вони хочуть, щоб їхні заходи запам'яталися не лише їм, а й гостям. Даний тип клієнтів також хоче, щоб їхні заходи відображали їхній стиль і особистість. Це може включати унікальні теми, нестандартні меню та креативні декорації.

Потреби:

- у епоху соцмереж важливо, щоб подія виглядала естетично привабливо. Молоді люди часто діляться фотографіями своїх заходів в Instagram та інших платформах, тому особливу увагу слід приділити оформленню страв та простору;

- можливість адаптувати послуги під специфічні запити, такі як дієтичні обмеження або тематичні заходи;

- організація розважальних елементів, таких як DJ, фотозони або анімація, що робить подію більш цікавою і динамічною [9].

Молодь – це дуже активна та енергійна група, яка прагне нових вражень. Кейтерингові компанії, які обслуговують цю аудиторію, повинні бути готові до швидких змін і креативних запитів.

Також варто враховувати, що молоді люди часто орієнтуються на рекомендації друзів і соціальні медіа, тому позитивний досвід та емоції, пов'язані з послугами кейтерингу, можуть стати потужним інструментом маркетингу.

1.2 Дослідження конкурентів закладу ресторанного господарства

«Щастя Є» – це кейтерингова компанія, яка знаходиться у місті Вінниця. Головний офіс компанії «Щастя Є» розташований в мікрорайоні Вишеньки по вулиці Василя Порика. Нижче прикріплено місцезоташування офісу (рис. 1.1).

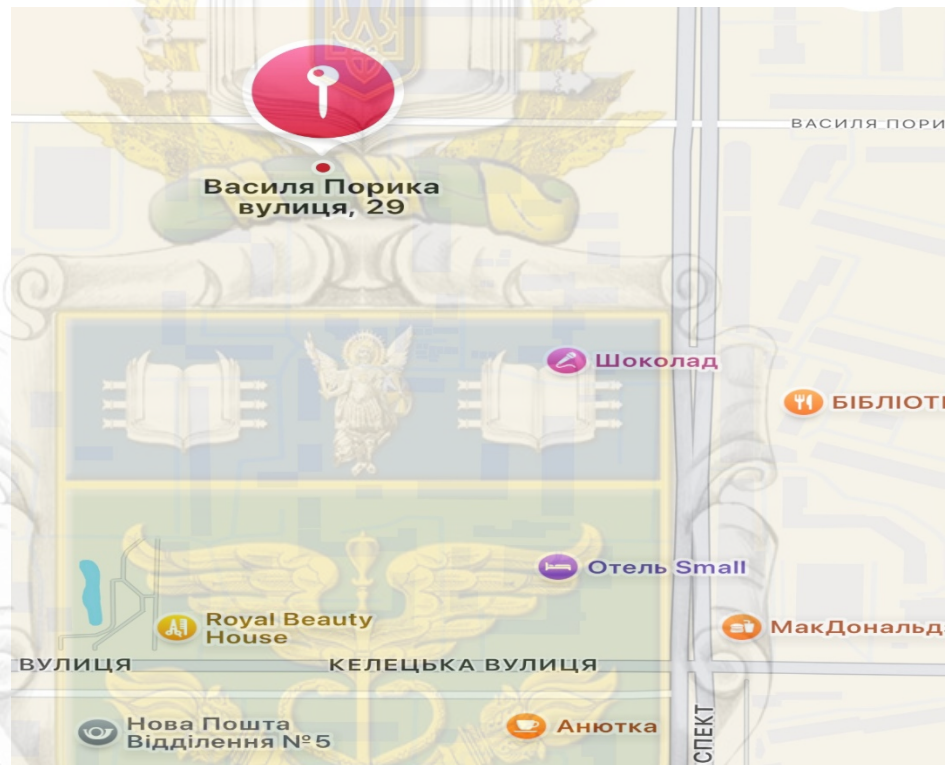


Рисунок 1.1 – Розташування кейтерингової компанії «Щастя є» (Apple maps) [50]

Так, як специка кейтерингових компаній не передбачає конкретного місцезоташування та привязки до конкретної будівлі, у Вінниці, зокрема у регіоні кількість конкурентів з виїзного обслуговування прирівнюється до нуля. Однак, компанії доводиться брати участь у конкурентній боротьбі за клієнтів із закладами, які працюють на внутрішньому ринку в місті Вінниця вже довгий час й також мають послуги доставки їжі та виїзного обслуговування, але як не основну діяльність цих компаній.

Розташування кейтерингової компанії «Щастя є» (Google maps) наведено на рис. 1.2.

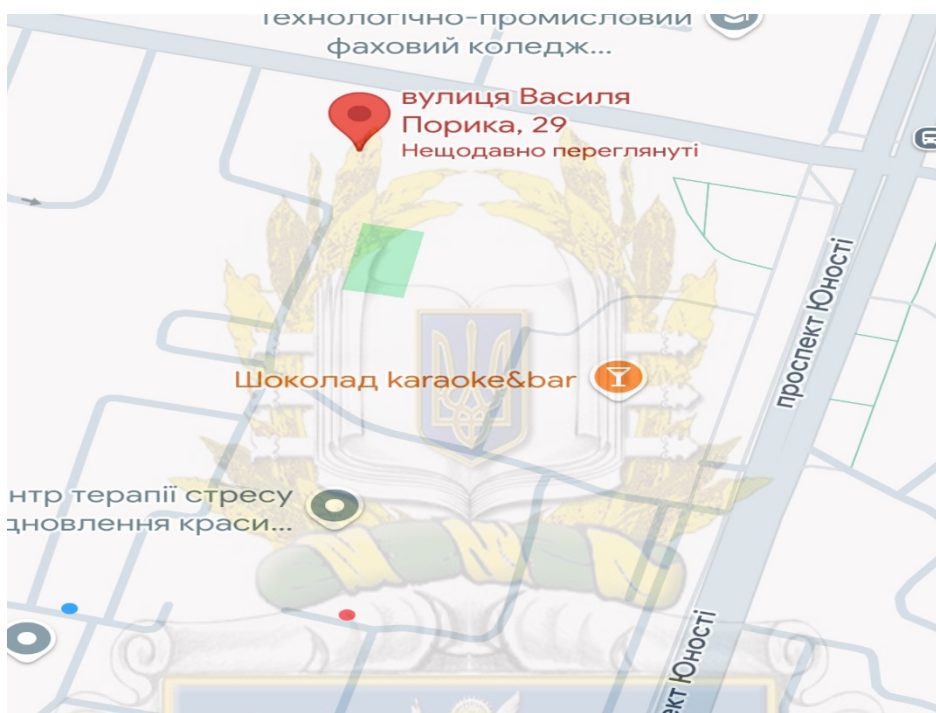


Рисунок 1.2 – Розташування кейтерингової компанії «Щастя є» (Google maps) [50]

Для дослідження конкурентного середовища, підберемо найвідоміші заклади міста, які також працюють в такому ж або ж схожому напрямку, як компанія «Щастя є». Список підприємств-конкурентів із зазначенням назви, адреси, режиму роботи та потужності наведені у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Характеристика схожих закладів харчування [50]

№	Тип закладу, назва	Режим роботи	Адреса	Кількість місць	Концептуальне спрямування
1.	Ресторан «Terra Mare»	11:00-22:30, 11:00-23:00	вул. Келецька, 61А, проспект Коцюбинського, 76, вулиця Зодчих, 34	150	Українська кухня, італійська кухня, азійська кухня, літня тераса, доставка
2.	Готель - Ресторан «Аристократ»	07:30–22:00	вулиця Івана Бевза, 17	100	Національна та європейська кухні
3.	Кейтерингова компанія by Iren Levytska	11:00 – 16:00(сб/нд не працюють)	вулиця Київська, 6	-	Доставка, виїздне обслуговування, комплексні обіди, фуршети, переважно національної кухні

Продовження табл. 1.2

4.	Кафе «Марсель»	11:00- 23:00	вулиця Пирогова, 27	100	грузинська кухня, європейська кухня, українська кухня, банкетний зал, відкриті альтанки, тераса, кейтеринг
----	-------------------	-----------------	---------------------------	-----	--

Проведемо детальний аналіз кейтерингової компанії «Щастя є» у порівнянні з її конкурентами. Тип конкуренції можна охарактеризувати як чисту. У таблиці 1.2 представлено більш детальне порівняння компанії «Щастя є» з її конкурентами за кількома критеріями:

- Цінова політика: нейтральний фактор, оскільки ціни збалансовані завдяки високій якості обслуговування та широкому спектру додаткових послуг. Компанія пропонує якісні послуги за адекватну ціну.

- Знижки: ця складова є сильною стороною, адже компанія проводить акції на основі індивідуальних домовленостей та побажань з клієнтами. Хоча конкуренти також пропонують постійні акції, широкий асортимент послуг «Щастя є» надає як і страви з дорогих інгредієнтів так і страви з не менш привабливою естетикою та відмінним смаком для населення середнього класу

- Відповідність міжнародним стандартам: сильна сторона компанії – це впровадження системи контролю безпеки харчових продуктів НАССР, що свідчить про високий рівень організації безпеки.

- Наявність українських сертифікатів: цей аспект є нейтральним для всіх учасників ринку, оскільки всі вони повинні мати необхідні сертифікати для ведення діяльності.

- Позиція на ринку: нейтральна позиція, оскільки «Щастя є» не є частиною мережі, компанія може зосередитися на індивідуальному підході до клієнтів.

При аналізі конкурентів кейтерингової компанії «Щастя є» також була оцінена кулінарна продукція, спектр наданих послуг та меню компанії (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – Кількісні показники продукції конкурентних закладів ресторанного бізнесу [50]

Заклади	Основні групи страв						
	М'ясні страви	Рибні страви	Перші страви	Гарячі страви	Салати	Закуси	Десерти
Кафе «Марсель»	42	18	8	31	18	12	20
Ресторан «Terra Mare»	6	30	4	38	10	5	19
Готель - Ресторан «Аристократ»	12	7	9	9	18	18	5
Кейтерингова компанія by Iren Levytska	6	4	3	4	7	7	13

У наведеній таблиці представлені конкуренти та їхні меню. Різноманіття асортименту видно на прикладі страв, що входять до меню різних закладів, таких як Кейтерингова компанія «by Iren Levytska», Кафе «Марсель», Готель - ресторан «Аристократ», Ресторан «Terra Mare».

Серед вибраних конкурентів найбільшу кількість позицій у меню має Кафе «Марсель». Кафе працює ще з 1996 року і у ньому представлено найбільше м'ясних страв і десертів у порівнянні з іншими трьома закладами. Хоча ресторан «Terra Mare» виділяється більшим асортиментом гарнірів та рибних страв, він також є мережею серед даних закладів, яка нараховує 3 будівлі. Таким чином, ці заклади є найбільш потужними конкурентами з обраних.

Оскільки меню кейтерингових закладів ресторанного господарства варіюється і, здебільшого, формується на основі комунікації з клієнтами, які замовляють виїзні обслуговування, важливо проаналізувати комунікаційний аспект їхньої діяльності. Чим більше каналів комунікації має кейтеринг і чим краще вони функціонують, тим ефективніше, швидше та якісніше буде організована виїзна подія (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 – Кількісні показники каналів комунікації закладів-конкурентів [50]

Заклад	Критерій				
	Наявність Instagram-профілю	Наявність Facebook профілю	Наявність веб-сайту	Наявність профілю в Google Maps	Наявність в мережі базових контактів (номер телефону, email)
Кафе «Марсель»	+	+	-	+	+
Ресторан «Terra Mare»	+	+	+	+	+
Ресторан «Аристократ»	+	+	+	+	+
Кейтерингова компанія by Iren Levytska	+	+	-	-	+

Охарактеризовані заклади-конкуренти та їхнє поширення каналів комунікації працює належним чинном, так як в більшості є наявні всі елементи комунікацій з таблиці 1.4. Однак порівнюючи заклади з кейтеринговою компанією by Iren Levytska, можемо зробити висновки, що менші компанії та відносно нові працюють переважно через соціальні мережі, а більші компанії і які вже тривалий час є відомими мають широкий спектр комунікацій. Зокрема кейтеринг «Щастя є» активно використовує соціальні мережі для комунікації та має опубліковані основні контакти. Проте, відсутність діючого веб-сайту обмежує можливості залучення нових клієнтів. Створення сайту могло б не лише підвищити ефективність бізнесу, а й покращити імідж компанії, надавши потенційним клієнтам зручний доступ до інформації про послуги, меню та актуальні акції.

