**Введение**

Тема моей курсовой работы «Развитие ресторанного бизнеса». Я выбрал ее, потому что считаю, что эта тема очень актуальна в наше время. Индустрия питания в нашей стране сейчас развивается довольно быстрыми темпами, но до мирового уровня еще не доросла. Предприятия общественного питания играют огромную роль в жизни современного общества, и очень важно, как они развивались и развиваются в настоящее время, ведь основная цель предприятий питания – удовлетворение потребностей человека в пище, а это является одной из главных причин, в результате которой ресторанный бизнес начал развиваться.

Предприятия общественного питания классифицируются по выполняемым функциям, типам, местонахождения предприятия, характеру обслуживаемого контингента, ассортименту выпускаемой продукции, наценочной категории и т.д. В структуре предприятий общественного питания видное место занимают рестораны. Они играют заметную роль в организации отдыха населения. 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.   
 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. Рестораны организуют обслуживание съездов, конференций, официальных вечеров, приемов, семейных торжеств, банкетов, проведение тематических вечеров.

Актуальность темы подчеркивается тем, что в последние годы в связи с переходом экономики страны к рыночным отношениям, произошла переориентация с промышленного производства на сферу услуг, и общепит приносит в бюджет немалые деньги, становясь важной частью экономики. В связи с этим сфера общественного питания является одним из наиболее привлекательных объектов. А изучение рынка ресторанного бизнеса в качестве основы принятия решений предприятиями питания представляет собой актуальность исследования.   
 Несомненно, ресторанный бизнес в России сегодня находится на подъеме, чему немало способствует целевая поддержка малого и среднего бизнеса. Но если сравнить его, к примеру с Францией, то количество наших точек общепита разительно меньше. Тем не менее, рост существует, отсюда возросшая конкуренция, которая выражается в повышении качестве блюд, изысканности интерьеров и профессионализме обслуживания.

Основной деятельностью предприятий питания является приготовление и реализация пищи. «Ресторанный бизнес» - обобщенное понятие и включает в себя различные типы предприятий питания: ресторан, бар, кафе, закусочная, столовая. И в своей курсовой работе я пишу не конкретно о развитии ресторанов, а именно о развитии всех типов предприятий питания.

Что же касается непосредственно ресторанов. То ресторан – это предприятие общественного питания, в котором производится широкий ассортимент пищевой продукции (блюд, кушаний и напитков) в сочетании с высоким уровнем обслуживания посетителей в специализированных залах.

ГЛАВА I. ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

**1.1 Гостеприимство как фактор зарождения ресторанного дела.«древний мир: Греция и рим»**

Понятие «гостеприимство» старо, как сама человеческая цивилизация. Его развитие, начиная с древнейшей традиции переломлять хлеб со странниками и кончая деятельностью современных многофункциональных конгломератов индустрии гостеприимства, даёт материал для захватывающих исследований.

Английское слово hospitality (гостеприимство) происходит от старофранцузского hospice (хоспис), что означает странноприимный дом. Старейшее из учреждений такого рода – Hospice de Beaune (Оспис-де-Бон) в Бургундии, известное так же как Hotel Dieu (Отель Дье), что означает «Дом Бога». Оно было основано в 1443 г. как благотворительная больница и приют для бедняков Николя Роленом, канцлером казначейства Бургундии. В своё время он считался невероятно эффективным сборщиком налогов, которых когда-либо знала Бургундия. Король Людовик XI саркастически заметил, что, в этом есть некая историческая справедливость, что Ролен открыл дом для бедных, поскольку именно по его милости столь многие из них обеднели.

Оспис-де-Бон находится в одном из самых живописных районов Франции, в Кот-де-Бон. Это на северо-восточном побережье страны, неподалёку от Дижона[3]. Местность обязана своим названием городу Бону. Сейчас в нём проживают около 16000 жителей. Имевший репутацию процветающего города ещё в период Римской империи, в Средние века Бон стал одним из важнейших городов Бургундии. В наши дни он справедливо считается столицей Бургундского виноделия. Вина с Кот-де-Бона обычно упоминаются лучшими в своём классе. Тонкость местных красных вин компенсирует недостаток богатства их букета, и поэтому ими особенно приятно запивать блюда, отличающиеся изысканностью вкуса. А белые вина Кот-де-Бон вообще считаются лучшими в мире.

Есть в прекрасных винах нечто, вдохновляющее всех служителей муз: где производится хорошее вино, там всегда процветают не только кулинарное искусство, но и литература, музыка, живопись и архитектура. Посетителей не может не потрясти экстравагантность архитектуры здания Оспис-де-Бон: его стены украшены каменной резьбой, причудливые внутренние дворики, островерхая крыша, выложенная сверкающей разноцветной черепицей. Средневековому зданию подстать и его интерьер, немаловажной частью которой является прекрасная картинная галерея, среди сокровищ которой такие известные картины как «Страшный суд» Р. Ван дер Вейдена.

Основанная Роленом больница функционирует и сейчас. Старые стены скрывают рентгеновские кабинеты и операционные, оснащённые самым современным медицинским оборудованием. Больница процветает отчасти благодаря роли, которую сыграл Оспис-де-Бон в жизни этого винодельческого края. Виноградники, полученные в дар от бургундских землевладельцев за его многовековую историю, помогает содержать здание в надлежащем виде. Каждую осень вина, полученные с виноградников Оспис-де-Бон (а их у него около сотни акров), продаются на знаменитом винном аукционе, который состоится в третий четверг ноября и определяет цены бургундских вин на весь следующий год. Это весьма характерное и по-своему красочное зрелище.

Древний мир. Греция и рим. Упоминания о первых предприятиях индустрии гостеприимства – тавернах – можно найти в манускриптах, относимых учёными к эпохе античности[1]. Среди таких документов – кодекс вавилонского царя Хаммурапи (примерно 1700 г. до н.э.). Из этих упоминаний явствует, что таверны пользовались сомнительной репутацией, выполняя зачастую функции домов терпимости. Кодекс Хаммурапи обязывал хозяев этих заведений доносить властям на посетителей, из разговоров которых за едой явствовало, что они замышляют преступление. Недонесение каралось смертной казнью. Впрочем, смерти могли предать даже за разбавленное пиво. Так что содержание таверны в те времена было весьма опасным занятием.

С развитием торговли и связанных с ней разъездов стало совершенно необходимо организовывать для путешествующих не только пищу, но и ночлег. Поскольку передвижение по стране было медленным, а путешествие долгим и трудным, таверн на всех не хватало, и многим путникам приходилось уповать на гостеприимство в частных домах.

