Содержание:

|  |  |
| --- | --- |
| ВВЕДЕНИЕ…………………………………………………………………… | 3 |
| ГЛАВА 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ……… | 5 |
| 1.1. Значение общественного питания……………………………………. | 5 |
| 1.2. Сущность и основные функции общественного питания…………... | 10 |
| 1.3. Этапы развития общественного питания…………………………….. | 13 |
| ГЛАВА 2. СТРУКТУРА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ……………………………………………. | 18 |
| 2.1. Эволюция, основные тенденции развития и особенности формирования российского рынка общественного питания……………… | 18 |
| 2.2. Классификация и стандартизация предприятий  общественного питания……………………………………………………… | 23 |
| 2.3. Франчайзинг, как новая концепция развития сферы  общественного питания……………………………………………………… | 27 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ………………………………………………………………. | 32 |
| СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ……………………………………………………. | 34 |

ВВЕДЕНИЕ

Пища-основа жизни человека. От того, как человек питается, зависит его здоровье, настроение, трудоспособность. Следовательно, питание человека-это не только его личное, но и общественное дело. Французскому физиологу Брмат-Саварену принадлежит выражение: «Животное насыщается, человек ест, умный человек умеет питаться». «Уметь питаться» ничего общего не имеет с утолением голода. Умение питаться предполагает разумное, умеренное и своевременное питание, то есть культуру питания. И этой очень непростой науке-культуре питания необходимо учиться, учиться смолоду, пока человек еще не приобрел болезней от неумеренного питания. Так что кухня-дело очень серьезное и требует к себе уважительного отношения.

В ленинградском областном коммерческом лицее помимо других специальностей преподается курс кулинарии и технологии приготовления и производства изделий. В курсе кулинарии будущие повара и технологи научатся искусству приготовления пищи. Зачем нужна пища, знает каждый, каким бы трудом он не занимался. Еда-топливо, на котором работает организм, и знать об этом топливе, уметь грамотно его использовать должен любой, особенно молодой человек. Великие тайны кулинарии откроются перед теми, кто захочет научиться готовить по всем правилам.

В прошлые века русский народ отличался крепким здоровьем. Не последнюю роль в этом играла наша национальная кухня. Благодаря своей неповторимости и самобытности она давно стала популярной в мире. Что же ели-пили сами, да и гостей потчевали наши предки богатыри?

Закуски - одна из особенностей русской кухни, отличающейся таким образом холодных и горячих закусочных блюд, особенно рыбных, какого нет ни водной зарубежной кулинарии. Закусками могут быть салаты, винегреты, паштеты, заливные блюда, студни, отварное и жареное мясо, рыба, домашняя птица, дичь с острыми приправами и соусами, всевозможные соления и маринады, и прочие кулинарные изделия.

Пищевые продукты и готовые кулинарные изделия при неправильной обработке, нарушении сроков хранения могут служить средой для развития микроорганизмов, и поэтому необходимо при приготовлении, хранении и реализации готовой пищи строго соблюдать установленные санитарные правила. При кулинарной обработке продуктов в них происходят сложные физические и химические процессы, без знания которых невозможно выбрать рациональные режимы обработки, уменьшить потери питательных, ароматических, вкусовых веществ и повысить качество пищи. Технолог общественного питания должен хорошо знать физику и весь цикл химических дисциплин. Предприятия общественного питания оснащены механическим, холодильным и тепловым оборудованием с газовым, электрическим и паровым обогревом. В связи с этим технолог должен знать оборудование предприятий общественного питания и другие технические дисциплины. Не менее важно для технолога знание экономики общественного питания. Достигнуть высокой производительности труда, повысить культуру обслуживания нельзя без знания основ организации общественного питания.

Целью данной курсовой работы является рассмотрение и изучение состояния общественного питания.

Задачи:

* рассмотреть сущность и значение общественного питания;
* рассмотреть основные функции предприятия общественного питания;
* охарактеризовать деятельность предприятий общественного питания.

ГЛАВА 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

* 1. **Значение общественного питания**

Общественное питание играет все возрастающую роль в жизни современного общества. Это обеспечивается, прежде всего, изменением технологий переработки продуктов питания, развитием коммуникаций, средств доставки продукции и сырья, интенсификацией многих производственных процессов.

По международным документам термин "общественное питание" характеризуется такими различными определениями, как "методы приготовления большого количества пиши, выполняемые без предварительной договоренности с потребителем", или как любые "виды питания, организованного вне дома". Во всем мире предприятия общественного питания принадлежат либо государственному, либо частному сектору. Государственный сектор общественного питания включает в себя учреждения питания для детей, дошкольников, школьников, военнослужащих, лиц, находящихся в заключении, людей пожилого возраста и лиц, находящихся на лечении в больнице, а также столовые для людей, занятых на службе в государственном секторе. Частный сектор также может включать в себя многие из перечисленных выше предприятий, а также рестораны и другие виды торговых точек, приносящих доход. Этот сектор включает также предприятия, которые производят готовую к употреблению пищу, продаваемую через любой из вышеперечисленных каналов.

Ввиду быстрого развития в последние годы сети общественного питания некоторые информационные области в данном секторе услуг не получили должного внимания и данные о состоянии этой группы объектов достаточно разнородны, иногда – противоречивы. Вместе с тем, общественное питание является одним из важнейших факторов, дающих интегральную оценку социально-экономического уровня общества и понимание его состояния необходимо для формирования перспективных планов как для представителей отрасли, так и для организаций, осуществляющих надзор за объектами этой отрасли.

Система организованного (общественного) питания в России имеет давние традиции. До конца восьмидесятых годов прошлого столетия система общественного питания в России представляла собой весьма однородную массу предприятий, предоставляющих, как правило, социально – ориентированные услуги. Это были прежде всего столовые предприятий, а так же школ, лечебных, санаторно-курортных и детских учреждений. В плановом хозяйстве советского периода открытые предприятия (кафе, рестораны, столовые, пельменные и т.д.) также во многом носили социально-ориентированный характер и только в незначительной части являлись культурно-развлекательными заведениями. Единичные точки общественного питания, рассматривались как предприятия с «высокой кухней» (например рестораны «Парус», «Россия» в г. Самара). В систему общественного питания советского периода входили также различные «экзотические» точки питания, связанные с системой хозяйствования - например «полевые станы». Система быстрого обслуживания состояла из баров и кофетериев с весьма узким диапазоном предлагаемых продуктов. Структура и размещение общепитовских точек определялась системой СНиПов, которые формировали практически все: где размещать точку, какое количество помещений и их площадь, виды и типы оборудования. Широкое распространение получили типовые проекты, которые во многом упрощали решение вопросов проектирования и строительства предприятий общепита.

