UPRAVLENETS № 5/45/ 2013

Анализ рынка и классификация предприятий общественного питания

ПРОТАСОВА Людмила Геннадьевна
Доктор технических наук, профессор, заведующая кафедрой управления качеством

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Тел.: (343) 251-96-82
E-mail: ukpt@usue.ru

ТОХИРИЁН Боисджони
Аспирант

Уральский государственный экономический университет
620144, РФ, г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45
Тел.: (343) 251-96-82
E-mail: tohiriyoni@gmail.com

Ключевые слова

КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ
РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ

Аннотация

В статье рассматривается сфера индустрии питания, приводится анализ рынка и классификация предприятий общественного питания. Характеризуются факторы, способствующие развитию и улучшению качества услуг в данной сфере. Отмечается важность внедрения новых форм обслуживания, учитывающих индивидуальные особенности и предпочтения потребителей.

JEL classification

L66

Российский рынок общественного питания далек от насыщения. Это касается всех городов России, кроме Москвы и Санкт-Петербурга. Наиболее перспективными являются рынки региональных центров. Территориально рынок общественного питания в России развивается неравномерно, и в районных центрах количество предприятий явно недостаточно.

В столице Урала Екатеринбурге сосредоточены предприятия общественного питания премиум класса, работает порядка тридцати элитных ресторанов. Средний чек в этих заведениях составляет от 3000 до 5000 р. Однако больше развита сеть недорогих ресторанов, ужин в которых обходится не дороже 1000–1300 р. К заведениям такого класса можно отнести рестораны при отелях и те, которые в дневное время организуют бизнес-ланчи со стоимостью обедов не выше 250 р. [10].

На сегодняшний день в Свердловской области работает 6336 предприятий общественного питания: 177 ресторанов, 354 бара, 930 кафе, 767 закусочных, 2492 столовые, 1616 буфетов, кафетериев, кулинарных магазинов, кофеен и т.д. В столице Урала к популярным формам относятся рестораны самообслуживания, так называемые «демократичные» рестораны и кофейни. Развивается мода на рестораны-клубы, которые открывают в элитных жилых застройках города. Растет популярность и разнообразие кофеен, но пока только среди городских жителей, 85% из которых сосредоточено в Екатеринбурге [6].

За год количество объектов увеличилось на 177 единиц. В настоящее время рост числа предприятий общественного питания связан с развитием материально-технической базы, внедрением прогрессивных технологий; растет количество предприятий в секторе креативных направлений.

В последние годы в индустрии общественного питания в нашей стране происходят заметные изменения. По сравнению с предыдущими годами количество предприятий общественного питания возрастает, расширяется ассортимент, повышается качество и организация обслуживания. Стимулом для этого является рост благосостояния, возросшая деловая активность, все более ускоряющийся темп жизни, изменение менталитета россиян, в том числе необходимость более экономного использования времени.

Развитие и улучшение качества услуг общественного питания возможно в том случае, если проектирование новых предприятий общественного питания будет вестись с применением современного оборудования, новых типов предприятий, форм обслуживания, передовых технологий производства и рациональных схем размещения этих предприятий.

Очень важно в первую очередь определить профиль будущего предприятия, что позволит иметь стабильный круг потребителей и удовлетворить их потребности в качестве обслуживания, продукции, среде, в которой они будут чувствовать себя удобно и комфортно.

Помимо этого, для обеспечения конкурентоспособности предприятию необходимо снижать издержки, т.е. планировать, организовывать и контролировать технические, производственные, административные и человеческие ресурсы, влияющие на качество продукции и услуг, безопасность и ассортимент.

Однако следует помнить, что для разных категорий населения необходимо предусмотреть разные виды питания, такие как завтраки, обеды, ужины, промежуточные приемы пищи, бизнес-ланчи во время коротких обеденных перерывов и во время отдыха. В зависимости от контингента потребителей способы организации досуга также различны. Если, к примеру, молодежь предпочитает более ритмичное музыкальное сопровождение, то большинство представителей старшего поколения, наоборот, выбирают такие предприятия общественного питания, где создана

УПРАВЛЕНЕЦ № 5/45/ 2013

Market Analysis and Classification of Public Catering Enterprises

Lyudmila G. PROTASOVA
Dr. Sc., Prof., Head of Quality Management Dept.

