

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/diplomnaya-rabota/177863>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Ресторанный бизнес

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ 5

1.1. Современное состояние и перспективы развития ресторанного бизнеса 5

1.2. Характеристика предприятия общественного питания 11

ГЛАВА 2. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ 14

2.1. Расчет количества потребителей 14

2.2. Определение количества блюд и напитков, подлежащих изготовлению и реализации 16

2.3. Разбивка наименований блюд по ассортименту 16

2.4. Расчет количества горячих и холодных напитков, мучных кондитерских и булочных изделий, хлеба 17

2.5. Составление меню предприятия 17

2.6. Характеристика производственных помещений предприятия общественного питания 19

2.6. Национальные особенности японской кухни 28

2.7. Технологические схемы приготовления блюд 31

2.8. Разработка фирменной продукции 35

ГЛАВА 3. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ РАЗДЕЛ 47

3.1. Формы и методы обслуживания 47

3.2. Информационное обеспечение процесса обслуживания 49

ГЛАВА 4. МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ 51

4.1. Ценовая политика предприятия 51

4.2. Рекламная деятельность 51

ГЛАВА 5. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ 54

5.1. Организационная структура управления предприятием 54

5.2. Требования к производственному персоналу 56

5.3. Основные направления кадровой политики предприятия 59

5.4. Корпоративная культура предприятия 63

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 65

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 66

ВВЕДЕНИЕ

В современных экономических условиях, для успешного конкурентирования и функционирования на рынке, предприятия общественного питания нуждаются в систематическом изучении и внедрении новейших отечественных и зарубежных инновационных разработок как в сфере совершенствования технологического оборудования, так и в области современных форм организации процессов обслуживания клиентов.

Основным направлением развития общественного питания являются новшества в технологии производства продукции, применение новейших видов автоматизированного оборудования, принципиально новых способов обработки продукции, которые дадут возможность сократить время производства продукции общественного питания и тем самым будут способствовать повышению экономической эффективности производства данной продукции.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

В соответствии с ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования», предприятия общественного питания классифицируются:

- по степени централизации производства (с законченным производственным циклом – работающие на сырье, на полуфабрикатах, заготовочные и не имеющие производства – раздаточные);

- по характеру обслуживаемого контингента (с изменяющимся контингентом – общедоступные, с постоянным контингентом – пищеблоки при школах заводах и т.п.);
- по признаку специализации (комплексные, общего типа, специализированные по выпуску определенных видов продукции);
- по методу обслуживания (обслуживание официантами, самообслуживание);
- по наценочной категории и уровню обслуживания (люкс – рестораны, высшей – рестораны, кафе, бары; первой – рестораны, кафе, специализированные предприятия; второй – общедоступные столовые, кафе, специализированные предприятия, буфеты; третьей – столовые и буфеты, обслуживающие рабочих, служащих, студентов и учащихся).

Основываясь на вышеперечисленных признаках, в системе общественного питания принято выделять такие типы предприятий, как: столовая, ресторан, кафе, закусочная, бар, буфет, кафетерий, комплексное предприятие. [4]

Сейчас выделяется ряд новых популярных форматов заведений общественного питания. От формата предприятия общественного питания зависит и его стратегия развития. Формат ресторана представляет собой проверенную, опробованную ранее схему бизнеса, стандартизированную форму организации производства и реализации продукции общественного питания

Охарактеризуем подробнее форматы предприятий общественного питания, получившие наибольшую популярность в России.

Формат Fast Casual- «быстрый и демократичный» - этот формат является динамично растущим сегментом в индустрии общественного питания. К достоинствам данного формата можно отнести то, что в одном заведении за сравнительно невысокую плату (средний чек - 600 рублей) можно и утолить голод и провести свой досуг. В заведениях данного формата имеется больший, чем, например, в заведениях фаст-фуда, выбор разнообразных блюд, но в то же время, гораздо более быстрое обслуживание, нежели в ресторане. Для открытия заведения такого формата подходят небольшие по площади помещения, но необходимо наличие фабрики-кухни. Это выгодно отражается на стоимости аренды. Каждое блюдо готовится индивидуально для конкретного клиента, при приготовлении используются продукты высшего качества и даже деликатесы. Отличительными чертами, обеспечивающими схожесть с заведениями фаст-фуд, являются: ограниченное меню, быстрота обслуживания, демократичная цена. Подобного рода заведения имеют в основном сетевой формат и франчайзинговую направленность.