Определенной спецификой советской системы общественного питания являлось одномоментное обслуживание значительных масс населения в промышленности и сельском хозяйстве. При этом питание осуществлялось по льготным ценам или бесплатно. Отрицательным моментом данной системы была вынужденная ограниченность в выборе блюд, Вместе с тем, несомненным положительным моментом существовавшей системы являлась возможность существования на базе столовых специализированного профилактического и диетического питания в виде отдельных залов или столов. В тот период предприятия общественного питания активно занимались выездной (вывозной) реализацией готовой продукции, что так же создавало определенные эпидемиологические проблемы.

С началом экономических реформ в СССР общественное питание являлось одной из площадок, на котором отрабатывались как новые экономические механизмы, так и формировались новые отношения частных предпринимателей и государственных структур. Кооперативные кафе в конце восьмидесятых годов были маяками развития частного предпринимательства. Вместе с тем, к 1990 году большая часть этого рынка еще принадлежала государству. Однако за последнее десятилетие это соотношение претерпело значительную корректировку. Оборот общественного питания в государственном и муниципальном секторах составляет чуть более 10%. Общественное питание играет все возрастающую роль в жизни современного общества. Это обеспечивается, прежде всего, изменением технологий переработки продуктов питания, развитием коммуникаций, средств доставки продукции и сырья, интенсификацией многих производственных процессов.

Питание является формой потребления. По мере развития общества питание все больше начинает носить общественно организованный характер, т.е. развивается общественное питание. Общественное питание – это вид деятельности, связанный с производством, переработкой, реализацией и организацией потребления продуктов питания и оказанием услуг населению. Социально – экономическое значение общественного питания выражается в создании условий для роста производительности и улучшения организации труда благодаря предоставлению полноценного горячего питания по месту работы и учёбы населения; в обеспечении экономии общественного труда и средств; в создании предпосылок для увеличения свободного времени членов общества, особенно женщин. Следует отметить различия понятий «сфера общественного питания» и «отрасль общественного питания». Сфера общественного питания включает все организационные формы массового питания (в детских домах, дошкольных учреждениях, больницах, на предприятиях общественно питания различных форм собственности и др.), задачами которых являются восстановление и поддержание на должном уровне здоровья людей. Общественное питание можно также рассматривать как отрасль, главной целью которой является предоставление услуг населению в форме общественно организованного питания в обмен на его денежные доходы. Для отрасли общественного питания характерна общность материально-технической базы, торгово-технологической и организационно-экономической структур. По оценкам специалистов, в домашних условиях готовится примерно 69% пищи, на предприятиях общественного питания – около 31%.

Отрасли общественно питания свойственно сочетание трёх функций: производство готовой пищи; её реализация; организация потребления. Исходной является функция производства, затраты труда на которую составляют 70-90% всех затрат труда в отрасли. В процессе производства на предприятиях общественного питания создаётся новый продукт. Собственная продукция общественного питания поступает в реализацию с новыми потребительными свойствами и дополнительной стоимостью. Питание является формой потребления. По сочетанию функций предприятия питания отличаются от всех отраслей, в частности, от торговли и пищевой промышленности. Предприятия пищевой промышленности изготавливают продукты питания, однако, как правило, использовать их можно после дополнительной технологической обработки. Продукция общественного питания не подлежит длительному хранению и транспортировке, что требует организации потребления её на месте. Но в последние годы на предприятиях питания стали активно заниматься выпуском полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий, других видов продукции и реализацией их в розничную торговую сеть в порядке оптового отпуска.

Наиболее распространёнными предприятиями общественного питания являются рестораны, кафе, бары, столовые, закусочные. Они могут работать на сырье или полуфабрикатах, быть в системе управления структурного образования или самостоятельными с любой формой собственности. Предприятиям этого типа предъявляется достаточно определённые и жёсткие требования. Они касаются внешнего вида предприятия, оформления залов и помещений для потребителей, наличия эстрады и танцевальной площадки, банкетного зала или кабинетов, микроклимата, мебели, столовой посуды и приборов, столового белья, меню и ассортимента собственной продукции и покупных товаров, методов обслуживания потребителей, одежды и обуви, музыкального обслуживания. Характерной особенностью внешнего вида предприятия общественного питания является вывеска. Она должна иметь следующую информацию: тип предприятия, класс, форму организации его деятельности, фирменное название, местонахождение собственника (адрес юридического лица), информацию о режиме работы и оказываемых услугах. Для ресторанов и баров оформление вывески должно сопровождаться элементами световой рекламы; для кафе, столовых и закусочных – обычное. Особое внимание на предприятиях общественного питания уделяется торговому залу, т.е. специально оборудованному помещению, предназначенному для реализации и организации потребления готовой кулинарной продукции. Обслуживание потребителей в залах предприятий общественного питания может осуществляться двумя методами: обслуживание официантом, барменом, буфетчиком, продавцом или самообслуживание. Для отпуска пищи любым из этих методов организуется специальные раздачи. Раздача представляет собой специально оборудованное помещение, часть зала или производственного помещения предприятия, предназначенные для комплектования и отпуска готовой кулинарной продукции и кондитерских изделий потребителям и официантам. Обслуживание потребителей в ресторанах, барах и кафе осуществляется официантами, барменами, метрдотелями, имеющими специальное образование, в торговых залах предприятий или за барными стойками (бар). В столовых и закусочных используется метод самообслуживания через линии раздач и прилавки. Рестораны, кафе, бары сочетают производство, реализацию и организацию потребления продукции с организацией отдыха и развлечения потребителей. Одежда и обувь у обслуживающего персонала ресторанов и баров должны быть форменными с эмблемой предприятия. В кафе, столовых и закусочных – специальная санитарная одежда.

* 1. **Сущность и основные функции общественного питания**

Общественное питание – отрасль народного хозяйства, которая была, есть и будет самой рыночной сферой деятельности.

