

Введение

Практическое обучение является важнейшей составной частью учебно-воспитательного процесса и эффективной формой подготовки молодых специалистов к трудовой деятельности.

В процессе производственной практики необходимо углубить знания, полученные на теоретических занятиях, приобрести необходимые умения и навыки практической деятельности.

Цель производственной (управленческой) практики - овладение способностью разработки бизнес-планов (проектов) создания и развития новых направлений деятельности.

Задачами производственной (управленческой) практики являются:

- сбор и обработка управленческой информации;
- исследование бизнес-процессов;
- оценка состояния бизнес-процессов;
- разработка проектов и оценка их эффективности.

Целью написания данного отчета является изучение деятельности кафе Японской кухни «Umai sushi», а также углубить знания, полученные на теоретических занятиях, приобрести необходимые умения и навыки практической деятельности, а также выполнение индивидуального задания.

Общей цели подчиняются следующие задачи:

- дать характеристику предприятия;
- провести социально-экономический анализ персонала;
- провести анализ системы управления организацией и процесс управления организацией;
- провести анализ экономической политики предприятия;
- выполнение индивидуального задания: анализ комплекса маркетинга компании 7р.

Базой прохождения практики является кафе Японской кухни «Umai sushi», г. Хабаровск.

1. Общая характеристика кафе Японской кухни «Umai sushi»

«Umai sushi» находится в Краснофлотском районе города Хабаровск по улице Стрельникова 4, в кинотеатре «Хабаровск» и является единственным кафе в районе, специализирующимся исключительно на японской кухне.

Нужно отметить, что «Umai sushi» за один год своего существования набирает свою популярность, а становится достойным конкурентом среди заведений общественного питания района.

Японская кухня в последнее время интенсивно развивается и продолжает завоевывать как европейский, так и российский рынок. Это связано со многими факторами, и прежде всего, можно выделить вкус! Немаловажную роль играет то, что продукт подвергается минимальной тепловой обработке, а как следствие сохраняется его натуральность и его структура. Удивляет своеобразный стиль подачи блюд, а также широкий диапазон используемых морепродуктов.

Итак, что же такое японская кухня. В первую очередь в японской кухне отразились такие черты, как изящество и простота, а также любовь японской нации ко всему миниатюрному. Можно выделить самые характерные особенности японской кухни:

1. Столовые приборы - большинство блюд нужно есть с помощью палочек. Привычные для нас столовые приборы, такие как ножи и вилки, не используются вообще. По этой причине большинство блюд подаётся в виде небольших кусочков, которые удобно брать палочками и не нужно делить;

2. Делается большой упор на эстетичный внешний вид блюд;

3. Используются преимущественно свежие продукты высокого качества. Практически не применяются продукты «длительного хранения», за исключением риса и соусов;

4. Небольшие порции;

5. Огромная номенклатура морепродуктов, используемых для приготовления блюд.

Меню «Umai sushi» не может не порадовать посетителей своим обширным разнообразием и доступной ценовой политикой. Не нужно быть истинным ценителем японской кухни, чтобы оценить качество и вкус предложенных блюд в меню кафе. Суши, роллы, японские супы и вкусные полезные салаты готовятся из исключительно свежей рыбы и большого разнообразия других ингредиентов.

Кроме традиционных суши и роллов, в меню присутствуют запеченные суши, запеченные роллы и сашими. Для посетителей кафе меню «Umai sushi» предлагает наборы, сформированные из нескольких разновидностей роллов и суши. Новинкой кафе являются горячие роллы. Это все те же роллы, но сделанные «наизнанку» и обжаренные во фритюрнице.

Богато разнообразием меню безалкогольных напитков. Большой выбор зеленых, черных, фруктовых чаев на травах, успокаивающих, расслабляющих, а также являющихся просто хорошим ожиданием заказанной порции роллов. К слову, время ожидания заказа не превышает двадцати минут и зависит, конечно же, от загруженности кафе и от количества заказанного.

Как правило, самое посещаемое время суток кафе - после пяти часов вечера. Не смотря на то, что в кафе существует бизнес-меню, особого наплыва в обеденное время не наблюдается. Такая тенденция может зависеть от того, что кафе находится в кинотеатре «Хабаровск», так как люди приходят в основном вечером, чтобы посмотреть какой-нибудь фильм, и заодно поесть.