Конкуренція в ресторанному господарстві розглядається як процес взаємодії між ресторанами, кафе та іншими закладами харчування, що функціонують на одному ринку. Основна мета цих закладів полягає у залученні та задоволенні потреб клієнтів, а також у досягненні конкурентних переваг. Серед основних принципів конкуренції в ресторанному господарстві:

- якість обслуговування: високі стандарти обслуговування та страв;
- інновації: регулярне оновлення меню та впровадження нових ідей;
- ціноутворення: конкурентоспроможні ціни з урахуванням якості;
- маркетинг: ефективні рекламні стратегії для залучення клієнтів;
- лояльність: програми для підтримки клієнтів та створення стабільної бази;
- технології: використання сучасних технологій для підвищення ефективності;
- співпраця: налагодження партнерських відносин з постачальниками;
- дотримання стандартів: гарантія безпеки харчових продуктів [50].

Дотримання цих принципів є критично важливим для успішної конкуренції, оскільки вони допомагають закладам постійно вдосконалюватись і відповідати вимогам сучасного ринку.

Отже, у цьому розділі ми розглянули кейтерингову компанію «Щастя є», визначили її місцезнаходження і детально проаналізували основні категорії споживачів. До них відносяться молодь як тип клієнтів, корпоративні клієнти, сімейні клієнти, бізнес-клієнти та громадські організації. Кожна з цих груп має свої особливі уподобання та вимоги, тому важливо адаптувати пропозиції, оновлювати меню, впроваджувати інноваційні рішення та звертати увагу на бренд. У Вінниці рівень конкуренції серед кейтерингових компаній не є високим, але заклади все ж мають конкурувати з традиційними ресторанами, які також пропонують доставку. Тому важливо вивчати ринок, налагоджувати комунікацію з потенційними клієнтами і впроваджувати рекомендації для підвищення впізнаваності та успішності бізнесу.

РОЗДІЛ 2

ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

2.1 Аналіз концептуальних засад діяльності кейтерингової компанії «Щастя Є»

Концепція закладу ресторанного бізнесу являє собою стратегічний план, що визначає ключові аспекти та характеристики цього підприємства: його призначення, ринкову позицію, стиль обслуговування, асортимент страв і напоїв, дизайн, атмосферу, цінову політику, цільову аудиторію та інші важливі елементи, які формують загальний образ закладу. Вона не лише допомагає відобразити унікальність ресторану та визначити його конкурентні переваги, але й забезпечує цілісне враження, яке отримують клієнти від кожної взаємодії з закладом, сприяючи створенню бренду, що запам'ятовується.

Формування концепції закладу ресторанного бізнесу проходить через кілька етапів, а саме: аналіз ринку та визначення цільової аудиторії, визначення цілей, розробка меню та кулінарного стилю, дизайн та оформлення, маркетинг та реклама, встановлення цінової політики, вибір стабільних постачальників та якість їхньої продукції, управління персоналом та мотивація, моніторинг та оцінка ефективності.

Отже, розглянемо кожен етап формування концепції:

- аналіз ринку та визначення цільової аудиторії передбачає собою дослідження ринку та ідентифікація основної цільової аудиторії, визначення її потреб та уподобань;

- визначення цілей – ресторан обирає свої головні завдання наприклад, створення унікального гастрономічного досвіду чи орієнтація на обслуговування певної категорії клієнтів;

- розробка меню та кулінарного стилю – формується меню та обирається стиль приготування страв, що гармоніює з концепцією закладу, включаючи добір інгредієнтів і способів приготування;

- дизайн та оформлення стилю закладу відображає загальну концепцію ресторану, та може бути зроблений в декількох окремих стилях або ж комбінацією стилів таких як сучасний, класичний, тематичний тощо;

- маркетинг та реклама передбачає розробку маркетингових ініціатив, включаючи рекламу, акції та PR, що спрямовані на залучення клієнтів і підтримку їхньої лояльності;

- встановлення цінової політики – це процес, що відповідає запитам цільової аудиторії та рівню конкурентів, будь це преміум-категорія або доступний сегмент;

- вибір стабільних постачальників та якість їхньої продукції – це пошук оптимальних та стабільних партнерів, задля безперервного ункціонування кухні та виготовлення виключно якісної продукції;

- управління персоналом та мотивація полягає в створенні стандартів підбору та навчання персоналу, з акцентом на якісне обслуговування, що відповідає концепції закладу;

- моніторинг та оцінка ефективності один з найважливіших процесів, завдяки якому компанія здатна оцінити свою діяльність, знайти слабкі та сильні сторони, задля збільшення ефективності бізнесу [30].

Добре продумана та ефективно реалізована концепція може стати вирішальним чинником успіху, сприяючи залученню постійних клієнтів і формуванню стабільної бази прихильників. Вона також допомагає ресторану закріпитися в обраній ніші й виділитися серед конкурентів у галузі.

На прикладі компанії «Щастя є» – це організація, де клієнти можуть повністю насолодитися своїм святом, залишивши всі організаційні турботи професіоналам. Достатньо узгодити меню, формат заходу та кількість гостей, а решту бере на себе команда закладу: від приготування вишуканих страв до облаштування та сервірування локації. Крім цього, заклад забезпечує повне

обслуговування гостей протягом події та піклується про прибирання після завершення. Завдяки комплексному підходу, «Щастя є» створює атмосферу, де кожен гість відчувається особливим і може по-справжньому відчувати, що турбота про його комфорт – у надійних руках.

Найважливішим аспектом є гнучкість кейтерингового меню: воно адаптується до індивідуальних побажань і потреб замовника, що дозволяє задовольнити смаки всіх гостей, залишаючи їх повністю задоволеними. Також не менш важливим аспектом є саме гнучкість організації завдяки якій вона здатна створити атмосферу свята в будь-якому обраному клієнтом місці, враховуючи всі деталі – від посуду та обладнання до їжі та меблів.

Хоча кейтеринговий заклад ресторанного господарства «Щастя є» надає широкий спектр послуг, він розташований за адресою вул. Василя Порика, 29, який не є повноцінним закладом харчування. Проте заклад спеціалізується на виїзних церемоніях, що робить його позатериторіальним – він не обмежується конкретним районом, а готовий організувати свято в будь-якому обраному клієнтом місці [11].

Для задоволення потреб своєї чітко визначеної аудиторії, заклад пропонує послуги повного циклу: від розробки меню з урахуванням усіх побажань клієнтів до сервірування, обслуговування та прибирання після завершення події. Страви готуються власними силами закладу, що дозволяє контролювати якість і свіжість.

Сам заклад працює щодня з 10:00 до 18:00, але графік організації банкетів повністю залежить від потреб замовника і дотримується лише рамок комендантської години. Завдяки команді досвідчених офіціантів «Щастя є» забезпечує високий рівень обслуговування, що сприяє створенню атмосфери, де гості можуть відчувати себе справді особливими [11].

Нижче наведемо таблицю 2.1 з концепції функціонування закладу «Щастя є».

Таблиця 2.1 – Концептуальні ознаки та їх характеристики закладу «Щастя є» [50]

Ознаки концепції	Характеристики ознак
Тип підприємства	Кейтерингова компанія
Клас закладу	Кейтеринг
Кулінарні напрямки	Європейська кухня, національна кухня, фуршети
Місцерозташування	м. Вінниця, вул. Василя Порика, 29
Тип клієнтів	Сімейні клієнти, корпоративні клієнти, бізнес клієнти, молодь
Формат підприємства	Повносервісний
Формат виробництва	Повний цикл виробництва
Кількість місць	За домовленістю
Режим роботи	Час роботи закладу з 10:00 до 18:00 (офіс), бенкети, фуршети проводяться за домовленістю
Формат обслуговування	Офіціантами, барменами
Середній чек	Фуршет від 1200 грн, бенкет від 1700 грн
Дизайнерський стиль	За домовленістю

Приклад сервірування фуршету компанією «Щастя є» наведено на рис. 2.1.



Рисунок 2.1 – Сервірування фуршету компанією «Щастя є» [50]

Отже, кейтерингова компанія «Щастя є» є лідером серед даного типу закладів у місті Вінниця і демонструє розвиток та розширення своїх потужностей за останні роки, попри війну в Україні.

2.2 Характеристика виробничого процесу досліджуваного закладу

2.2.1 Виробнича програма кейтерингової компанії «Щастя Є»

У виробничій програмі кейтерингової компанії «Щастя є» розрахунки виконуються з урахуванням особливостей її діяльності. Підприємство працює не постійно, а обслуговує конкретні заходи, тому основою для розрахунків є окреме замовлення. Для прогнозування використовується формула:

$$N_{\text{год}} = P \times \text{Об} \times K_z \quad (2.1)$$

де:

$N_{\text{год}}$ – кількість гостей, яких обслуговують за одну годину;

P – місткість закладу (кількість місць);

Об – оборотність місця за годину;

K_z – коефіцієнт завантаження (частка від одиниці) [34].

Оборотність місця протягом години залежить від часу, необхідного для прийому їжі. Для міського ресторану середня тривалість обіду складає 30 хвилин вдень і 150 хвилин ввечері. Оскільки розрахунок стосується банкету, беремо тривалість прийому їжі у 300 хвилин (5 годин).

Розрахуємо оборотність місця за одну годину:

$\text{Об} = 60 / t$ ($\text{об}_1 = 60 / 300 = 0,2$), де t – тривалість відвідування (хвилин).

Таким чином, визначено оборотність місця за одну годину під час банкету компанії «Щастя є».

Тепер розрахуємо коефіцієнт завантаження (K_z), який дорівнює частці від одиниці:

$$K_z = \text{об} / N_{\text{год}} \quad (2.2)$$

$$K_z = 0,2 / 50 = 0,004$$

Це значення відображає коефіцієнт завантаження місця під час банкету, проведеного компанією «Щастя є».

Прогнозована динаміка завантаженості банкету на 50 місць разом з розрахунковими даними щодо кількості споживачів надає важливу інформацію для планування та організації заходу в таблиці 2.2

Таблиця 2.2 – Прогнозована динаміка завантаженості [40]

Час проведення (години)	Кількість споживачів (N)	Завантаженість (Кз)
1	10	0,2
2	20	0,4
3	30	0,6
4	40	0,8
5	50	1,0

Розрахункові дані:

- Загальна місткість закладу (P): 50 місць
- Оборотність місця за годину (Об): 0,2
- Час прийому їжі (t): 300 хвилин (5 годин)
- Коефіцієнт завантаження (Кз)

Для 1-ї години: $K_z = \text{Об} \cdot 1 \text{ год} \cdot 50 = 0,2 \cdot 150 = 0,004 K_z$

Для 5-ї години: $K_z = \text{Об} \cdot 5 \text{ год} \cdot 50 = 0,2 \cdot 550 = 0,02 K_z$

Ця таблиця і розрахунки допоможуть оцінити, як змінюється завантаженість закладу протягом банкету. Аналіз даних дозволить ефективно планувати ресурси, обслуговування та управлінські рішення для підвищення якості обслуговування.

Оборотність місця протягом дня визначається за формулою:

$$\text{Об}_д = N / P \quad (\text{Об}_д = 0,4 / 100 = 0,08)$$

Для визначення денного обсягу продажів кейтерингової компанії «Щастя Є» за різними групами страв проводиться моніторинг конкурентного середовища. Це передбачає аналіз кількості страв, що споживаються під час кожного відвідування закладу, а також прогнозування кількості клієнтів у залі, враховуючи робочий графік. Завдяки такому підходу компанія зможе точніше оцінити попит на продукцію та відповідно адаптувати своє меню, забезпечуючи високий рівень обслуговування клієнтів [39].

$$n = N \cdot m, \quad (2.3)$$

де:

де n – денна кількість страв групи;

N – прогнозована кількість споживачів за зміну роботи закладу (50 осіб за бенкет);

t – коефіцієнт споживання страв [41].

Холодні закуски: $n = 50 \cdot 1,9 = 95$

Салати: $n = 50 \cdot 1,9 = 95$

Супи: $n = 50 \cdot 0,18 = 9$

Основні гарячі страви і закуски: $n = 50 \cdot 1,2 = 60$

Десерти: $n = 50 \cdot 0,4 = 20$

Гарячі напої: $n = 50 \cdot 0,3 = 15$

Холодні напої: $n = 50 \cdot 0,3 = 15$

Хлібобулочні вироби: $n = 50 \cdot 0,4 = 20$

Меню є однією з основних складових концепції ресторану. Після аналізу концептуального меню було рекомендовано внести покращення в деякі страви, зокрема вдосконалити рецепт фаршированої риби з креветками та креветковим соусом [25].

Для підвищення якості раціону гостей та впровадження продуктів функціонального призначення в меню були представлені нові страви. Рецептури цих страв були розроблені або вдосконалені в ході роботи, детально викладеній у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Прогноз обсягу продажу продукції по групах за бенкет

Група страв	Коефіцієнт споживання групи страв	Денна кількість страв групи, порцій
Холодні закуски	1,9	95
Салати	1,9	95
Гарячі закуски	1,2	60
Супи	0,18	9
Основні гарячі страви	1,2	60
Солодкі страви (десерти)	0,4	20
Гарячі напої	0,3	15
Холодні напої	0,3	15
Хлібобулочні вироби	0,4	20
Всього		389

Для підприємства денний обсяг кулінарної продукції визначається на основі концептуального меню. Основними вхідними даними для цього розрахунку є загальна кількість відвідувачів та коефіцієнт споживання страв.