На предприятиях общественного питания в наше время происходит внедрение новых современных технологий, способствующих повышению качества кулинарной продукции.

Для достижения поставленных целей предприятие должно организовывать свою деятельность так, чтобы держать под контролем все технические, административные и человеческие факторы, влияющие на качество продукции и её безопасность.

Повышение эффективности общественного питания основывается на общих для всего народного хозяйства принципах интенсификации производства – достижение высоких результатов при наименьших затратах материальных и трудовых ресурсов.

К основным функциям общественного питания относятся:

* производство блюд;
* реализация блюд;
* организация потребления.

Обычно осуществление какой-либо главной функции сопровождается выполнением нескольких других функций, имеющих вспомогательный характер. Так, общий технологический процесс производства блюд на предприятиях общественного питания состоит из отдельных процессов — приема продуктов, их хранения, кулинарной обработки сырья и изготовления полуфабрикатов, а также тепловой обработки блюд. Кроме того, в общий процесс включают еще ряд вспомогательных операций, необходимых для производства готовых блюд. Сюда относятся мойка посуды и емкостей, обработка тары, удаление пищевых отходов, а также инженерные устройства – приточная и вытяжная вентиляция, отопление, энергоснабжение и т. п.

Общественное питание одной из первых отраслей народного хозяйства встало на рельсы преобразования, приняв груз острейших проблем переходного периода на рыночные отношения. Быстрыми темпами прошла приватизация предприятий, изменилась организационно-правовая форма предприятий общественного питания.

Сегодня практически отсутствуют такие типы предприятий как общедоступные столовые с предоставлением диетического, лечебного и профилактического питания, а так же специализированные предприятия доступные для населения с низким уровнем дохода.

На сегодняшний день можно выделить следующие формы общественного питания:

- ресторан – общедоступное предприятие общественного питания, предоставляющий потребителям широкий ассортимент блюд сложного приготовления, в основном по индивидуальным заказам. В ресторане высокий уровень обслуживания сочетается с организацией отдыха посетителей. Сюда приходят, чтобы отметить юбилей, важное событие в жизни того или иного коллектива, провести свадебное торжество, деловую или официальную встречу, просто отдохнуть в кругу близких людей. Радушно встретить, быстро и вкусно покормить людей, создать им все условия для полноценного отдыха – такова задача работников ресторанов.

В зависимости от уровня обслуживания и степени оснащенности, а также по размерам наценок предприятия этого типа подразделяются на рестораны высшей и первой категории.

К предприятиям общественного питания высшей категории относят рестораны, кафе, бары отличающиеся наиболее высоким уровнем обслуживания потребителей, сложностью ассортимента приготавливаемой и реализуемой продукции, а также высоким классом архитектурно-художественного оформления помещений и совершенным техническим оснащением.

К первой категории относятся предприятия общественного питания с меньшим объемом услуг, но обслуживание в которых также осуществляется официантами. В ресторанах первой категории организуются выступления музыкальных групп.

- предприятия быстрого питания, к которым относятся: бистро, закусочные, “fast food”. В нашем стремительно развивающемся мире самой прогрессивной формой общественного питания считается «fast food», что переводится с английского как «быстрое питание». Еще несколько лет назад в России появились первые заведения типа «fast food» – кафе «McDonald’s». Сегодня подобные точки общепита пользуются большой популярностью, так как современные темпы жизни не позволяют тратить много времени на обед.

- бар – общедоступное предприятие общественного питания, предоставляющий потребителям небольшой ассортимент блюд. Различают гриль-бар, суши-бар. Отличие данных баров в различном меню. В суши-бар предлагают блюда японской кухни. В гриль-баре, в основном, предлагают блюда, приготовленные на гриле, также в гриль-баре можно вкусно поесть, послушать хорошую музыку, или посмотреть любимый фильм.

- кафе – предприятие общественного питания, которое предлагает приятно отдохнутьи оценить разнообразиеблюд и десертов, а также получить приятное впечатление от гостеприимства,безупречного и быстрого обслуживания.Великолепный интерьер, фоновая музыка создают уютную атмосферу для приятного отдыха.

- кафе-кондитерские, кофейни – предприятия общественного питания, где можно попробовать и оценить вкус кофе из разных континентов и насладиться десертом;

- столовая – предприятие общественного питания, предназначенное для обслуживания населения в обеденный перерыв.

* 1. **Этапы развития общественного питания**

Первые столовые возникли на Путиловском заводе в Петрограде, а за тем в Москве и других городах. В условиях острой нехватки продуктов и хозяйственной разрухи в период гражданской войны и иностранной интервенции общественные столовые сыграли большую роль в обеспечении питанием населения.

В период нэпа общественные столовые были переданы в ведение потребительской кооперации и переведены на хозяйственный расчет. К началу 1921 года в них питалось свыше 8 миллионов человек.

До тридцатых годов отрасль не получала должного развития, так как внимание страны было направленно на индустриализацию и организацию колхозного хозяйства.

Создав материальную базу для развития общественного питания в стране, ЦКВКП(б) 19 августа 1931 года принял постановление «О мерах улучшения общественного питания», в котором отметил важное значение общественного питания и предусмотрел ряд мероприятий, направленных на повышение качества и расширение ассортимента блюд, улучшение санитарных условий и укрепление материально–технической базы предприятий, на увеличение заинтересованности работников в результатах их труда. Вступили в строй первые кулинарные школы, техникумы, институт. Заводы торгового машиностроения выпустили первое отечественное оборудование. Для улучшения снабжения сырьем предприятия общественного питания получили право заготавливать сельскохозяйственные продукты и организовывать подсобные хозяйства. Был введен бракераж готовой продукции и кулинарных изделий.

Во время великой отечественной войны 1941 – 1945 гг. система общественного питания способствовала более равномерному распределению продуктов питания среди населения в зависимости от качества и количества их труда, помогла обеспечить дополнительным питанием рабочих ведущих отраслей народного хозяйства и в первую очередь оборонной промышленности.

В послевоенные годы сеть предприятий общественного питания расширялась значительными темпами и к 1955 году достигла 118 тысяч единиц (в 1940 году было 87,6 тысяч предприятий); увеличился ассортимент блюд и улучшилось обеспечение предприятий технологическим и холодильным оборудованием, повысилась культура обслуживания населения.