Кафе «Umai sushi», находится на первом этаже кинотеатра «Хабаровск» в зоне фудкорта, посетители отмечают его уютную комфортную обстановку. Зона фудкорта большая, более 50 посадочных мест, оформленный мягкими красными и черными диванами, столами, которые можно передвинуть и сделать один большой стол, также на стенах расположены плакаты фильмов и плазменные телевизоры. Это значит, что для посетителей кафе «Umai sushi»

всегда надеется уютное место, чтобы отведать блюда Японской кухни и пойти на сеанс фильма, не оставшись голодным.

Кафе расположено в конце зала фудкорта по правой стороне. Сначала идет барная, а за ним небольшая кухня, на которой повара делают заказы.

Повара, одеты в фирменные кимоно черных оттенков. Бармены, также одеты в фирменную форму кафе.

Таблица 1 – Краткая характеристика кафе «Umai sushi».

Показатель	Характеристика
Адрес	г. Хабаровск, ул. Стрельникова, 4
Кухня	Японская кухня
Время работы	10:00 – 22:00
Принимаемый расчет	Наличный / Безналичный
Средний чек	550 рублей
Вход	Свободный
Парковка	Есть
Количество мест	Более 50
Акции	В данный момент отсутствуют
Дополнительные услуги	Wi-Fi; заказ суши и роллов на дом, через личный сайт www.umaisushi.ru

Организационно-правовая форма.

Организационно-правовая форма осуществляется ИП Дроновым А.А. с 9 мая 2014 года.

Индивидуальный предприниматель осуществляет предпринимательскую деятельность на основании выданного свидетельства выданного налоговыми органами г. Хабаровск.

Индивидуальный предприниматель Дронов А.А. является физическим лицом, руководствуется в своей деятельности законодательством РФ. Индивидуальный предприниматель Дронов А.А. осуществляет учет по единому налогу на вмененный доход, также имеет свою печать с полным наименованием, необходимые штампы, действует на принципах хозяйственного расчета.

В частной собственности индивидуального предпринимателя Дронов А.А. имеет кафе Японской кухни.

Имущество индивидуального предпринимателя Дронов А.А. принадлежит на праве полного хозяйственного ведения. В состав имущества индивидуального предпринимателя Дронов А.А. входят: арендуемое помещение, оборудование и оборотные средства, а также иные ценности, стоимость которых отражается в документах.

Таблица 2 – Ресурсы кафе Японской кухни «Umai sushi»

Наименование ресурсов	Что входит в этот ресурс
Материальные ресурсы	Рис, лист нори, морепродукты, икра летучей рыбы, курица, специи и др. ингредиенты, электроэнергия
Финансовые ресурсы	Уставной капитал
Материально - технические	Оборудование для приготовления продуктов и полуфабрикатов, оборудование для хранения продукции, системный блок для кассы; сенсорный монитор для кассы; персональный компьютер – сервер; чековый принтер хозяйственный инвентарь.
Трудовые ресурсы	Персонал (11 человек)

Внешняя среда организации.

Конкуренты «Umai sushi» являются: Суши Дом, Сушиед-Пицца-таун, Теппан-Яки, Суши ОКІ и другие организации, которые связаны с Японской кухней.

Соотношение долей рынка в продаже Японской кухни в городе Хабаровск показан на рисунке 2.



Рисунок 1 – Соотношение долей рынка «Umai sushi» с конкурентами.

Рисунок показывает, что самым главным конкурентом на рынке продажи Японской кухни является Суши Дом, т.к. охватывает большую часть рынка своей продукцией.

Поставщиками «Umai sushi» являются:

- ООО «Мамедов»;
- ООО «Кофе Центр»;
- Айс-Тренд;
- ДВ Март;
- ИП Юдинцев;
- ООО «Эксперт»;
- ДТК-Хабаровск;
- ООО «Рацион»;
- ООО» Предпринимательский центр ТРАСТ»;
- ООО «Витапродукт»;
- ООО «Столица Упаковки».

Воздействие внешних факторов на «Umai sushi»:

1. Социальные факторы – способствуют расширению производства и спроса на продукцию;

2. Экономический фактор – развиваются благоприятные воздействия устойчивой экономической системы.

Внутренняя среда организации.

Миссия «Umai sushi» - обеспечить покупателей высококачественной продовольственной продукцией путем тщательного выбора сырья, использования современной производственной технологии и строгого контроля качества. Вся продукция изготавливается индивидуально перед каждым заказом, и свидетельствует о том, что мы стараемся учитывать вкусы отечественных потребителей, а также стараемся быстро обслуживать наших посетителей.