Quick Service Restaurant - это рестораны быстрого обслуживания. Обслуживание гостей производится официантами за столиками, но основной упор делается на то, что этот процесс происходит быстрее, чем в других ресторанах. Средний чек в данных заведениях не превышает 600 рублей. Меню представлено теми же позициями, что и в остальных ресторанах, но ассортимент их весьма ограничен. Такие рестораны работают на полуфабрикатах высокой степени готовности, этим и обеспечивая своим гостям высокую скорость обслуживания. Такой формат в большей степени актуален для проведения деловых встреч, приоритетными местами расположения таких ресторанов служат деловые центры и офисные здания.

Casual Dining является форматом, объединяющим все демократичные заведения. При создании ресторанов такого формата, первостепенной задачей является выявление целевой аудитории и места, в котором они будут располагаться, а также важным моментом является определение концепции заведения.

Популярными концепциями в данном формате являются: кондитерская, кофейня, стейк-бар, ресторан национальной кухни. Средний чек в таких заведениях варьируется от 500 до 1300 рублей.

1.2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Суши-бар «Суши-сет» - это общедоступное предприятие общественного питания, предоставляющее потребителям ассортимент блюд японской кухни, а также напитков. Посетителям предлагается высокий уровень обслуживания.

Предприятие имеет организационно-правовую форму: общество с ограниченной ответственностью (ООО). По характеру производства относится к предприятиям с полным производственным циклом.

Суши-бар «Суши-сет» относится к типу предприятий – специализированный бар, рассчитан на 96 посадочных мест.

Находится в городе Москва. Расположен в одноэтажном здании на улице Сушёвский вал. Суши-бар рассчитан на определенный контингент жителей, для проведения ими вечернего досуга, а также обедов. Отличительной чертой данного заведения является то, что в меню есть выбор вегетарианских блюд, что расширяет контингент посетителей. Целесообразность выбора данного месторасположения определяется

близостью деловых центров, Фестивального парка, театра занимательной науки, а также московского молодежного центра. Также вблизи находятся остановки общественного транспорта, что обеспечит транзитный поток посетителей.

Режим работы суши-бара установлен с учетом создания наибольших удобств для населения и гостей города: с 10 часов утра, до 23 часов вечера. Имеются удобные подъездные пути для транспорта, а также автомобильная парковка.Guests обслуживают официанты, прошедшие специальную подготовку.

Блюда и напитки готовят высококвалифицированные повара. Обслуживающий персонал имеет форменную одежду и обувь единого образца.

Суши-бар «Суши-сет» практикует наличную форму расчета, и расчет банковскими пластиковыми картами.

Информация о блюдах, напитках, реализуемых в данном предприятии питания, их выходе и ценах раскрывается через меню, представляющем собой красочно оформленную брошюру формата А4.

Информация о названии предприятия, времени его работы раскрывается посредством вывески, установленной на входе в здание.

ГЛАВА 2. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1. РАСЧЕТ КОЛИЧЕСТВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Учитывая режим работы предприятия, количество посетителей за каждый час работы рассчитываем по формуле:

где $N_{ч}$ - количество потребителей, обслуживаемых за 1 час;

P – вместимость зала (количество мест);

O - оборачиваемость места в зале в течение данного часа;

x - загрузка зала в данный час, %.

Общее количество потребителей в день составит:

$$N_{Д} = \sum N_{ч} \quad (2)$$

2.6. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПОМЕЩЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Суши-бар «Суши-сет» выпускает определенный ассортимент продукции, для обеспечения выпуска которого предусмотрено снабжение сырьем и полуфабрикатами, поэтому на предприятии организован полный производственный цикл. Схема производственного цикла представлена на рисунке 1.

Сырьё

Полуфабрикаты

Готовая продукция

→ →

Рис.1 Схема производственного цикла суши-бара

Полный производственный цикл заключается в первичной обработке поступившего сырья, дальнейшем производстве полуфабрикатов из данного сырья, приготовлении готовой кулинарной продукции с дальнейшей её реализацией через торговый зал.

Так как данное предприятие строит свою работу на сырье и полуфабрикатах и имеет полный производственный цикл, здесь организована цеховая структура производства. Цеховая структура предусматривает подразделение производства на цеха, каждый из которых отвечает за определенную стадию технологического процесса.

Производственные помещения суши-бара включают в себя:

1. Помещения для приема и хранения сырья (складские помещения).