Во времена Римской империи постоялые дворы и таверны появились повсеместно. Постоялые дворы, особенно на всех главных дорогах, строились со знанием дела и для своего времени были вполне удобными. Марко Поло потом говорил, что в них «и королю остановиться не зазорно». Располагались они примерно в 25 милях друг от друга, чтобы правительственные чиновники и гонцы не слишком утомлялись в дороге, отдыхая в каждом из них. Пользоваться ими можно было лишь по преставлении специального правительственного документа. Эти документы свидетельствовали об особом статусе их представителей и поэтому часто воровались и подделывались. К тому времени как Марко Поло отправился в своё путешествие на Дальний Восток, таких постоялых дворов насчитывалось до десяти тысяч.

Некоторые богатые землевладельцы тоже строили свои постоялые дворы – на границах своих владений. Обычно ими управляли их рабы. Те постоялые дворы и таверны, что располагались ближе к городам, чаще посещались богатыми гражданами, и поэтому их содержали вольноотпущенники или ушедшие на покой гладиаторы, решившие вложить свои сбережения в «ресторанный бизнес». Впрочем, и в наши дни известные спортсмены не считают зазорным открывать собственные рестораны.

Идея первого в истории «ланча делового человека» принадлежит Секвию Локату, римскому трактирщику, который ещё в 40 г. до н.э. значительно облегчал жизнь маклеров на галерной пристани, слишком занятых, чтобы сходить домой пообедать.

Хозяев древнеримских постоялых дворов вряд ли можно назвать конрадами хилтонами своего времени. Они были лишены многих гражданских прав, включая право служить в армии, возбуждать против кого-либо дела в суде, приносить присягу и выступать в качестве опекуна. Моральные устои всякого, занимающегося этим бизнесом, моментально ставились под сомнение.

Однако римские повара считали себя элитой и награждали друг друга громкими титулами. Во времена правления императора Адриана (117 – 138 г. до н.э.) римские шеф-повара учредили на Палатинском холме свою собственную Академию кулинарного искусства.

Обычные таверны считались притонами греха и заходили туда, кроме простонародья, только совершено опустившиеся аристократы. А высшее общество предпочитало проводить свой досуг в общественных банях. К тому времени, когда к власти пришёл Калигула (37 г. н.э.), эти бани работали круглосуточно[6]. Мужчины и женщины парились вместе, и вино при этом лилось рекой. При банях были роскошные обеденные комнаты, где организовывались банкеты как интимные, так и многолюдные, которые проходили с таким размахом, что правительство было вынуждено принять законы о роскоши, ограничивающие траты римлян на еду и выпивку.

В Древней Персии путешествовали на верблюдах, большими караванами. Ночевали обычно в шатрах, которые разбивали рядом с караванным путём. Но иногда останавливались в так называемых караван-сараях – неких гостиничных комплексах, включающих загон для верблюдах и помещения для ночлега людей, окружённые крепостной стеной, защищающей от стихий и от разбойников, грабивших караваны.

В период расцветания Римской империи на дорогах можно было встретить купцов, учащуюся молодёжь и бродячих артистов. Останавливаясь на постоялых дворах и в тавернах, они спали на соломе, прижимаясь к тёплому боку своей лошади, чтобы не замёрзнуть.

После падения Римской империи интерес сферы услуг гостеприимства переместился с обслуживания путешественников на посетителей других категорий. В Англии, например, постоялые дворы были ориентированы не столько на путешествующих, а сколько на пьющих. Если люди и путешествовали в те годы, то обычно они были связаны либо с королевским двором, либо с церковью. Если они и заходили на постоялый двор, то разве только выпить. Их вряд ли могли заинтересовать убогие комнаты для ночлега, предлагаемые придорожными трактирами. Большинство путешественников были миссионерами, священниками и пилигримами, путешествующими к святым местам. Так что постоялые дворы, в которых люди останавливались на ночлег, стали строиться поближе к храмам и монастырям. Условия проживания оставались довольно примитивными, управляли постоялыми дворами рабы, находящиеся в услужении священников и настоятелей храмов.

**1.2 Средние века. Появление кофеен**

На Европейском континенте Карл Великий учредил дома для отдыха пилигримов ещё в VIII в. Главным занятием некоторых рыцарских орденов было защищать пилигримов и оказывать им гостеприимство на их пути к святым местам. Один из таких домов, аббатство в Ронсевальском ущелье, обещал странникам радушный приём у ворот, бесплатный хлеб, услуги цирюльника и сапожника, фрукты и орехи из закромов аббатства, два хосписа для безнадёжно больных и даже освящённое место погребения.

Монастырская пища была простой, но часто более высокого качества, чем где-либо на пути. Овощи и скот монахи обычно сами выращивали и разводили на своих угодьях. На кухне было больше чистоты и порядка, чем в частном доме. Кроме того, монахи вели жёсткую систему учёта продуктов, что сказывалось на стоимости пищи. В результате пилигримам и бродягам жилось лучше в монастыре, чем иным дворянам у себя дома.

Двери городских гильдий тоже были всегда открыты для пилигримов. Условия проживания там были не хуже, чем в монастырях. Например, в Лондонской резиденции знаменитого Ганзейского союза Steelyard, что означает «Безмен», правила были не менее строгие, чем в монастыре, хотя от этих целеустремлённых купцов никто не требовал обета жить в бедности.

В 1282 г. Трактирщики города Флоренции в Италии основали свою собственную гильдию. Трактиры принадлежали городу, который сдавал их тому, кто больше предложит на проводимых раз в три года аукционах. Видимо, принадлежать к Гильдии было выгодно, поскольку к 1290 г. В ней было уже 86 членов.

В Средние века люди стали путешествовать больше и соответственно увеличилось число придорожных постоялых дворов. По современным стандартам, они все ещё оставались примитивными. Постояльцы часто спали вповалку на матрацах, разложенных на полу одной большой комнаты. Каждый ел то, что у него было с собой, либо покупал что-нибудь съестное у хозяина постоялого двора. Питались обычно хлебом и мясом (иногда – рыба или цыплёнок), запивая всё это пивом.

Одна из первых гостинец в Европе, «Отель Генриха IV», была построена в г.Нанте в 1788 году[4]. Её строительство обошлось в $17500 – сумму по тем временам весьма значительную. В гостинице было 60 койко-мест, и она считалась лучшей в Европе.