Основным направлением деятельности предприятия является продажа свежееизготовленных роллов, суши, горячих блюд, салатов и десертов, из свежих ингредиентов, т.е. Японской кухни.

Основной целью деятельности «Umai sushi», также как и целью любого другого коммерческого предприятия является получение прибыли.

Для осуществления своей цели, предприятие выполняет следующие задачи:

- подготовка рабочего места;
- заготовка продуктов и полуфабрикатов для приготовления продукции;
- сервировка блюд, товаров для дальнейшей продажи;
- быстрая скорость обслуживания посетителей;
- реализация продовольственных товаров через собственную и арендуемую торговую сеть.

Классификация персонала.

В состав организации входит: директор, заместитель директора, бухгалтер, повара, бармены и технический персонал.

Генеральный директор – непосредственно управляет организацией. Наделён полномочиями выбора стратегии развития предприятия, работы с кадрами, определения финансовых потоков предприятия.

Заместитель директора – занимает управленческую должность. Замещает генерального директора и исполняет его обязанности.

Бухгалтер - специалист по бухгалтерскому учёту, работающий по системе учёта в соответствии с действующим законодательством.

Повар – занимается приготовлением блюд.

Бармен – занимается приемом заказов.

Технический персонал – занимаются поддержанием чистоты и порядка на кухне, помывка полов, стен, столов и посуды.

Организационная структура представлена на рисунке 3.

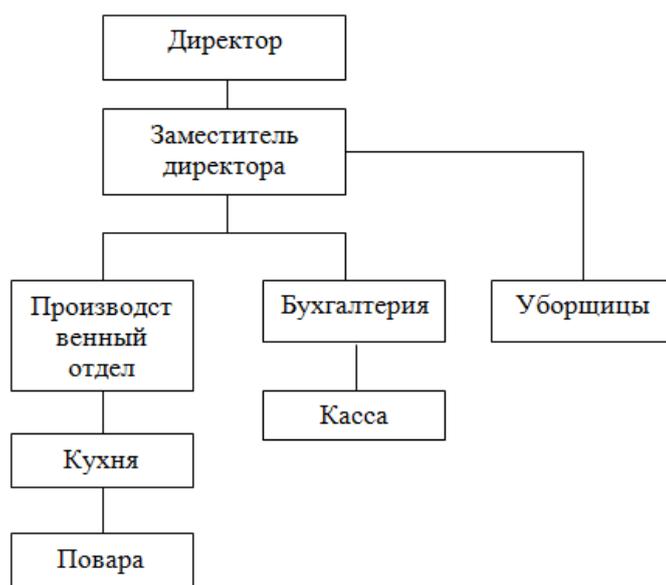


Рисунок 2 – Организационная структура «Umai sushi»

2. Социально-экономический анализ персонала

Анализ социальной структуры персонала.

Уровень образования, пол, стаж работы и возрастной состав рабочего персонала представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Характеристика персонала

Наименование показателей характеризующие персонал	Численность
Уровень образования:	
Высшее	3
Незаконченное высшее	3
Средне-специальное	5
Среднее	11
Возраст:	
От 18 до 25	5
От 26 до 40	6
От 41 и старше	0
Стаж работы:	
До 1 года	5
От 1 года до 5 лет	6
Свыше 5 лет	0
Пол:	
Мужской	5
Женский	6

Высшее образование имеют управленческий состав, незаконченное высшее имеет часть персонала, другая часть персонала имеют средне-специальное образование. Ну и среднее образование имеет весь персонал.

Возрастную категорию от 26 до 40 и от 41 и старше в основном занимают управленческий состав, также в эту возрастную категорию попадают некоторые из подчиненного состава (бармены, повара и технический персонал), а от 18 до 25 составляют бармены и повара.

Стаж работы почти у всего персонала одинаковый, т.к. организация молодая. Число мужчин и женщин, одинаковый.

Анализ затрат организации на персонал.

Основные затраты организации на персонал, составляет:

- заработанная плата;
- затраты на обед персонала.

В организации работают четыре повара, три бармена и две уборщицы.

Полный рабочий день составляет 12 часов.

График работы: плавающий, по сменным.

Смен за месяц: от 17 до 20.

Затраты на заработную плату на одного человека, составляет (тах, за 20 смен):

1) За 1 час:

- повар: 125 рублей;
- бармен: 115 рублей;
- уборщица: 100 рублей.

