СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ 5

1.1 Понятия «сервис» и «услуга» 5

1.2 Понятие «предприятие общественного питания» 5

1.3 Услуги, предоставляемые предприятиями общественного питания 6

2 КЛАССИФИКАЦИЯ И СТАНДАРТИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ 11

2.1 Классификация предприятий общественного питания 11

2.2 Условия питания, методы и виды обслуживания в ресторанах гостиничных комплексов 21

2.3 Специальные формы организации питания в ресторанах 24

3 СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ 27

3.1 История развития и особенности формирования российского рынка общественного питания 27

3.2 Современное состояние и перспективы развития ресторанного бизнеса 29

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 32

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 33

ВВЕДЕНИЕ

Массовое питание играет важную роль в жизни общества. Оно наиболее полно удовлетворяет потребности людей в питании. Предприятия питания выполняют такие функции, как производство, реализация и организация потребления кулинарной продукции населением в специально организованных местах. Предприятия питания осуществляют самостоятельную хозяйственную деятельность и в этом отношении ни отличаются от других предприятий. Питание населения организуется в основном небольшими частными предприятиями.

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

Индустрия массового питания находится в процессе развития - растет как число заведений, так и качество обслуживания. Этим обусловлена актуальность данной темы.

С каждым годом массовое питание все больше внедряется в быт широких масс населения, способствует решению многих социально-экономических проблем; помогает лучше использовать продовольственные ресурсы страны, своевременно предоставляет населению качественное питание; позволяет более эффективно использовать свободное время, что в наши дни является немало важным фактором для населения. Спрос на продукцию и услуги массового питания непрерывно изменяется и растет [12].

Цель - изучить тенденции развития ресторанного бизнеса в России.

Для этого необходимо решить следующие задачи: дать определение предприятиям общественного питания, классифицировать предприятия общественного питания и предоставляемые ими услуги, изучить особенности формирования российского рынка общественного питания и современное его состояние.

Объект исследования – предприятия общественного питания, предмет исследования - ресторанный бизнес в России.

При написании курсовой работы были использованы следующие методы научного исследования: сравнительный метод, исторический метод, метод анализа и синтеза.

1 СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

1.1 Понятия «сервис» и «услуга»

В понимании сущности сервисной деятельности ключевая роль принадлежит таким теоретическим понятиям, как «сервис», «услуга». Использование в русском языке понятия «сервис» (англ. service - служба; обслуживание) предполагает тот же смысл, что и в английском - «обслуживание, предоставление разного рода услуг». Вместе с тем следует учесть, что в отечественной экономической практике последних десятилетий смысл слова «сервис» приобретал более конкретное значение. В 70-80-е годы сервис в нашей стране связывается преимущественно с комплексом услуг, отвечающих современным требованиям, выполненных квалифицированными работниками, которые трудятся на предприятии, оказывающем услуги по продлению жизни технических новшеств или дорогостоящих товаров известных фирм.

Наряду с понятием «сервис» в нашей стране широко используется понятие «услуга», означающее действие, приносящее пользу, благо, помощь другому человеку. Таким образом, ключевой момент в понимании сервисной деятельности связан с представлением о пользе, услуге. Понятия «услуга» и «сервис», приобретают в целом одинаковый смысл. Вместе с тем они могут образовывать в русском языке такое словосочетание, как «сервисная услуга», что призвано отразить современный тип обслуживания.

1.2 Понятие «предприятие общественного питания»

Предприятие общественного питания - предприятие, предназначенное для производства кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий, их реализации и (или) организации потребления [2].

Предприятия общественного питания имеют ряд особенностей. Если большинство предприятий других отраслей ограничиваются выполнением лишь одной, максимум двух функций, например, предприятия пищевой промышленности осуществляют функцию производства, предприятия торговли — реализацию продукции, то предприятия общественного питания выполняют три взаимосвязанные функции:

* производство кулинарной продукции;
* реализация кулинарной продукции;
* организация ее потребления.

Изготовляемая предприятиями общественного питания продукция имеет ограниченные сроки реализации. Так, при массовом изготовлении горячие блюда готовятся на 2—3 часа реализации, а холодные — на 1 час. Это требует выпуска продукции партиями, по мере их потребления.

1.3 Услуги, предоставляемые предприятиями общественного питания

Услуги, предоставляемые потребителям в предприятиях общественного питания различных типов и классов [2] подразделяются на:

-услуги питания

-услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий,

-услуги по организации потребления и обслуживания,

-услуги по реализации кулинарной продукции,

-услуги по организации досуга,

-информационно-консультативные услуги,

-прочие услуги.

1. Услуги питания

Услуги питания в соответствии с типом и классом предприятия и подразделяются:

- услуга питания ресторана;

- услуга питания бара;

- услуга питания кафе;

- услуга питания столовой;

- услуга питания закусочной.

Услуга питания ресторана представляет собой услугу по изготовлению, реализации и организации потребления широкого ассортимента блюд и изделий сложного изготовления из различных видов сырья, покупных товаров, винно-водочных изделий, оказываемую квалифицированным производственным и обслуживающим персоналом в условиях повышенной комфортности и материально-технического оснащения в сочетании с организацией досуга.

Услуга питания бара представляет собой услугу по изготовлению и реализации широкого ассортимента алкогольных и безалкогольных напитков, закусок, десертов, кондитерских изделий, покупных товаров, по созданию условий для их потребления у барной стойки или в зале.