Urals State University of Economics
620144, RF, Yekaterinburg,
ul. 8 Marta/Narodnoy Voli, 62/45
Phone: (343) 251-96-82
E-mail: ukpt@usue.ru

Boisdzhoni TOKHIRIYON
Postgraduate

Urals State University of Economics
620144, RF, Yekaterinburg,
ul. 8 Marta/Narodnoy Voli, 62/45
Phone: (343) 251-96-82
E-mail: tohiriyoni@gmail.com

Key words

CLASSIFICATION OF CATERING ENTERPRISES

CATERING MARKET

FOOD INDUSTRY

Summary

The paper explores the food industry, provides analysis of catering market and classification of catering enterprises, characterizes factors that contribute to the development and improvement of services quality in this sphere. The authors stress the importance of introduction of new forms of servicing which take into account individual peculiarities and preferences of consumers.

JEL classification

L66

Классификация предприятий общественного питания в зависимости от индивидуальных особенностей и потребностей потребителей [1; 2; 4; 8]

Классификация	Формат предприятий	Особенности
По интересам потребителей	Спортбары; видеоигровой бар	Новое тематическое заведение по желаниям потребителей; могут поиграть сами и следить за онлайн сражениями
	Паб	Предназначение паба как питейного заведения, а также как места для игр (дартс, бильярд, шахматы и т.д.); внимание в пабах уделяется музыке (играют музыканты) и спорту (обязательные спортивные трансляции)
По особенности приготовления блюд	Открытая кухня	Блюда готовятся непосредственно перед клиентом
	Загородные рестораны; траттории	Возможность самостоятельно добыть свой ужин; отсутствует напечатанное меню; упрощенный сервис
В зависимости от качества сырья	Slow Food	Использование только биологически чистых продуктов
По особенностям обслуживания	Free flow (свободный доступ)	Свободное перемещение гостей (нет официантов); самостоятельный выбор готовящихся при них блюд, приготовление блюд на глазах у посетителей
	Quick Restaurant Service; Fast Casual (быстрый и демократичный)	Ассортимент у́же, чем в обычном ресторане, но скорость обслуживания выше; каждое блюдо готовится индивидуально для конкретного клиента; при приготовлении используются деликатесы
	Street food (уличная еда)	Специализируются преимущественно на монопродукте (пирожки, блинчики, чебуреки и пр.)
	Food court (ресторанный дворик)	Много точек общественного питания в одном месте (на одной площадке, этаже) в торговом центре
	Шоу-рум	Объединяют в себе два существующих формата ресторанов (японской и итальянской кухнии)
С учетом национальных особенностей блюд	Рестораны латиноамериканской кухни	Смешанный ассортимент блюд (испанцы, португальцы, французы, англичане – «первооткрыватели» Америки и местные индейцы соединили в своей кухне все культуры и традиции); легко отличимый от других кулинарный стиль
По времени обслуживания	Кафе-гамак	Кафе оборудовано гамаками вместо столов и стульев, предлагает посетителям перекусить, лежа в гамаках; существуют определенные ограничения на время пребывания в кафе – от 90 до 120 минут
	Антикафе	Расчет идет на время

спокойная, домашняя атмосфера, располагающая к семейному отдыху. В связи с этим организация мероприятий на предприятиях общественного питания должна учитывать интересы категории потребителей, уровень их дохода, а также ритм и режим жизни.

В настоящее время наблюдается рост количества предприятий общественного питания, предоставляющих услуги населению в питании и проведении досуга. Существует ряд классификаций предприятий общественного питания, одни из них предоставляют услуги исключительно по питанию, другие дополняют их организацией досуга потребителей.

Классификации предприятий общественного питания приводятся в работах разных авторов [3; 5; 9]; они осущест-

вляются в зависимости от характера производства, деятельности, ассортимента, вида и типа предприятия. Недостатком вышеуказанных классификаций является то, что в них не отражены предприятия общественного питания с учетом индивидуальных особенностей и потребностей потребителей. Развитие индустрии питания привело к возникновению новых смешанных типов предприятий общественного питания. Переход к рыночной экономике обусловил появление новых признаков в классификации предприятий, которые отражены в таблице.

В настоящее время в сферу общественного питания «пришло» много новых терминов на английском языке, которые легко «прижились» в современном мире. Например, HoReCa (рус. Хóрéкá) – термин, обозначающий сферу общественного питания и гостиничного хозяйства) [6].

Охарактеризуем некоторые особенности предприятий, представленных в нашей классификации:

Street food – заведения, специализирующиеся преимущественно на монопродукте. Например, небольшие павильончики на улицах с хорошей проходимостью предлагают в основном блинчики, чебуреки, пирожки, гамбургеры, шаурму, хот-доги, горячие бутерброды и пр. Считается, что стрит-фуд одна из перспективных тенденций развития общепита.

Food-court – множество точек общественного питания, собранных в одном месте, например в торговом центре. Более подробно о фуд-кортах можно прочитать в статье [7].

