

УДК 640.43

А.Н. Веретенников,

*председатель Ассоциации рестораторов Хабаровского края*

## ФОРМАТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

*Усиление конкуренции на рынке ресторанных услуг заставляет рестораторов учитывать потребности отдельных групп посетителей, открывать предприятия с новыми концепциями, в новых форматах. Практика показывает, что в России используются как форматы, зарекомендовавшие себя в других странах, так и такие, которым свойственен национальный колорит, а также работающие на монопродукте.*

**Ключевые слова:** *ресторанные услуги, конкуренция, индустрия питания, бизнес, инновационная деятельность.*

*Increasing competition in the market of restaurant services makes restaurateurs to consider the needs of individual groups of visitors, to open enterprises with new concepts, in new formats. Practice shows that in Russia there are formats that have proven themselves in other countries and those that have national color, as well as those that work on a mono-product.*

**Keywords:** *restaurant services, competition, food industry, business, innovation activity.*

Усиление конкуренции на рынке ресторанных услуг заставляет рестораторов учитывать потребности отдельных групп посетителей, открывать предприятия с новыми концепциями, в новых форматах. Популярными становятся разные, часто совершенно противоположные тренды ресторанного бизнеса: формат «фудмаркеты и инновационные фудкорты»; «slow-food» (медленное употребление вкусной и здоровой пищи, воспитание вкуса у клиентов и возвращение у них уважения к еде); формат подачи еды «finger-food» (фуршет, где едят только руками) и «tapas» (на стол подается одна огромная тарелка на всех); переход на приготовление блюд из экологически чистых продуктов и др.

Межгосударственный стандарт ГОСТ 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения», введенный в действие приказом Росстандарта от 27

июня 2013 г. № 191-ст, не содержит определения «формат предприятий индустрии питания», но, как отмечается разными учеными и практиками (А.А. Гугелев [1], Р.В. Крылова [3], Т.В. Мазанкова [6]), назрела необходимость ввести данный термин в оборот.

Формат ресторана – это проверенная, опробованная на практике модель бизнеса, стандартизированная форма ведения бизнес-процесса.

Практика показывает, что в России открываются как форматы, зарекомендовавшие себя уже в других странах, так и особые предприятия питания, которым свойственен и национальный колорит, и работа на монопродукте (картофеле, мясе).

Наиболее полная классификация форматов предприятий индустрии питания представлена в работе Р.В. Крыловой [3] (пояснения к рисунку 1 представлены в таблице).

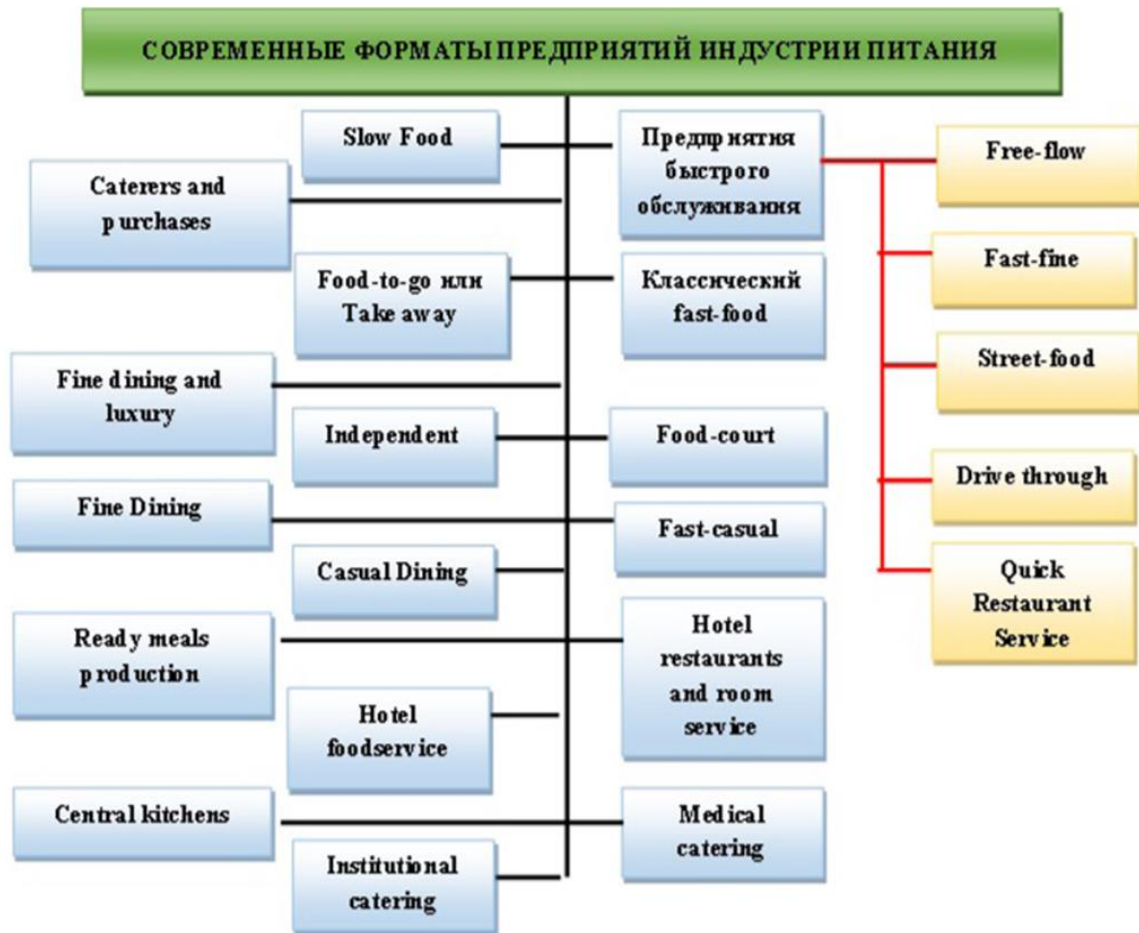


Рисунок 1 – Современные форматы предприятий индустрии питания [3]

