**Содержание**

Введение…………………………………………………………………………...3

Глава 1. Общая характеристика ресторанного бизнеса………………………..4

Глава 2. Лицензирование, реклама, безопасность ресторанных услуг………..9

Глава 3. Концепция и особенности работы ресторана «ShelestoFF»………...14

Заключение……………………………………………………………………….17

Список источников литературы………………………………………………...18

**Введение**

Ресторанный бизнес отличается от всех остальных видов бизнеса. Это предприятие, которое объединяет в себе искусство и традиции, механизмы деятельности и опыт маркетологов, философию обслуживания и концепцию формирования потенциальной аудитории.

Из года в год ресторанный бизнес стремительно развивается. Идет серьезная конкурентная борьба за посетителей. Именно этот фактор заставляет топ-менеджеров продумывать не только основную стратегию и стиль деятельности ресторана, но и детали, придающие заведению уникальность и неповторимость.

Только при формировании грамотно разработанной концепции и последовательного комплексного внедрения всех составляющих ресторанного бизнеса, гарантирован успех в развитии деятельности ресторана.

Рестораны играют довольно важную роль в жизни человека. Кроме удовлетворения физиологических нужд в питании, «выход» в ресторан несет важную социальную функцию.

Человеку нужно не только поесть, но и пообщаться. Рестораны - это одни из немногих мест, где работают все органы чувств, которые генерируют общее чувство удовлетворения. Вкус, зрение, обоняние, тактильные ощущения объединяются в оценке кушаний, обслуживания и атмосферы ресторана.

Эффективная работа ресторана зависит от нескольких факторов. Как и любая сложная система, ресторан начинается с замысла его основателей и заканчивается контролем функционирования учреждения.

Главную роль в этом выполняет практическая философия его владельца и/или директора. Ее раскрывает подход к ведению бизнеса, который определяет этические и моральные ценности, что реализуются в процессе функционирования предприятия. Главная идея основателей ресторана определят его кредо, и призвана максимально удовлетворять посетителей.

**Глава 1. Общая характеристика ресторанного бизнеса**

Ресторан (от фр. restaurer, восстановить, крепить) - заведение, которое продает готовую еду и напитки по заказу для употребления в пищу на месте.

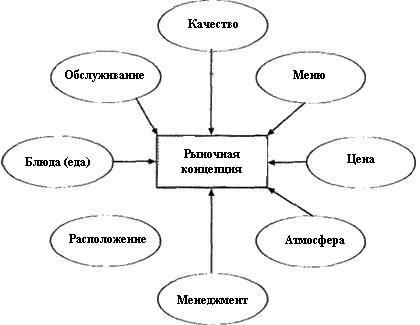
Ресторанный бизнес - предпринимательская деятельность за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, в области ресторанного дела.

Как и любой другой бизнес, ресторанный требует составления бизнес-плана, менеджмента, маркетинговых исследования и разработки собственной стратегии.

Учитывая потенциальных посетителей, разрабатывается профиль ресторана. Профиль ресторана определяется его концепцией (рисунок 1), которая характеризует его имидж, связанный с определенным рыночным сегментом: повседневный, детский, этнический и т.п. Концепция должна отвечать особенностям определенной местности, которая определяет оформление учреждения, меню и другое.

Рисунок 1

Схема рыночной концепции ресторанного бизнеса



Конечно, для успешного функционирования ресторанного учреждения важно качество кушаний, меню, уровень обслуживания, цена, атмосфера, менеджмент, но наиболее значимым является местоположение. Среди главных критериев, по которым избирается место для ресторана, можно указать следующие категории:

- демография - сколько людей проживает, или приезжает в данной местности (микрорайона, который находится в радиусе обслуживания учреждения);

- средний уровень доходов такого населения;

- является ли данная местность районом развивающимся, или, наоборот, находится в упадке, влияющем на ее инфраструктурное обеспечение (канализация, дренаж и т.п.);

- удобство и доступность с точки зрения транспортного соединения и возможности парковки;

- броскость - легко ли увидеть и отличить ресторан среди других подобных учреждений;

- привлекательность - насколько гостеприимным будет казаться учреждение для прохожих и проезжающих;

- расположение - насколько приятными кажутся окружающие сооружения.[[1]](#footnote-1)

Единой, принятой во всем мире классификации ресторанов не существует. В Великобритании, например, как и относительно отелей, выделяют 5 уровней. Вместо звезд используют знак: «скрещенные нож и вилка». По установленным требованиям оцениваются комфорт, удобство, кухня, обслуживание и атмосфера. Скромно оформленный ресторан с любезным персоналом может рассчитывать на одно отличие, а ресторан международного класса, который выполняет множество требований, получит 5 отличий. Рестораны, как и отели, проверяются анонимно. За включение в каталог или справочник-путеводитель плата с владельцев не берется. Важна только оценка инспектора.