Розрахункове меню кейтерингової компанії «Щастя Є», яке слугує виробничою програмою закладу, містить список страв з вказівкою їхньої кількості та обсягу. При розробці виробничої програми ресторану враховується асортимент продукції, характерний для певної кухні. Також виконується розрахунок необхідної кількості сировини для приготування запланованих страв. Денна потреба в сировині може бути визначена кількома способами, зокрема на основі меню, фізіологічних стандартів і загальних показників.

2.2.2 Склад приміщень на основі структурно-технологічної схеми виробництва у кейтерингової компанії «Щастя Є»

Склад приміщень у кейтеринговій компанії визначається відповідно до структурно-технологічної схеми виробництва. Ця схема включає в себе кілька ключових зон, які забезпечують ефективну організацію робочого процесу.

Схема технологічного процесу кейтерингової компанії «Щастя Є» (рис. 2.3) ілюструє ключові етапи виробничого циклу – від отримання та приймання сировини до її зберігання, термічної обробки, приготування страв, презентації та подальшої реалізації.

Цей процес передбачає повний контроль якості на кожному етапі, що забезпечує відповідність продукції високим стандартам та задовольняє потреби клієнтів.



Рисунок 2.3 – Схема технологічного процесу обслуговування в кейтеринговій компанії «Щастя Є»

Технологічний процес роботи ресторану, як показано на схемі, представляє собою складну систему операцій, що включає приймання сировини, обробку продуктів, приготування страв, подачу гостям, а також зберігання продуктів і посуду. Дотримання високих стандартів якості є важливим на кожному етапі цього процесу. Нижче наведено детальний опис процесу та вимог до якості.

Приймання сировини повинно здійснюватися відповідно до встановлених стандартів і правил зберігання. Сировина перевіряється на свіжість, цілісність та відповідність нормам безпеки. Складські приміщення мають бути чистими, сухими та відповідати вимогам зберігання, з дотриманням принципу FIFO (перший ввійшов – перший вийшов) для контролю за термінами придатності [21].

Температурні режими мають підтримуватися згідно з вимогами, щоб зберігати якість продуктів. Заморожені продукти слід належно маркувати та упаковувати. Кухонне обладнання повинно знаходитися в належному стані та проходити регулярні перевірки на працездатність. Строго дотримуються гігієнічні вимоги, зокрема регулярне миття рук та стандарти одягу.

Зона миття посуду має бути обладнана для якісного очищення та дезінфекції. Використання відповідних мийних засобів і температурного режиму є обов'язковим для забезпечення безпеки харчових продуктів. Посуд потрібно зберігати в належному стані, регулярно очищати та дезінфікувати, щоб він був готовий до використання без залишків їжі або забруднень.

Страви повинні виготовлятися з точним дотриманням рецептури та встановлених стандартів якості, з використанням свіжих та безпечних інгредієнтів. Кожен етап приготування має бути контрольований, щоб гарантувати відповідність смаку, текстури та аромату. Подача страв повинна не лише відповідати очікуванням гостей, але й створювати приємне враження завдяки естетиці оформлення, що підкреслює стиль і концепцію закладу. Зокрема, враховується гармонія кольорів, форми подачі та оформлення, що сприяє загальному досвіду відвідувачів [19].

Ресторанний зал, або в нашому випадку – виїзна локація, повинна бути бездоганно чистою, затишною та забезпечувати максимальний комфорт для гостей. Простір має бути організований так, щоб створювати приємну атмосферу, сприяючи позитивному досвіду перебування. Обслуговування має відповідати високим стандартам сервісу, з увагою до деталей та потреб кожного гостя, щоб гарантувати першокласний рівень прийому та задоволення від події.

Контроль якості на кожному етапі технологічного процесу включає ретельне дотримання стандартів безпеки харчових продуктів, санітарно-гігієнічних норм, високий рівень обслуговування та ефективне управління ресурсами. Це означає, що від приймання сировини і до подачі страв дотримуються всіх необхідних вимог, щоб забезпечити безпечність і якість продукції. Надзвичайно важливо підтримувати високі стандарти на кожному кроці, адже це не лише забезпечує задоволеність гостей, а й сприяє лояльності клієнтів.

Згідно з ДБН В.2.2-25:2009, мінімальні вимоги до площі спеціалізованих приміщень для приймання та зберігання продуктів у ресторані, що працює на сировині, складають 95 м² для закладу на 100 місць, 80 м² для 50 посадкових місць, а для закладів з кількістю місць понад 100 – 0,47 м² на кожне додаткове місце [29].

Для визначення оптимальної площі складських приміщень кейтерингової компанії «Щастя Є» можна використати розрахунок, що

враховує норму навантаження на кожен квадратний метр площі підлоги та коефіцієнт використання. Цей розрахунок проводиться за допомогою наступної формули:

$$S_{заг} = (N + L) / K \quad (2.4)$$

Де:

S – необхідна площа складських приміщень (м²);

N – загальна кількість продуктів або сировини, що зберігаються (кг або од.);

L – норма навантаження на 1 м² площі підлоги (кг/м²);

K – коефіцієнт використання площі (безрозмірний, зазвичай < 1) [17].

Кейтерингова компанія «Щастя Є» володіє чотирма основними функціональними зонами: складськими, виробничими, адміністративними та технічними приміщеннями.

Складські приміщення можна розділити на дві категорії: склад для готової продукції та склад для посуду. У кожній з цих зон присутні лише стелажі – два в складі готової продукції та вісім у складі посуду.

Заморожувальні та охолоджувальні камери розташовані в одному приміщенні, поруч із якими є стелажі для зберігання продуктів (додаток А). У компанії є шість морозильних камер і п'ять холодильних, які призначені для зберігання м'яса, овочів, фруктів, риби, соусів та десертів. Використовуються такі моделі, як GORENJE RF4141PW4, PRIVILEG 4786, Concept LFT2047WH, Liebherr GN2323 і ProdHolod Plus [16].

Холодильні та морозильні камери розташовані в одному просторі зі складом продуктів, де також є два металевих стелажі для зберігання. Це складське приміщення знаходиться в одному блоці з кухнею та вестибюлем.

Виробниче приміщення компанії складається з кухні, де здійснюються всі процеси приготування страв. У кухонному просторі розташовані шість металевих виробничих столів. На столах розміщено полиці з посудом, пароконвектомат, м'ясорубка, слайсер і мікрохвильова піч. Крім того, на кухні є три кухонні тумби, в яких зберігаються кухонне приладдя та інгредієнти, що

використовуються кухарями в різних процесах. На тумбах також розміщені кухонні ваги і вакууматор.

Розрахунок ефективної площі кухонного приміщення наведено на табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Розрахунок ефективної площі кухонного приміщення

Найменування обладнання	Тип, марка	Кіл-ть	Габаритні розміри, мм.			Площа одиниці обладнання, м ²	Площа, яку займає обладнання, м ²
			Довжина	Ширина	Висота		
М'ясорубка	HKN-22SSE Hurakan	1	330	200	315	0,065	-
Духова шафа	BOSCH HBJ558Y S0Q	1	600	568	550	0,33	0,932
Мийка кухонна	Kraft HS6045F	6	600	450	230	0,27	1,62
Стіл-тумба	СППДВК Стандарт Ефес (6001100)	3	1100	600	860	0,66	1,98
Стіл виробничий	Стіл обробний з нержавіючо ї сталі з пристінним бортом	6	1000	600	850	0,6	3,6
Стіл складний	Time Eco TE-1806	1	760	2400	740	1,81	1,83
Пароконвектомат	Упох XVC304	1	750	725	630	0,546	-
Ваги настільні	Днепровес ВТД-ТЗ	1	250	195		0,047	-
Електроплита індукційна	HKN- ICF70D Hurakan	1	660	396	110	0,26	-
Пакувальник вакуумний	Bartscher 300747	1	375	440	280	0,16	-
Слайсер	Celme FA 220	1	370	460	380	0,17	-
Мікрохвильова піч	Samsung ME81KRW -1/UA	1	275	481	396	0,13	-
Полиця пристінна	ПРОФІ-430 ПК-2 АРТЕ-Н	2	300	350	450	0,105-	-

Загальну та компонуючу площу цеху (S заг. та S комп, m^2) можна розрахувати за такими формулами:

$$S \text{ заг} = 9,96:0,35 = 28,4 \text{ м}^2$$

S комп. = SS заг. + 10 % = $28,4 + 10\% = 31,24 \text{ м}^2$ (Компоновочна площа цеху також захоплює 10 % від загальної площі).

Додатково, на підлозі кухні встановлена електрична духова піч, до якої підключена вдосконалена електрична індукційна плита з двома конфорками. Для приготування страв на кухні використовується великий стіл, а для миття виробничого та чистового посуду встановлено шість мийних ванн, розташованих по різні боки виробничого простору. Така організація обладнання забезпечує максимально ефективну роботу працівників кухні.

Адміністративна зона закладу складається з вестибюлю, призначеного для взаємодії з гостями. У вестибюлі розташовані два журнальні столики, оточені м'якими диванами, а також додаткові столи та стільці, які використовуються під час організації різних подій. Кількість меблів та обладнання в цій зоні є змінною і може змінюватись залежно від конкретних потреб [14].

При вході у вестибюль знаходиться рецепція, на якій встановлена професійна кавомашина, кавомолка та три інші кавомашини. Окрім цього, у вестибюлі на окремому столі розміщена кавомашина самообслуговування для зручності гостей. Інтер'єр вестибюлю доповнюють декоративні елементи, такі як полички та вішалки для одягу, що створює затишну та гостинну атмосферу.

Технічна зона закладу складається з двох туалетних кімнат, які розташовані поруч із іншими функціональними приміщеннями. Це забезпечує зручний доступ для гостей та працівників. Загальна площа будівлі та кількість поверхів наведені у таблиці нижче, що дозволяє більш детально оцінити організацію простору закладу.

Нижче вказана зведена таблиця 2.5 приміщень кейтерингової компанії «Щастя Є», яка відображає структуру та функціональність кожного з приміщень. Ця таблиця допомагає зрозуміти, як організовано простір для

забезпечення ефективного обслуговування клієнтів та оптимізації виробничих процесів. Вона також демонструє, які зони є критично важливими для успішного функціонування компанії, враховуючи специфіку роботи в сфері кейтерингу.

Таблиця 2.5 – Приміщень кейтерингової компанії «Щастя Є»

Приміщення	Площа, м ²	Підстава для включення у таблицю
Основна зала	46	ДБН
Приміщення пральні	14	ДБН
Приміщення з холодильним і заморожувальним обладнанням, склад продукції	23	ДБН
Приміщення складу посуду та інвентарю	50	ДБН
Приміщення кухні	57	ДБН
Санвузли	10	ДБН
Всього	200	-

ДБН – Державні будівельні норми.

$S_{\text{заг.}} = 1,2 \times 200 = 240 \text{ м}^2$. (Загальна площа будівлі)

На основі проведеного аналізу приміщень та їхнього призначення можна зробити висновок, що кейтерингова компанія «Щастя Є» має оптимально організовану просторову структуру, яка враховує специфіку обслуговування клієнтів та забезпечення високої якості продукції. Розподіл приміщень за функціональними групами – виробничі, складські, адміністративні та технічні – дозволяє максимально ефективно використовувати ресурси та створювати комфортні умови для гостей. Раціональна організація робочого простору на кожному етапі технологічного процесу сприяє досягненню високих стандартів обслуговування та якості продукції, що є критично важливим для підтримки репутації закладу та задоволення потреб клієнтів.

2.2.3 Технологічні процеси виготовлення кулінарної продукції

Технологічні процеси виготовлення кулінарної продукції охоплюють послідовні етапи обробки сировини, підготовки напівфабрикатів, приготування та оформлення готових страв. На відміну від традиційних закладів громадського харчування, технологічний процес приготування страв у кейтеринговій компанії «Щастя Є» здійснюється без розподілу на окремі цехи. Уся робота зосереджена в одному приміщенні кухні, яке структуровано на різні робочі зони відповідно до призначення. Загалом виробничий процес організований із 10:00 до 18:00, проте графік роботи кухні залишається гнучким, що дозволяє адаптуватися під різні кейтерингові заходи та потреби замовників.