2) За сутки:

- повар: $125 * 12 = 1\ 500$ рублей;
- бармен: $115 * 12 = 1\ 380$ рублей;
- уборщица: $100 * 12 = 1\ 200$ рублей.

3) За месяц:

- повар: $1\ 500 * 20 = 30\ 000$ рублей;
- бармен: $1\ 380 * 20 = 27\ 600$ рублей;

- уборщица: $1\ 200 * 20 = 24\ 000$ рублей.

4) За год:

- повар: $30\ 000 * 12 = 540\ 000$ рублей;

- бармен: $27\ 600 * 12 = 552\ 000$ рублей;

- уборщица: $24\ 000 * 12 = 288\ 000$ рублей.

Затраты на обед персонала на одного человека, составляет (тах, за 20 смен):

1) За одну смену: 50 рублей.

2) За месяц: $50 * 20 = 1\ 000$ рублей;

3) За год: $1\ 000 * 12 = 12\ 000$ рублей.

3. Система управления организацией и процесс управления организацией

Управление персоналом, производством, качеством и экономикой производится лично руководителем предприятия или его заместителем. Все потому что, организация молодая, и не имеет большого структурного подразделения.

В организации, один раз в месяц, проводится проверка качества приготовления блюд, а также проверка скорости приготовления блюд и проверка граммовки блюд. Также, в организации проводится раз в месяц, проверка чистоты производственного цеха и склада.

Руководитель контролирует процессом производства постоянно, сидя у себя в кабинете наблюдая через камеры видео наблюдения, либо не посредственно присутствуя на кухне.

Организация предоставляет сотрудникам безопасные условия труда и несет ответственность в установленном законом порядке за ущерб, причиненный здоровью и трудоспособности работников.

4. Экономическая политика предприятия

Итак, подробно рассмотрю ценовую политику кафе Японской кухни «Umai sushi» и проанализирую изменение цен за один год, так как организация существует с 9 мая 2014 года. Меню «Umai sushi» включает в себя современные тенденции японской кухни, классические блюда и новинки в японской кухне. За прошедший год повышение цен разных видов роллов колеблется от 20 до 50% (Таблица 3).

Таблица 4 – Анализ меню «Umai sushi» за 2014 год.

Наименование блюда	Цена, руб.			
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
Сяки маки	150	150	165	235
Унаги маки	160	165	195	295
Чидзу маки	150	150	165	225
Калифорния	270	290	310	370
Филадельфия	270	290	310	370
Черный самурай	180	200	235	295
Эби темпура	165	180	200	250

Рассмотрим изменение цен на примере самых популярных и распространенных роллов в заведениях с японской кухней (Таблица 5).

Таблица 5 – Сравнительный анализ цен на самые популярные роллы

Название блюда	Цена по заведениям в 2014 году (руб.)				
	Суши Дом	Сушиед-Пицца-таун	Теппан-Яки	Суши ОКІ	Кафе «Umai sushi»
Сяки маки	250	235	250	245	235
Унаги маки	320	320	300	320	295
Калифорния	320	320	300	350	370
Эби темпура	280	250	260	270	250
Чидзу маки	255	275	225	240	225

Проведя сравнительный анализ, можно сделать вывод, что «Umai sushi» установила цены ниже обычного на классическое меню (то есть такие роллы как «Сяке маки» и «Унаги маки»), в кафе «Umai sushi» зафиксирована самая низкая цена на них. Что касается остальных роллов, цена на них установлена в

целом не выше, чем у конкурентов, за исключением ролла «Калифорния», в «Umai sushi» цена на него установлена 370 рублей.

Подробнее рассмотрим меню кафе «Umai sushi». Структура меню «Umai sushi» включает в себя:

Роллы – 69 видов;

- Горячие роллы – 7 видов;

- Суши – 25 видов;

- Сашими – 3 видов;

- Салаты – 7 видов;

- Супы – 5 видов;

- Сеты (наборы) – 5 видов;

- Десерты – 5 вида;

- Безалкогольные напитки – 33 наименования.

Анализ себестоимости продукции.

Анализ себестоимости продукции обычно начинают с изучения динамики общей суммы операционных затрат в целом и по основным элементам (Таблица 6).