В других странах подходы отличаются. Однако, большинство экспертов согласно с тем, что подавляющая часть ресторанов относится к одной из двух категорий: полносервисные и специализированные. Среди других категорий можно назвать рестораны быстрого обслуживания, рестораны, которые специализируются на обедах, рестораны для особых событий, повседневные, национальные и др. [[2]](#footnote-2)

Полносервисными ресторанами называются те, где представлен широкий выбор кушаний (как минимум 15), почти все, что подается к столу (вплоть до свежей зелени), выращивается при самом ресторанном учреждении. Полносервисные рестораны могут быть формальными и неформальными, их можно классифицировать по ценам, атмосфере и меню, которое предлагается.

Кушанья, которые готовятся в большинстве таких ресторанов, попадают в разряд haute cuііne - высокой кухни. Чаще всего там процветают традиции французской или итальянской кулинарии, которые по мнению западных гурманов являются наилучшими в мире.

Большинство полносервисных ресторанов находится в частном владении. Их выделяет атмосфера роскоши, изысканное и фешенебельное оформления, высокий уровень качества услуг. Иногда они приурочены к отелям.

Специализация ресторанов может быть очень разнообразной: быстрое обслуживание, семейные, повседневные и другие. Рестораны могут специализироваться и на приготовлении национальных кушаний, завтраков, обедов и т.п..

Рестораны быстрого обслуживания предлагают меню, которое ограничивается гамбургерами, жареным картофелем, хот-догами, цыплятами, разными рыбными и национальными кушаньями типа мексиканского тако, итальянской пиццы, украинских вареников и т.п.. Стандартизация меню разрешает значительно ускорить обслуживание. Во многих из них посетители даже самые накладывают еду и убирают посуду, что разрешает снизить себестоимость кушаний. Как правило, ресторан быстрого обслуживания специализируется на приготовлении одного главного кушанья. При этом он принадлежит к той или иной сети быстрого питания, наиболее известными среди которых являются McDonald, Burger Kіng (гамбургеры), Pіzza Hut, Donіno, Godfather teak (пицца), Long John іlver, Red Lobter (дары моря), KFC, Church (цыплята), Іnternatіonal Houe of Pancace, Country Kіtchen (блине), ubway (сендвічі), Tako Dell, El Torіto, Chі Chі (мексиканские кушанья).[[3]](#footnote-3)

Семейные рестораны - это современный вариант стилизации под старинную кофейню. Большинство учреждений такого типа находится в частном владении. Располагаются они, как правило, в престижных предместьях, зонах проведения свободного времени семей, в зонах прогулок по городу или в живописной местности. Оформление интерьера, как и меню - простые. В некоторых из них можно заказать напитки - пиво, вино или коктейль. В дверях посетителей, иногда, встречает хозяйка (она же, как правило, кассир), проводит их к столику, потом официанты принимают заказ. Иногда в таких ресторанах есть салаты-десерты и бар.

Рестораны национальной кухни (в Америке их называют этническими) по типу собственности чаще всего являются независимыми, их владельцы стараются предложить что-то «острое» местным жителям и гостям, а представителям национальной диаспоры - напомнить их родину.

Тематические рестораны посвящаются определенной теме: Дикий Запад, футбол, рок-н-ролл. Чаще всего, они предлагают ограниченный выбор кушаний, ведь их главная задача -создать расположение духа, атмосферу.

Структурные подразделы отеля, которые называют комплексом питания, включают в себя несколько отделов (секций): кухня, буфет, залы для фуршетов, ресторан, обслуживание номеров, мини-бары, комнаты отдыха, бары, секции уборки и мытья посуды.

Кухней, в соответствии с политикой компании, управляет шеф-повар. На него полагается задача не только удовлетворить, но и превзойти ожидание клиентов, достичь определенных финансовых результатов.