Никакое обслуживание средневекового гостеприимства не будет полным, если не упомянуть пиров в замках короля и знати, на которых обслуживались сотни гостей. Не подумайте, что это были обеды a la carte (этот метод обслуживания был изобретён лишь в XIX столетии). Обслуживание на пирах можно назвать «дискриминационным», поскольку разные блюда подавались гостям разного ранга. Высшая знать, разумеется, получала самые лучшие куски. Записи в одной из книг о домашних расходах свидетельствует о том, что один утренний завтрак мог включать по крайне мере десять наборов блюд для гостей, разного статуса.

Хотя средневековые специалисты по части гостеприимства и ничего не знали о микробах и гигиене, о вилках и чашках для ополаскивания пальцев, они пользовались собственными правилами для званых ужинов, большинство из которых не кажутся устаревшими и по сей день[2].

Пищу следует подавать в должное время: не слишком рано, но и не слишком поздно.

Пищу следует подавать в должном месте: просторном, приятном и безопасном.

Тот, кто даёт пир, должен делать это от души и в веселии сердца.

Подаваемая пища должна быть разнообразной, чтобы каждый, кому не понравиться что-то, мог отведать чего-то другого.

На столе должны быть разнообразные вина и напитки.

Слуги должны быть вежливыми и честными.

Гости должны испытывать друг к другу только приятельские и добросердечные чувства.

Песни и инструментальная музыка должны создавать атмосферу веселья.

Должно быть много света.

Должна быть полная гарантия того, что всё, подаваемое на стол, отличается изысканным вкусом.

Гости должны есть степенно и без излишней поспешности.

Можно лишь покорно просить гостей отведать того или иного блюда, но ни в коей мере нельзя понуждать их есть, причиняя вред своему здоровью

Каждый из гостей должен отдохнуть после ужина.

Кто может не согласиться с подобными правилами?

Кофейни

В XVI столетии два экзотических предмета экспорта начали оказывать влияние на застольные привычки Западной Европы: кофе и чай. На эти напитки, составляющие неотъемлемую часть стиля жизни в XX столетии, когда-то смотрели как на курьёзные причуды вкуса. Чай утверждался в качестве привычного напитка ещё медленнее, чем кофе, и получил по-настоящему широкое распространение разве только в Англии, да и только к середине XIX века.

Бывая в Константинополе (город в Турции, теперь известный как Стамбул), путешественники пристрастились к кофе и, возвращаясь в Европу, привозили его с собой. К концу XVI столетия кофе привлёк к себе достаточное внимание, чтобы навлечь на себя неодобрение католической церкви, назвавшей его «вином ислама» и «напитком нехристей». Только при папе Клементе VIII кофе получил статус христианского напитка. Говоря, что папа, попробовав его, заметил, что сатанинский напиток слишком хорош, чтобы оставлять его язычникам[4].

В следующем веке кофейни начали расти как грибы по всей Европе. К 1675 г. В одной Венеции их было несколько дюжин, включая знаменитое Café Florian на площади Сан-Марко, функционирующее в этом качестве и по сей день. Первая английская кофейня была открыта в 1652 г. Выходцем из Армении на улице Сент-Майкл Аллей в Лондоне.

Когда 1683 г. С Вены была снята осада и турки отступили, некий господин (по некоторым данным, его звали Колчитский), который сыграл исключительную роль в спасении города, получил разрешение открыть первую в Центральной Европе кофейню. Именно в Вене была подана первая чашечка кофе, подслащённого мёдом и слегка разбавленное молоком.

Кофейни, предшественницы современных кафе, скоро стали центрами культурной и литературной жизни своего времени и, кроме того, сыграли ещё одну полезную (хотя и не столь очевидную) роль – помогли в отрезвлении всего Европейского континента.

Несмотря на свою отрезвляющую роль, кофейни имели и своих отчаянных противников. Женщины их просто ненавидели, поскольку те, как и большинство прочих общественных заведений, собирали преимущественно мужскую компанию. Женщины писали бесконечные петиции властям, обвиняя кофейни во всех смертных грехах, но всё было напрасно – кофейни процветали.

Обычно кофе подавалось в чашке типа пиалы, немного большего размера, чем современные кофейные чашечки. Кофейни славились своей компанейской атмосферой: там можно было с приятностью посидеть у тёплого камина с чашкой в руке, смакуя ароматный напиток и обсуждая с другими посетителями новости дня.[5] Эта традиция не особенно изменилась по прошествии лет, что отделяют нас от «эпохи кофеен».

**1.3 Восемнадцатый век. Французская революция и новый свет**

Новый свет. Американские постоялые дворы и таверны копировали английские, а в те годы именно английский тип организации услуг гостеприимства считали лучшим в Западном мире. Хотя имеются свидетельства, что в Джеймстауне (штат Виржиния) была таверна уже в первые годы колонизации, всё таки первая из известных американских таверн – Stadt Huys, была открыта голландцами в Новом Амстердаме, как тогда называли Нью-Йорк, в 1642 г.[7].

Американские постоялые дворы и таверны колониального периода имеют не только богатые традиции гостеприимства, но и богатую историю. Через год после того как голландская Ист-Индская компания открыла Stadt Huys. В годы Американской революции эта таверна, была превращена в штаб английского генерала Гейджа.

По мере того как колонии разрастались из разорённых поселений в города, у людей появилось всё больше и больше поводов для путешествий и соответственно росла необходимость в заведениях, обслуживающих их. В Нью-Йорке и Новой Англии эти заведения назывались придорожными тавернами, на Юге – ординарными тавернами, в Пенсильвании – постоялыми дворами. Кроме названия между ними были и некоторые местные различия.

Но как бы их ни называли, эти заведения скоро стали местом, где колонисты любили собираться, чтобы посплетничать, узнать последние новости, провести собрания, заключить деловую сделку. Хозяин заведения, не в пример его коллеге времён Римской империи, был уважаемым членом общины и зачастую одним из самых состоятельных граждан. Обычно он занимал какую-нибудь почётную должность в органах местного самоуправления, а иногда поднимался значительно выше. Например, Джон Адамс, второй президент Соединённых Штатов, в 1783-1789 гг. был владельцем и управляющим собственной таверны.

Революционные войны мало изменили характер этих заведений. Они всегда оставались не только пристанищами для усталых путников, но и центрами общественной жизни, местами политических сборищ, источниками, утоляющими физическую и духовную жажду. Сейчас эти заведения называются иначе – отели, и это французское заимствование отражает растущее влияние, которое оказывала Франция на зарождающуюся нацию.