Услуга питания кафе представляет собой услугу по изготовлению и реализации кулинарной продукции и покупных товаров в ограниченном ассортименте по сравнению с предприятиями других типов и в основном несложного изготовления, а также по созданию условий для их потребления на предприятии.

Услуга питания столовой представляет собой услугу по изготовлению кулинарной продукции разнообразной по дням недели или специальных рационов питания для различных групп обслуживаемого контингента (рабочих, школьников, туристов и др.), а также по созданию условий для реализации и организации их потребления на предприятии.

Услуга питания закусочной представляет услугу по изготовлению узкого ассортимента кулинарной продукции, в том числе из определенного вида сырья, а также созданию условий для ее реализации и потребления.

2. Услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий:

* изготовление кулинарной продукции и кондитерских изделий по заказам потребителей, в том числе, в сложном исполнении и с дополнительным оформлением на предприятиях общественного питания;
* изготовление блюд из сырья заказчика на предприятии;
* услугу повара, кондитера по изготовлению блюд, кулинарных и кондитерских изделий на дому.

3. Услуги по организации потребления и обслуживания

Услуги по организации потребления и обслуживания представлены достаточно широким спектром услуг, которые включают в себя следующие виды:

* организацию и обслуживание торжеств;
* организацию питания и обслуживания участников конференций, семинаров, совещаний, культурно-массовых мероприятий в зонах отдыха;
* организацию питания и обслуживания механизаторов в период сельскохозяйственных работ;
* услуги официанта по обслуживанию на дому;
* доставку кулинарной продукции, кондитерских и булочных изделий по заказам потребителей, в том числе в банкетном исполнении;
* доставку кулинарной продукции, кондитерских и булочных изделий по заказам и обслуживание потребителей на рабочих местах, на дому, в номерах гостиниц, в пути следования пассажирского транспорта;
* бронирование мест и столиков в зале объекта общественного питания на определенное время;
* продажу талонов и абонементов на обслуживание скомплектованными рационами;
* услуги мойщицы посуды на дому;
* организацию рационального, комплексного и диетического питания.

Обслуживание в ресторане складывается из следующих элементов: встреча и размещение посетителей, прием и оформление заказов, передача заказов на производство, получение и подача буфетной продукции, получение и подача заказанных закусок, блюд, напитков, расчет с клиентами.

4. Услуги по реализации кулинарной продукции:

* реализации продукции общественного питания на вынос из зала предприятия общественного питания;
* реализацию продукции общественного питания через собственные магазины и отделы кулинарии;
* реализацию продукции общественного питания в собственной мелкорозничной сети (киоски, палатки, павильоны, передвижные средства развозной и разносной торговли и пр.);
* реализацию продукции общественного питания на дом через столы заказов, буфеты, окна раздачи и т.д.;
* комплектацию наборов кулинарной продукции в дорогу, в том числе туристам для самостоятельного приготовления кулинарной продукции;
* реализацию продукции общественного питания вне предприятия, в том числе в раздаточных и доготовочных предприятиях, в филиалах;
* реализацию продукции общественного питания через розничную торговую сеть.

5. Услуги по организации досуга

На объектах общественного питания (в ресторанах, кафе, барах и т.д.) питание должно сочетаться с отдыхом. Следовательно, могут оказываться такие услуги по организации досуга, как:

* организацию музыкального и развлекательного (анимационного) обслуживания;
* организацию проведения концертов, программ варьете и видеопрограмм и пр.;
* предоставление потребителям музыкального, развлекательного и телевизионного сопровождения;
* предоставление потребителям прессы (газет, журналов);
* предоставление потребителям спортивных игр (бильярда, тенниса и пр.), игровых автоматов.

6. Информационно-консультативные услуги:

* консультации специалистов по изготовлению, оформлению и подаче блюд и напитков и сервировке стола, в том числе национальных кухонь;
* консультации специалистов по организации диетического питания при различных заболеваниях;
* обучение кулинарному мастерству;
* обучение сервировке стола.

7. Прочие услуги:

* прокат столового белья, посуды, приборов, передвижного (мобильного) кухонного оборудования и инвентаря;
* продажу цветов и фирменных сувениров;
* предоставление парфюмерии, принадлежностей для чистки обуви и пр.;
* мелкий ремонт и чистку одежды;
* упаковку продукции общественного питания, оставшейся после обслуживания потребителей;
* упаковку продукции общественного питания, приобретенной на предприятии;
* предоставление потребителям телефонной и факсимильной связи на предприятии;
* гарантированное хранение личных вещей (верхней одежды),  
  сумок и ценностей потребителя;
* вызов такси по заказу (просьбе) потребителя;
* предоставление организованной охраняемой стоянки для автомобилей потребителей на территории предприятия.

2 КЛАССИФИКАЦИЯ И СТАНДАРТИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

2.1 Классификация предприятий общественного питания

Для классификации предприятий питания туристской индустрии используется ряд критериев [5]:

- Характер торгово-производственной деятельности.

- Месторасположение.

- Контингент обслуживаемых клиентов (гостей).

- Ассортимент продукции (специализация).

- Вместимость.

- Форма обслуживания.

- Время функционирования.

- Уровень обслуживания.

1. Характер торгово-производственной деятельности

Существующий стандарт устанавливает классификацию предприятий общественного питания, общие требования к предприятиям питания различных типов и классов. Он распространяется на предприятия общественного питания всех форм собственности, а также граждан-предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере предприятий общественного питания [1].

Стандарт предусматривает следующие типы предприятий общественного питания: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная.

Тип предприятия общественного питания определяется характерными особенностями обслуживания, ассортиментом реализуемой кулинарии продукции и номенклатурой предоставляемых потребителям услуг. 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 потребителем услуг.