2. Производственную группу помещений, предназначенную для переработки продуктов, сырья и их приготовления:

- мясо – рыбный цех предназначен для переработки сырья и изготовления полуфабрикатов (заготовочный);

- овощной цех- предназначенный для переработки сырья (заготовочный);

- горячий цех – доготовочный цех, выпускает готовую продукцию;

- холодный цех – доготовочный цех, также выпускает готовую продукцию;

- моечную кухонной посуды;
- моечную столовой посуды.

2.6. НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЯПОНСКОЙ КУХНИ

Японская кухня разительно отличается от любой другой кухни мира. Ее секрет кроется в тщательном подборе продуктов, красоте подаче, а также в отношении к продукту в целом. Лишь лучшие дары земли и воды достойны чести оказаться на столе.

Считается, что при минимальной термической обработке, пища легко усваивается и сохраняет большую часть своих питательных и вкусовых качеств.

Поэтому японские блюда всегда бывают слегка проваренные, слегка потушенные, слегка обжаренные. Популярными способами кулинарной обработки являются – соление и маринование, с использованием разнообразных уксусов. Этому способствуют климатические условия: большая влажность воздуха подсказала японцам идеи соленых и кислых блюд.

Обязательной частью национальной кухни являются овощи. Они присутствуют в блюде не только во всех возможных видах, цветовых вкусовых вариантах, но и из эстетических соображений. Используются несколько видов лука, морковь, огурцы, капуста, салат, хрен васаби, бамбук, редис, дайкон. Широко используются в качестве приправ, а также для приготовления супов и многих блюд соленые и квашеные овощи – квашеная редька, маринованный чеснок и соленые огурцы.

Особой популярностью в кухне пользуются блюда из фасоли и сои. Особенно популярно тофу – бобовый сыр, состоящий в основном из соевого белка и напоминающий по виду творог, и соевый бобовый соус – сёу, который японцы употребляют со всем, что попадет на стол.

Основу большинства супов и многих японских блюд составляет даси (даши) - универсальный рыбный бульон, который делают из воды, морской капусты комбу и хлопьев сушеного мяса малого тунца (бонито). Основу рациона питания японцев составляет рис, ведь не зря Японию называют «Земля рисовых колосьев». Его варят без соли – рису надлежит быть пресным, он не должен иметь никакого вкуса, кроме собственного.

Очень популярна в японской кухне лапша – ее едят в любое время дня. Различные сорта отличаются друг от друга текстурой и цветом. В большинстве случаев японская лапша изготавливается из пшеничной или гречневой муки самыми распространёнными видами являются: удон – толстая лапша кремового цвета из пшеничной муки, соба – лапша серовато-коричневого цвета, сомэн – тонкая вермишель.

2.7. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ СХЕМЫ ПРИГОТОВЛЕНИЯ БЛЮД

Составим технологические схемы приготовления блюд, технология которых описана в предыдущем параграфе. Представим их на рисунках 4,5,6.

ГЛАВА 3. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ РАЗДЕЛ

3.1. ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ

В суши-баре принят метод обслуживания гостей официантами за столиками.

Гости, только переступив порог заведения, должны почувствовать себя в гостеприимной обстановке и увидеть максимум заботы о себе. Поэтому при входе в зал, гостей встречает свободный официант и провожает до столика, причем стол должен быть подобран в соответствии с количеством гостей, пришедших вместе.

Перед тем, как нового официанта допустят до работы, он должен сдать администратору зачет на предмет умения правильно общаться с гостями, подавать меню, сервировать столы, а также опрос на знание меню. Поэтому, все официанты данного заведения обладают необходимыми профессиональными навыками в общении с гостями и хорошо знают меню и составляющие отдельных блюд.

В момент заказа, официанты всегда имеют при себе планшет для приема заказа, что ускоряет процесс начала приготовления блюд и сокращает затраты времени официанта, так как с планшета заказ печатается напрямую на кухонный принтер и официанту не надо идти на кухню, а можно сразу приступить к досервировке данного стола, а затем заняться обслуживанием другого столика. Так же при себе официант должен иметь ключ, штопор для открывания бутылок.

Прием заказа начинается с подачи официантом меню гостю. Меню подают гостю слева. Заказ лучше принимать стоя справа от заказчика, но можно и слева, если это удобно официанту. В случае необходимости, при приеме заказа официанты консультируют гостей по меню.

3.2. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЦЕССА ОБСЛУЖИВАНИЯ

Информация о блюдах, напитках, реализуемых в данном предприятии питания, их выходе и ценах раскрывается через меню, представляющем собой красочно оформленную брошюру формата А4. Информация о названии предприятия, времени его работы раскрывается посредством вывески, установленной на входе в здание. Однако этих инструментов на современном этапе развития конкуренции на рынке общественного питания катастрофически мало.