Французская революция. Французская революция произошла примерно в то же самое время, как американские колонии начали войну за независимость. Кроме всего прочего, Французская революция способствовала изменению направления развития кулинарных вкусов человечества[9].

Каждый год Франция, затаив дыхание, ждёт оглашения результатов Мишленовского конкурса среди трёхзвёздочных ресторанов. Сейчас трудно поверит, что лишь немногим более двухсот лет назад только один ресторан этой категории существовал в Париже да и во всей Франции. «Тур д’Аржан» открылся в 1533 г. И на протяжении двух столетий оставался уникальным заведением. Конечно, на постоялых дворах тоже подавали еду, но это не было их единственной функцией. По закону, только члены гильдии поставщиков провизии имели право продавать мясные блюда, да и то только во время банкетов.

М.Буланже, «отец современного ресторана», содержал круглосуточную таверну на улице Баель. Главным блюдом был суп, который он назвал restorantes (укрепляющий, восстанавливающий), откуда и пошло название «ресторан». Однако Буланже не хотел ограничивать свой кулинарный репертуар этим супом. В 1767 г. Он бросил вызов гильдии поставщиков провизии, которой принадлежала монополия на мясные блюда, создав свой знаменитый суп из баранины в винном соусе. Гильдия подала иск, и дело дошло до верховного суда. Буланже выиграл дело, и скоро его ресторан «Ле Шан дэ Аузо» восстанавливал силы сотням изголодавших посетителей, предлагая диапазон сочных, прекрасно приготовленных блюд.

В 1782 г. На улице Ришилье открылся первый уже настоящий ресторан (Гранд Таверн де Лондр), а три года спустя недалеко от Пале-Рояль – ещё один, «О Труа Фрер Прованс». К 1794 году, когда по улицам Парижа в буквальном смысле слова покатились срубленные головы, там было уже пять сотен ресторанов. В свете того как сложилась дальнейшая судьба французских рестораторов, можно сказать, что именно благодаря ей идея ресторана распространилась по всему миру[10].

**1.4 Эпоха быстрого обслуживания**

В 1921 г. Уолтер Эндерсон и Билли Инграм основали сеть закусочных, которую они назвали «Белая крепость». Это название они выбрали потому, что белый цвет символизирует чистоту, а «крепость» - это основательность, надёжность. Белые отштукатуренные стены этих закусочных сразу же привлекли к себе внимание, хотя скрывали они лишь небольшое помещение с несколькими стульями, да плиту со сковородками для поджаривания гамбургеров. От посетителей отбоя не было, и в следующие 10 лет «Белая крепость» расширился до 115 единиц.

В 1927 г. Марриотт открыл свою первую придорожную закусочную Marriott’s Hot Shoppe and root beer, в которой проезжающие обслуживались, не выходя из своей машины[11].

После краха биржи в 1929 г. и Великой депрессии, Америка начала приходить в себя лишь к середине 30-х годов, находя утешение в элегантной роскоши обедов «а ля Фред Астер» ресторана The Rainbow Room, открывшегося в 1934 г. Этот шикарный ресторан боролся за возвращение Нью-Йорку репутации столицы богатства и роскоши.

В 1959 г. в Америке открылся первый элегантный ресторан, не подражающий французским образам, - Four Seasons (Четыре времени года). Он вобрал в себя весь предыдущий опыт ресторанного дела, и все в нём, от просторного помещения до столовых аксессуаров, создавало ощущение гармонии.

Эксклюзивные рестораны вчерашнего дня и сегодня по карману только избранной публике, но менее состоятельные граждане могут выбирать среди потрясающего разнообразия предприятий общественного питания – от почти эксклюзивных ресторанов до «тошниловок»[14].

Возможность выбора – вот что получил современный человек. Мы живём в мире, в котором автомобиль и самолёт сделали любое место на планете доступным для среднего гражданина. Это мир, в котором всё больше и больше людей хотят получить лучшие апартаменты, лучшее питание, лучший отдых и досуг.

ГЛАВА II. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ В РОССИИ

**2.1 Превые предприятия питания в россии**

В дошедших до нас сказаниях и былинах, повествующих о Киевской Руси, Новгородской республике, Владимиро-Суздальском и Московском княжествах, упоминается о богатых пирах, братчинах и игрищах, на которых князья и дружинники, да и народ посадский отмечали победы, удивляли послов иноземных обилием стола, справляли обрядовые праздники.

Хмельное питье (пиво, брагу, медовуху) каждая семья варила для себя, варили и мирскую благу, и мирское пиво для общественных нужд. Заготавливали мед в окрестных лесах. Приготовленные из меда брага, пиво и медовое питье, так же как и мед, и вощина, широко использовались для обмена на другие продукты и товары[12].

В городах и славянских поселениях издавна открывались корчмы, куда приходили не только поесть и выпить, там творились и земские суды, доводились до народа важнейшие новости. Корчемники имели немалые доходы и платили подать. Стремясь обогатить свою казну, князья расширяли в своих вотчинах производство медовых напитков и браги, составляя тем самым конкуренцию вольному кормчеству.

Рост производства и продажи напитков привел к распространению пьянства, и под нажимом церкви Иван IV Грозный принимает решение о запрещении продажи хмельных напитков. Для опричников и опричных людей царь открывает особый дом на Балчуге, именуемый кабаком, где нередко в разгулах и попойках приближенных участвовал и сам Великий Государь. Доходы от кабака были внушительные, и царь принимает решение: прекратить кормчество, запретить крестьянам и посадским людям приготовление домашнего питья, продавать напитки только в царевых кабаках. Для продажи вина в кабаках назначались целовальники. Это были люди, пользующиеся уважением и избираемые местными жителями[11].

Монастырям царь не запретил приготовления медовых напитков, браги и пива для их собственных нужд. Кроме собственного производства в монастырях скапливалось большое количество меда, вина, пива, приносимых прихожанами, а также медовой дани от сдачи лесных угодий в аренду. Для продажи излишков монастыри стали открывать в слободах, на ярмарках, у пристаней и в крупных поселениях свои кабаки, а когда Вселенский Собор выступил против содержания монастырями кабаков, их стали сдавать на откуп или сдавать в аренду.

В 1756 г. императрица Елизавета Петровна своим Указом потребовала построить в каждой губернии казенные винокуренные заводы, дать право купцам-откупщикам иметь столько кабаков, сколько они пожелают.