Класс предприятия общественного питания определяется отличается совокупностью признаков предприятия определенного типа, характеризующих качество предоставляемых услуг, уровень и условия обслуживания.

В соответствии с вышеперечисленными основными типами предприятий общественного питания предлагается рассмотреть услуги, ими предоставляемые.

Ресторан - предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные блюда и изделия; алкогольные, прохладительные, горячие и другие виды напитков, мучные кондитерские и булочные изделия, табачные изделия, покупные товары, с высоким уровнем обслуживания и, как правило, в сочетании с организацией отдыха и развлечений.

Бар– предприятие общественного питания, оборудованное барной стойкой и реализующее в зависимости от специализации алкогольные и (или) безалкогольные напитки, горячие и прохладительные напитки, коктейли, холодные и горячие закуски и блюда в ограниченном ассортименте, покупные товары.

Кафе – предприятие общественного питания по организации питания и (или без) отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции общественного питания, реализующее фирменные, заказные блюда, изделия и алкогольные и безалкогольные напитки.

Столовая – предприятие общественного питания общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей, производящее и реализующее блюда и кулинарные изделия в соответствии с меню, различающимся по дням недели.

Закусочная – предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд и изделий несложного изготовления и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей, с возможной реализацией алкогольной продукции.

Предприятие быстрого обслуживания – предприятие общественного питания, реализующее узкий ассортимент блюд, изделий, напитков несложного изготовления, как правило, из полуфабрикатов высокой степени готовности,

Буфет – предприятие общественного питания, находящееся в жилых и общественных зданиях, реализующее с потреблением на месте ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе холодные блюда, закуски, горячие, сладкие блюда несложного изготовления, мучные кулинарные, булочные и кондитерские изделия, и покупные товары.

Кафетерий - предприятие общественного питания, оборудованное буфетной или барной стойкой, реализующее с потреблением на месте горячие напитки (чай, кофе), прохладительные напитки, ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе бутерброды, мучные булочные и кондитерские изделия, горячие блюда несложного изготовления, и покупные товары.

Кофейня - предприятие общественного питания, специализирующееся на изготовлении и реализации с потреблением на месте широкого ассортимента горячих напитков из кофе, какао и чая, мучных блюд и мучных булочных и кондитерских изделий, кулинарной продукции из полуфабрикатов высокой степени готовности в ограниченном ассортименте, а также алкогольных напитков и покупных товаров.

2. Месторасположение

В зависимости от месторасположения различают:

• городские рестораны

Расположены в городской черте и предлагают разнообразный ассортимент блюд, закусок, напитков либо специализируются в предоставлении обедов и (или) ужинов. Работают в определенные часы и имеют многочисленных клиентов;

• вокзальные рестораны

Расположены на железнодорожных и аэровокзалах. Работают круглосуточно. Характерен ограниченный набор блюд, закусок, напитков, невысокий уровень цен и относительно быстрое обслуживание;

• вагоны-рестораны

В основном имеются в поездах дальнего следования и предназначены для обслуживания пассажиров, находящихся в пути. В меню вагонов-ресторанов входят холодные закуски, первые и вторые блюда, горячие напитки, комплексные обеды, а также дорожные наборы в пакетах, кондитерские изделия, фрукты, соки, минеральные и фруктовые воды, продаваемые официантами во всех вагонах поезда;

• рестораны на теплоходах

Предназначены для обслуживания пассажиров и туристов в пути следования. В них предоставляются завтраки, обеды и ужины. Обслуживание осуществляется официантами, но может применяться и самообслуживание. На крупных теплоходах может быть несколько ресторанов.

• рестораны для автотуристов, не желающих покидать автомобиль.

Расположены возле шоссе или крупных автостоянок. В целях экономии времени клиенты обслуживаются прямо в машине официантами, которые подкатывают к ним на роликовых коньках. Такой вид ресторанов распространен в США [11, с.218].

3.Контингент обслуживаемых клиентов (гостей)

В зависимости от этого критерия выделяют предприятия питания:

• общедоступные;

• связанные с обслуживанием определенного контингента клиентов.

Хотя рестораны, кафе, бары в составе гостиничных комплексов предназначены для первоочередного обслуживания гостей, в большинстве случаев они являются общедоступными. Предприятия же питания в составе отелей-клубов, пансионатов обслуживают только своих гостей [22].

4. Ассортимент продукции (специализация)

В зависимости от широты ассортимента предлагаемой продукции можно выделить две большие категории предприятий питания:

1) полносервисные;

2) специализированные.

Среди типов предприятий питания полносервисными в большинстве случаев могут быть только рестораны и кафе, поскольку они предлагают широкий выбор закусок, блюд, хлебобулочных и мучных кондитерских изделий, различных напитков.

В меню полносервисных ресторанов и кафе высока доля фирменных и заказных блюд, которые относят к разряду блюд "высокой кухни". Для полносервисных ресторанов характерен очень высокий уровень обслуживания: метрдотель встречает и усаживает гостя за стол, старший официант дает советы по поводу блюд, объясняет, в чем особые качества заказываемых блюд, он же советует, какое вино лучше подходит к заказываемым блюдам [16].

Оформление полносервисных ресторанов обычно соответствует общему настроению, которое ресторан пытается создать. Роскошная еда, обслуживание и атмосфера - все это в комплексе оставляет незабываемое впечатление.