20 февраля 1959 года ЦК КПСС и Совет Министров СССР приняли постановление «О дальнейшем развитии и улучшении общественного питания», где предусмотрели переход отрасли на промышленные рельсы в связи с переходом столовых, ресторанов, кафе и закусочных на работу с полуфабрикатами. Было намечено организовать изготовление полуфабрикатов на крупных фабриках-кухнях, фабриках-заготовочных, а также на предприятиях мясомолочной, рыбной и пищевой промышленности. Централизованное производство полуфабрикатов позволяет более рационально организовать их изготовление, повысить производительность труда поваров, создать поточные линии, лучше использовать производственные площади и отходы, а также сократить затраты на приготовление пищи.

После сентябрьского (1965г.) Пленума ЦК КПСС предприятия общественного питания стали постепенно переходить на новую систему планирования по трем или по двум показателям - товарообороту с выделением оборота по реализации собственной продукции и прибыли или только по реализации собственной продукции и прибыли. Особое внимание обращалось на качество блюд и формы обслуживания населения.

Общественное питание, ставшее важной отраслью народного хозяйства, тесно связанно с развитием всей экономики социалистического государства, с решением крупных социальных проблем. В 1977 года товарооборот общественного питания составил 21,1 миллиард рублей, в отрасли было занято 2333 тысячи человек, ежедневно услугами предприятий пользовались 97 миллионов человек. Открыто много новых предприятий, особенно укрепилось и усовершенствовалось рабочее, школьное и студенческое питание. Внедрены и получили широкое одобрение прогрессивные формы обслуживания (комплексные обеды, доставка пищи к рабочим местам, абонементная система расчета, механизированные линии раздачи комплексных обедов и др.), улучшилось питание людей, работающих в вечерние и ночные смены.

К 1980 году товарооборот общественного питания достиг объема 24,4 миллиарда рублей, что было на 25% выше, чем в 1975 году. Выпуск продукции собственного производства возрос на 27%.

Промышленность увеличила производство быстро замороженных блюд. В связи с этим вводятся электрофизические методы обработки пищевых продуктов, создаются и производятся аппараты периодического и непрерывного действия с инфокрасным и СВЧ нагревом.

Создаются автоматизированные моечные отделения, включающие ряд специализированных машин и транспортирующих средств. Особое внимание обращалось на рациональное питание, на введение комплексных обедов, составленных на научной основе. Разрабатывались рационы питания для различных профессиональных групп в зависимости от характера труда с учетом энергозатрат и физиологических потребностей в основных пищевых веществах (например, в научно – исследовательском институте общественного питания с использованием ЭВМ).

Отраслевое руководство осуществляют Министерство торговли СССР, Министерства торговли союзных и автономных республик, управление торговли и общественного питания исполкомов Советов депутатов трудящихся.

В городах с широкой сетью предприятий общественного питания имеются тресты столовых, кафе, ресторанов. В небольших городах руководство системой общественного питания и торговлей объединено в торговли. Министерства и управления разрабатывают и осуществляют мероприятия по развитию, размещению и специализации сети предприятий, внедряют прогрессивные формы обслуживания, повышают культуру производства и качество блюд, занимаются подготовкой кадров, контролируют соблюдение предприятиями санитарных правил, цен и наценок, стояние весов и прочее.

В конце 80-х годов многие предприятия общественного питания стали работать на основе хозяйственного расчета, т.е. иметь самостоятельный баланс. Открылось множество кооперативных предприятий общественного питания, хотя большая часть из них продолжала оставаться в составе государственных торговых объединений. Они снабжали предприятия сырьем, полуфабрикатами и предметами материально – технического отношения, направляли работу всех предприятий на выполнение указаний вышестоящих звеньев, занимались подбором и подготовкой кадров, устанавливают часы работы предприятий, внедряли новую технику и прогрессивные формы обслуживания, новую технологию, организовывали ремонт оборудования и стирку белья.

В намеченных в 1986г. Основных направлениях экономического и социального развития нашей страны заметное внимание было уделено и совершенствованию системы общественного питания. Предполагалась дальнейшая комплексная автоматизация процессов приготовления пищи и обслуживания населения, внедрение крупных заготовочных предприятий и централизованного снабжения предприятий полуфабрикатами, введение новых прогрессивных технологий.

Однако смена плановых отношений в экономике на рыночные в начале 90-х годов определила крутой поворот в развитии предприятий общественного питания. Оно пошло по пути создания небольших, компактных, самоокупаемых предприятий с высоким уровнем услуг и качества приготовления пищи, т.е. приоритетным направлением стало не количество, а качество.

Конечно, крупные предприятия общественного питания существуют и сегодня. Но уровень их оснащенности, качества приготовления пищи, культуры обслуживания вступают во все более жесткую конкуренцию с появившимися у нас "Макдональдсами", различными кафе, закусочными и др. предприятиями, открываемыми у нас иностранными фирмами.

Создание в России предприятий общественного питания с высоким качеством приготавливаемых продуктов, уровнем обслуживания, максимально удобных для посетителей – одна из важнейших задач, стоящих перед системой общественного питания сегодня.

ГЛАВА 2. СТРУКТУРА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

* 1. **Эволюция, основные тенденции развития и особенности формирования российского рынка общественного питания**

Приступая к анализу развития общественного питания в России, мы, прежде всего, должны остановиться на родоначальнице современных кафе, бистро, баров - трактире-корчме, как на единственном, и притом вполне самобытном, древнеславянском питейном заведении. Происхождение слова корчма (первоначально - кормоча) трактуется различно. Некоторые из исследователей старины, уходя в глубокую древность, ищут корень этого слова в персидском, зендском, арабском и турецком языках, другие же, напротив, останавливаются только на славянском, утверждая, что наименование корчма ничто иное, как слово «корм». Последнее толкование многими считается более правдоподобным, хотя бы потому, что оно ближе всего подходит к непосредственным задачам корчмы, заключавшимся, главным образом, в том, чтобы кормить и поить посещавший ее народ. Каково бы ни было происхождение этого слова, все же корчма является исконно славянским учреждением. Это исторический факт, против которого возражений не имеется.