Почти столетие Указ императрицы определял в России всю организацию производства и продажи спиртных напитков – откупную систему. В 1861 г. Государственный совет отменяет откуп и вводит акциз, который распространялся не только на водку и вино, но и на пиво, брагу, сусло, мед. Кабак со временем переименовали в питейный дом. Многие питейные дома наряду с продажей вина оборудовали отдельные помещения с кухнями, где продавались закуски, горячие блюда, разные похлебки. Широкую популярность приобретают пироги, расстегаи и чай, а к чаю – варенье и разные сладости.

На смену питейным домам и кабакам пришли трактиры, которые стали играть ведущую роль в обеспечении населения едой и напитками как в городах, так и в сельской местности[13].

Один из первых трактиров в Москве появился в переулке между Верхними торговыми Тенняными торговыми рядами (начало Ветошного переулка) в доме купца Шевалдышева в действующем питейном заведении под названием «Ветошная истерия». Трактир этот назывался «Истерийским» [16].

Отличительной чертой трактиров была русская национальная кухня, практически без всякой примеси и влияния западной кулинарии, которая активно вторгалась в конце XIX в. в меню первых ресторанов, на кухни богатейшего дворянства, привозивших поваров из Франции, Италии, Германии.

Каждый из трактиров отличался своими обычаями, своим особым блюдом, имел своих посетителей. В Охотном ряду в угловом трехэтажном здании размещался трактир Егорова, который был излюбленным местом охотнорядских торговцев, Здесь очень хорошо готовили уху из стерляди, которая плавала здесь же в бассейне, блины воронинские по имени повара Воронина, а великолепный чай заваривался из лучших китайских сортов. Трактир Гурина, расположенный в доме напротив Воскресенских ворот у Красной площади, имел замечательную обслугу, хороших поваров, умеющих готовить русские блюда, богатую сервировку столов. На этот трактир равнялись лучшие московские трактиры[14].

Недалеко от Гуринского находился трактир Тестова. Московский публицист В. А. Гиляровский так описывает обед миллионера И. В. Читова в трактире Тестова: «…он садился за стол почти всегда один, ел часа по два и между блюдами дремал…». Далее В. А. Гиляровский приводит меню обеда целую страницу блюд из рыбы, телятины, печени и мозгов, кулебяк в 12 ярусов и гурьевской каши. Большую известность трактир Тестова приобрел благодаря широкому выбору блинов, приправ к ним и разнообразным освежающим напиткам. На углу улиц Петровка и Кузнецкий мост размещался трактир Щербакова – излюбленное место московских актеров и драматургов. Здесь не раз был А. Н. Островский. Славился трактир расстегаями во всю тарелку, ухой и гостеприимством хозяина.

Приказчики Верхних торговых рядов и Гостиного двора любили перекусить в трактире Мартьяныча, который размещался в подвале новой линии торговых рядов Когда в 1953г. шла реконструкция Гумма, в подвальной части можно было видеть следы этого заведения : стены облицованы глазурованной плиткой с цветами, полы гранитные, низкие сводчатые потолки. Свет в трактир проникал через толстые сводчатые стекла, заделанные в чугунные литые рамы, расположенные у самого потолка.

В середине XIX в. на месте нескольких снесенных двухэтажных построек на Воскресенской площади была построена большая московская гостиница, одна из лучших в городе. На втором этаже гостиницы размещался небольшой трактир, куда на обед съезжались московские и заезжие фабриканты и промышленники. Трактир «Колокол» на Сретенке был излюбленным местом встречи живописцев, работавших по церквам.

Распространенным промыслом в старой Москве издавна считалось извозчичье дело. Одной из самых больших в городе, где собиралось сотни извозчиком, была стоянка на Лубянской площади. Вот здесь-то и размещался известный гусенковский извозчичий трактир, где распивали чаи владельцы конной тяги.

Рассказывая о трактирах старой Москвы, нельзя не сказать о трактирах на рынках. Пожалуй, самыми старыми рынками были Смоленский, Китайгородский у Варварских ворот, хлебный рынок на Москворецкой набережной, ягодный рынок на Болотной площади, а позже получили популярность Сухаревский, Хитров и др. На Сухаревой площади местную торговую публику обслуживал трактир Григорьева, или «Низок», как его называли завсегдатаи. У Варварских ворот был свой трактир – в доме Полякова, где собиралась торговая братия, чтобы отметить удачную сделку. Достопримечательностью Москвы была Трубная площадь, где по воскресным дням велась бойкая торговля живностью. Вокруг этой площади, на прилегающих улицах, было несколько трактиров, на Неглинном проезде – «Собачий рынок», грязноватое, но очень любимое охотниками заведение.

На углу Неглинной и Петровского парка (где впоследствии были построены гостиница и ресторан «Эрмитаж») находился трактир «Крым», имевший неплохую кухню, в его зале звучала граммофонная музыка, иногда выступал цыганский хор.

В Москве поживало немало любителей соловьиного пенья. Местом их встреч был трактир у Никитских ворот. Один из залов был увешан клетками с соловьями, сюда приносили своих любимцев и многие посетители. Споры о преимуществах той или иной птицы после ее «восьмиколенного» посвиста становились бурными, а в итоге победитель устраивал стол с закусками.

Москва издавна славилась своим хлебосольством, и это очень ярко проявлялось в дни больших церковных праздников: на Рождество, Пасху, Масленицу. Во многих местах проводились народные гулянья, с песнями и хороводами, возводились балаганы, устраивались карусели и тут же ряды лотков с Пием и закусками, блинные ряды, шалаши с изделиями подмосковных, тверских и калужских кустарей. Здесь же предприимчивые хозяева открывали трактиры с дымящимися самоварами, разнообразными кушаньями и горячительными напитками. В летнее время, в воскресные дни хорошо торговали трактиры в парке «Сокольники», излюбленном месте отдыха мастеровых, ткачей, приказчиков с семьями. А для состоятельной публики открывался летний трактир на Воробьевых горах.

Русский писатель Е. Замятии в повести «Русь» так описывает работу половых в трактире «… Все в белом, мечутся половые в трактирах – только, как дым за паровозом, вьются следом за ними концы вышитого ручника да кисти от пояса…». Работали они по 12-16 часов, жили, как правило, на снимаемом жилье или у родственников, и очень немногим из них удавалось выбиться в буфетчики, стать совладельцем трактира или его хозяином. О московских трактирах много написано, много рассказано, но и этого всего недостаточно, чтобы показать их разностороннюю, разнообразную жизнь. А главное, мы очень мало о тех замечательных поварах, которые приносили славу лучшим предприятиям столицы и сделали русскую национальную кухню широкоизвестной в мире.