На сегодняшний день основным фактором, обеспечивающим привлекательность абсолютно любого вида продукции, является грамотный профессиональный дизайн товара, заведения, услуги. Причем упор направлен не только на производство, но и на многие смежные рекламные области; наружную рекламу.

ГЛАВА 4. МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

4.1. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Ценообразование – это процесс формирования стоимости продуктов или услуг, которые реализует предприятие. Выбор оптимальной цены происходит при учете таких факторов, как себестоимость товара, ориентирование на ценовую политику лидеров рынка, уровень спроса и предложения.

Цена в данном суши-баре планируется на уровне средней цены конкурентов. Уровень наценки в среднем равен 350% на продукцию собственного производства и 40% на покупные товары. В дальнейшем планируется повышение прибыли путем снижения закупочных цен, в результате наращивания объемов производства и получения самых выгодных цен от поставщиков.

4.2. РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Для повышения конкурентоспособности заведения, увеличения потока потенциальных потребителей и повышения эффективности работы предприятия общественного питания, необходимо проводить маркетинговые мероприятия. Практическое значение имеет использование конкретных маркетинговых приемов, ориентированных на привлечение потребителей в ресторан.

В качестве маркетингового приема целесообразно использовать различного рода презентации.

Презентация проводится по поводу новой странички в меню, представления нового шеф-повара, приступившего к работе в заведении и по другим причинам. Целью презентации является активизация общего интереса потенциальных клиентов к посещению суши-бара в самое ближайшее время.

Еще одним маркетинговым ходом является оригинальная система скидок. Для привлечения потенциальных клиентов необходимо разработать оригинальную систему скидок.

ГЛАВА 5. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

5.1. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В целях обеспечения рационального хода технологического процесса необходима грамотная система управления. Во главе предприятия стоит директор, который несет полную ответственность за все аспекты хозяйственной деятельности предприятия. Оперативным управлением занимается управляющий. Работу производства возглавляет и организует шеф-повар. Шеф-повар ответственен за организацию работы производства, качество выпускаемой продукции, выполнение производственной программы.

Администратор, координирует работу обслуживающего персонала, организует обслуживание потребителей, несет ответственность за качество обслуживания потребителей, организует работу официантов, барменов, координирует синхронизацию зала с производством.

Бухгалтерской службой руководит главный бухгалтер, который распределяет и ведет учет движения материальных, финансовых средств, отвечает за правильность и своевременность расчетов с поставщиками, потребителями, налоговой службой, в его подчинении находится бухгалтер- калькулятор.

5.2. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОИЗВОДСТВЕННОМУ ПЕРСОНАЛУ

Весь персонал предприятия питания согласно ГОСТ 30524-2013 Услуги общественного питания. Требования к персоналу подразделяется на:

- административный,
- обслуживающий,
- производственный,
- вспомогательный.

Персонал предприятий общественного питания всех организационно-правовых форм и форм собственности должен иметь профессиональное образование и профессиональную подготовку (переподготовку), опыт работы в соответствии с занимаемой должностью или пройти профессиональную подготовку, в том числе на рабочем месте.

Степень подготовки персонала должна соответствовать уровню оказываемых услуг общественного питания и типу предприятия общественного питания.

Персонал предприятия общественного питания (кроме вспомогательного) должен повышать квалификацию с периодичностью, установленной нормативными правовыми и нормативными документами, действующими на территории государства, принявшего стандарт.

Администрация предприятия общественного питания должна разрабатывать систему мероприятий по совершенствованию знаний, повышению квалификации и профессионального мастерства персонала с учетом его теоретической подготовки, практических навыков и умений.

Персонал должен знать и соблюдать требования документов, действующих на территории государства, принявшего стандарт:

- нормативных правовых актов в сфере трудового законодательства и административных правонарушений;
- нормативных правовых документов в сфере оказания услуг общественного питания;
- нормативных и технических документов, касающиеся его профессиональной деятельности.

Персонал должен знать и соблюдать должностные инструкции, правила внутреннего трудового распорядка, установленные на предприятии.

5.3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Развитие работника на предприятии – это неотъемлемая часть рабочего процесса. Под развитием персонала подразумевается: адаптация, обучение и в конце оценка персонала.