Виділимо основні робочі зони:

- зона для обробки овочевої продукції та напівфабрикатів призначене для очищення, нарізання, обробки та підготовки овочів, які використовуватимуться в стравах. Тут також відбувається підготовка овочевих напівфабрикатів, що спрощує та пришвидшує подальший процес приготування (Приміщення має бути оснащено нарізальними пристроями, овочечистками, мийками для обробки овочів і забезпечувати дотримання належних санітарних стандартів);

- зона для обробки м'яса та м'ясних напівфабрикатів здійснюється обробка м'яса, зокрема його нарізання, підготовка м'ясних напівфабрикатів і приготування м'ясних страв. (Зокрема нарізання, підготовку м'ясних напівфабрикатів та приготування м'ясних страв);

- зона обробки риби та рибних напівфабрикатів призначене для її очищення, філеювання та обробки перед приготуванням. (Тут повинні бути спеціальні рибні столи, ножі та інше обладнання, необхідне для якісної підготовки рибної продукції. Особливу увагу приділяють дотриманню санітарних норм на всіх етапах обробки риби);

- зона теплового обладнання, призначена для обробки напівфабрикатів і приготування страв, може включати духові шафи, грилі, плити, пароконвектомати та інші прилади, необхідні для термічної обробки та приготування страв;

- зона приготування борошняних виробів призначене для виконання всіх технологічних процесів, необхідних для виготовлення продуктів із борошна, таких як хліб, випічка, пироги тощо. (Це приміщення має бути оснащено печами, секціями для замісу тіста та іншими інструментами для приготування борошняних виробів.) Необхідно дотримуватись стандартів безпеки та гігієнічних норм;

- зона для приготування десертів призначена для створення різноманітних солодких виробів, таких як пудинги, торти, морозиво та інші ласощі. (Це приміщення повинно бути укомплектоване необхідними кухонними приладами, такими як духовки, міксери, каструлі та форми для випікання, що забезпечить ефективний процес виготовлення десертів).

У цеху кейтерингової компанії «Щастя Є» організовано 6 робочих зон, кожна з яких відповідає специфічним технологічним процесам приготування кулінарних виробів. Кожне з них оснащено спеціалізованим обладнанням, що забезпечує високу продуктивність та дотримання стандартів якості. Нижче наведено таблицю з врахуванням виробничих зон, обладнання та функції кожної з них (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Технологічні процеси та обладнання робочих зон у цеху

Виробничі зони	Обладнання	Функції
Зона для обробки овочевої продукції та напівфабрикатів	Ножі, різалки, чистильники, мийні машини для овочів	Овочі підлягають чищенню, нарізанню, обробці та підготовці для подальшого використання.
Зона для обробки м'яса та м'ясних напівфабрикатів	М'ясні столи, м'ясні ножі, м'ясні дільниці	зберігання, чищення, миття, порізки, приготування м'ясних страв

Продовження табл. 2.6

Зона обробки риби та рибних напівфабрикатів	Рибні столи, рибні ножі, рибні дільниці.	очищення, філеювання та підготовку до подальшого використання.
Зона теплового обладнання	Печі, грилі, плити, парові конвекційні печі, каструлі, плити для приготування.	Варення, смаження, тушкування, випікання, нагрівання.
Зона приготування борошняних виробів	Печі, кухонні прилади для приготування тіста, тістоміс, міксер.	Замішування, підготовка тіста, формування, випікання та декорування.
Зона для приготування десертів	Духовки, міксери, форми для випічки, десертні дільниці	Очищення, нарізка, формування, обробка, декорування та зберігання.

Вибір обладнання для виробничих цехів у кейтеринговій компанії «Щастя Є» проводиться з урахуванням стандартів, що визначаються відповідно до потужності та класу закладу. Під час дослідження технологічного забезпечення підприємства можна відзначити, що розташування обладнання в виробничому приміщенні чітко відповідає специфічним процесам, а також дотримується всіх санітарних норм і вимог безпеки.

Освітлення в приміщеннях грає ключову роль у створенні комфортного середовища для роботи. Для природного освітлення робочі місця розташовані поблизу вікон, тоді як штучне освітлення має забезпечувати рівномірний розподіл світла по всьому робочому простору.

Також важливо підтримувати оптимальні температурні умови для працівників. У виробничих приміщеннях температура повітря становить 16-18°C, а в зонах з підвищеним теплом - 22-25°C. Для забезпечення належного

повітрообміну на підприємстві встановлено систему припливно-витяжної вентиляції.

Висота стель у виробничих приміщеннях становить близько 3 метрів. Стіни в цих зонах пофарбовані в сірий колір, у той час як складські приміщення облицьовані керамічною плиткою білого кольору. Вестибюль оформлено в світлих тонах за допомогою водоемульсійної фарби, що легко очищається, а для підлоги вибрані водонепроникні матеріали, такі як плитка та епоксидна затирка, що сприяє дотриманню санітарних норм.

2.3 Характеристика процесу надання послуг кейтерингової компанії «Щастя Є»

Кейтеринг – це спеціалізована діяльність, яка забезпечує організацію харчування для різноманітних заходів, включаючи святкування, корпоративи, конференції та інші події. Компанія «Щастя Є» представляє собою яскравий приклад успішної кейтерингової служби, яка зосереджується на наданні високоякісних гастрономічних послуг, що відповідають індивідуальним потребам клієнтів. У сучасному світі, де важливим аспектом є не лише якість продуктів, але й обслуговування, компанія прагне забезпечити комплексний підхід до кожного заходу.

Отже, аналіз процесу надання послуг у кейтеринговій компанії «Щастя Є» дозволить виявити ключові чинники, які сприяють успішній реалізації бізнес-моделі та підвищенню конкурентоспроможності на ринку кейтерингових послуг.

Одним з головних аспектів є наявність кваліфікованого персоналу. Тому важливо впровадити ініціативи, які б стимулювали працівників до підвищення своєї професійної майстерності та розвитку їхніх навичок.

У кейтеринговій компанії «Щастя Є» клієнти отримують обслуговування від офіціантів, барменів та інших працівників, які пройшли спеціальну підготовку для забезпечення високих стандартів сервісу. Страви та напої для бенкетів, фуршетів та кавабрейків готуються досвідченими кухарями, які постійно вдосконалюють свої кулінарні вміння, слідкуючи за актуальними трендами у гастрономії. Команда завжди вдягнена у професійний одяг (рис. 2.7), що підкреслює їхній високий рівень сервісу і додає елегантності загальному вигляду закладу.



Рисунок 2.7 – Базова уніформа офіціантів компанії «Щастя Є»

Компанія пропонує вражаючий вибір страв, яке здатне задовольнити найвибагливіших гурманів. Що важливо, клієнти можуть коригувати склад страв та меню відповідно до своїх уподобань, що робить його гнучким і орієнтованим на потреби споживачів. Хоча інтер'єр закладу виконує функцію переважно технічного простору, вестибюль слугує для організації заходів і вирішення адміністративних питань. Однак, компанія має велику кількість

різноманітного інвентарю, що дозволяє ефективно проводити виїзні події, надаючи ще більшу гнучкість у форматі заходів, адаптуючи їх відповідно до бажань гостей.

Список послуг, які надає компанія «Щастя Є», включає:

1. Харчування: широкий асортимент страв, що задовольнить найрізноманітніші смаки.
2. Виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів: приготування страв за меню та за індивідуальними запитами.
3. Обслуговування: професійні офіціанти, кількість яких підбирається в залежності від кількості гостей на банкеті, забезпечують високий рівень сервісу.
4. Організація виїзних обслуговувань: оформлення місця проведення церемонії відповідно до побажань замовника.
5. Доставка кулінарної продукції: зручне замовлення та доставка страв прямо до клієнта.

Якісні послуги у сфері ресторанного господарства повинні характеризуватися наступними аспектами:

Інформативними та прозорими: Чітке надання інформації про меню, ціни та процедури сприяє формуванню довіри клієнтів.

Комфортними та затишними: Важливо створити атмосферу, що забезпечує зручність і приємне перебування гостей у закладі.

Естетичними та привабливими: Страви та оформлення повинні виглядати красиво, створюючи позитивне враження у відвідувачів.

Творчими та інноваційними: Використання нових ідей та технологій, а також креативний підхід до меню і обслуговування підвищують конкурентоспроможність закладу.

Гнучкими та орієнтованими на клієнта: Послуги мають легко адаптуватися до потреб і побажань споживачів.

Безпечними та гігієнічними: Важливо дотримуватись стандартів безпеки та гігієни для забезпечення здоров'я гостей.

Професійними: Персонал повинен мати високий рівень професіоналізму, щоб забезпечити відмінний сервіс.

Різноманітними: Меню і послуги повинні пропонувати широкий вибір страв і напоїв, щоб задовольнити різні смаки клієнтів.

Відповідальними та екологічно свідомими: Заклад має враховувати екологічні аспекти у своїй діяльності та бути соціально відповідальним.

Доступними та ціннісними: Ціни повинні бути адекватними, а якість послуг – відповідати вартості.

Сучасними з технологічної точки зору: Використання сучасних технологій підвищує ефективність обслуговування та спрощує процес приготування страв.

Таким чином, у другому розділі було розглянуто всебічну характеристику кейтерингової компанії «Щастя Є», зосереджуючи увагу на концептуальних засадах її діяльності та основних пріоритетах. Окремо було описано виробничий процес закладу на прикладі бенкету з 50 учасниками, розроблено виробничу програму, а також проаналізовано ключові аспекти приміщень та обладнання кухні. Крім того, у розділі була висвітлена характеристика надання послуг компанією. Виїзні церемонії обслуговуються професійними офіціантами, кухарями та іншими фахівцями, які необхідні для успішного проведення кожного заходу. Персонал має відповідний професійний одяг та проходить стажування згідно з вимогами високих стандартів обслуговування, що гарантує якість і задоволення потреб клієнтів. Кейтерингова компанія «Щастя Є» не лише відповідає сучасним вимогам ринку, але й активно впроваджує нові технології та ідеї, спрямовані на підвищення рівня сервісу. Це дозволяє їй залишатися конкурентоспроможною у сфері надання послуг харчування та забезпечення заходів, задовольняючи різноманітні запити клієнтів. Компанія не лише прагне до вдосконалення своїх процесів, але й дбає про сталий розвиток, впроваджуючи екологічні практики у свою діяльність, що підкреслює її відповідальність перед суспільством і довкіллям.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАННОЇ ПРОДУКЦІЇ

3.1 Розроблення та впровадження рецептури приготування солоного «Наполеона»

Розробка технології солоного «Наполеона» з авокадо та лососем дозволить кейтеринговій компанії «Щастя Є» значно розширити асортимент закусок, а також збагатити його насиченим смаком використовуючи різні компоненти.

Окрім того, нова страва матиме покращені смакові характеристики та стане привабливою для ширшого кола споживачів. Раніше страва вже користувалася популярністю в солодкому варіанті завдяки своїй різносторонності в приготуванні та світовій популярності, а тепер, завдяки вдосконаленню смакового балансу, новий солоний «Наполеон» зможе повністю змінити смакові якості на відміну від солодкого класичного торта та значно посилити привабливість серед клієнтів.

Солоний «Наполеон» – це варіація класичного листкового торта з незвичайним смаком, що поєднує текстурні шари з пікантною начинкою. Розробка такої технології передбачає створення основи з хрустких шарів тіста з мінімальною кількістю цукру, щоб підкреслити солоні відтінки.

Складники для крему або начинки можуть включати вершковий сир, трави, овочеві пасти або рибні складники, створюючи контраст з легкими, але багатими на смак шарами тіста.

Сучасне переосмислення цінностей і оновлення підходів сприяють активному впровадженню інновацій у харчовій сфері. Зараз особливо актуальним є ефективне використання сировини, застосування передових

знань та новітніх методів обробки харчових інгредієнтів. Поєднуючи класичні та перевірені часом технології з новими ідеями, ми досягаємо унікальних смакових результатів.

Так, солоний «Наполеон» з його насиченими та вишуканими смаковими якостями відображає цю тенденцію, демонструючи оновлений підхід до класики, який не лише збагачує меню, а й задовольняє сучасні гастрономічні потреби клієнтів.

Керуючись цими принципами, було вирішено додати до асортименту кейтерингової компанії «Щастя Є» страву солоний «Наполеон» з авокадо та лососем. Цей витончений шаруватий пиріг, створений із листового тіста та солонуватих начинок, багатий корисними компонентами та має значні переваги для харчування.

Солоний «Наполеон» є джерелом білків та вуглеводів, що сприяють забезпеченню організму енергією та підтримці стабільного рівня цукру в крові, що дозволяє людям з цукровим діабетом відвідати несамовиту закуску з листового тіста на основі класичного варіанту. Завдяки оптимальній калорійності, він добре підходить для тих, хто прагне не лише до здорового, але смачного раціону.