Обслуживая всю Славянскую землю, корчма, в зависимости от времени и места ее нахождения, несла не только общественные, но и общегосударственные обязанности. Правда, в начале своего существования и до наступления XII века, когда она еще повсеместно была только вольной корчмой, обязанности ее были менее сложны.

Вольная корчма подчас служила для народа трибуной, с которой общественные деятели того времени обсуждали различные дела и мероприятия. Но, с утратой своей «вольности», корчма является, если не вполне, то почти, государственным учреждением. Так, например, у западных славян, она в одном месте играет роль официального правительственного пункта, где пристава объявляют указы правительства, суды творят суд и разбирают дела между приезжими чужестранцами, в другом фигурирует в виде центрального финансового учреждения, в третьем заменяет собой ратушу и гостиный двор.

Что касается древней Руси, то вольная корчма считалась в ней самым коренным учреждением. Там, где она появлялась, было и многолюдство, и широкая торговля, и кипучая деятельность. Киев - колыбель корчмы. Новгород, Псков и Смоленск - главные центры ее нахождения. Здесь потребность к общественной жизни била ключом, тогда как в Суздале, Владимире и Москве, где корчма еще отсутствовала, незаметно было и малейшего движения. Но со временем корчма захватила и Северо-восточную Русь, сразу подняв в ней интерес к общественной жизни.

С 1150 года из вольной корчма делается княжеской или общинно-городской, затем казенной и тогда уже переходит в наследственную собственность арендаторов. Последняя зависимость сильно изменяет ее первоначальный облик и она, мало-помалу, утрачивает свое первоначальное значение.

Интересно, что уже первая попытка обложения вольного корчемного промысла податью вызвала появление так называемой тайной корчмы. С введением повсеместного усиленного налога тайное корчемничество стало развиваться с необычайной быстротой и к концу XIV века охватило все княжеские владения. Лицо корчмы резко изменилось, задачи ее сделались иными... Все хорошее, что было издавна связано с этим словом, исчезло бесследно. Звание корчемника из высокого, почетного обратилось в низкое, позорное. Тайная корчма в погоне за скорой наживой стала спаивать и развращать народ. Служа зачастую сборищем недобрых людей, она, помимо ущерба наносимого правительству, являлась опасной для мирных жителей. Тайных корчмарей жестоко преследовали, налагали на них ужасные кары, отлучали от церкви, но ничего не помогало. Только к концу XIV века, когда тайное корчемничество частично совсем исчезло, а частью перекочевало в более глухие и отдаленные от торговых центров места.

Казенная корчма в ХV веке, не заботясь уже о сохранении своего первоначального назначения - прежде всего кормить, а потом уже поить народ, все внимание обратила исключительно на продажу питий, как на статью самую доходную. В свою очередь, и народ, поощряемый к пьянству, перестал считаться и со временем, и с местом, и с количеством потребляемого им вина. Словом, вокруг казенной корчмы началось повальное пьянство. Корчма, как бы предчувствуя близкое появление всесильного кабака, подготовила ему надлежащую почву.

Таковы истоки зарождения общественного питания (и пития) на Руси.

Вплоть до XI века, как отмечают многие специалисты, приготовление пищи в России было делом сугубо семейным. Хотя существует мнение, что первые профессиональные повара появились при княжеских дворах уже в Х веке, а затем - в монастырских трапезнях.

Национальная русская кухня подчинялась скорее обычаю, нежели искусству. Кушанья были просты и однообразны. Хотя стол и отличался изобилием, многие блюда были похожи одно на другое. Повсеместно, начиная от царских хором и кончая последней мужицкой избой, стол делился на постный и скоромный. Различали блюда по продуктам, из которых они готовились, - мучнистые, молочные, мясные, рыбные, растительные. Первое место в русской кухне всегда занимали пироги. Они были пряжёные (из квасного теста, иногда из пресного) и подовые (всегда из квасного теста). В скоромные дни начинку делали из баранины, говядины, зайчатины. В постные рыбные дни - из сигов, снетков, стерляди, осетра и других хордовых рыб, а в постные нерыбные дни - из грибов, мака, гороха, капусты и репы. В постные дни пекли пироги на растительном масле - конопляном, льняном, маковом или ореховом.

Икра в те времена считалась обычным кушаньем. Однако свежая зернистая икра из осетра и белорыбицы была предметом роскоши. Простолюдины ели паюсную, мешочную и мятую икру.

Всегда на Руси были популярны растительные кушанья, но особенное предпочтение им отдавалось во времена постов. Ели кислую капусту, свёклу с постным маслом и уксусом, пироги с горохом, гречневую и овсяную каши, луковники, овсяный кисель, оладьи с мёдом, варёные и жареные грибы, творог из макового молока, хрен да редьку.

Настоящую революцию на нашей кухне произвело появление нового очага - плиты, при Петре Первом. Вместе с ней появились у нас и новые блюда, которые невозможно было изготовить в русской печи - бифштекс, лангет, рыба жареная в тесте. Из Франции и Голландии перешли в русскую кухню многие соусы, прозрачные бульоны, сложные сладкие блюда, а также и необычные тогда продукты: картофель, помидоры, цветная капуста. И, конечно, неоспоримую роль в развитии русской национальной кухни сыграли трактиры и рестораны, в которых в XIX веке на основе наших народных традиций и блюд - борщей, щей, ухи, пирогов, расстегаев, каш, запеканок и сформировалась отечественная кулинарная школа.

В советские времена общественное питание разнообразием не отличалось, за редкими исключениями. Общественное питание как отрасль народного хозяйства была представлена такими видами предприятий, как столовые, закусочные, рестораны, кафе и др. Большинство столовых предлагали посетителям весьма скромное и чаще всего невкусное меню. Традиционно это были щи, каша, жареная рыба, компот, пирожки. Несколько лучше обстояли дела в ведомственных предприятиях общественного питания, где для приготовления пищи использовались качественные продукты.

Г.Е.Чернов выделяет три основных фактора, определявших структуру общественного питания в централизованно управляемой экономике:

* Во-первых, это место отрасли в статистическом учете;
* Во-вторых, это вид услуг, которые предоставляли различные предприятия общественного питания населению;
* В-третьих, это категория населения, которая обслуживалась предприятиями общественного питания.