Первым этапом после того, как сотрудник был принят на работу, является адаптация. Адаптация персонала – это некий процесс приспособления нового работника на предприятии. Этот процесс предполагает знакомство сотрудника с профессиональными, трудовыми, социальными, организационными нормами внутри организации. При этом процессе должно наблюдаться есть ли совместимость между целями компании и сотрудником.

Адаптация бывает двух видов: первичная и вторичная. Под первичной адаптацией понимают процесс адаптации сотрудника без опыта работы, который только начал свой карьерный путь. Как правило, это молодые люди, выпускники учебных заведений. Вторичная же адаптация – это адаптация профессиональных сотрудников, с опытом работы, которые решили поменять либо компанию, либо должность.

5.4. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ

Корпоративная культура помогает всем членам трудового коллектива более продуктивно исполнять свои должностные обязанности на предприятии и при этом удовлетворять свои личные потребности. Что как следствие, повышает экономическую эффективность деятельности компании в целом.

На основании проведенного анализа финансово-хозяйственной деятельности и особенностей корпоративной культуры ресторана суши-бара «Суши сет», а также теоретических исследований по теме данной работы, было выявлено в целом корпоративная культура исследуемого предприятия выстроена на поддержании имиджа заведения как спокойного и размеренного заведения с европейским качеством обслуживания на основе организационно-распорядительной модели управления персоналом.

Одно из определений корпоративной культуры звучит так: корпоративная культура – это набор элементов, которые обеспечивают мотивацию сотрудников без каких-либо денежных выплат, создавая благоприятный климат для работы [30].

В суши-баре существуют неденежные материальные стимулы – внутрифирменные льготы: скидки на некоторые блюда, реализуемые в ресторане; бесплатное питание во время работы; неденежная

материальная помощь в трудных и кризисных ситуациях (в связи с болезнью, несчастным случаем, потерей близких родственников); подарки ко дню рождения; поздравления сотрудников с 23-м февраля, 8-м марта, Новым Годом; совместное проведение досуга, организуемое руководством организации, юбилейные торжества.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предприятия общественного питания стали неотъемлемой частью современного человека. Для успешной работы предприятия необходимо учесть ряд условий, и наладить ряд механизмов. Начиная с правильного проектирования производственных цехов, обустройства торгового зала и заканчивая выстраиванием системы бесперебойного снабжения. Предприятие общественного питания начинается с идеи его создателя и в последующем нуждается в непрерывном контроле за его функционированием.

В ходе выполнения исследования была достигнута цель: выстроена организация работы суши-бара.

В процессе работы выполнены все поставленные задачи, а именно, проведены все необходимые технологические расчеты, разработано меню предприятия. Все показатели, технические характеристики, условия труда соответствуют нормам нормативной документации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ФЗ О качестве и безопасности пищевых продуктов / от 02.01.00 №29 - ФЗ.
2. ФЗ О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения / от 30.03.01, №52 -ФЗ.
3. ГОСТ 30389-2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования».
4. ГОСТ 32691-2014 Услуги общественного питания. Порядок разработки фирменных и новых блюд и изделий на предприятиях общественного питания
5. ГОСТ 31987-2012 Услуги общественного питания. Технологические документы на продукцию общественного питания. Общие требования к оформлению, построению и содержанию
6. ГОСТ Р 56766-2015 Услуги общественного питания. Продукция общественного питания. Требования к изготовлению и реализации
7. ГОСТ 31988-2012 Услуги общественного питания. Метод расчета отходов и потерь сырья и пищевых продуктов при производстве продукции общественного питания
8. ГОСТ Р 54607.9-2016 Услуги общественного питания. Методы лабораторного контроля продукции общественного питания
9. СанПиН 2.3.2.1324-03 «Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов».
10. СанПиН 2.3.2.1078-01 «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов»
11. СанПиН 2.3/2.4.3590-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организации общественного питания населения»
12. Сборник рецептур блюд национальных кухонь. Часть 5 – М.: «Хлебпродинформ», 2001
13. Сборник рецептур блюд зарубежной кухни. /Под ред. проф. Васюковой А.Т. – М.: Издательский дом «Дашков и Ко», 2008. – 816 с
14. Химический состав российских пищевых продуктов: Справочник / Под ред.член-корр. МАИ, проф. И. М. Скурихина и академика РАМН, проф. В. А. Тутельяна. -М.: ДеЛи принт, 2002 - 236 с.
15. Абдуразакова К.А. Теория человеческой мотивации Макклеланда //Ямальский вестник, 2016. №3 (8) с. 75-59.
16. Агафонова Е.В., Левенец Е.Б., Кобозева Е.М. Мотивация персонала на предприятиях общественного питания // Новая наука: Опыт, традиции, инновации, 2016. №2 (65) с. 185-187.
17. Бобинкин, С.А. Психологические основы управления персоналом учебное пособие / С.А.Бобинкин, Н.В.Филинова, Н.С.Акатова; Министерство образования и науки Российской Федерации, ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет». Филиал в г. Клину. -Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. -172 с.
18. Ботов М. И. Тепловое и механическое оборудование предприятий торговли и общественного питания / М. И. Ботов, В. Д. Елхина. — М.: Издательский центр «Академия», 2014.
19. Бывалина Д.С. Проблема мотивации поколения Y: как привлечь и удержать молодых работников //