Специализация предприятий питания может быть различной: от широкой специализации на блюдах определенной кухни (французской, итальянской, китайской и т.д.) до узкой специализации на одном или нескольких наименованиях блюд [22].

5. Вместимость, форма обслуживания и время функционирования [7]

Для ресторанов вместимость может составлять от 50 до 500 мест, кафе - от 50 до 150 мест, столовых — 50, 100, 200, 500 и более мест и т.д.

По применяемым формам обслуживания предприятия питания делят:

• на предприятия самообслуживания;

• с частичным обслуживанием официантами;

• с полным обслуживанием официантами;

• с обслуживанием буфетчиками.

По времени обслуживания предприятия питания бывают:

• постоянно действующие;

• сезонные;

• работающие в дневное и вечернее время;

• работающие в ночное время (ночные бары).

6. Уровень обслуживания

Предприятия питания подразделяют на следующие классы:

• люкс

Для класса люкс характерна изысканность интерьера, высокий уровень комфортности, широкий спектр услуг, предоставляемых посетителям, а также ассортимент оригинальных, изысканных заказных и фирменных блюд, изделий для ресторанов, а для баров - широкий выбор фирменных и заказных напитков и коктейлей. Обязательные требования [21]:

1. вывеска световая с элементами оформления;
2. оформление залов и помещений с использованием изысканных декоративных элементов;
3. наличие эстрады и танцевальной площадки;
4. наличие банкетного зала и отдельных кабин;
5. система кондиционирования воздуха с автоматическим поддержанием оптимальных параметров температуры и влажности;
6. мебель повышенной комфортности, соответствующая интерьеру помещений;
7. столы с мягким покрытием;
8. кресла (диваны, банкетки) мягкие (в холле и вестибюле);
9. кресла мягкие с подлокотниками в обеденном зале;
10. металлическая посуда и столовые приборы из мельхиора, нейзильбера или нержавеющей стали;
11. фарфорофаянсовая посуда с монограммой или художественно – оформленная (допускается из керамики, дерева и т.п.);
12. сортовая стеклянная посуда из хрусталя, художественно оформленная посуда из выдувного стекла;
13. скатерти фирменные белые или цветные;
14. салфетки полотняные индивидуального пользования;
15. смена столового белья после обслуживания посетителей;
16. меню и прейскурант с эмблемой предприятия на национальном и русском языках типографским способом;
17. обложка меню с эмблемой или рисунком из мелованной бумаги, картона, кожзаменителя;
18. печатная реклама (пригласительные карточки, буклеты);
19. ассортимент преимущественно из оригинальных, изысканных заказных и фирменных, в т.ч. национальных блюд, изделий и напитков всех основных групп кулинарной продукции;
20. широкий ассортимент кондитерских изделий промышленного производства, фруктов, вино- водочных, табачных изделий, фруктовых и минеральных вод;
21. выполнение особых пожеланий по изготовлению блюд на виду у потребителя;
22. обслуживание официантами, барменами, метрдотелями, имеющими специальное образование и прошедшими профессиональную подготовку;
23. наличие у обслуживающего персонала форменной одежды с эмблемой и обуви;
24. выступление вокально-инструментальных ансамблей, солистов.

• высший

Высший класс отличается оригинальностью интерьера, выбором услуг, разнообразным ассортиментом оригинальных, изысканных, заказных и фирменных блюд и изделий для ресторанов, широким выбором фирменных и заказных напитков и коктейлей – для баров. Обязательные требования [21]:

1. вывеска световая с элементами оформления;
2. оформление залов и помещений с использованием  оригинальных декоративных элементов;
3. наличие эстрады и танцевальной площадки;
4. наличие банкетного зала и отдельных кабин;
5. система кондиционирования воздуха с автоматическим поддержанием оптимальных параметров температуры и влажности;
6. мебель повышенной комфортности, соответствующая интерьеру помещений;
7. столы с мягким покрытием;
8. кресла (диваны, банкетки) мягкие (в холле и вестибюле);
9. кресла мягкие с подлокотниками в обеденном зале;
10. металлическая посуда и столовые приборы из мельхиора, нейзильбера или нержавеющей стали;
11. фарфорофаянсовая посуда с монограммой или художественно – оформленная;
12. сортовая стеклянная посуда из хрусталя, художественно оформленная посуда из выдувного стекла;
13. скатерти фирменные белые или цветные (допускается замена индивидуальными салфетками);
14. салфетки полотняные индивидуального пользования;
15. смена столового белья после обслуживания посетителей;
16. меню и прейскурант с эмблемой предприятия на национальном и русском языках типографским способом;
17. обложка меню с эмблемой или рисунком из мелованной бумаги, картона, кожзаменителя;
18. печатная реклама (пригласительные карточки, буклеты);
19. ассортимент преимущественно из оригинальных, изысканных заказных и фирменных, в т.ч. национальных блюд, изделий и напитков всех основных групп кулинарной продукции;
20. широкий ассортимент кондитерских изделий промышленного производства, фруктов, вино- водочных, табачных изделий, фруктовых и минеральных вод;
21. выполнение особых пожеланий по изготовлению блюд на виду у потребителя;
22. обслуживание официантами, барменами, метрдотелями, имеющими специальное образование и прошедшими профессиональную подготовку;
23. наличие у обслуживающего персонала форменной одежды с эмблемой и обуви;
24. выступление вокально-инструментальных ансамблей, солистов.