Надо сказать, что до начала 70-х годов ХХ века в научной литературе вопрос о месте общественного питания в системе народного хозяйства вообще не ставился. Авторы, как правило, выделяли три основные функции общественного питания: производство, реализация и потребление готовой пищи и услуг.

В социальном плане труд работников отрасли общественного питания всегда был наименее оплачиваемым.

В целом можно констатировать, что отношение к отрасли было неконструктивным. Вероятно, это обстоятельство послужило условием формирования на предприятиях общественного питания ростков предпринимательской культуры в нашей стране.

Начавшаяся в 1992 году приватизация, в том числе предприятий общественного питания, в 1993 году достигла своего максимума, и постепенно темпы ее стали снижаться. В 1988 году более 80% предприятий общественного питания находилось уже в негосударственной собственности. Следует отметить, что Санкт-Петербург стал лидером приватизации. Уже к 1993 году 77% розничного товарооборота, в который входит и общественное питание, приходилось на долю частного сектора.

В современной научной трактовке общественное питание принято относить к третичному сектору, то есть к сектору, который занят производством услуг, а, с другой стороны, услуги общественного питания, ориентированные на удовлетворение базовых потребностей конечного потребителя, следует относить к отраслям социальной сферы.

Реформы внесли большие изменения в облик общественного питания. Сегодня в большинстве своем предприятия общественного питания несут на себе четкий отпечаток американской унифицированности, особенно это относится к туристско-экскурсионному комплексу.

* 1. **Классификация и стандартизация предприятий**  **общественного питания**

Классификация и стандартизация предприятий общественного питания осуществляется в соответствии с принятым и введенным в действие Постановлением Госстандарта России от 05.04.95 N 198. 3. Данный стандарт устанавливает классификацию предприятий общественного питания, общие требования к предприятиям общественного питания различных типов и классов. Положения стандарта распространяются на предприятия общественного питания различных организационно - правовых форм. В данном стандарте использованы ссылки на следующие стандарты: ГОСТ 12.1.004-91 ССБТ Пожарная безопасность. Общие требования; ГОСТ Р 50647-94 Общественное питание. Термины и определения; СНиП 2.08.02-89 Общественные здания и сооружения; СНиП 11-4-79 Естественное и искусственное освещение; СанПиН 42-123-4117-86 Санитарные правила. Условия, сроки хранения особо скоропортящихся продуктов; СанПиН 42-123-5777-91 Санитарные правила для предприятий общественного питания, включая кондитерские цехи и предприятия, вырабатывающие мягкое мороженое; МБТ 5061-89 Медико - биологические требования и санитарные нормы качества продовольственного сырья и продуктов, утвержденные Минздравом СССР 01.08.89. 3.

Согласно Стандарту, *предприятие общественного питания* - предприятие, предназначенное для производства кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий, их реализации и (или) организации потребления (ГОСТ Р 50647).

*Тип предприятия общественного питания* - вид предприятия с характерными особенностями обслуживания, ассортимента реализуемой кулинарной продукции и номенклатуры предоставляемых потребителям услуг.

*Класс предприятия общественного питания* - совокупность отличительных признаков предприятия определенного типа, характеризующая качество предоставляемых услуг, уровень и условия обслуживания.

*Ресторан* - предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные; винно - водочные, табачные и кондитерские изделия, повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха.

*Бар* - предприятие общественного питания с барной стойкой, реализующее смешанные, крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, закуски, десерты, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары.

*Кафе* - предприятие по организации питания и отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции. Реализует фирменные, заказные блюда, изделия и напитки.

*Столовая* - общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей предприятие общественного питания, производящее и реализующее блюда в соответствии с разнообразным по дням недели меню.

*Закусочная* - предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд несложного приготовления из определенного вида сырья и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей. Классификация предприятий общественного питания.

Стандарт предусматривает следующие типы предприятий общественного питания: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная. При определении типа предприятия учитывают следующие факторы: - ассортимент реализуемой продукции, ее разнообразие и сложность изготовления; - техническую оснащенность (материальную базу, инженерно - техническое оснащение и оборудование, состав помещений, архитектурно - планировочное решение и т.д.); - методы обслуживания; - квалификацию персонала; - качество обслуживания (комфортность, этику общения, эстетику и т.д.); - номенклатуру предоставляемых потребителям услуг.

Рестораны и бары по уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг подразделяются на три класса - люкс, высший и первый, которые должны соответствовать следующим требованиям: - «люкс» - 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; - «высший» - оригинальность интерьера, выбор услуг, комфортность, разнообразный ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд и изделий для ресторанов, широкий выбор фирменных и заказных напитков и коктейлей - для баров; - «первый» - гармоничность, комфортность и выбор услуг, разнообразный ассортимент фирменных блюд и изделий и напитков сложного приготовления для ресторанов, набор напитков, коктейлей несложного приготовления, в т.ч. заказных и фирменных - для баров.

Кафе, столовые и закусочные на классы не подразделяют.

Рестораны различают: - по ассортименту реализуемой продукции - рыбный, пивной; с национальной кухней или кухней зарубежных стран; - по месту расположения - ресторан при гостинице, вокзале, в зоне отдыха, вагон - ресторан и др.

Бары различают: - по ассортименту реализуемой продукции и способу приготовления - молочный, пивной, винный, кофейный, коктейль - бар, гриль - бар; - по специфике обслуживания потребителей - видеобар, варьете - бар и др.

Кафе различают: - по ассортименту реализуемой продукции - кафе - мороженое, кафе - кондитерская, кафе - молочная; - по контингенту потребителей - кафе молодежное, детское и др.

Столовые различают: - по ассортименту реализуемой продукции - общего типа и диетическая; - по обслуживаемому контингенту потребителей - школьная, студенческая и др.; - по месту расположения - общедоступная, по месту учебы, работы.

Закусочные разделяют: - по ассортименту реализуемой продукции - общего типа и специализированные (сосисочная, пельменная, блинная, пирожковая, пончиковая, шашлычная, чайная, пиццерия, гамбургерная и т.д.).

Рестораны, кафе и бары сочетают производство, реализацию и организацию потребления продукции с организацией отдыха и развлечений потребителей. Общие требования к предприятиям общественного питания.