Альманах современной науки и образования, 2014. №12 (90). С. 35-37

20. Васюкова, А. Т. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания [Текст]: учебник для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров "Технология продукции и организация общественного питания" / А. Т. Васюкова, Т. Р. Любецкая; под ред. А. Т. Васюковой. - 2-е изд. - М.: Дашков и К°, 2019. - 416 с.
21. Восканян Р.А., Новикова И.Е., Шугаева О.В. Мотивация трудовой деятельности персонала на предприятии // Управление социальноэкономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения / сборник научных статей 6-ой Международной научно-практической конференции, 2016. С. 35-38.
22. Данилина, Е.И. Инновационный менеджмент в управлении персоналом: учебник / Е.И.Данилина, Д.В.Горелов, Я.И.Маликова. -Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и ко», 2016.
23. Домарецкий, В.А. Технология продуктов общественного питания: учебное пособие /В.А. Домарецкий,- 2-е изд., М.: Форум: ИНФРА-М, 2016.- 400с.
24. Иванова, Т. Ю. Теория организации [Текст]: учебник по специальности "Менеджмент организации" / Т. Ю. Иванова. - 4-е изд., стер. - М.: КноРус, 2016. - 428 с.
25. Ковалев Я. И., Куткина М. Я., Кравцова В. А. Технология приготовления пищи. Под ред. доктора технических наук, К 56 профессора М. А. Николаевой. Учебник для средних специальных учебных заведений. — М.: Издательский дом "Деловая литература", Издательство "Омега-Л", 2008. — 480с.
26. Куткина М. Н. Инновации в технологии продукции индустрии питания. Учебное пособие: для магистров и аспирантов, обучающихся по направлению подготовки 19.04.04 "Технология продукции и организации общественного питания" / М. Н. Куткина, С. А. Елисеева. - Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2016. - 168 с.
27. Матюхина З. П. Основы физиологии питания, микробиологии, гигиены и санитарии / З.П.Матюхина. — М.: Издательский центр «Академия», 2015
28. Матюхина З.П. Товароведение пищевых продуктов: Учебник для нач.проф.образования: Учеб.пособие для сред.проф.образования/З.П.Матюхина, Э.П. Королькова.-2-е изд.стер. - М.: Издательский центр «Академия», 2003.-272с.
29. Потапова И.И. Калькуляция и учет: учеб. для учащихся учреждений нач. проф. образования/ И.И. Потапова.- М. Образовательно-издательский центр «Академия»; ОАО «Московские учебники», 2011.- 176 с
30. Моргунова А. В., Стюдеманн Т. А. Научно-технический прогресс в общественном питании //МАТЕРИАЛЫ III ЕЖЕГОДНЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИХ ЧТЕНИЙ СТАВРОПОЛЬСКОГО ИНСТИТУТА КООПЕРАЦИИ- 2017. - С. 217-219.
31. Л. А. Радченко Организация производства на предприятиях общественного питания. Учебник. - Ростов н/Д: Феникс, 2006 - 353 с.
32. Справочник шеф-повара/Кулинарный институт Америки-8-е изд.: Пер.с англ., 2-е изд., перераб.и доп.-М.: ЗАО «ББПГ» (Издательство BBPG),2010 -1216с.
33. Чекалдин А. М. Современное состояние и перспективы развития предприятий общественного питания //Вестник НГИЭИ. - 2017. - №. 8 (75).
34. Журнал Horeca magazine [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.horeca-magazine.ru>
35. Кленмаркет [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.klenmarket.ru>
36. Журналы: «Питание и общество», «Ресторанный бизнес», «Ресторанные ведомости».
37. Как продвигать ресторан в интернете, [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.cossa.ru/155/102898/>, свободный.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/177863>