При отеле может быть несколько ресторанов, а может не быть ни одного, да и по типам они также могут отличаться. В больших отелях, которые входят в известные гостиничные сети, как правило, два ресторана - фешенебельный, фирменный и небольшой, типа кафе (чаще всего для завтраков). Они обслуживают как клиентов отеля, так и широкую общественность.

В сравнении с другими, большинство ресторанов при отелях отличаются большей оригинальностью. Квалификация поваров и обслуживающего персонала в таких ресторанах выше, им сложнее, чем независимым ресторанам, работать с прибылью. Как правило, они открыты с утра до поздней ночи, но довольно часто для обеда и ужина гости отеля отдают предпочтение посещению независимых ресторанов.

Гостиничный бар - место, которое идеально подходит для общения - делового и дружеского. Отель также получает преимущество: продажа напитков дает значительно больше прибыли, чем реализация пищевых продуктов. Гостиничные бары страдают от тех самых проблем, что и другие. Наибольшие проблемы связанны с прямой обязанностью - продавать алкогольные напитки, поскольку в современных условиях этот вид деятельности должен быть обязательно лицензирован.

Большие отели обычно имеют несколько баров разного типа. В последнее время появляются новые типы: ночные, спортивные бары, каждый из которых может дополнять спектр услуг отеля. Современным признаком функционирования больших отелей является организация проведения на их базе разных мероприятий. В наши дни массовые мероприятия, которые сопровождаются принятием пищи. Для их проведения используются как специализированные (ресторанные залы, бары, залы для фуршетов) так и общие помещения гостиничных предприятий.

**Глава 2. Лицензирование, реклама, безопасность ресторанных услуг**

К основным требованиям, возложенным обществом и государством на предприятия общественного питания, относятся:

- наличие необходимых лицензий, установленных законом;

- сертификация продукции общепита;

- санитарно-гигиенические правила;

- правила оказания услуг общественного питания.

В соответствии с российским законодательством под лицензированием понимается получение юридическим или физическим лицом (зарегистрированным в качестве индивидуального предпринимателя) специального разрешения (лицензии) на ведение определенного вида деятельности.

Виды деятельности, на которые необходимо получить лицензию, перечислены в статье 17 Федерального закона от 8 августа 2001 года №128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (далее – Закон №128-ФЗ). Положения статьи 17 Закона №128-ФЗ не требуют наличие лицензии на оказание услуг общепита, то есть, иначе говоря, на ведение такого вида предпринимательской деятельности лицензия не нужна.[[4]](#footnote-4)

Но, открытие любого предприятия общественного питания сопровождается сбором, получением и согласованием различных документов, которые должны быть у каждого кафе, бара, ресторана.

В каждом конкретном случае может меняться порядок согласований и состав необходимой документации и зависит это от различных факторов, связанных с помещением, в котором планируется открыть ресторан.

Организации, оказывающих услуги общественного питания, должны пройти сертификацию данных услуг согласно Федеральному закону от 27 декабря 2002 года №184-ФЗ «О техническом регулировании». Орган сертификации услуг Всероссийского Научно-исследовательского Института Сертификации. Сертификат выдается сроком на один год. При этом владелец ресторана уплачивает пошлину и подает ряд документов:

1. Устав.
2. Учредительный договор (если более двух учредителей).

3. Свидетельство о регистрации организации.

4. Свидетельство об изменениях (если были изменения).

5. Свидетельство о постановке на учет в налоговом органе.

6. Договор аренды.

7. Заключение СЭС, УГПС (оригиналы).

8. Печать организации.

9. Список сотрудников.

10. Медицинские книжки сотрудников.

11. Сертификаты продуктов питания от поставщиков.

12. Акт проб блюд (на выбор три блюда).

Перед получением сертификата из ВНИИС выезжает проверка, в составе двух человек, которая проверяет объект сертификации. После этого в течение трех дней выдается сертификат.

Для обеспечения проведения работ по обязательной сертификации указанных услуг разработаны и введены в действие основополагающие стандарты:

- ГОСТ Р 50762-95;

- ГОСТ Р 50763-95 «Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению», утвержденный Постановлением Госстандарта России от 5 апреля 1995 года №199;

- ГОСТ Р 50764-95 «Услуги общественного питания. Общие требования», утвержденный Постановлением Госстандарта России от 5 апреля 1995 года №200.