• первый

Первому классу соответствует гармоничность, комфортность и выбор услуг, широкий ассортимент фирменных блюд и изделий, а также напитков сложного приготовления для ресторанов, набор напитков, коктейлей несложного приготовления – для баров. Обязательные требования [21]:

1. вывеска световая с элементами оформления;
2. оформление залов и помещений с использованием оригинальных декоративных элементов;
3. наличие банкетного зала и отдельных кабин;
4. система вентиляции, обеспечивающая допустимые параметры температуры и влажности;
5. мебель стандартная, соответствующая интерьеру помещений;
6. столы с полиэфирным покрытием;
7. кресла полумягкие в обеденном зале;
8. металлическая посуда и столовые приборы из нержавеющей стали;
9. полуфарфоровая, фаянсовая посуда;
10. сортовая стеклянная посуда без рисунка;
11. скатерти фирменные белые или цветные (допускается замена индивидуальными салфетками);
12. салфетки полотняные индивидуального пользования;
13. меню и прейскурант с эмблемой предприятия на национальном и русском языках;
14. обложка меню с эмблемой или рисунком;
15. разнообразный ассортимент фирменных блюд, изделий и напитков сложного приготовления;
16. широкий ассортимент кондитерских изделий промышленного производства, фруктов, вино - водочных, табачных изделий, фруктовых и минеральных вод;
17. обслуживание официантами, барменами, метрдотелями;
18. наличие у обслуживающего персонала форменной одежды с эмблемой или без и обуви;
19. любые виды музыкального обслуживания (с использованием музыкальных автоматов, звуко-, видеовоспроизводящей аппаратуры).

Классность присваивается только ресторанам и барам, остальные типы предприятий общественного питания на классы не подразделяются.

2.2 Условия питания, методы и виды обслуживания в ресторанах гостиничных комплексов

При организации обслуживания в ресторанах (кафе) гостиничных комплексов обычно предполагаются следующие условия питания [18, с.354]:

1. полный пансион, т.е. трёхразовое питание (завтрак, обед, ужин) – full board (FB);

2. полупансион, т.е. двухразовое питание (завтрак плюс обед или ужин) – half board (HB);

3. только завтрак, то есть одноразовое питание – bed and breakfast (BB).

Особые условия питания создаются в отелях, работающих в системе клубного отдыха (кроме трехразового питания, в течение всего дня предлагается большой выбор бесплатных закусок, алкогольных и иных напитков) — all inclusive (все включено в стоимость).

В зависимости от того, входит ли стоимость питания наряду с размещением в гостиничный тариф, различают две основные системы обслуживания:

• по европейскому плану (european plan, ЕР) – гостиничный тариф, определяемый на основе стоимости размещения без учета питания. В этом случае точное время прибытия клиента в гостиницу не является принципиальным, т.к. не требуется дополнительных затрат гостиницы;

• по американскому плану (american plan, АР). В гостиничный тариф входит стоимость трехразового питания. Также используют модифицированный американский план (modified American plan, MAP) и континентальный план (continental plan), при которых туристы могут выбрать номер в комплексе соответственно с двухразовым и одноразовым питанием [17, с.129].

Использование американского плана гостиничного обслуживания требует учета ряда организационных моментов [15]. Так, в данном случае чрезвычайно важна точная фиксация времени приезда и отъезда клиентов, т.к. от этого зависит осуществление привычных расчетов. С этой же целью на регистрационных карточках и гостиничных счетах помимо времени прибытия и убытия проставляются специальные "коды питания": код "В" означает, что клиент прибыл в гостиницу до завтрака. Соответственно по времени в день прибытия он успел получить полное трехразовое питание; "L" — прибыл до ланча, то есть получил двухразовое питание; "D" — только ужин; "R" — в день приезда только номер без питания; "SL" (sleep – ночевка) – клиент прибыл поздно вечером (по существу равносилен коду "R"). Подобного рода информация, содержащаяся в кодах, учитывается при окончательном расчете. Аналогичные коды используются и при регистрации времени отъезда: "В" — отбыл после завтрака, "L" — после обеда, "D" — после ужина, специфический код "ВВ" — отбыл до завтрака, то есть в день отъезда питание не получал.

Во всех гостиницах особое внимание уделяется сервису завтраков. Различают следующие виды завтраков [25]:

1. Континентальный завтрак (continental breakfast) – завтрак, принятый на европейском континенте. В настоящее время не является единственным видом завтрака, используемым в гостиницах разных стран. Континентальный завтрак включает кофе, чай или горячий шоколад, сахар, сливки (молоко), лимон, два вида повидла, джема или мед, выбор хлебобулочных изделий, масло. По воскресеньям дополняется холодным яйцом. Во многих странах Европы континентальный завтрак входит в цену размещения в гостинице.

2. Расширенный завтрак (или завтрак континентальный плюс — continental plus breakfast). Этот вид завтрака получил распространение в Европе с середины 1960-х годов. В дополнение к континентальному завтраку гостям предлагаются: соки (апельсиновый, грейпфрутовый, томатный), блюдо с нарезанной ветчиной, сыром и колбасой, блюда из яиц, йогурты, творог, сухие хлопья. Во время завтрака чаще всего организован буфетный сервис или официант приносит блюдо с мясной нарезкой, раскладывает по тарелкам и оставляет блюдо на столе. Блюда из яиц приготавливаются по индивидуальным заказам.