Основными типами предприятий питания в России в XIX – начале XX в. были: рестораны, чайные, кофейные, кофейные, кафе, трактиры, столовые, извозчичьи, пивные лавки, портерные, харчевни, кухмистерские и др. Основными центрами предприятий питания, так же как и гостиниц, в России стали крупные города – Москва и Петербург.

2.2 Краткая характеристика некоторых предприятий питания

Кабак – питейное заведение для простого люда, где подавались только выпивка (водка, пиво, медовуха). Кабак представлял собой большую комнату с простой обстановкой.

Харчевня – предприятие питания, в котором можно было отведать первые и вторые блюда, закуски, а также выпить водки.

Чайная – предприятие питания, в котором торговали только вторыми блюдами и буфетной продукцией (без алкогольных напитков). Чай подавался обычно в двух чайниках: первый – для кипятка, второй – для заварки.

Трактир (от польского слова «тракт» - дорога) – предприятие питания, обслуживаемое официантами, расположенное у дороги, с широким ассортиментом закусок, горячих первых и вторых блюд и буфетной продукцией. Были трактиры фешенебельные – для богатых и дешевые – для бедных.

В конце XIX – начале XX в. под воздействием западной культуры получили довольно широкое распространение кондитерские и кафе-шантаны, в которых подавались вина, фрукты, закуски; в них зачастую играл оркестр, устраивались концерты с пением и танцами[15].

Чайные, игравшие роль общественных мест, где можно было трезво и интересно провести время за разговорами и чтением газет, были наиболее характерны для Москвы. Петербург же славился своими кофейными, где было принято «кушать» кофе, что, скорее всего, объясняется близостью европейской культуре.

В начале XX в. рестораны в Москве и Петербурге начинают постепенно вытеснять трактиры. С этого времени можно говорить о разрядности ресторанов.

Фешенебельными ресторанами в Петербурге были «Эрнест», «Кюба», «Пивато», «Контан», «Донон»; в Москве – «Славянский базар», «Националь», «Прага». Несколько ниже по классу шли рестораны «Медведь», «Аквариум», «Вилла Родэ», «Вена», «Квисасана», «Доминик», «Англитер», «Яр», «Эрмитаж», «Мавритания», «Петергоф» и др.

С этим периодом связано и развитие загородных ресторанов: «Золотой якорь» под Сокольниками, «Эльдорадо» за Тверской заставой.

Рестораны в основном принадлежали немцам и французам, что видно из их названий. Остальные предприятия питания принадлежали русским.

ГЛАВА III. СОВРЕМЕННАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

**3.1 Типы предприятий общественного питания**

Существующий стандарт (ГОСТ Р 50764-95) 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.

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.

Потребителям в предприятиях общественного питания различных типов и классов, в том числе и частных пре5дпринимателей, предоставляются следующие услуги:

- питание;

- изготовление кулинарной продукции и кондитерских изделий;

- организация потребления и обслуживания;

- реализация кулинарной продукции;

- информационно-консультативные;

- прочие.

Услуги питания включают услуги по изготовлению кулинарной продукции и услуги по созданию условий для ее реализации и потребления в соответствии с типом и классом предприятия и подразделяются на услуги питания: ресторана; бара; кафе; столовой; закусочной.

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

Ресторан: изготовление, реализация и организация потребления широкого ассортимента блюд и изделий сложного изготовления всех основных групп из различных продуктов и вино-водочных изделий. Услуги оказываются квалифицированным производственным и обслуживающим персоналом в условиях повышенного уровня комфорта и материально-технического оснащения в сочетании с организацией досуга.

Бар: изготовление и реализация широкого ассортимента смешанных, крепких алкогольных, слабоалкогольных и безалкогольных напитков, закусок, десертов, мучных кондитерских и булочных изделий, покупных товаров; создание условий для их потребления у барной стойки или в зале.

Кафе: изготовление и реализация разнообразного ассортимента блюд, изделий и напитков в ограниченном по сравнению с рестораном ассортименте и с учетом специализации; создание условий для их потребления[18].

Столовая: изготовление кулинарной продукции разнообразной по дням недели или скомплектованных рационов питания (завтраки, обеды, ужины) для различных групп обслуживаемого контингента (рабочих, школьников, туристов и др.); создание условий для реализации и организации их потребления.

Закусочная: изготовление ограниченного ассортимента блюд несложного изготовления из определенного вида сырья; создание условий для ее реализации и потребления.

**3.2 Услуги, предоставляемые предприятиями общественного питания**

Различные типы предприятий общественного питания осуществляют также другие услуги по организации потребления продукции и обслуживания:

- организация и обслуживание: торжеств, семейных обедов и ритуальных мероприятий; участников конференций, семинаров, совещаний, культурно-массовых мероприятий в зонах отдыха и т. д.;

- услуги официанта (бармена) по обслуживанию на дому;

-доставка кулинарной продукции, кондитерских изделий и обслуживание потребителей по заказам на рабочих местах и на дому; в пути следования пассажирского транспорта (вагон-ресторан); в номерах гостиниц;

- бронирование мест в зале предприятия общественного питания;

-продажа талонов и абонементов на обслуживание скомплектованными рационами;

- организация рационального комплексного питания.

Оказываются услуги и по организации досуга клиентов предприятий общественного питания (например, проведение концертов, программ варьете в ресторанах); информационно-консультативные услуги (консультации шеф-поваров по приготовлению оригинальных и изысканных блюд, диетсестры по вопросам меню при различных видах заболеваний в диетических отделениях и столовых и т. п.) [20].

Прочие немаловажные услуги, предоставляемые предприятиями общественного питания:

- продажа парфюмерии, принадлежностей для чистки обуви и т. п.;

- мелкий ремонт и чистка одежды;

упаковка изделий, приобретенных на предприятиях общественного питания;

- предоставление потребителям телефонной и факсимильной связи на предприятии;

- гарантированное хранение личных вещей (верхней одежды), сумок и ценностей потребителя;

- вызов такси по заказу потребителя;

парковка личных автомашин потребителей на организованную стоянку у предприятия.

Перечень услуг, предоставляемых предприятиями общественного питания, может быть расширен в зависимости от его типа, класса и специфики обслуживаемого контингента потребителей [24].