На предприятиях общественного питания любого типа и класса должны обеспечиваться безопасность жизни и здоровья потребителей и сохранность их имущества при условии соблюдения «Правил производства и реализации продукции общественного питания», утвержденных Постановлением Правительства РФ от 13.04.93 N 332, санитарных и технологических норм и правил, а также требований пожарной и электробезопасности.

Предприятия общественного питания любого типа должны иметь удобные подъездные пути и пешеходные доступы ко входу, необходимые справочно - информационные указатели. Прилегающая к предприятию территория должна иметь искусственное освещение в вечернее время.

На территории, прилегающей к предприятию и доступной для потребителей, не допускается: - проведение погрузочно - разгрузочных работ; - складирование тары; - размещение контейнеров с мусором; - сжигание мусора, порожней тары, отходов. Площадки с мусоросборниками должны быть удалены от окон и дверей помещений предприятия не менее чем на 20 м.

На предприятии должны быть предусмотрены аварийные выходы, лестницы, инструкции о действиях в аварийной ситуации, система оповещения и средства защиты от пожара.

Предприятия всех типов и классов должны быть оснащены инженерными системами и оборудованием, обеспечивающими необходимый уровень комфорта, в том числе: горячее и холодное водоснабжение, канализация, отопление, вентиляция, радио- и телефонная связь. Вход в предприятие должен обеспечивать одновременное движение двух встречных потоков потребителей на вход и выход.

Предприятие должно иметь вывеску с указанием его типа, класса, форм организации его деятельности, фирменного названия, юридического лица (местонахождение собственника), информацию о режиме работы, об оказываемых услугах.

* 1. **Франчайзинг, как новая концепция развития сферы**  **общественного питания**

Традиционный способ развития предприятий «быстрого питания» во всем мире - франчайзинг - продажа лицензии на воспроизводство продукта или услуги под определенной маркой. Однако российское законодательство сегодня не стимулирует развитие предприятий на основе франчайзинга. Согласно законодательным актам, регламентирующим франчайзинг, компания, предоставляющая право на использование своей марки и технологии, несет материальную ответственность за нарушения, которые допускает предприятие, пользующееся маркой. Но предприятие-владелец марки и технологии и предприятие-пользователь - две разные структуры, с разными владельцами. По мнению рестораторов это сдерживает распространение технологий: компании долго ищут партнеров, надежность которых у них не вызывала бы сомнения. Кроме того, по истечении срока действия договора (а этот срок обычно составляет 5-10 лет) его следует продлевать на тех же условиях, которые были предусмотрены ранее. В нашей стране, где экономическая ситуация меняется очень быстро, это очень большой риск для обеих сторон.

Размышляя над перспективами ресторанной отрасли в регионах, приходишь к выводу, что в первую очередь нужно концептуально решить вопрос о том, как сделать эту отрасль доступной и привлекательной для массового потребления, сохранив при этом прибыльность и потенциал роста для отдельного предприятия.

Назревший качественный скачок в сфере общественного питания, похоже, состоит в том, чтобы объединить ресурсы и создать технологии производства и сбыта, кардинально снижающие цены за счет объемов реализации. Пришло время для множества концепций популярного питания, имеющих единые центры по организации новых торговых предприятий и последующему централизованному сбыту основных продуктов и оборудования. Групповые инвестиции в сетевые заведения демократичного стиля чрезвычайно перспективны благодаря очевидному спросу и очень ограниченному предложению. Эту ситуацию иллюстрирует развитие кинотеатров, клубов и разрозненных «спутниковых кафе» в любых местах скопления публики. Для сетевых проектов не хватает одного - открыто мыслящих инвесторов-профессионалов, не боящихся своих потенциальных партнеров и готовых делиться с ними для того, чтобы вместе заработать больше.

Большую роль в распространении современных технологий общественного питания призваны сыграть Региональные информационные центры (РИЦ).

Что такое РИЦ? Прежде всего, это дистрибьюторы продуктов, материалов и оборудования, а также разработчики концепций, технологий управления (например, бизнес-планов для потенциальных инвесторов) и расстановки кадров. Обеспечение информацией для ассоциированных членов РИЦ служит одной цели - продаже технологий общественного питания в пакете с технологией управления бизнесом и обучением персонала.

РИЦ может иметь любую структуру при условии бесконфликтной координации участников местного рынка и крупных поставщиков метрополий, а также целенаправленного обеспечения сбыта технологического оборудования, дизайнерских проектов, продуктов и напитков и всего того, что помогает организовать новый ресторан, включая информацию и обучение.

Безусловно, все это очень похоже на франчайзинг. Однако идея франчайзинга в России может быть реализована еще с такой стороны, как продажа лицензий по грамотно составленным франчайзинговым контрактам на базе гражданского законодательства и средствами судебной защиты нарушенных авторских прав, а с продажи инвесторам в коммерческую недвижимость ресторанных проектов «под ключ». В этом случае формируется открытая система сбыта концепций с «нагрузкой» от поставщиков, представляемых РИЦ. Таким образом, за предоставлением единых информационных ресурсов для выбора концептуальных заготовок и бизнес-планов последуют долгосрочные контракты на поставку со специальными предложениями и скидками от конкретных поставщиков, способных обеспечить «качество бренда» и поддержку начинающего бизнеса.

Полезным элементом интеграции инвесторов-рестораторов в региональные информационные центры должны стать интерактивные базы и банки данных между РИЦ различных регионов, предназначенные как для расширения сферы влияния ведущих поставщиков, так и для рекламы прогрессивных заведений сети в рамках уже хорошо зарекомендовавших себя маркетинговых групп типа Best Eastern.

Именно в такой системе формируются единые технологические и сервисные стандарты, обеспечивающие беспрепятственный «поток» достойных ресторанных концепций и соответствующих складских запасов по регионам. Именно в такой среде организуются ресторанные сети (в основном популярные концепции и фаст-фуд), а также сопутствующие специализированные производства, например, кухни-кондитерские, пекарни, пивные производства, забытые «домовые кухни» и кулинарии, колбасные производства. Централизованные «доставки» ресторанных концепций, поддержанных поставщиками продуктов и оборудования, создают уникальную питательную среду для инвесторов в малый и семейный бизнес и стимулируют реализацию банковских кредитов и ссуд, обеспеченных как объектами недвижимости, так и деловыми сообществами РИЦ.