При розробці вдосконаленої версії страви важливо дотримуватися структурованої технології вдосконалення, що передбачає певну послідовність етапів. Цей процес можна розділити на такі основні кроки:

- оцінка поточного стану – проведення аналізу смаку, текстури та зовнішнього вигляду страви для виявлення її сильних та слабких сторін, що дасть змогу виявити напрямки для покращення;

- коригування рецептури – удосконалення рецепту шляхом додавання нових або зміни існуючих інгредієнтів з метою поліпшення смакових характеристик та підвищення харчової цінності страви;

- оптимізація вибору продуктів – підбір нових інгредієнтів з урахуванням їх поживності та смакових якостей для досягнення максимально привабливого результату;

- технологічні зміни – впровадження інноваційних методів приготування та обробки, що можуть покращити текстуру, зовнішній вигляд і консистенцію готової страви;

- додавання нових компонентів – введення додаткових смакових елементів або декоративних деталей для посилення естетичної привабливості та збалансованості страви;

- вдосконалення обладнання – модернізація або оптимізація кухонного устаткування для підвищення ефективності та якості приготування страви;

- тестування та оцінка якості – проведення пробних дегустацій та отримання зворотного зв'язку для забезпечення відповідності нової версії страви високим стандартам якості;

- реакція на побажання клієнтів – адаптація рецептури на основі відгуків і побажань клієнтів, що допоможе максимально задовольнити смакові вподобання споживачів і закріпити популярність страви.

Застосування цієї покрокової технології вдосконалення дозволить ефективно модернізувати страву, забезпечуючи її кращі смакові якості, поживну цінність та візуальну привабливість.

Тестування, дегустація та зворотний зв'язок від клієнтів будуть здійснюватися вже безпосередньо в процесі надання послуг кейтеринговою компанією. Однак у рамках цієї кваліфікаційної роботи передбачено ретельний аналіз поточного вигляду страви, вдосконалення рецептури, вибір і введення нових інгредієнтів, а також визначення найкращого з дослідних зразків. За результатами дослідження буде розроблено рекомендації щодо впровадження нової страви в меню компанії, а також оптимізації обладнання, що в кінцевому результаті сприятиме підвищенню якості обслуговування та задоволеності клієнтів.

Для дослідження було обрано одну із страв-закусок, що є у меню кейтерингової компанії «Щастя Є», а саме солоний Наполеон з курячого філе та овочей (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Аналіз рецептури «Наполеон» з куркою як контрольного виробу (на 1 порцію) [22]

Найменування сировини	Витрати сировини		Функціональне призначення
	Брутто	Нетто	
Куряче філе	65	55	Основний білковий компонент, надає основний смак
Пшеничне борошно	25	25	Основа для тіста, надає структуру
Яйця	10	7,7	Зв'язує компоненти, надає додаткову пухкість
Часник	9	8,3	Надає пікантний смак
Морква	9,5	8,3	Додає солодкість і колір
Цибуля	9,5	8,3	Надає гостроту і аромат
Масло вершкове	2,7	2,7	Робить тісто розсипчастим, надає ніжний смак
Твердий сир	5,5	5	Додає солоність і вершковий смак
Майонез	2,1	2,1	З'єднує шари, надає соковитість
Перець чорний мелений	0,16	0,16	Надає гостроту
Сіль	0,27	0,27	Регулює смак
Вихід	-	110	-

Її складники:

- коржі для Наполеона;
- яйця 3 шт;
- морква 1 шт;
- цибуля 1 шт;
- часник 2-3 зубчик;
- відварене куряче філе;
- твердий сир 100 гр;
- майонез 200 гр;
- петрушка;
- кріп;
- сіль;
- перець.

Закуска має хороші функціональні характеристики, проте в порівнянні з іншими закусками закладу, її смакові та органолептичні якості дещо поступаються. Через це було запропоновано замінити в попередньої закуски

деякі інгредієнти та зробити закуски з відмінними солоними органолептичними якостями. Ми додали наступні інгредієнти: зелений базилік, творог, оливки, авокадо, васабі, вершки та замінили куряче філе на слабосоленого лосося (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Аналіз рецептури «Наполеон» з лососем та авокадо (на 1 порцію)

Найменування сировини	Витрати сировини		Функціональне призначення
	Брутто	Нетто	
Пшеничне борошно	25	25	Основа для коржів
Яйця	10	7,7	Зв'язування інгредієнтів, надання об'єму
Масло вершкове	2,7	2,7	Розпушування тіста, надання ніжності
Петрушка	3	2,7	Аромат, прикраса
Перець чорний мелений	0,16	0,16	Приправа
Сіль	0,27	0,27	Приправа
Зелений базилік	2,2	2	Аромат, прикраса
Авокадо	7	5	Основа для соусу, жирна складова
Слабосолений лосось	18	15	Основний компонент начинки
Лимонний сік	2	2	Кислинка, свіжість
Сир кисломолочний	12	10	Начинка, зв'язування інгредієнтів
Васабі	1	1	Гострота, пікантність
Вихід	-	80	-

Також навели таблицю 3.3, де перерахували вартість старих компонентів з новими.

Таблиця 3.3 – Витрати на сировину та основні матеріали на 1 порцію закуски (80 г)

Сировина	Попередня варіація			Вдосконалена варіація		
	Норма на 1 порцію, г	Ціна, грн/кг	Вартість, грн	Норма на 1 порцію, г	Ціна, грн/кг	Вартість, грн
Куряче філе	55	120	19,8	-	-	-
Пшеничне борошно	25	23.8	25	25	23.8	25
Яйця	7,7	4	0,03	7,7	4	0,03
Часник	8,3	75	0,6	-	-	-

Продовження табл. 3.3

Морква	8,3	8	0,06	-	-	-
Цибуля	8,3	9	0,07	-	-	-
Масло вершкове	2,7	300	0,6	2,7	300	0,6
Твердий сир	5	250	5	-	-	-
Майонез	2.1	110	2.1	-	-	-
Петрушка	-	570	-	2,7	570	1,53
Перець чорний мелений	0,16	110	0,017	0,16	110	0,017
Сіль	0,27	17	0,004	0,27	17	0,004
Зелений базилік	-	770	-	2	770	1,54
Авокадо	-	209	-	5	209	1,045
Слабосолений лосось	-	1400	-	15	1400	21,00
Лимонний сік	-	69	-	2	69	0,138
Сир кисломолочний	-	160	-	10	160	1,6
Васабі	-	300	-	1	300	0,3
Разом:			21,2			52,804

Було приготовлено 2 закуски, традиційна з курячим філе та вдосконалена з лососем та авокадо. Для визначення органолептичних характеристик блюд, було сформовано таблицю 3.4.

Таблиця 3.4 – Органолептичні характеристики закусок з солоного Наполеону

Характеристика	Традиційне блюдо	Вдосконалене блюдо
Зовнішній вигляд	Слоїста структура, золотистий колір	Слоїста структура, ніжний колір, зелений відтінок від авокадо
Аромат	Ніжний, з легким курячим ароматом та спеціями	Свіжий, рибний з нотками авокадо
Смак	М'який, злегка солонуватий, приємний	Складний, з насиченим рибним смаком та кремовою текстурою авокадо
Текстура	Хрустка, ніжна, легка	Кремова від авокадо та творогу, м'яка від риби, з легким хрустом від тіста
Післясмак	Легкий, з нотками курячого філе	Довгий, з приємними рибними нотками та кремовістю авокадо та творогу
Візуальна привабливість	Виглядає апетитно, простий декор	Яскравий, з зеленими елементами, що приваблює око

У цьому дослідженні було здійснено вдосконалення класичної рецептури соленого Наполеону на основі курячого філе, перетворивши його на нову версію з використанням лосося та авокадо. Це вдосконалення передбачало не лише зміну інгредієнтів, а й покращення смакових, текстурних і органолептичних характеристик страви. Аромат класичного Наполеону з курячого філе менш виражений, тоді як вдосконалена версія має свіжий, рибний аромат з нотками авокадо, що робить її більш апетитною. Курячий Наполеон має хрустке тісто, проте м'ясна начинка може бути менш привабливою в контексті текстурної різноманітності. Лососевий Наполеон володіє кремовою текстурою від авокадо і ніжною консистенцією риби, що забезпечує кращий баланс між хрусткістю та м'якістю. Солоний Наполеон з лосося та авокадо пропонує насичений, рибний смак з кремовою текстурою авокадо, що надає нові смакові ноти та робить страву більш вишуканою.

Проведемо аналіз харчової цінності обох продуктів сформувавши таблицю 3.5.

Таблиця 3.5 – Харчова цінність виробів на 100 г продукту

Найменування поживної речовини	Вміст речовин у традиційній страві, %	Вміст речовин у вдосконаленій страві, %
Білок, %	14	20
Жир, %	7	18
Вуглеводи, %	24	16
Калорійність, кКал	180	210

Аналізуючи харчову цінність закуски з додаванням слабосоленого лосося в порівнянні з класичною стравою з курячого філе, можна зробити висновок, що інтеграція таких інгредієнтів значно підвищує вміст білків у страві. Це пояснюється високим вмістом білка у слабосоленому лососі. Крім того, кількість вуглеводів у вдосконаленій страві в порівнянні з класичною менша на 8%, що дає підстави стверджувати, що таке вдосконалення робить

страву не лише смачнішою та привабливішою, а й кориснішою з погляду харчової цінності.

За результатами теоретичного та експериментального дослідження було вдосконалено технологію приготування закуски у кейтеринговій компанії «Щастя Є». Додавання до страви слабосоленого лосося, авокадо і творога дозволяє розширити асортимент закладу, а також збагатити конкретну страву корисними жирами та білками. Вживання закуски з підвищеним вмістом білка та зменшеним вмістом вуглеводів рекомендоване більш широкій групі населення.

Експериментально доведено, що додавання морепродуктів до закуски солоний Наполеон може бути не лише поживним, але й більш привабливим на вигляд і смачнішим завдяки поєднанню різних інгредієнтів. Це в сукупності повністю задовольнить потреби споживачів кейтерингової компанії.

Проаналізувавши рецептуру, була розроблена технологічна схема приготування закуски «Солоний Наполеон» з додаванням слабосоленого лосося, творога та авокадо. Ця схема враховує всі етапи приготування, що забезпечує оптимальний баланс смаку та поживності страви. Вона включає підготовку інгредієнтів, їх поєднання, а також особливості термічної обробки, що дозволяє максимально зберегти корисні властивості продуктів (табл. 3.6).

Таблиця 3.6 – Етапи приготування солоного наполеону з лососем

Етап приготування	Опис дій	Час виконання	Обладнання
1. Підготовка інгредієнтів	<ul style="list-style-type: none"> - Лосось нарізати тонкими скибочками, змішати з васабі та поперчити. - Авокадо очистити та нарізати кубиками додаючи лимонний сік. - Сир кисломолочний розім'яти або збити до кремоподібної консистенції. 	15хв	Ніж, обробна дошка, миска
2. Приготування коржів	<ul style="list-style-type: none"> - Змішати пшеничну муку, яйця та холодну воду для приготування коржів. - Вимішати тісто до однорідності. - Розкочати тісто і обсмажити коржі на сковороді. 	30хв	Сковорода, качалка

Продовження табл. 3.6

3. Підготовка начинки	Змішати Сир кисломолочний з невеликою кількістю зелені (петрушка або базилік) для аромату. - Додати лимонний сік та спеції для покращення смаку.	10хв	Миска, ложка
4. Формування закуски	- На корж викласти шар творога, потім лосось і авокадо. - Накрити наступним коржем, повторити процес.	10хв	Миска, ніж
5. Оформлення та подача	- Остаточний шар закуски можна прикрасити свіжим мікрогріном та шматочками авокадо. - Нарізати на порції та подавати.	5хв	Ніж, тарілка

Сировина, яка постачається до компанії «Щастя Є» для приготування страв, відповідає усім встановленим гігієнічним стандартам безпеки та санітарним вимогам. Крім того, надходження продуктів супроводжується документами, що підтверджують їх належну якість.

Калорійність свіжого лосося становить 206 ккал на 100 грамів продукту. Філе лосося – це чудове поєднання ніжного, жирного м'яса і корисних хімічних елементів. У своєму складі лосось містить вітаміни: В12, В6, D, В3, А, В1, В2, В5, а також корисні мінерали: селен, калій, магній, натрій, залізо, фосфор, цинк, йод і інші.

Авокадо є надзвичайно корисним фруктом, багатим на корисні нутрієнти. Він містить здорові мононенасичені жири, які сприяють зниженню рівня холестерину та покращують здоров'я серця. Також авокадо містить вітаміни С, Е, К, а також вітаміни групи В, включаючи фолат, що підтримує функції нервової системи та покращує метаболізм.

Крім того, авокадо є джерелом калію, який допомагає підтримувати нормальний артеріальний тиск, та клітковини, що сприяє здоровому травленню. Цей фрукт також містить антиоксиданти, які захищають клітини від окислювального стресу, що може знизити ризик розвитку хронічних захворювань.

Сир кисломолочний є відмінним джерелом високоякісного білка, що містить усі необхідні амінокислоти, що робить його ідеальним продуктом для

відновлення м'язів та підтримки загального здоров'я. У 100 г тварогу міститься близько 11-15 г білка, залежно від вмісту жиру. Крім того, Сир кисломолочний є багатим джерелом кальцію, що сприяє зміцненню кісток і зубів, а також підтримує здоров'я серцево-судинної системи. Він також містить вітаміни групи В, такі як В2 (рибофлавін) та В12, які важливі для обміну речовин і нервової системи.