В Письме Роскомторга от 11 июля 1995 года №1-955/32-7 «О нормативной и технологической документации для предприятий общественного питания» указывается на необходимость применения вышеназванных основополагающих государственных стандартов.

Сертификация продукции общепита осуществляется в целях:

- создания необходимых условий для деятельности хозяйствующих субъектов в Российской Федерации, а так же для их участия в международном экономическом сотрудничестве;

- содействия потребителям в компетентном выборе продукции;

- защиты потребителей от некачественной продукции;

- контроля безопасности продукции для окружающей среды, жизни и здоровья людей.

С целью контроля за проведением дезинсекционных и дератизационных мероприятий каждый стационарный объект пищевого профиля должен быть обеспечен санитарным паспортом. Это документ, в котором регистрируются проводимые работы, направленные на борьбу с насекомыми и грызунами, с периодичностью, соответствующей санитарным правилам. Санитарный паспорт оформляется в территориальном управлении Роспотребнадзора.

В ТУ Роспотребнадзора необходимо предоставить на согласование программу (план) производственного контроля. Ее основная цель - организация на объекте производственного контроля за соблюдением санитарных правил.

Деятельность таких предприятий, как кафе, бар, ресторан, ночной клуб и.т.д., связанных с розничной продажей алкогольной продукции с содержанием этилового спирта свыше 15%, подлежит лицензированию в соответствии с Федеральным законом от 22 ноября 1995 года №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции». Для получения лицензии необходимо выполнить ряд требований вот некоторые из них:

- общая площадь торговых и складских помещений должна быть не менее 50 квадратных метров

- помещение должно быть оборудовано охранной сигнализацией

- также необходимо получить заключения специально уполномоченных государственных органов о соответствии производственных и складских помещений организации санитарно-эпидемиологическим, противопожарным, экологическим нормам и требованиям.

К нормативной документации, регулирующей работу предприятий общественного питания, отнесены государственные, отраслевые стандарты и стандарты предприятий (СТП), а также Сборники рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания, которые являются технологическими нормативами.[[5]](#footnote-5)

Безопасность ресторанных услуг тоже регламентируется нормативно-правовыми документами. В связи с тем, что продукция общественного питания напрямую связана со здоровьем и жизнедеятельностью человека, то соответственно изготовляемые предприятиями общественного питания пищевые продукты должны соответствовать установленным санитарным правилам.

Такие правила установлены Санитарно-эпидемиологическими правилами и нормативами, а именно:

- СанПиН 2.3.2. 1078-01 «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов», утвержденными Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации от 6 ноября 2001 года;

- СанПиН 2.3.6. 1079-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья», утвержденными Главным государственным санитарным врачом России от 6 ноября 2001 года.

На необходимость санитарно-эпидемиологической экспертизы продукции прямо указывается в Приказе Минздрава РФ от 15 августа 2001 года

№325 «О санитарно - эпидемиологической экспертизе продукции».

Нужно отметить, что санитарные требования предъявляются не только к продукции, изготавливаемой предприятием общественного питания, но и к ее персоналу.

Так работники общественного питания в целях охраны здоровья населения, предупреждения возникновения и распространения заболеваний обязаны проходить специальное медицинское обследование. Таково требование статьи 213 Трудового Кодекса Российской Федерации. Кроме того, аналогичное требование закреплено в статье 34 Закона №52-ФЗ.

Реклама в ресторанном бизнесе в основном схожа с рекламой любой другой продукции или товара и призвана привлекать внимание потенциальных клиентов. При этом могут использоваться различные средства рекламы: ролики на телевидении, рекламные блоки в печатных изданиях, листовки, флаеры и другие (рисунок 2).[[6]](#footnote-6)

Рисунок 2

Средства рекламы в ресторанном бизнесе

#### Реклама

Другие

СМИ

Печать

Отзыв

Телевидение, радио

Щиты и плакаты

Экзотика

Газеты и журналы

Объявления ведущих

Рекламные клипы

На улицах прямым текстом

Агитация

Рекламные брошюры

Листовки и флаерсы

Внушение артистами и работниками заведения

Межличностная

**Глава 3. Концепция и особенности работы ресторана «ShelestoFF»**

Ресторан «ShelestoFF» располагается при одноименном отеле в городе Костромы, что располагается в исторической части города рядом с главными архитектурными и культурными достопримечательностями.[[7]](#footnote-7)