Таблица 6 – Затраты на производство продукции

Элементы затрат	Сумма затрат, тыс. руб.
	2014 год
Оплата труда	1680
Материальные	3995
Амортизация	4223
Прочее	2109
Полная себестоимость	12007

Как видно из таблицы 6, затраты предприятия за 2014 год составили 12007 тыс. руб.

Анализ основных технико-экономических показателей кафе «Umai sushi» представлен в таблице 7.

Таблица 7 - основные технико-экономические показатели кафе «Umai sushi»

Наименование показателя	Единица измерения	Период
		2014
Выручка от реализации продукции	Тыс. руб.	15775
Себестоимость продукции	Тыс. руб.	12007
Валовая прибыль	Тыс. руб.	3768
Прочие расходы	Тыс. руб.	132
Прочие доходы	Тыс. руб.	54
Прибыль до налогообложения	Тыс. руб.	3690
Налог на прибыль	Тыс. руб.	553
Чистая прибыль	Тыс. руб.	3137
Число работников	Чел.	11
Стоимость основных средств	Тыс. руб.	6110
Годовой фонд оплаты труда	Тыс. руб.	2100
Рентабельность продаж	Тыс. руб.	19,89
Рентабельность основной деятельности	%	26,13
Затраты на 1 рубль реализованной продукции	х	0,76
Производительность труда	Тыс. руб./1 чел.	1051,67
Средняя заработная плата	Тыс. руб.	140
Фондоотдача	х	2,58
Фондовооруженность	Тыс. руб./1 чел.	407,33

Таким образом, эффективность всей финансовой деятельности кафе, а также использование его трудовых ресурсов за 2014 год, говорит о хорошей экономической деятельности, т.к. все показатели показывают очень хорошие результаты.

5. Индивидуальное задание

Анализ комплекса маркетинга кафе «Umai sushi»

На предприятии кафе «Umai sushi» проводится исследование по пяти элементам маркетингового комплекса:

1. Товар/услуга. Она представляет центральный элемент комплекса маркетинга. Цена, сбыт, и продвижение основываются на особенностях товара. Основная услуга кафе «Umai sushi» заключается в предоставлении Японской кухни.

2. Цена. Цены играют центральную роль в осуществлении рыночного выбора. Маркетинговые стратегии фирм включают в себя не только процесс принятия решений о том, какую цену назначить. Речь идет о выборе правильной реакции на действия, как потребителей, так и конкурентов.

3. Продвижение. Маркетинговые коммуникации точно направлены на целевую аудиторию, что говорит об их целенаправленном характере, им характерна периодическая повторяемость сообщений для обеспечения определенного уровня запоминания. Маркетинговые коммуникации имеют характер комплексного воздействия на целевую аудиторию. Таким образом, маркетинговые коммуникации – это методы и формы подачи информации и воздействия на целевую аудиторию.

4. Люди. Это сотрудники кафе, в первую очередь – обслуживающий персонал (бармены, повара), с которыми потребитель имеет непосредственный контакт при получении услуги, а также остальные, осуществляющие поддержку по этой линии.

5. Физические признаки/окружение. Это та атмосфера в кафе, интерьер, удобство зала и расположения мебели, температура, освещение и прочие факторы внешнего окружения, которые оказывают влияние на клиентов.

Описание выполняемых маркетинговых функций на предприятии «Umai sushi»:

1. Услуга (меню)

1.1. Создание, разработка и выставление новых блюд/напитков, расширение ассортимента. Новые рецепты блюд может предложить любой сотрудник организации, и даже постоянные клиенты кафе. Разработкой и созданием блюда занимаются повара. Решение о выставлении новых блюд/напитков принимает зам. директора, либо непосредственно сам директор.

1.2. Предоставление новой продукции. Поиском и закупкой новой продукции занимается зам. директора. Решением о закупке или договоре на реализацию занимается зам.директор.

1.3. Создание марки организации (название, символ, рисунок). Данная работа была проведена при создании и открытии кафе в 2014 г. Были приглашены художники для создания эмблемы, решение принимал ген.директор.

2. Цена

2.1. Установление цен на блюда/напитки. При создании нового блюда разрабатывается технологическая карта, где рассчитывается себестоимость блюда по входящим туда продуктам, затем начисляется наценка – коэффициент 3. Зам. директора.

2.2. Установление цен на продукцию в кафе. При выставлении новой продукции в магазин используется закупочная цена + наценка – коэффициент 2. Коэффициент зависит от рода продукции. Чем товар экзотичнее, тем выше наценка. Зам.директора.