3. Английский завтрак. В классическом варианте английский завтрак начинается с утреннего чая или кофе (возможно горячего шоколада), принесенного в номер. Он также включает сахар, булочные изделия, тосты, масло, джем, мед, варенье. Этот так называемый "short breakfast" (короткий завтрак) может дополняться блюдами из яиц (яичницей с ветчиной или беконом, яйцами, жаренными на хлебе, омлетом с ветчиной или шампиньонами и др.), рыбными блюдами, блюдами из злаковых (овсяной кашей или супом на молоке или на воде с сахаром либо солью). В данном случае он называется полным английским завтраком (full english breakfast). Английский завтрак сервируется таким же образом, как и расширенный завтрак. Если гость вместо блюд из яиц заказывает рыбное блюдо или овсяную кашу, то дополнительно сервируется прибор для рыбы или столовая ложка.

4. Американский завтрак. При американском завтраке дополнительно предлагается: обычная питьевая вода с кубиками льда, фруктовые соки, свежие фрукты (грейпфрут, арбуз, ягоды с молоком или сливками) или компот из фруктов (слив, персиков), блюда из злаковых (кукурузные, рисовые хлопья), небольшая порция мяса, пирог и др.

5. Завтрак с шампанским. Время предоставления этого завтрака — с 10.00 до 11.30. Предполагается кофе, чай, алкогольные напитки (шампанское, вино), небольшие холодные закуски и горячие блюда, супы, салаты, десерты. Форма предложения — буфет. Завтрак с шампанским подается, как правило, по официальному поводу.

6. Поздний завтрак. Время предоставления — 10.00-14.00. Используются составные элементы, входящие как в завтрак, так и в обед: горячие и холодные напитки, булочки, масло, джем, колбаса, сыр, супы, горячие мясные блюда, десерты. Форма предложения — буфет. Представляет альтернативу завтраку и обеду.

При организации завтраков, обедов и ужинов используются различные методы обслуживания [23]:

**«а ля карт» -** гости из карты – меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравится. Заказ передается на кухню и сразу же начинается приготовление.

**«А парт» -** гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в установленный промежуток времени. Очень часто встречается в домах отдыха и курортных гостиницах.

**«Табльдот» -**  гости обслуживаются в одно и то же время и по одному и тому же меню.

**«Шведский стол»** - представляет широкий выбор блюд со свободным доступом: можно взять все что угодно в желаемом количестве из того, что предложено и выставлено.

Виды обслуживания [3, с.58]:

**1. Французский сервис** – большое блюдо с разложенной на ней пищей демонстрируется гостю. Подходя с левой стороны, официант накладывает пищу. Для такого обслуживания необходима целая бригада обслуживающего персонала.

**2. Английский сервис** – (обслуживание с приставного столика). При этом методе обслуживания официант сервирует тарелку гостя на приставном столике, затем подает ее гостю с правой стороны.

**3. Американский сервис** – пища готовится и раскладывается по тарелкам непосредственно на кухне. Официанты разносят и расставляют тарелки гостям.

**4. Немецкий сервис** – еда раскладывается на большое блюдо и ставится на стол на доступном от гостя расстоянии. Дальше гость обслуживает себя сам.

**5. Русский сервис** – еда приносится на сервировочном блюде. При всех видах сервиса обслуживание осуществляется официантами

2.3 Специальные формы организации питания в ресторанах

Специальные формы обслуживания в ресторанах организуются с одной целью – ускорить обслуживание большого количества посетителей с ограниченным запасом времени [4, с.201]. Такая форма используется для обслуживания участников конгрессов, конференций, симпозиумов и т. д. К специальным формам организации питания в ресторанах относятся такие, как зал-экспресс, стол-экспресс, шведский стол (буфет), кейтеринг.

Зал-экспресс

Организуется в ресторанах для ускорения обслуживания посетителей с ограниченным обеденным перерывом. Такой зал располагает небольшим количеством посадочных мест (от 40 до 50), которые обслуживаются бригадой из четырех человек. Меню представляет собой комплексный обед, состоящий из четырех блюд: холодной закуски, супа, основного горячего и десерта. Стоимость хлеба включается в цену обеда. Ко времени обеда все столы в зале-экспрессе должны быть подготовлены к приему посетителей. Сервировка обеденного стола состоит из пирожковой тарелки, столовых приборов, фужеров. На каждый стол кладут меню. Как только посетители сядут за стол, официант ставит закуску, сладкое (могут быть поставлены заранее), затем приносит суп, за ним – основное горячее блюдо и десерт. Обычно на такой обед посетитель затрачивает 15-20 мин. Стандартная стоимость обеда облегчает и ускоряет расчет посетителя с официантом. Расчет может быть произведен и по кассовому чеку, который выдается после оплаты.

Стол-экспресс

Рассчитан на 20 человек, имеет круглую форму, с поворотной центральной частью, на которой устанавливаются разнообразные закуски, блюда, кулинарные кондитерские изделия, соки напитки. Посетители, сев за стол, поворачивают за ручку центральную поворотную часть и выбирают те или иные блюда. Горячие напитки подает официант, после чего он рассчитывается с посетителями.

Шведский стол [8]

Организация питания заключается прежде всего в ускорении обслуживания больших групп иностранных туристов, участников конференций, конгрессов и т. п. На завтрак в среднем тратится 15-20 мин., на обед и ужин – 25-30 мин. При обслуживании посетителям не приходится ждать заказанных блюд и счета. Для организации шведского стола выделяют отдельный зал или часть его, удобную для обслуживания. На видном месте у кассы вывешивают информацию о часах работы, стоимости завтрака, обеда или ужина. Ассортимент шведского стола зависит от времени приема пищи (завтрак, обед, ужин) и включает разнообразные блюда, что позволяет каждому потребителю составить свой рацион с учетом индивидуальных особенностей питания.

Для обслуживания шведского стола создается бригада официантов. Каждый работник, входящий в бригаду, выполняет конкретный вид работы.