Сир кисломолочний є низькокалорійним продуктом, що робить його популярним серед людей, які прагнуть контролювати свою вагу. Він також містить пробіотики, які сприяють здоров'ю кишківника та покращують травлення. Залежно від способу приготування, Сир кисломолочний може бути використаний у різних стравах, додаючи їм корисні властивості та приємний смак.

Куряче яйце складається з білка та жовтка. Білок є джерелом легкозасвоюваного натурального протеїну, при цьому в середньому міститься 10 г білка на 100 г яєчного білка. Жовток, у свою чергу, містить жиророзчинні вітаміни та холестерин.

Базилік є ароматною зеленню, яка не лише надає стравам унікального смаку, а й має безліч корисних властивостей. Ця трава містить вітаміни А, С, К, а також вітаміни групи В, які важливі для підтримки загального здоров'я. У 100 г базиліка міститься близько 2,6 г білка, а також низька калорійність, що робить його ідеальним доповненням до різних страв.

Базилік є джерелом антиоксидантів, які допомагають захистити клітини від окисного стресу та запобігають розвитку різних захворювань. Ця трава має протизапальні властивості і може допомогти знизити ризик серцево-судинних захворювань.

Крім того, базилік містить ефірні олії, які мають антисептичні властивості та можуть сприяти поліпшенню травлення. Він також використовується в народній медицині для полегшення симптомів стресу та тривоги. Додавання базиліка до страв не лише підвищує їхній смак, а й робить їх більш поживними та корисними для організму.

Вершкове масло – це продукт, отриманий шляхом збивання вершків, і воно широко використовується в кулінарії завдяки своєму неповторному смаку і ароматові. У 100 г вершкового масла міститься приблизно 82 г жирів, з яких близько 50 г – насичені жири. Це робить його висококалорійним продуктом, оскільки його енергетична цінність становить близько 740 ккал.

Вершкове масло є джерелом вітамінів А, D, Е і К, які розчиняються в жирах і важливі для підтримки здоров'я. Вітамін А, зокрема, необхідний для зору, імунної системи і здоров'я шкіри. Окрім вітамінів, воно містить такі важливі мікроелементи, як кальцій, фосфор і цинк.

Хоча споживання вершкового масла має свої переваги, важливо враховувати його калорійність і вміст насичених жирів, які вживані в надмірних кількостях можуть негативно вплинути на серцево-судинну систему. Помірне використання вершкового масла в кулінарії може додати стравам ніжності та багатого смаку, а також забезпечити організм корисними нутрієнтами.

Лимонний сік – це популярний кислий напій, отриманий із соковитих лимонів, який широко використовується в кулінарії, приготуванні напоїв, соусів та маринадів. У 100 г лимонного соку міститься близько 22 ккал, переважно за рахунок вуглеводів (близько 6,9 г) і невеликої кількості білків (приблизно 0,3 г).

Лимонний сік відомий своїми потужними антиоксидантними властивостями завдяки високому вмісту вітаміну С, який підтримує імунну систему, покращує абсорбцію заліза і сприяє загоєнню ран. Крім того, лимонний сік містить флавоноїди, які можуть допомогти зменшити запалення та ризик серцево-судинних захворювань.

Ця добавка також має низький рівень цукру, що робить її чудовим вибором для тих, хто слідкує за рівнем споживання цукру або калорій. Лимонний сік часто використовується для покращення смаку страв, надаючи їм свіжість і кислинку

Чорний перець – це незрілий плід із плодовою оболонкою, швидко висушений на сонці або на вогні. Калорійність чорного меленого перцю становить 251 ккал на 100 грамів продукту.

Сіль, або хлористий натрій, є білою кристалічною мінеральною речовиною, яка грає важливу роль в організмі. Вона відповідає за підтримку водно-сольового балансу та регуляцію натрій-калієвого обміну. Нестача солі може призвести до серйозних наслідків, включаючи руйнування кісткової та м'язової тканин. Це може викликати депресії, нервові розлади, проблеми з травленням, порушення серцево-судинної діяльності, спазми гладкої мускулатури, остеопороз і анорексію. У крайніх випадках хронічна нестача солі може навіть загрожувати життю.

Васабі – це пряна приправа, виготовлена з кореня рослини васабі (*Wasabia japonica*), яка широко використовується в японській кухні, особливо як супутник до суші та сашімі. У 100 г васабі міститься близько 147 ккал, переважно за рахунок вуглеводів (близько 33 г) і невеликої кількості білків (приблизно 3 г).

Ця приправа відома своїми потужними антиоксидантними властивостями завдяки вмісту глюкозинолатів, які можуть допомогти зменшити запальні процеси в організмі. Васабі також містить вітамін С, який підтримує імунну систему, а також деякі мікроелементи, такі як кальцій і магній.

Васабі має потужний смак, який стимулює рецептори носа, створюючи відчуття спека. Ця пряність часто використовується не тільки для покращення смаку страв, але й як засіб для підвищення апетиту.

Технологічний процес приготування солоного Наполеону є досить цікавим, тому розпишемо його деталі:

На початку процесу приготування потрібно підготувати тісто. У великій мисці змішайте пшеничне борошно і сіль. Потім нарежте холодне вершкове масло кубиками і додайте його до борошна. Використовуючи ніж або кулінарний комбайн, перетворіть суміш у крихту розміром з горошину.

Додайте до тіста яйце та холодну воду, після чого швидко замісіть тісто, щоб воно злиплося в кулю. Важливо не перевитягувати тісто, щоб зберегти його легкість і ніжність. Готове тісто загорніть у плівку і покладіть у холодильник на 30 хвилин, щоб воно охоллоло і стало більш зручним для подальшої роботи.

Поки тісто охолоджується, можна зайнятися приготуванням начинки. Слабосолений лосось наріжте на невеликі шматочки, щоб він легко змішувався з іншими інгредієнтами. Авокадо очистіть, видаліть кісточку і наріжте на кубики. У глибокій мисці з'єднайте творог, лимонний сік та васабі. Ця комбінація надасть начинці особливого смаку. Додайте до суміші нарізаний лосось і авокадо. Обережно перемішайте всі інгредієнти, намагаючись не роздробити авокадо, щоб шматочки залишалися помітними в готовій страві. Приправте за смаком сіллю і перцем [12].

Після підготовки начинки вийміть тісто з холодильника і розділіть його на кілька частин. Розкачайте кожну частину в тонкий пласт на присипаній борошном поверхні, намагаючись зробити його рівномірним. За допомогою форми або тарілки виріжте коржі діаметром приблизно 13-14 см. Пам'ятайте, що в процесі випічки тісто трохи зменшиться в розмірі, тому краще вирізати коржі з невеликим запасом. Щоб запобігти набряканню під час випічки, кожен корж проколіть виделкою.

Далі розігрійте духовку до температури 200-220°C. Викладіть підготовлені коржі на деко, застелене пергаментом. Випікайте їх приблизно 10-15 хвилин або до золотистого кольору. Після випічки дайте коржам охолонути на решітці, щоб вони стали більш хрусткими.

Коли коржі охолонуть, настав час зібрати Наполеон. Візьміть один корж, щедро намажте на нього частину приготованої начинки, потім накрийте наступним коржем. Повторюйте цей процес, поки не закінчатся всі коржі та начинка. Верхній корж можна прикрасити залишками начинки або свіжими травами для естетичного вигляду.

Готовому Наполеону необхідно інакше перебувати в холодильнику протягом 30 хвилин перед подачею. Це дозволить смакам краще змішатися та зробити

страву ще смачнішою. Після цього нарежте Наполеон на порційні шматочки і подавайте охолодженим.

Стандартна порція солоного Наполеону зазвичай складає приблизно 100-150 грамів. Це може варіюватися в залежності від контексту подачі (наприклад, як закуска на святковому столі чи частина основної страви) і від загального обсягу їжі, що подається на стіл. Якщо страва подається як частина багатокomпонентного меню, порція може бути меншою, близько 80-100 грамів.

Згідно технологічного процесу приготування було розроблено технологічну карту (таблиця 3.7).

Таблиця 3.7 – Технологічна карта солоного Наполеону з лососем та авокадо [13]

№ п/п	Назва сировини	Маса сировини				Нормативна документація, що регламентує вимоги до якості сировини
		На 1 порцію, г		На 10 порцій, г		
		брутто	нетто	брутто	нетто	
1	Лосось	15	15	150	150	ДСТУ 11298:2004
2	Яйця	7,7	7,7	77	77	ДСТУ 5028:2008
3	Авокадо	6	5	60	50	ДСТУ 2295:2019
4	Сир кисломолочний	10,8	10	108	100	ДСТУ 4554:2006
5	Пшеничне борошно	25	25	250	250	ДСТУ 4111.4-2002
6	Масло вершкове	2,7	2,7	27	27	ДСТУ 4399:2005
7	Васабі	1	1	10	10	ДСТУ 4608:2006
8	Лимонний сік	2	2	20	20	ДСТУ 8074:2015
9	Сіль	0,27	0,27	2,7	2,7	ДСТУ 3583:2015
10	Перець чорний мелений	0,16	0,16	1,6	1,6	ДСТУ 959-1:2008

Технологія приготування:

Для приготування солоного Наполеону з лососем та авокадо необхідно почати з підготовки інгредієнтів. Свіжий лосось нарізається тонкими пластинами, при цьому видаляється шкіра та кістки, якщо вони є. Після цього лосось злегка солиться і перчить для додання смаку. Авокадо розрізається навпіл, видаляється кісточка, очищується від шкірки та нарізається тонкими

скибочками.

Наступний крок – підготовка творогу. Творог збивається у блендері до кремоподібного стану. До нього додаються сіль, чорний мелений перець, лимонний сік та васабі за смаком, після чого все ретельно перемішується. Отримана творожна маса повинна бути однорідною і гладкою.

Після підготовки інгредієнтів можна переходити до приготування листкового тіста. Листкове тісто розкочується на тонкі шари та випікається у духовці до золотистого кольору. Для цього духовка попередньо розігрівається до 180°C, а тісто викладається на деко, застелене пергаментним папером, щоб уникнути прилипання. Випікання триває приблизно 10-15 хвилин, поки тісто не набуде потрібного кольору і хрусткості.

Після випікання листкового тіста і його охолодження можна переходити до складання солоного Наполеону. На один шар листкового тіста викладається тонкий шар творожної маси, зверху розкладаються скибочки авокадо та лосося. Процедура повторюється кілька разів, чергуючи шари тіста, творогу, авокадо та лосося. Верхній шар також покривається творожною масою та прикрашається шматочками авокадо та лосося.

Готовий солоний Наполеон з лососем та авокадо охолоджується у холодильнику перед подачею, щоб він просочився і став більш стабільним. Перед подачею страва може бути додатково прикрашена зеленню або іншими декоративними елементами за бажанням.

Характеристика готового виробу: Солоний Наполеон з лососем та авокадо.

Форма: Страва має прямокутну форму, характерну для Наполеону. Кожен шар чітко виділяється, створюючи багат шаровий ефект.

Поверхня: Гладка та рівна поверхня, верхній шар прикрашений скибочками лосося та авокадо, які рівномірно розташовані. Декор може включати зелень, таку як мікрогрін або кріп, що додає свіжості та контрасту.

Колір: Золотистий колір листкового тіста контрастує з ніжно-рожевими скибочками лосося та світло-зеленими скибочками авокадо. Кремова маса творогу додає білого кольору, створюючи гармонійний вигляд.

Структура та вид на злам: Шарувата структура чітко виділяється на зламі, демонструючи тонкі шари хрусткого тіста, ніжного крему з творогу та скибочки авокадо і лосося. Страва виглядає естетично привабливою з чітко вираженими шарами.

Запах та смак: Запах страви свіжий і приємний, з виразними нотками копченого лосося та свіжого авокадо. Смак гармонійний, з солоною ноткою від лосося, ніжним вершковим смаком творожного крему та легким цитрусовим відтінком від лимонного соку. Васабі додає легку пікантність, роблячи страву збалансованою та вишуканою.

Технологічна схема удосконаленої страви наведена в Додатку Б

3.2 Характеристика контрольних-критичних точок технологічного процесу виготовлення розробленої продукції

Станом на сьогодні, у закладах ресторанного господарства система НАССР (Аналіз небезпек та критичні контрольні точки) є надзвичайно важливою, оскільки забезпечує високі стандарти безпеки харчових продуктів та допомагає запобігти можливим ускладненням, таким як інфекційні захворювання або отруєння, що можуть виникати внаслідок неналежної обробки або зберігання продуктів. Впровадження цієї системи сприяє відповідності закладу найвищим вимогам безпеки харчових продуктів та підвищує рівень довіри споживачів до послуг, що надаються у сфері громадського харчування.