3. Продвижение

3.1. Размещение рекламы в городе, интернет ресурсах, СМИ. При создании рекламы приглашаются дизайнеры и художники со стороны, заказ на разработку дает зам.директора при контроле со стороны ген.директора. Зам.директора, Ген.директор, Дизайнеры, Художники.

3.1. Разработка сайта кафе. Для дизайна и продумывания функций сайта приглашаются специалисты (дизайнеры, программисты). Функционирование сайта поддерживает системный администратор. Руководит работой зам. директора.

3.2. Информирование посетителей о предоставляемых услугах, акциях, новых продуктах. Для этой работы используют стенды в кафе, специальные ценники с надписью «Новинка», инструктируется персонал на раздаточной линии. Зам.директора.

3.3. Разработка системы скидок в кафе, др. акции. Решением данного вопроса занимается зам.директора.

4. Люди.

4.1. Работа обслуживающего персонала. Работу обслуживающего персонала контролирует зам. директора, либо непосредственно сам директор, разработкой линии их поведения, внешнего вида и поведения занимается зам. директора.

4.2. Обучение новых сотрудников. При приеме нового сотрудника в должность обслуживающего персонала (бармен, повар), обучение происходит на месте перед началом работы и контролируется в течении первых дней. Старший повар, бармен.

5. Обстановка

5.1. Обновление интерьера. При измене интерьера, организацию контролируют зам. директора, ген.директор. Однако, все описанные выше функции, официально не закреплены за должностями. В компании отсутствует строгая система выполнения и контроля маркетинговой деятельности. Некоторые обязанности сотрудники могут передавать друг другу.

Непроработанность маркетинговой политики способствует уменьшению числа постоянных клиентов, на которых в первую очередь нужно ориентироваться кафе, а также не происходит привлечения и удержания новых клиентов. Главная цель маркетингового комплекса в сфере общественного питания – это предоставление тех услуг посетителям, которых им хочется, удовлетворение их основных потребностей и желаний, требуемых от данного заведения.

Узнавать о требованиях посетителей кафе «Umai sushi» предприятие может только из их отзывах.

Заключение

Итак, в первую очередь в японской кухне отразились такие черты, как изящество и простота, а также любовь японской нации ко всему миниатюрному. Можно выделить самые характерные особенности японской кухни, а именно: большой упор на эстетичный внешний вид, свежие продукты высокого качества, небольшие порции, огромная номенклатура морепродуктов.

Объектом исследования выступил кафе Японской кухни «Umai sushi». Целевым сегментом кафе Японской кухни «Umai sushi» является население г. Хабаровск. Самое посещаемое время кафе «Umai sushi» вечернее, а самый маленький процент на утреннее время. Меню «Umai sushi» включает в себя современные тенденции японской кухни, классические блюда и новинки в японской кухне. Большую часть ассортимента меню суши-бара занимают роллы. В результате анализа деятельности суши-бара выяснилось, что «Umai sushi» установил цены ниже обычного на классическое меню (то есть такие роллы как «Сяке маки» и «Унаги маки»), в «Umai sushi» зафиксирована самая низкая цена на них.

При анализе основных технико-экономических показателей кафе «Umai sushi» за 2014 год можно сказать, что эффективность всей финансовой деятельности кафе, а также использование его трудовых ресурсов за 2014 год, говорит о хорошей экономической деятельности, т.к. все показатели показывают очень хорошие результаты.

Список использованных источников

1. ГОСТ Р 50762—2007 «Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания»
2. Баринов В.А. Организационное проектирование: Учебник / В.А. Баринов. - М.: ИНФРА-М, 2010. – 65 с.
3. Баженов Ю. К. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли: Учебное пособие / Ю.К. Баженов, Г.Г. Иванов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014.
4. Богушева В. И. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник / В. И. Богушева. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2011.
5. Ернов В. А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: учеб. пособие для вузов / В. А. Чернов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 686 с
6. Зайко Г.М. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: Учебное пособие / Г.М. Зайко, Т.А. Джум. - М.: Магистр, 2010.
7. Казакова Н. А. Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012.
8. Николаева Т. И., Егорова Н. Р. Экономика предприятий торговли и общественного питания : учебное пособие – М. : КноРус, 2010.
9. Панков В.В. Экономический анализ: Учебное пособие / В.В. Панков, Н.А. Казакова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011.
10. Фридман А. М. Экономика предприятия общественного питания / А. М. Фридман. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 41 с, 244с.