Это полносервисный ресторан, главной концепцией которого является сочетание комфорта, стиля и изысканной кухни. В отеле часто останавливаются известные посетители, и по своему уровню ресторан претендует на заведение VIP-класса. По классификации стандарта ГОСТ Р 50762-95 ресторан «ShelestoFF» можно отнести к классу люкс, так как имеет место изысканность интерьера, высокий уровень комфортности, широкий выбор услуг, ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд, изделий для ресторанов, широкий выбор заказных и фирменных напитков, коктейлей - для баров.

Одновременно ресторан может принять несколько сотен человек, в том числе в барах и буфете.

В меню основная ставка делается на блюда русской кухни для зарубежных гостей и блюда европейской кухни. В ресторане предлагается винная карта с широким ассортиментом алкогольной и слабоалкогольной продукции. В картах напитков сначала записаны алкогольные напитки на основе спиртов начиная с водки и заканчивая игристыми винами. Это обусловлено тем, что в славянских странах к холодным закускам (начало трапезы) выбирают, как правило, крепкие алкогольные напитки. Имеется в наличии интересная коктейльная карта*,* составленная с учетом самых разных предпочтений.

В оформлении ресторана «ShelestoFF» применяются разнообразные стили. Пять залов стилизованы под различные страны мира. Так в зале

«Восток» клиентам предлагают окунуться в сказочную атмосферу Востока.

Оборудованная здесь кальянная комната представляет собой зал с мягкими коврами, низкими уютными диванами, множеством подушек, украшениями и, конечно же, кальяном. Курение происходит под восточную музыку. По желанию посетитель заказать приватный восточный танец, дрессировщицу с питоном и любых других артистов.

Кальянная комната разделена на 4 мягких зоны, чтобы хватило места для большой компании людей.

Гостей, которые заходят в залы ресторана, встречает метрдотель, а если он занят или отсутствует – бригадир официантов или свободный от работы официант. Он приветствует клиентов, спрашивает, сколько их и в какой части зала они желают, чтобы размещался столик. Предлагает на выбор два- три стола и, получив согласие, приглашает к выбранному месту. Метрдотель всегда идет впереди, указывая посетителям дорогу. Если свободных столиков нет, то подсаживать к уже занятым столам, можно по взаимному согласию. Дальнейшее обслуживание производится официантами. При возникновении проблем или разногласий в зал приглашается менеджер ресторана для улаживания вопроса. Всего в ресторане «ShelestoFF» насчитывается три менеджера, отвечающих за все направления деятельности заведения.

Ресторан состоит из нескольких помещений: входной группы, вестибюля, туалетных комнат, комнат для курения, аванзала, непосредственных залов ресторана, кассового узла, сервизной, кухни, посудомойного отделения, комната для глажки столового белья, комната для хранения столового белья, буфета, кафе, двух баров, бытовых помещений.

Входная группа ресторана «ShelestoFF» расположена на первом этаже и имеет отдельный вход с улицы. Для посетителей ресторана предусмотрен лифт OTIS идущий верхние жилые этажи. Для перемещения персонала ресторана и продуктов питания имеется 3 лифта-подъемника и лифт OTIS (1600 кг.) На первом этаже расположена зона разгрузки с автономным входом, с возможностью подъезда автомашины.

Также в отеле есть конференц-зал, где проводятся свадьбы, корпоративные праздники и другие мероприятия с привлечением обслуживающего персонала ресторана. Действует система обслуживания номеров.

В своей работе ресторан «ShelestoFF», прошедший обязательную сертификацию предприятия общественного питания использует следующие нормативы:

- ГОСТ Р 50673-95, касающийся общих технических условий кулинарной продукции;

- ГОСТ Р 50674-95, утверждающий нормы услуг общественного питания;

- ГОСТ Р 50935-96, определяющий правила работы обслуживающего персонала;

- СанПиН 2.3.2.1078-01 - санитарно-эпидемиологические правила и нормативы. Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов;

- СанПиН 2.3.6.1079-01 - санитарно-эпидемиологические правила и нормативы. Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и обработки пищи;

- СНиП 23-05-95 - строительные нормы и правила. Естественное и искусственное освещение;

- СНиП 2.08.02-89 (1999) - строительные нормы и правила. Общественные здания и сооружения.