Система НАССР розроблена для ідентифікації та управління потенційними ризиками, пов'язаними із безпекою продуктів харчування. Її

основна мета полягає у визначенні критичних контрольних точок у виробничому процесі, де можуть виникати загрози для безпеки продуктів, та впровадженні дієвих заходів контролю на цих етапах. Це дає змогу не лише мінімізувати ризики, а й підвищувати ефективність виробництв, завдяки чому забезпечується не лише безпека, а й якість кінцевого продукту [3].

Програми-передумови (PRPs) в рамках системи HACCP становлять важливий елемент, що створює міцну основу для безпечної виробничої або обслуговуючої діяльності. Ці програми охоплюють різноманітні процеси та стандарти, критично важливі для гарантування безпеки та якості продуктів чи послуг. Основні процеси, які повинні бути включені до програм-передумов, охоплюють: санітарно-гігієнічні норми, навчання персоналу, контроль за якістю сировини та управління відходами [8].

Загалом, впровадження системи HACCP у закладах ресторанного господарства є не лише вимогою сучасності, а й стратегічним кроком до підвищення рівня обслуговування та безпеки споживачів. Дослідження в цій галузі продовжують вказувати на необхідність удосконалення існуючих методів контролю безпеки продуктів харчування, щоб забезпечити оптимальні умови для захисту здоров'я споживачів.

Особливо важливим аспектом застосування системи HACCP у закладах ресторанного господарства під час приготування закусок є ідентифікація критичних точок у технології приготування страви. Це дозволяє виявити потенційні ризики та загрози для безпеки продуктів на різних етапах процесу. У технології приготування солоного Наполеону з лососем та авокадо можна виділити такі ризики:

1. Неналежна обробка сировини: Це може включати недостатнє очищення та обробку риби та морепродуктів, що може призвести до забруднення.

2. Температурний контроль: Важливо дотримуватися належних температурних режимів під час зберігання та приготування сировини, щоб уникнути розвитку патогенних мікроорганізмів.

3. Крос-контамінація: Виникає ризик, коли готові страви або сировина можуть бути забруднені внаслідок контакту з сирими продуктами, такими як риба та морепродукти.

4. Тривалість зберігання: Використання продуктів, які перевищили термін придатності або були зберігані в неналежних умовах, може призвести до використання небезпечних для здоров'я інгредієнтів.

5. Санітарні норми: Недостатнє дотримання санітарних вимог у приміщенні приготування може стати джерелом забруднення.

Надано критичні точки контролю (КТК) в приготуванні солоного Наполеону з лососем та авокадо (Додаток В):

- температура зберігання лосося – не вище 4 °С;
- температура зберігання авокадо – 5-10 °С (для оптимального дозрівання);
- температура нарізки лосося – температура не повинна перевищувати 4 °С (щоб уникнути розвитку бактерій);
- температура подачі закуски – не нижче 10 °С для холодних закусок;
- температура приготування творогу (якщо використовуються нагріті компоненти) – не вище 70 °С для збереження його консистенції;
- час витримки закуски в холодильнику – не більше 24 годин для забезпечення свіжості продуктів [15].

У кейтеринговій компанії «Щастя Є» не використовують напівфабрикати для приготування цієї закуски, оскільки меню формується індивідуально відповідно до побажань клієнтів. Таким чином, закуски подаються безпосередньо після приготування та транспортування до місця проведення заходу. Проте важливо, щоб страва зберігалася і транспортувалася в спеціальних термокамерах для забезпечення оптимальної температури і якості продукту.

Увесь процес приготування солоного Наполеону з лососем та авокадо контролюється технічним та мікробіологічним контролем, що наведений нижче (табл. 3.8).

Таблиця 3.8 – Карта метрологічного забезпечення технологічного процесу виробництва солоного Наполеону з лососем та авокадо

Найменування етапу технологічного процесу	Нормоване значення параметрів	Засоби виміру	Періодичність контролю
Вхідний контроль	-	-	Постійно
Контроль сировини на вміст хімічних і біологічних об'єктів: токсичні елементи, антибіотики, пестициди, радіонукліди	-	СанПін 2.3.2.10 78-01	Вибірковий
Контроль температури повітря на складі	+18°C	Технічні термометри	Постійно
Контроль температури повітря в холодильних камерах для зберігання сировини	-18°C	Технічні термометри	Постійно
Нарізка та підготовка лосося і авокадо	За рецептурою	Ніж, обробна дошка	Постійно
Приготування закуски із лососем, авокадо і творогом	За рецептурою	ДСТУ 8029:2015	Постійно
Контроль маси компонентів	За рецептурою	Ваги технічні	Постійно
Контроль маси готової закуски	80-150г	Ваги технічні	Постійно

Для приготування високоякісної страви надзвичайно важливо обирати сировину, яка відповідає всім стандартам безпеки та якості. У кейтеринговій компанії «Щастя Є» для виготовлення закуски солоного Наполеону з лососем та авокадо використовується лише перевірена сировина, що відповідає всім необхідним вимогам.

- лосось згідно ДСТУ 11298:2004;
- авокадо згідно ДСТУ 2295:2019;
- сир кисломолочний згідно ДСТУ 4554:2006;
- вершкове масло згідно ДСТУ 4399:2005;
- пшеничне борошно згідно ДСТУ 4111.4-2002;
- васабі згідно ДСТУ 4608:2006;
- лимонний сік згідно ДСТУ 8074:2015;
- яйце згідно ДСТУ 5028:2008;
- сіль згідно ДСТУ 3583:2015;
- перець чорний мелений згідно ДСТУ ISO 959-1:2008.

Окрім зазначених стандартів якості, допускається використання сировини, яка відповідає вимогам СанПіН, ГОСТ (тих, що не замінені на ДСТУ), ТУ, ISO та Codex Alimentarius. Важливо, щоб продукти мали відповідні сертифікати якості та дозвіл на використання у харчовій промисловості від Держсанепіднагляду. Сировина, яка відповідає цим стандартам, може бути використана для приготування закусок, які задовольняють усі технічні та санітарні норми. Основними вимогами для виробничого підрозділу є підтримка належної температури подачі страв та напоїв, дотримання термінів реалізації, а також забезпечення якості продукції. Для цього важливо використовувати ефективні засоби транспортування страв, надійний посуд, що не підлягає ламанню, та тару, яка зберігає температуру протягом тривалого часу і є зручною в експлуатації. Готові гарячі страви можуть бути доставлені в термоконтейнерах, мармітах або спеціалізованих термосах, які підтримують температуру протягом 2-3 годин. Додатково можуть використовуватися пересувні марміти для розігріву страв або організація мобільної кухні з плитами, жаровими шафами та фритюрницями [36].

При виборі місця проведення заходу слід враховувати можливість обладнання для приготування їжі, а також наявність водопроводу і електричної мережі. Готову продукцію потрібно доставляти на місце проведення за 1-2 години до початку заходу, дотримуючись вимог до зберігання сировини та готових страв. Після доставки продукції вона розпаковується в спеціально відведеному місці. Кухарі викладають страви на тарілки та блюда, можуть дорізати певні продукти, а також прикрашати та оздоблювати їх. Деякі страви, можуть бути приготовані безпосередньо на місці заходу. Готові страви сервіруються на столах, які заздалегідь підготовлені на території проведення, та оформлюються відповідно до теми заходу.

Працівники зобов'язані дотримуватися норм особистої гігієни, включаючи регулярне миття рук, носіння чистого спецодягу та використання відповідних засобів захисту, які повинні бути надані керівництвом.

Перед кожним заходом обов'язково проводиться інструктаж персоналу з техніки безпеки, у якому враховуються специфічні умови території, де відбувається банкет. Цей інструктаж не лише покращує безпеку, а й підвищує рівень усвідомленості працівників щодо важливості дотримання санітарних норм. Важливо також регулярно проходити навчання з основ гігієни та безпеки харчових продуктів, що допомагає підтримувати високий рівень обслуговування та відповідати сучасним вимогам галузі.

Додатково, забезпечення чистоти на робочих місцях, своєчасне прибирання та дезінфекція поверхонь, інструментів і обладнання є невід'ємними складовими якісного обслуговування. Це не тільки підвищує безпеку харчових продуктів, але й формує позитивний імідж компанії в очах клієнтів, що вкрай важливо у сфері ресторанного бізнесу.

3.3 Обґрунтування рентабельності розробленої продукції

Аналіз собівартості двох варіантів солоного наполеона виявив значну різницю: вартість приготування однієї порції страви з лососем та авокадо складає 52,804 грн, що майже в 2,5 рази перевищує вартість попередньої версії з куркою (21,2 грн). Така суттєва різниця в ціні пояснюється використанням більш дорогих інгредієнтів, таких як лосось та авокадо, які є делікатесами і мають вищу вартість порівняно з курячим філе. Цей факт підтверджує, що вибір інгредієнтів суттєво впливає на кінцеву вартість страви та, відповідно, на її ціну в меню закладу.

Ціна солоного наполеону з лососем та авокадо буде наступною:

$$Ц = С + П_{пл} + ПДВ [10] \quad (3.1)$$

П (норма прибутку) у кейтеринговій компанії «Щастя Є» становить 150%.

$$Ц = 52,804 * 1,5 * 1,2 = 95,04 \text{ (грн)}$$

Рентабельність удосконаленого солоного наполеону з лососем та авокадо наступна:

$$R = (Ц - C) / C * 100\%. \quad [19] \quad (3.2)$$

$$R = (95,04 - 52,804) / 52,804 \times 100\% = 79,98 \%$$

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок про потенційну прибутковість страви «Наполеон з лососем та авокадо».

Отже, впровадження нового рецепту солоного наполеона з лососем та авокадом відкриває перед компанією «Щастя Є» нові можливості для розвитку. Завдяки поєднанню класичного десерту та сучасних трендів у харчуванні, новий наполеон приверне увагу широкого кола споживачів, особливо тих, хто віддає перевагу здоровому харчуванню та нестандартним смаковим рішенням.

Висока вартість інгредієнтів, таких як лосось та авокадо, дозволить збільшити середній чек замовлення, а впровадження інноваційного продукту демонструє, що компанія «Щастя Є» йде в ногу з часом і готова пропонувати своїм клієнтам найкраще.

Проведене дослідження дозволило розробити детальну технологічну карту приготування нового наполеона, яка враховує всі етапи виробництва, від підготовки інгредієнтів до оформлення готової страви. Для забезпечення безпеки та якості продукту були розроблені критичні контрольні точки (ККТ), які дозволять мінімізувати ризики, пов'язані з виробництвом харчових продуктів.

Проведене дослідження є лише першим кроком на шляху до впровадження нового продукту. Для досягнення максимального результату необхідно провести додаткові маркетингові дослідження, розробити ефективну стратегію просування і забезпечити високу якість обслуговування клієнтів.

Таким чином, впровадження солоного наполеона з лососем та авокадо є перспективним напрямком розвитку компанії «Щастя Є» і дозволить їй зміцнити свої позиції на ринку кейтерингових послуг.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Заклади ресторанного господарства кейтерингового типу набувають все більшої популярності на українському ринку. Виїзні церемонії для багатьох споживачів є зручнішими, більш естетичними та практичними, що робить функціонування та розвиток таких закладів особливо актуальними в наш час.

Однак, кейтерингові компанії стикаються з низкою вимог та викликів, які не мають звичайні ресторани. По-перше, обладнання та реквізит повинні бути максимально мобільними та динамічними, щоб забезпечити ефективну роботу на різних локаціях. По-друге, кейтеринговим закладам потрібно конкурувати не лише з іншими кейтеринговими компаніями, але й зі звичайними ресторанами, які також впроваджують інноваційні системи доставки страв. Тому кейтерингові компанії повинні постійно розвиватися та впроваджувати нові технології. Для підвищення ефективності функціонування кейтерингової компанії «Щастя Є» в рамках цього дослідження було здійснено ряд заходів:

1. Проведено маркетингові дослідження ринку та діяльності закладу.
2. Проаналізовано інженерні засади діяльності кейтерингової компанії «Щастя Є».
3. Визначено шляхи підвищення конкурентоздатності ресторанної продукції.

Маркетингові дослідження включали загальну характеристику закладу та аналіз середовища, в якому він функціонує. Було ідентифіковано та описано конкурентів закладу за географічною ознакою.

Компанія «Щастя Є» має вигідне розташування, а конкуренція з іншими закладами не є прямою, оскільки конкурентами не є кейтерингові заклади ресторанного господарства. Діяльність закладу не обмежується географічним положенням, а обслуговування може здійснюватися практично в будь-якому куточку України. Таким чином, конкуренція для закладу є багаторівневою та глобальною, що вимагає відповідного підходу.

На основі проведеного аналізу можна зробити наступні пропозиції для підвищення ефективності діяльності компанії «Щастя Є»:

- інвестувати в мобільне обладнання та реквізит, що забезпечить швидку та ефективну роботу на різних локаціях;
- впроваджувати новітні технології у сфері кейтерингу для підвищення конкурентоздатності та якості послуг;
- проводити регулярні маркетингові дослідження для виявлення нових ринкових можливостей та адаптації до змін у середовищі;
- забезпечувати високі стандарти якості продукції та обслуговування для утримання та розширення клієнтської бази.