Кейтеринг [19]

Организация обслуживания чаще всего вне помещений предприятия питания. Наиболее характерными примерами такого обслуживания является организация пикников, банкетов, фуршетов, свадеб и т.п. мероприятий, когда для их организации и проведения приглашаются профессиональные менеджеры. По характеру отношений этот вид обслуживания соответствует традиционному в Восточной Европе комплексному обслуживанию (приготовление пищи, сервирование стола, оказание помощи в проведении мероприятия и т.п.) вне предприятия общественного питания поваром-универсалом или группой специалистов по питанию с привлечением их на основе личного контракта с предприятием общественного питания.

3 СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

3.1 История 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.

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 [14].

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.

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 [20].

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. 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 [14].

Настоящую революцию на нашей кухне произвело появление нового очага - плиты, при Петре Первом. Вместе с ней появились 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 [17, с.118]:

* 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 [6, с.95].

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.

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 [9, с.64].

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 [17].

3.2 Современное состояние и перспективы развития ресторанного бизнеса

Современный ресторанный бизнес в России представлен большим разнообразием типов заведений. Как следует из классификационных названий, большинство из них пришло к нам благодаря опыту зарубежных коллег [13].

Классический фаст-фуд — это заведения, в том числе нестационарные, предлагающие еду не дорогостоящую, а быстро готовящуюся, подающуюся и съедаемую. Примеры: “Крошка Картошка”, “Ням-Ням”.

Рестораны quick service (или QSR — “ускоренное обслуживание”) — это демократичные доступные рестораны с ограниченным ассортиментом блюд, работающие с качественными полуфабрикатами и оснащенные линиями раздачи. Примеры: McDonald’s, “Елки-Палки”, “Му-Му”, “Сбарро”, “Тарас Бульба”, “Шеш-Беш”.

Рестораны free flow (“свободное движение”). Здесь часть технологических процессов вынесена на обозрение посетителей, которые сами выбирают себе различные виды блюд, перемещаясь от одной зоны раздачи и приготовления блюд к другой. Пример: “Грабли” (Москва).

“Тиражируемые” рестораны — заведения среднего класса с высоким качеством традиционной кулинарии, которые используют свежие полуфабрикаты и выпечку собственного приготовления. Их отличают хороший уровень обслуживания официантами и дополнительные услуги, например, бесплатная парковка, городской телефон, свежая пресса, еда навынос и др. Примеры: “Планета Суши”, “IL ПАТИО”, “Якитория”, TGI Friday’s [11].

Кофейни позиционируют себя как новый элемент культуры — демократичное универсальное заведение с приятной атмосферой, в чем-то романтичное, в разное время суток удовлетворяющее те или иные потребности посетителей. Примеры: “Шоколадница”, “Кофе Тун”, “Кофе Хауз”.

Авторские рестораны haute cuisine — это своего рода ресторанные “бутики”. Высокий уровень кухни, сервиса и цен ориентирован на постоянных клиентов. Примеры: “Кафе “Пушкинъ”, “Сыр”, “Улей”, “Обломов”, Le Duc, “Стефф”, “Теремок”.

Сегодня в развитии ресторанного бизнеса в России прослеживаются такие тенденции, как приверженность здоровому питанию, расширение ассортимента, развитие концепции быстрого обслуживания, удобство для семейных посещений, развитие “тиражируемых” ресторанов. Преимущества работы в сетевом формате очевидны. Это снижение издержек в пересчете на один ресторан, большая узнаваемость у посетителей и количество повторных посещений, увеличение доходности, устойчивости на рынке и конкурентоспособности [24].

Наиболее динамично на нашем рынке развиваются сегодня два игрока, первый - иностранный - McDonald's, второй - отечественный - «Ростик`с». Эти сети появились в начале 90-х годов ХХ века, а сегодня лидируют по числу ресторанов и работают в самых лучших местах. Следует отметить, что сегодня ресторанный бизнес занимает четвертое место по вероятности банкротства и второе по рентабельности. Вероятно, поэтому ресторанов, баров, кафе в России достаточно много, и процесс их открытия идет непрерывно [13]. Специалисты считают, что потребность в точках питания пока еще не удовлетворена, и выйти на этот рынок не так сложно. Два похожих кафе, расположенные в 200 м друг от друга, могут спокойно сосуществовать и приносить прибыль.

Кроме двух ведущих стационарных игроков широкое развитие получили отечественные передвижные сети фаст-фуда. Появившись после кризиса 1998 года, сегодня они развиваются наиболее активно - это сети «Стоп-Топ» (ранее Steff), «Крошка картошка», «Русские блины», «Обжора», «Тили-Тесто», «Ням-Ням», «Хуанхе» и прочие. Быстрый рост этого сегмента и большое число игроков объясняется низкими «входными» вложениями в этот бизнес: сетевой «тонар» стоимостью около 10-12 тыс. долларов окупается примерно за полгода, и при наличии технологичного продукта в основе фирменного меню развитие таких сетей очень выгодно [26].

Если говорить о различиях регионального ресторанного рынка, то необходимо учитывать, что регионы сами по себе очень неоднородны. Явно выделяются регионы так или иначе связанные с нефте-, газодобычей и некоторыми другими сырьевыми отраслями. В них ресторанный рынок имеет достаточно высокое развитие, поскольку уровень доходов проживающих в этих регионах способствует появлению все новых объектов ресторанного бизнеса.