Следующий шаг - создание производственно-распределительных центров, где осуществлялась бы вся подготовительная работа с продуктами.

Классический фаст фуд - это еда, готовящаяся и подающаяся быстро, стоящая недорого. Однако для того, чтобы обеспечить выполнение этих условий при обеспечении качества, необходима технологическая концепция предприятия.

Для быстрого и качественного обслуживания должна быть четко отработана технология приготовления. Как правило, фаст фуд использует полуфабрикаты. Поэтому предлагаемый ассортимент блюд не очень разнообразен. В заведениях «быстрого питания» посетители обычно не задерживаются, тратя на еду около 20 минут. Однако в последнее время акцент переместился с «быстрой еды» на «быстрое обслуживание». Чтобы привлечь посетителей, интерьеры новых ресторанов быстрого обслуживания делают более современными и красивыми, вместо пластиковой одноразовой посуды многие рестораторы стали использовать керамическую, вводить новые виды сервиса для клиентов - проведение детских праздников, дней рождения и других мероприятий.

Рекламная политика таких фирм направлена на пропаганду ресторанов как места детского и семейного отдыха. При этом фаст фуды сохраняют прежнюю концепцию заведений с быстрым обслуживанием и недорогой едой. Первые фаст фуды были ориентированы на служащих, ограниченных временем обеденного перерыва, и открывались в центре города, где сосредоточены офисы компаний. Сегодня сети фаст фуда пересматривают стратегию развития, все больше ориентируясь на молодежь, студентов, начинающих предпринимателей, посетителей с детьми. Обозначилась тенденция размещения новых ресторанов быстрого питания в торговых центрах спальных районов, в которых живет много молодёжи, семей с детьми. Молодёжь и детей привлекает шумная, веселая и демократичная атмосфера. Именно по этой причине предприятия фаст фуд всё больше уделяют внимания специальным молодёжным и детским программам.

Особое значение имеет качество исходных продуктов: оно должно отвечать требованиям стандарта. Некачественные продукты ведут к нарушению технологического процесса. Качественные продукты дороги. Это обстоятельство не позволяет сетевикам конкурировать по ценам с «уличным фаст фудом», но рестораны быстрого обслуживания продают не просто еду, но и востребованные сегодня комфорт, уют, безопасность, ассортимент и гарантированное качество, высокий уровень сервиса и санитарно-гигиенических условий, доступность. Вместе с быстрым обслуживанием, приемлемыми ценами и демократичной атмосферой именно это определяет современную концепцию общественного питания.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Общественное питание — одна из основных отраслей хозяйственной деятельности потребительской кооперации. В его производственные торговые и организационные функции входит: приготовление обеденной и прочей продукции; реализации продукции собственного производства и так называемых покупных товаров (т.е. не подвергнутых кулинарной обработке); организация потребления.

Питание является необходимой жизненной потребностью большинства рабочих, служащих, учащихся и значительного количества других групп населения страны.

В настоящее время деятельность в сфере массового питания начинает, правда медленно, набирать обороты. Первый всплеск уже прошел: многие рестораны и кафе, открывшиеся в начале перестроечного процесса, в связи с нерентабельностью и неконкурентоспособностью закрылись. Однако постепенно процесс пошел. В настоящий момент крупные города России переживают настоящий ресторанный бум: стремительно растет число гостиниц, ресторанов, кафе, баров, различных клубов. Индустрия массового питания находится в процессе развития - растет как число заведений, так и качество обслуживания.

С каждым годом массовое питание все больше проникает в быт широких масс населения, способствует решению многих социально-экономических проблем; помогает лучше использовать продовольственные ресурсы страны, своевременно предоставляет населению качественное питание, имеющего решающее значение для сохранения здоровья, роста производительности труда, повышению качества учебы; позволяет более эффективно использовать свободное время, что в наши дни является не мало важным фактором для населения; высвобождает из домашнего хозяйства дополнительную численность рабочих и служащих и др.

Сеть предприятий питания, которой пользуется население, представлена различными типами: столовыми, ресторанами, кафе, закусочными, барами и др. необходимость различных типов определяется: разнохарактерностью спроса населения на различные виды питания (завтраки, обеды, ужины, промежуточные приемы пищи, бизнес-ланчи); спецификой обслуживания людей и во время коротких обеденных перерывов, и во время отдыха; необходимостью обслуживания взрослого населения и детей, здоровых и нуждающихся в лечебном питании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ефимова О. П. Экономика гостиниц и ресторанов: Учеб. пособие / О. П. Ефимова, Н. А. Ефимова; под ред. Н. И. Кабушкина. – М.: Новое занание, 2004. – 392с. – (Экономическое образование).
2. Феоктистова В. И. Экономика предприятий: Учеб. пособие – М.: Издательство РГТЭУ, 2004.
3. Луховская О. К., Здор В. Н. Концепция развития туристской фирмы (экономико – маркетинговый аспект): Практикум по разделу дисциплины «Маркетинг социально – культурной сферы и туризма» / ГОУ ВПО РГТЭУ. – Иваново, 2005. - 128с.
4. Козлова А. В. Стандартизация, метрология, сертификация в общественном питнии: Учебник для студ. учреждений сред. проф. Образования. – М.: Издательский центр «Академия»; Мастерство, 2002. – 160с.
5. Пикалев А. В., Маевская А. П. Как увеличить доход ресторана, бара, кафе. – М.: Советский спорт, 2001. – 168с.
6. Панова Л. А. Организация производства на предприятии общественного питания (в экзаменационных вопросах и ответах): Уч. пособие – 2-е изд. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и Ко», 2005. – 320с.
7. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко – 3-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Новое знание, 2002. – 386с. – (Экономическое образование)
8. Радченко Л. А. Организация производства на предприятии общественного питания: Учебник. Изд. 4-е, доп. и перераб. – Ростов н/Д: Издательство «Феникс», 2005. – 352с. (Серия «СПО»)
9. Кучер Л. С., Шкуратова Л. М., Ефимов С. Л., Голубева Т. Н. Ресторанный бизнес в России: технология успеха. – М.: Рконсульт, 2002. – 468с., ил.
10. Калашников А. Ю. Кафе, бары и рестораны: Организация, практика и техника обслуживания. – М.:ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. – 384с.