Компанія «Щастя Є» має вигідне розташування, що сприяє успішній діяльності, оскільки конкуренція з іншими закладами не є прямою через відсутність аналогічних кейтерингових підприємств у безпосередній близькості. Проте діяльність компанії не обмежується лише географічним положенням, оскільки обслуговування може здійснюватися практично в будь-якому куточку України. Це робить конкуренцію багаторівневою та глобальною, вимагаючи відповідного підходу до її вирішення.

Для глибшого ознайомлення з підприємством було складено та детально проаналізовано виробничу програму закладу. Зважаючи на специфіку діяльності кейтерингової компанії «Щастя Є», що не має стабільного графіку заходів, прогнози щодо завантаженості закладу та реалізації страв проводилися з розрахунку на 50 осіб на один банкет.

Важливим етапом дослідження діяльності кейтерингового підприємства є аналіз його матеріально-технічного забезпечення. Було охарактеризовано склад приміщень компанії та складено структурно-технологічну схему. Також було визначено схему технологічного процесу закладу та розраховано площу складських приміщень, кухні та площу компанії загалом.

Загалом фактична площа закладу та всіх його допоміжних і виробничих приміщень практично відповідає математичним розрахункам, що свідчить про

організованість виробничого процесу з метою забезпечення належних умов праці при виконанні необхідних технологічних операцій.

Виробниче приміщення в кейтеринговій компанії «Щастя Є» не поділене на цехи, а має безцехову структуру. Кухня поділена на робочі місця з відповідним обладнанням, що зручно розташовані таким чином, щоб кухарі могли виконувати всі необхідні операції, дотримуючись правил охорони праці.

У підсумку, для підвищення ефективності діяльності кейтерингової компанії «Щастя Є» рекомендується продовжувати інвестувати в мобільне обладнання та реквізит, впроваджувати новітні технології у сфері кейтерингу, проводити регулярні маркетингові дослідження та забезпечувати високі стандарти якості продукції та обслуговування. Це дозволить зміцнити позиції компанії на ринку та забезпечити її сталий розвиток у майбутньому.

На підставі аналізу меню закладу було вирішено вдосконалити закуску солоного Наполеону, замінивши куряче філе на лосося та авокадо. До страви додали також васабі та кисломолочний сир. Такий вибір інгредієнтів зумовлений необхідністю, з одного боку, покращити функціональні властивості страви, а з іншого, покращити її смакові якості. В результаті зміни рецептури страви значно покращились її фізико-хімічні характеристики. Зокрема, зросла частка білків та корисних жирів, що зробило страву більш поживною та корисною. Водночас, покращився зовнішній вигляд та смак закуски. Таким чином, ми змогли збільшити попит на страву, адже вона відповідатиме вподобанням більшої кількості споживачів.

Приготування солоного наполеона з лососем та авокадо передбачає низку ризиків під час виконання технологічних процесів. Аби їх уникнути, було проаналізовано систему HACCP та визначено критичні контрольні точки технологічного процесу. Необхідно строго дотримуватись рекомендованих параметрів при приготуванні страви, аби не порушити правил безпеки та створити закуску, що відповідає високим стандартам кейтерингової компанії «Щастя Є».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ISO 22000:2018. (2018). *Food safety management systems - Requirements for any organization in the food chain*. International Organization for Standardization.
2. Бражко А. В. Інновації в кейтерингу закладів ресторанного господарства. *Інновації розвитку харчових технологій та індустрії гостинності в контексті сучасних тенденцій готельно-ресторанного бізнесу*, Вип. 96. URL: <http://surl.li/rfdyic> (дата звернення: 10.10.2024).
3. Wallace C. A., Sperber W. H., Mortimore S. E. *Food Safety for the 21st Century: Managing HACCP and Food Safety throughout the Global Supply Chain*. John Wiley & Sons. 2020. P. 34-42.
4. Воронюк Т. Формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства. 2019. URL: <http://surl.li/утохmk> (дата звернення: 10.10.2024).
5. ДСТУ 8029:2015. (2015). *Система управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-якої організації харчового ланцюга*. Київ: Держстандарт України.
6. Горшкова Л. Особливості кейтерингу в організації мобільного ресторанного обслуговування. *Проблеми системного підходу в економіці*, 2021, Вип. 6 (1). С.134-138.
7. Тарновський Р. Оптимізація основного виробничого процесу у закладах готельно-ресторанного господарства. 2019. URL: <http://dspace-s.msu.edu.ua:8080/handle/123456789/7851> (дата звернення: 10.10.2024).
8. Ряшко Г. Використання новітнього обладнання з метою створення високоефективних технологій на підприємствах ресторанного господарства. *Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій*, 2020, Вип. 42 (2). С. 468-472.

9. Пивоваров П. П. Теоретичні засади технології громадського харчування. Ч. III. Ліпіди та їх значення у формуванні фізико-хімічних, органолептичних показників сировини. Харків: ХДАТОХ. 2020. 90 с.

10. Новічкова Т. Сервісні послуги: кейтерингове обслуговування в організації ресторанного господарства як напрям підвищення конкурентоспроможності в умовах кризи. *Наукові перспективи (Naukovi perspektivi)*, 2021, 3 (9). URL: <http://surl.li/nprqio> (дата звернення: 13.10.2024).

11. Нагорняк Г. Значення устаткування та проектування закладів ресторанного господарства як головних детермінант їх ефективної організації. *Інновації розвитку харчових технологій та індустрії гостинності в контексті сучасних тенденцій готельно-ресторанного бізнесу*, Вип. 186. URL: <http://surl.li/iyhppj> (дата звернення: 23.09.2024).

12. Назаренко І. Організація ресторанного господарства: навчальний посібник. 2020. URL: <http://surl.li/gfprjes> (дата звернення: 29.09.2024).

13. Мурашко В. Напрямки покращення якості обслуговування в готельно-ресторанному господарстві. Збірник тез доповідей Book of abstracts, 2019, 19. URL: <http://surl.li/vtlmta> (дата звернення: 03.10.2024).

14. Мазуркевич А. Удосконалення технології соусів, шляхом підвищення їх харчової цінності для основних страв в кафе. 2023. URL: <http://surl.li/ovybfn> (дата звернення: 03.10.2024).

15. Локатирьова О. Особливості використання сучасного обладнання у закладах ресторанного господарства. 2020. URL: <http://surl.li/wnlgtj> (дата звернення: 03.10.2024).

16. Ліба Н. Деякі особливості ціноутворення в закладах ресторанного господарства. 2020. URL: <http://surl.li/ljnaxk> (дата звернення: 03.10.2024).

17. Кухарська Ю. Вдосконалення використання виробничого потенціалу на підприємствах ресторанного господарства. 2020. URL: <http://surl.li/cmljnn> (дата звернення: 03.10.2024).

18. Кулінка, Ю. Технологічне обладнання закладів готельного і ресторанного господарства. 2020. URL: <http://surl.li/nevhcb> (дата звернення: 03.10.2024).

19. Крижанівський, А. Впровадження інновацій в закладах ресторанного господарства України. Редакційна колегія, 2020, 248. URL: <http://surl.li/peihei> (дата звернення: 03.10.2024).

20. Костіна, А. Інноваційні технології господарювання в ресторанному бізнесі. Рекомендовано Вченою радою Навчально-наукового інституту міжнародних відносин Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (протокол № 3 від 29.11. 2019 р.), 70. URL: <http://surl.li/bsfqkn>

21. Коренець Ю. Проектування закладів ресторанного господарства з основами САД: метод. рек. з вивч. дисц.; У 2 ч. Ч. 2. 2021. URL: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/2576/> (дата звернення: 03.10.2024).

22. Кирніс Н. Дослідження стану підприємств ресторанного господарства з надання кейтерингових послуг. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України, 2020, Вип. 3. С. 48-51.

23. Карбівська, В. Організація системи виробництва у закладах ресторанного господарства. 2023. URL: <http://surl.li/pstjot>

24. Зосімова, В. Теоретичні аспекти організації кейтерингу. 2021. URL: <http://surl.li/fewsdp> (дата звернення: 03.10.2024).

25. Завадинська, О. Сучасні тенденції впровадження інноваційних форм обслуговування в закладах ресторанного господарства. Підприємництво і торгівля, 2019, 25: 54-59. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/article/view/11> (дата звернення: 03.10.2024).

26. Дзвінчук Т. Особливості комплексу маркетингу закладів ресторанного господарства. URL: <http://surl.li/fzkjbr> (дата звернення: 03.10.2024).

27. Данилюк І. Технології ресторанної продукції. *Технологія напівфабрикатів страв та кулінарних виробів із риби, рибопродуктів та нерибної водної сировини*. 2021. URL: <http://surl.li/tqrxhc> (дата звернення: 03.10.2024).

28. Гуторов О. Особливості здійснення проектування закладів ресторанного господарства. *Молодий вчений*, 2020, Вип. 5 (81). С. 119-122.
29. Грузева О. В. Вплив харчових факторів на здоров'я населення. Матеріали IV з'їзду фахівців з соціальної медицини та організації охорони здоров'я. 2020. Т. 1-2. С. 60–62.
30. Акімова Н. Організаційно-методичні аспекти обліку послуг виїзного кейтерингу на підприємствах ресторанного господарства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі*, 2020, Вип.1. С. 73-86.
31. СанПіН 2.3.2.1078-01. (2001). *Санітарні правила і норми для підприємств громадського харчування, включаючи кондитерські виробництва*. Київ: Міністерство охорони здоров'я України.
32. Іваненко М. М. *Технологія продукції ресторанного господарства*. Київ: Вища школа. 2020. 110 с.
33. Кирилюк Ю. А. *Сучасні методи контролю якості та безпеки харчових продуктів*. Харків: Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна. 2020. С. 56-62.
34. Кулініч О. В. *Харчові технології та інновації в ресторанному бізнесі*. Київ: Вид-во Ліра-К. 2020. 95 с.
35. Федорова В. А. *Стандартизація та сертифікація продукції ресторанного господарства*. Львів: ЛНУ імені Івана Франка. 2020. 100 с.
36. ДСТУ 3583:2015 Сіль кухонна. Загальні технічні умови. З поправкою. URL: <http://surl.li/fxhuqv> (дата звернення: 03.10.2024).
37. ДСТУ 4399:2005 Масло вершкове. Технічні умови. Зі змінами та поправками. URL: <http://surl.li/dxdcgd> (дата звернення: 03.10.2024).
38. ДСТУ 5028:2008 Яйця курячі харчові. Технічні умови. URL: <http://surl.li/jgjuxt> (дата звернення: 03.10.2024).
39. ДСТУ ISO 959-1:2008 Перець (Piper nigrum L.) горошком чи змелений. Технічні умови. Частина 1. Чорний перець (ISO 959-1:1998, IDT). URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=84525

40. ДСТУ 8074:2015 Консерви. Соки та сокові продукти. Коктейлі. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=81150
41. ДСТУ ГОСТ 11298:2004 Риби лососеві і сегові холодного копчення. Технічні умови (ГОСТ 11298-2002, IDT). URL: <http://surl.li/tfxmyb>
42. ДСТУ 4554:2006 Сир кисломолочний. URL: <http://surl.li/tuwbaw>
43. ДСТУ ISO 2295:2019 Авокадо. Настанови щодо зберігання та транспортування (ISO 2295:1974, IDT) URL: <http://surl.li/khpuld>
44. Сироткін, О. І. (2019). *Основи забезпечення якості та безпечності харчової продукції*. Київ: Політехніка.
45. Motarjemi, Y., & Lelieveld, H. (2020). *Food Safety Management: A Practical Guide for the Food Industry*. Academic Press.
46. Уманчук Я. В. Аналіз традиційних та сучасних методів приготування фуршетних тістечок. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: зб. наук. праць XIII Всеукр. студ. наук.-практ. конф. Вісник студ. наук. товар. «ВАТРА» ВТЕІ ДТЕУ*. Вінниця: РВВ ВТЕІ ДТЕУ, 2024. Вип. 195. С. 273-280.
47. Уманчук Я.В. Споживчі тренди та їх вплив на розвиток ринку фуршетних тістечок. *Індустрія гостинності: стан, тенденції та тренди розвитку: зб. наук. праць II Всеукр. наук.-практ. інтерн. конф. (17.10.2024, м. Вінниця)*. ВТЕІ ДТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2024.
48. Цюцяк А. Теоретичні і практичні аспекти ціноутворення та калькулювання вартості страв власного виробництва підприємств ресторанного господарства. *Науково-інформ. вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького*, 2020, Вип. 8. С. 251-258
49. Посилання на сторінки компанії в соціальних мережах Instagram: https://www.instagram.com/catering_schastia/
50. Посилання на сторінки компанії в соціальних мережах Tik Tok: www.tiktok.com/@catering_schastye

ДОДАТКИ