Услуги, предоставляемые предприятиями общественного питания, должны соответствовать требованиям ГОСТ Р 50764-95 «Услуги общественного питания. Общие требования». Предприятия также должны отвечать определенным требованиям: соответствовать своему целевому назначению; предоставлять все услуги точно своевременно, обеспечивая при этом безопасность для потребителей (вплоть до сохранности их жизней, например, противопожарные приспособления); соблюдать вопросы экологии (охрана окружающей среды территории; техническое состояние и содержание помещений, вентиляции, водоснабжения, канализации и др.). При оказании услуг должно быть учтено требование эргономичности, которое характеризуется совокупностью гигиенических, антропологических и физиологических возможностей потребления. Именно соблюдение эргономичности обеспечивает комфортность обслуживания и способствует поддержанию нужного баланса в организмах потребителей. Вопрос эстетичности не менее важен в данном списке требований, так, помещение предприятий питания должно отличаться гармоничностью архитектурно-планировочного стиля, персонал – культурой обслуживания др. Должна соблюдаться социальная адресность услуги (соответствие контингента потребителей типу предприятия). необходимо также предоставление полной и достоверной информации о данной конкретной услуге (информативность услуги). Требование информативности предполагает использование разнообразных видов рекламы.

ГЛАВА IV. ПРЕДПРИЯТИЯ ПИТАНИЯ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

**4.1 Определение индустрии туризма. Типы питания в туризме**

Относительно включения предприятий питания в туристскую индустрию нет окончательно сформировавшейся позиции ни у теоретиков, ни у практиков туристско-гостиничного комплекса. Так, согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под туристской индустрией понимается совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков.

В то же время согласно ОКОНХ предприятия питания входят в группу предприятий сферы материального производства, а, например, гостиницы, также включенные в туристскую индустрию, относятся к отрасли нематериального производства. Такое положение объясняется тем, что, по мнению ряда авторов, до настоящего времени в действующей классификации отраслей народного хозяйства отрасль туризма не имеет четкого производственного и социально-экономического статуса. Это является результатом несоответствия принятого в советский период отраслевого принципа построения классификационной схемы общественного производства условиям функционирования рыночной экономики.

Осуществление научно-технической революции ведет к тому, что старое понятие «отрасль» как таковое постепенно размывается. Для рыночной экономики характерно не столько развитие обособленных отраслей, сколько функционирование диверсифицированных межотраслевых комплексов.

Питание является одной из основных услуг в технологии туристского обслуживания. Туристская индустрия питания включает в себя: рестораны, кафе, бары, столовые, фабрики-кухни, фабрики-заготовочные, буфеты, шашлычные, производственные магазины, киоски, кулинарии и т.п.

Данные предприятия находятся как в собственности туристских фирм, так и на правах аренды. Большинство из них «встроено» в туристско-гостиничный блок (гостиницу) и является их частью, реже данные предприятия работают в автономном (самостоятельном) режиме.

В зависимости от способа обслуживания различают предприятия: обслуживаемые официантами; самообслуживания; смешанного обслуживания.

По режиму питания туристов данные предприятия предоставляют услуги в виде завтрака, полного пансиона, полупансиона, специального питания для детей и др. В ряде гостиниц предусматриваются кухни, мини-бары, а услуга питания может быть реализована как в номере (по вызову, заказу), так и на предприятии питания.

По ассортименту питания туристов данная услуга подразделяется на комплексное питание, питание по выбору, питание по предварительному заказу, в том числе по обслуживанию торжественных актов, приемов, юбилеев, банкетов и др.

Предприятия классифицируются также по числу посадочных мест и режиму работы (круглосуточный, с ограничением по времени).

В зависимости от степени технической оснащенности, качества и объема предоставляемых услуг, месторасположения, цены, архитектурно-художественного оформления помещения, ассортимента продукции, степени автоматизации и других показателей предприятия туристской индустрии питания подразделяются на классы.

Класс – отличительный признак предприятия питания, характеризующий уровень качества обслуживания.

Обобщенная классификация туристских предприятий питания

1. По типу предприятия: рестораны, бары, кафе, столовые, закусочные, фабрики-кухни.

2. По виду собственности: собственные, арендованные.

3. По месту расположения: в составе туристского гостиничного комплекса (ТГК), в составе гостиниц, в составе других средств размещения, автономные.

4. По способу обслуживания: обслуживаемые официантами, самообслуживания, смешанного обслуживания.

5. По классности: «люкс», «высший», «первый».

6. По ассортименту: блюда широкого выбора, комплексные блюда, блюда национальной кухни, экзотические блюда.

7. По режиму обслуживания: завтрак, полупансион, полный пансион, шведский стол (буфет), специальное питание, детское питание.

Помимо требований, описанных в ГОСТе Р, к туристским предприятиям питания предъявляется ряд дополнительных, особенных для этой сферы деятельности, требований.

Так, например, территория предприятия общественного питания должна быть не только тщательно убрана, но также снабжена необходимым асфальтовым или декоративным покрытием. Подобные покрытия должны соответствовать оформлению территории туристского комплекса и препятствовать образованию луж, грязи, рытвин. Также существуют и другие требования к внешнему оформлению туристского комплекса.

Все помещения должны быть оборудованы указателями (пиктограммами), помогающими посетителям ориентироваться в ТГК.

В вестибюле на видном месте должна быть вывешена копия сертификата данного предприятия питания, свидетельствующая о

присвоении ему определенного класса.

**4.2 Специальные формы организации питания в ресторанах**

Специальные формы обслуживания в ресторанах организуются с одной целью – ускорить обслуживание большого количества посетителей с ограниченным запасом времени. 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. Сконструирован стол-экспресс в ресторане «Нева» (Санкт-Петербург), еще его называют репинским, так как конструктивно он близок к обеденному столу, разработанному художником.

Шведский стол. 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 организации шведского стола используется специальное торгово-технологическое оборудование различных зарубежных и отечественных фирм, в состав которого входят:

-прилавок для подносов;

-охлаждаемый прилавок для холодных и сладких блюд;

-прилавки-мармиты для супов и основных горячих блюд;

-прилавок для горячих напитков;

-тележки с выжимными устройствами;

-прилавок для столовых приборов и др.

Шведский стол можно составить из специальных складных столов высотой 750 -900 мм, шириной 1500-2000 мм (длина одной линии 3000-4000 мм) или прямоугольных (квадратных) столов. Чтобы увеличить полезную площадь стола, можно использовать дополнительный элемент – горку.