Необходимо также отметить пограничные регионы, где явно ощущается влияние сопредельных государств. Недорогие китайские рестораны во Владивостоке и Хабаровске, в Калининграде доминирует европейский стиль. В калининградской области, которая является далеко не самым благополучным с экономической точки зрения регионом ресторанный рынок можно отнести к весьма развитым секторам. Проблема посетителей и качества обслуживания в значительной степени решается благодаря тесным контактам с европейским странами и потоку въездного туризма.

Таким образом, в перспективе развитие ресторанов сетевого формата на территории России является экономически выгодным.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ресторанный бизнес входит в тройку самых быстро развивающихся видов услуг и является одним из наиболее ярких представителей малого бизнеса.

С каждым годом массовое питание все больше внедряется в быт широких масс населения, способствует решению многих социально-экономических проблем; помогает лучше использовать продовольственные ресурсы страны, своевременно предоставляет населению качественное питание; позволяет более эффективно использовать свободное время, что в наши дни является немало важным фактором для населения. Спрос на продукцию и услуги массового питания непрерывно изменяется и растет.

В последние годы российский ресторанный бизнес стал привлекать все больше инвесторов из самых разных сфер бизнеса.

Сейчас наиболее перспективным направлением развития предприятий питания является создание сетей под единой торговой маркой. Это оказывается экономически наиболее целесообразным, т.к. позволяет экономить значительные средства на заготовочном процессе и рекламе, а также обеспечить требуемый оборот с помощью большого количества малых предприятий, расположенных в разных, наиболее проходимых районах города. Вдобавок некоторое количество товара из магазина можно запустить в собственное мини-производство полуфабрикатов. То есть присутствует простор для творчества.

Все большую популярность приобретают отечественные сети ресторанов «быстрого питания», являющиеся наиболее востребованными сегодня массовым потребителем. Улучшается качество питания и уровень обслуживания.

Таким образом, ресторанный бизнес в России продолжает развиваться, постепенно выходит на мировой уровень, что способствует развитию туристской индустрии в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 30389-95 / 50762-95 Общественное питание. Классификация предприятий.
2. ГОСТ Р 50764-95 Услуги общественного питания. Общие требования.
3. Н. Акурова , А. Крупцов : Азбука ресторанного сервиса/ Н. Акурова, А. Крупцов .- М.: Дело, 2004 – 238с.
4. Богушева В. И. Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров/ В.И. Богушева, Ростов-на-Дону: Феникс, 2002 – 315с.
5. Борисова Ю. Н., Гаранин Н. И. : Менеджмент гостиничного и ресторанного обслуживания / Ю.Н. Борисова, Н.И. Гаранин.- М., 1997 – 155с.
6. Васильев С.С. Экономика общественного питания/ С.С. Васильев. - М.: Экономика, 1968 – 249с.
7. Волков И. В. Гостиничное и ресторанное дело, туризм / И.В. Волков.- Санкт-Петербург, 2002 – 359с.
8. Губанкова Г. Особенности ресторанного бизнеса / / Ресторанный бизнес. 2002. № 1.
9. Исаенко А.В., Исаенко Е.В. Направления стабилизации и развития общественного питания потребительской кооперации/ А.В. Исаенко, Е.В. Исаенко. - Белгород, 1999 – 147с.
10. Кабушкин Н. И, Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учеб. пос. для студентов ВУЗов. 2е издание/ Н.И. Кабушкин, Г.А. Бондаренко.- М.: Новое знание, 2001 – 286с.
11. Коршунов Н. В. Организация обслуживания в ресторанах /Н.В. Коршунов.- М., 1995 – 239с.
12. Кучер Л. С. Ресторанный бизнес в России / Росконсульт / 2002
13. **Марченко А. Современные тенденции развития торговли, общественного питания и рынка оборудования в России** //Российская торговля, N 8 (14), 2002
14. Особенности русской национальной кухни //Продовольственная газета.-2001.-№ 8.
15. Папирян Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства: отели и рестораны/ Г.А. Папирян., Санкт-Петербург, 1998 - 179с.
16. Усов В. В. Организация обслуживания в ресторанах / В.В. Усов., Самара, 1994 – 156с.
17. Чернов Г.Е. Управление системой общественного питания/ Г.Е. Чернов. - СПб.: СПбГУЭФ, 2000 – 285с.
18. Шматько Л.П., Жолобова Л.В. Туризм и гостиничное хозяйство/Л.В. Шматько, Л.В. Жолобова М.: Изд. центр «Март», 2005 – 564с.
19. Щетинина Е.Б. Менеджмент ресторанных услуг/ Е.Б. Щетинина., М: Равновесие, 2006 – 348с.
20. Экономика торговли. - М. :Экономика, 1980
21. Audit-it.ru. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.audit-it.ru/articles/account/otrasl/a86/41983.html>
22. Библиотека туризма. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.turbooks.ru/knigi/gostinichnoerestorannoe-khozjajjstvo/page,11,718-menedzhment-gostinic-i-restoranov-kabushkin-ni.html>
23. Библиотека туризма. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.turbooks.ru/stati/gostinichnyjj-restorannyjj-biznes/124-tipy-restorannogo-obsluzhivanija-servisa.html>
24. Библиотека туризма. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.turbooks.ru/stati/gostinichnyjj-restorannyjj-biznes/107-restorannyjj-biznes-razvitie-koncepcija.html>
25. Библиотека туризма. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.turbooks.ru/stati/gostinichnyjj-restorannyjj-biznes/94-vidy-nacionalnykh-zavtrakov.html
26. Бюро исследования бизнеса. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rb.ru/biz/markets/show/63/>