Free Flow – отличительными особенностями этого формата являются наличие открытой кухни, приготовление блюд на глазах у посетителей, принцип самообслуживания (нет официантов). Приготовление блюд – захватывающее кулинарное шоу.

Fast Casual – сетевой формат с возможным использованием франчайзинга, который отличают ограниченное меню, быстрота обслуживания, невысокая цена, демократичная атмосфера, стандартизация процессов, меню и деталей интерьера.

Quick Restaurant Service – ресторан быстрого обслуживания, базирующийся на качественных собственных полуфабрикатах; ассортимент меньше, но скорость обслуживания выше.

Slow Food – подразумевается правильный подход к подбору продуктов питания – свежие, без консервантов, экологически и генетически чистые; представляет направление «здоровое питание».

Паб (англ. Pub – сокращение от Public house, публичное заведение) – заведение, в котором продаются алкогольные напитки. Основа декора пабов – викторианский или эдвардианский стиль: темные теплые тона, хорошее освещение и изысканное стекло. Пиковые продажи приходятся на время после 21-00.

Траттории – ресторанчики, предлагающие множество блюд традиционной и популярной итальянской кухни, а также широкий выбор вина; атмосфера – неформальная и непринужденная, дружелюбная.

В настоящее время конкуренция на рынке общественного питания в России приобрела такую остроту, что уже недостаточно просто «быть», надо быть лучшим. Основная задача – это ассортимент продукции, качество и культура обслуживания.

Таким образом, сегодня общественное питание представляет собой разнообразие форм, типов, особенностей предприятия. Несмотря на это, остаются свободные места для открытия новых современных предприятий общественного питания. Привлечь посетителей можно новыми форматами заведений, такими как видеоигровой бар, антикафе, кафе-гамак, шоу-рум и т.д., которые будут пользоваться большим спросом населения. Соответственно, такие форматы могли бы заинтересовать инвесторов. ■

Источники

1. В Париже открыли первый видеоигровой бар // Le premier bar d'«e-sport» en Europe a ouvert à Paris. URL: www.leparisien.fr
2. В токийском кафе посетителям предлагают пообедать в гамаке. URL: www.restoranoved.ru.
3. ГОСТ Р 50762-2007. Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания. М.: Стандартинформ, 2006.
4. Дьякова О. Современная классификация предприятий общепита. URL: http://kafemania.ru/.
5. Зайко Г.М. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания. М.: Магистр, 2011.
6. Информация о состоянии и итогах развития потребительского рынка Свердловской области за январь–июнь 2012 г. URL: http://mintorg.midural.ru
7. Международная выставка индустрии быстрого питания. URL: www.fastfoodexpo.ru/ru-RU/expert/9146.aspx
8. Мошная Е. Петербургские рестораны делают акцент на необычность. URL: www.restoranoved.ru/bbpubl.php?numn=4506
9. Радченко Л.А. Обслуживание на предприятиях общественного питания. Ростов н/Д: Феникс, 2010.
10. Свердловчанами заинтересовались иностранные сети общественного питания. URL: www.e1.ru/news/spool/news_id-382282-section_id-96.html

References

1. The first video game bar was opened in Paris. [Le premier bar d'«e-sport» en Europe a ouvert à Paris]. Available at: www.leparisien.fr.
2. In Tokyo cafe customers are offered to dine in the hammock. Available at: www.restoranoved.ru.
3. GOST R 50762-2007. Services of public catering. Classification of public catering enterprises. [*Uslugi obshchestvennogo pitaniya. Klassifikatsiya predpriyatiy obshchestvennogo pitaniya*]. Moscow, Standartinform, 2006.
4. Diacova O. Modern classification of public catering enterprises. Available at: http://kafemania.ru/.
5. Zayko G.M. Organization of manufacturing and servicing in public catering enterprises. [*Organizatsiya proizvodstva i obsluzhivaniya na predpriyatiyakh obshchestvennogo pitaniya*]. Moscow, Magistr, 2011.
6. Information about the condition and results of development of the consumer market of Sverdlovsk oblast for January–June 2012. Available at: http://mintorg.midural.ru.
7. International exhibition of fast food industry. Available at: www.fastfoodexpo.ru/ru-RU/expert/9146.aspx.
8. Moshnaya Ye. St.-Petersburg's restaurants are focused on the unusual. Available at: www.restoranoved.ru/bbpubl.php?numn=4506.
9. Radchenko L.A. Service at the public catering enterprises. [*Obsluzhivanie na predpriyatiyakh obshchestvennogo pitaniya*]. Rostov-na-Donu, Feniks, 2010.
10. Foreign networks of public catering got interested in Sverdlovsk. Available at: www.e1.ru/news/spool/news_id-382282-section_id-96.html.