Стол покрывают белой или цветной скатертью, которую опускают почти до пола (как фуршетный стол).

Для обслуживания шведского стола создается бригада официантов. Каждый работник, входящий в бригаду, выполняет конкретный вид работы. Бригадир официантов или шеф-повар, получив продукцию на завтрак (обед, ужин), выставляет ее для посетителей, следит в течение дня за ассортиментом, по мере реализации пополняет его недостающей продукцией. Официанты сервируют обеденные столы, убирают использованную посуду. По просьбе посетителей (с учетом возраста, физических недостатков и других причин) официанты могут обслужить их за столом. Контроль за работой официантов и организацией обслуживания потребителей осуществляет метрдотель зала.

Для реализации горячих напитков чаще всего организуют отдельный стол. Здесь устанавливают самовар или кофеварку, чашки, десертные тарелки, выкладывают кондитерские изделия, предлагают сахар, мед, варенье, джемы, конфитюры.

Посетители, взяв поднос со специального стола, стоящего при входе в зал, выбирают и порционируют пищу самостоятельно, однако в случае необходимости им оказывает помощь повар-консультант.

Меню должно быть разнообразным по дням недели, учитывать вкусы и запросы иностранных туристов. В необходимых случаях ресторан должен обеспечить иностранных туристов диетическими и вегетарианскими блюдами. На столы иностранных туристов ставятся флагштоки и флажки стран, из которых они прибыли.

Во время обеда (ужина) в торговом зале можно организовать выносной бар с винно-водочными и табачными изделиями, которые предоставляются посетителям за наличный расчет.

По желанию индивидуальных туристов администрация ресторана обязана обеспечивать им подачу питания в номера гостиницы, за что с туристов взимается дополнительная плата.

Кейтеринг. 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 [24].

Подсчитано, что в США в этом виде обслуживания принимают участие приблизительно 30 тыс. специалистов. В большей степени кейтеринг развит в многонаселенных штатах, таких, как Каролина, Нью-Йорк, Нью-Джерси.

Кейтеринг может быть разделен на много различных категорий в зависимости от того обслуживания, которое предоставляется клиентам. Однако следует заметить, что многие из этих категорий в чем-то оказываются схожими. В целом индустрию кейтеринга можно подразделить на пять основных категорий:

-кейтеринг в помещении;

-кейтеринг вне помещения;

-индивидуальный кейтеринг;

-разъездной кейтеринг;

-розничная продажа.

Появились предприятия, работающие по типу кейтеринга и в столице России: «Потель Шабо», «Фигаро», «Гарсон-2», «Малый Манеж», «Красная площадь» и др. Эти предприятия принимают участие в выездном обслуживании различных крупных мероприятий – городских, спортивных и зрелищных, таких, как «Кубок Кремля».

**Заключение**

В своей курсовой работе я осветил основные проблемы и тенденции развития предприятий питания в России. Начал с того, что написал об истории развития ресторанного бизнеса еще со времен Античности, как возникли первые предприятия питания в России, как они назывались и охарактеризовала некоторые из них. Существует стандарт, который устанавливает классификацию предприятий общественного питания, общие требования к предприятиям питания различных типов и классов. Этот стандарт предусматривает следующие типы предприятий общественного питания: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная. При их определении учитывают определенные факторы. В соответствии с основными типами предприятий общественного питания я рассмотрел услуги, которые ими предоставляются. Я рассмотрел состояние и перспективы развития рынка услуг предприятий питания на сегодняшний день. В ресторанах России предлагаются блюда кухонь более 80 стран мира, и это немаловажный фактор в его развитии. Я осветил, какие существуют требования к туристским предприятиям питания и какие бывают формы организации питания в ресторанах (зал-экспресс, стол-экспресс, шведский стол, кейтеринг).

Итак, можно сделать вывод, что ресторанный бизнес продолжает процветать и развиваться, постепенно выходит на мировой уровень, что способствует развитию туристской индустрии в целом.

**Список использованной литературы**  
  
1. Аристов О. В. Управление качеством. М.Академия, 1999.  
2. Акурова Н., Крупцов А. Азбука ресторанного сервиса. М., Дело, 2004  
3. Аносова М. М, Кучер Л. С. Организация производства на предприятиях общественного питания. М.: Экономика, 1985.  
4. Богушева В. И. Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров. Ростов-на-Дону: Феникс, 2002.  
5. Борисова Ю. Н., Гаранин Н. И. и др. Менеджмент гостиничного и ресторанного обслуживания. М.: РМАТ, 1997.  
6. Бородина В. В. Ресторанно-гостиничный бизнес. Учет, налоги, маркетинг, менеджмент. М.: Книжный мир”, 2002  
7. Волошина Н. Москва переживает бум фаст-фуда // Коммерсант деньги, № 3, 2006г  
8. Волокова И. В., Миропольский Я. И., Мумриков Г. М. Ресторанный бизнес в России. С чего начать и как преуспеть. М., Луч, 2004  
9. Великанова О. Еда в формате скорости // Ресторанные ведомости, 2006, № 9  
10. Говорова Л. Философия фаст - фуда // rostov.ru  
11. Губанкова Г. Особенности ресторанного бизнеса / / Ресторанный бизнес. 2002. № 1.  
12. Данные маркетинговых исследований в ресторане «Мега 2»  
13. Данные службы персонала «МЕГА 2»  
14. Жигульская А. Персонал в ресторане / / Ресторанные ведомости. 2002. № 4.  
15. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкинз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. М.,ФиС, 1998  
16. Кабушкин Н. И, Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учеб. пос. для студентов ВУЗов. 2е издание Мн.: Новое знание, 2001  
17. Кристофер Эгертон-Томас. Ресторанный бизнес: как открыть и успешно управлять рестораном / пер. с английского. М.: РосКонсульт, 1999.  
18. Магура МЛ., Курбатова М.И.. Современные персонал - техноло¬гии. М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2001  
19. Магура М. Как повысить отдачу от обуче¬ния персонала // Управление персоналом. — 2000. — № 11  
20. Марцианно Палли. Справочник современного хозяина ресторана, 100 идей для достижения превосходства в конкурентной борьбе. М., 2002  
21. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учеб. пос. М.: ФиС, 2002.  
22. Метель С. Н. Меню для ресторанного гостя. М.: Экономика, 1999.  
23. Папирян Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства: отели и рестораны: Учеб. пос. М.: Экономика, 2000.  
24. Ежемесячный журнал «R-Keeper», Москва 2008 г.