Также ресторан «ShelestoFF» имеет обязательную лицензию на продажу спиртных и спиртосодержащих продуктов, описанную в предыдущем разделе.

В целом данный ресторан можно охарактеризовать как образцовый. С его работой можно сравнивать организацию обслуживанию во всех остальных полносервисных ресторанах при отелях.

**Заключение**

При написании данной работы, мы ознакомились с понятиями ресторанов и ресторанного бизнеса. Рассмотрели общую классификацию ресторанов, принятую за рубежом и в России. Убедились в том, что ресторанный бизнес действует по законам предпринимательской деятельности, но при этом имеет свои особенности, так как призван удовлетворять не только физиологические, но и социальные потребности своих клиентов.

При организации ресторанных услуг особенно важно избрать концепция будущего заведения, то есть то, что выгодно отличить его среди большого числа конкурентов.

Для рыночной концепции ресторанного бизнеса важно сочетание выгодного расположения, качества кушаний и обслуживания, разнообразия меню, цен, атмосферы и менеджмента.

Для определения должного уровня всех этих компонентов и эффективного ведения ресторанного бизнеса предпринимателю важно придерживаться установленных государственных стандартов.

Ресторанные услуги в Российской Федерации не лицензируются, но предприятия общественного питания получают обязательный сертификат, дополненный, кроме того, заключениями органов санитарно-гигиенического, строительного, пожарного и других надзоров.

Для подкрепления теоретических положений была рассмотрена организация работы в ресторане «ShelestoFF» при одноименном отеле в Екатеринбурге.

Этот ресторан класса люкс, имеет сертификат и лицензию на торговлю алкогольными напитками, а также руководствуется в своей деятельности рядом государственных стандартов и гигиенических норм. Благодаря этому и продуманной концепции он пользуется неизменных успехом и постояльцев и независимых посетителей из Росси и зарубежья.

**Список источников литературы**

1. Шок Патти Д., Боуэн Джон. Маркетинг в ресторанном бизнесе. – М.: Ресторанные ведомости, 2005. – 234 с.

2. Солдатенков Д.В. Современный ресторан: новые форматы. – М.: Ресторанные ведомости, 2006. – 144 с.

3. Денисов Д.И. Суперприбыльный фаст-фуд: как преуспеть в этом бизнесе. – М.: Вершина, 2008. – 192 с.

4. Волкова И.В., Миропольский Я.И., Мумрикова Г.М. Ресторанный бизнес в России. С чего начать и как преуспеть. – М.: Флинта, 2006. – 184 с.

5. Ефимов С.Л., Кучер Л.С. Ресторанный бизнес в России: технология успеха. Изд. 3. – М.: Росконсульт, 2007. – 512 с.

6. Ромат Е.В. Реклама. Учебник для ВУЗов. – М.: СПБ, Питер, 2007. – 208 с.

7. http://hotel-shelestoff.ru/restoran.html Сайт ресторана «ShelestoFF»

1. Шок Патти Д., Боуэн Джон. Маркетинг в ресторанном бизнесе. – М.: Ресторанные ведомости, 2005. – 234 с. [↑](#footnote-ref-1)
2. Солдатенков Д.В. Современный ресторан: новые форматы. – М.: Ресторанные ведомости, 2006. – 144 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Денисов Д.И. Суперприбыльный фаст-фуд: как преуспеть в этом бизнесе. – М.: Вершина, 2008. – 192 с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Волкова И.В., Миропольский Я.И., Мумрикова Г.М. Ресторанный бизнес в России. С чего начать и как преуспеть. – М.: Флинта, 2006. – 184 с. [↑](#footnote-ref-4)
5. Ефимов С.Л., Кучер Л.С. Ресторанный бизнес в России: технология успеха. Изд. 3. – М.: Росконсульт, 2007. – 512 с. [↑](#footnote-ref-5)
6. Ромат Е.В. Реклама. Учебник для ВУЗов. – М.: СПБ, Питер, 2007. – 208 с. [↑](#footnote-ref-6)
7. http://hotel-shelestoff.ru/restoran.html Сайт ресторана «ShelestoFF» [↑](#footnote-ref-7)