Таблица – Характеристика форматов предприятий индустрии питания [3]

Вид формата	Определение
Slow Food	Здоровое питание без ускорителей роста и химических добавок
Caterer sand purchases	Предприятия корпоративного кейтеринга
Food-to-go или Take away	Еда с собой, на вынос (в офис, в дорогу, на пикник и т.д.)
Fine dining andluxury	Предприятия премиального и привилегированного сегмента
Independent	Независимые предприятия, в т.ч. семейного формата
Fine Dining	Синтез классического ресторана и демократичного кафе: качественное обслуживание, высокий средний чек, эксклюзивность, индивидуальность оказываемых услуг
Ready mealsproduction	Предприятия по выпуску готовой продукции: фабрики-кухни, цеха по производству салатов и полуфабрикатов, комбинаты питания и мини-заводы
Casual Dining	Демократичные заведения: кондитерская, стейк-хаус, пивная, кофейня, национальный ресторан, бар
Hotel food service	Подразделения общественного питания при сетях продуктового ритейла: кулинария или кулинарный отдел при супермаркетах и гипермаркетах
Central kitchens	Предприятия питания при непрофильных коммерческих структурах: столовые и пищеблоки крупных заводов, промышленных объединений, складских и торговых комплексах
Предприятия быстрого обслуживания	Предприятие с небольшим средним чеком, ограниченным ассортиментом по меню
Классический fast-food	Предприятие, позиционирующее себя на монопродукте, проводящее специальные акции и сезонные предложения, самообслуживание

## Продолжение таблицы

Food-court	Предприятие, располагающееся в торговом центре, позиционирующее себя как «ресторанный дворик»
Fast-casual	Предприятие, предлагающее быстрое обслуживание, индивидуальное приготовление и стильный интерьер за небольшие деньги. «Быстрый и демократичный»
Hotel restaurants and room service	Предприятия питания в отелях
Institutional catering	Предприятия социального питания: столовые крупных госучреждений, школ, детских садов, больниц, пищеблоки в армии
Medical catering	Предприятия питания в санаторно-курортных учреждениях: пансионаты, дома отдыха, санатории, спа-комплексы
Free-flow	Предприятие, предлагающее большой выбор готовых блюд гостю, организующее «свободный поток», имеющее высокую пропускную способность
Fast-fine	Предприятие, сочетающее почти премиальную еду с быстрым обслуживанием и очень демократичной обстановкой и атмосферой
Street-food «Уличный фаст-фуд»	Предприятие, предлагающее формат, когда блюдо можно есть одной рукой (блинчики, хот-доги, шаурма, пирожки, гамбургеры)
Drive through	Предприятие, предназначенное для автомобилистов, в котором обслуживание гостей происходит в транспортном средстве
Quick Restaurant Service	Ресторан быстрого обслуживания, базируется на качественных собственных полуфабрикатах, высокая скорость обслуживания

Новыми направлениями в ресторанной индустрии являются [1; 2; 6; 7, 8; 10]:

- формат «рыба как новое мясо»: интерпретация исконно мясных блюд с использованием рыбы и морепродуктов;
- формат openkitchen, или кухня-витрина: приготовление блюд на глазах у посетителей (когда клиенты могут наблюдать за процессом приготовления блюд и профессионализмом производственного персонала);
- формат slow-food: использование минимума обработки, большое количество блюд из овощей и фруктов, воспитание изысканного вкуса у клиентов;
- формат pop-up рестораны: ограниченное меню, небольшое количество столиков, бронирование столиков через сети;
- формат cross-cooking (*англ. cross – перекресток; cooking – приготовление пищи*), или стиль «фьюжн» (кухня ориентирована на эстетов; на микс-стиль в еде и концепцию);
- формат подачи еды: finger-food

(фуршет, где едят только руками) и tapas (на стол подается одна огромная тарелка на всех);

- переход на приготовление блюд из экологически чистых продуктов;
- комбинация с искусством (проведение на предприятиях питания концертов, творческих вечеров, выставок);
- крышно-ресторанный бизнес (размещение предприятий на крыше домов);
- формат «дети на кухне», когда маленькие посетители примеряют на себя профессию шеф-повара;
- формат, основанный на одном технологическом приеме обработки продуктов питания, например копчения.

Наиболее популярными являются форматы здорового питания, включая функциональное питание, как ответ на ухудшение экологии и интенсивный ритм жизни. Формат предприятия и его стратегия взаимосвязаны и взаимозависимы. Чтобы добиться успеха в условиях усиления конкуренции на рынке, предприятиям

необходимо четко определиться со стратегией своего предприятия. Стратегия предприятия, в свою очередь, должна быть направлена на максимальное использование преимуществ и сильных сто-

рон организации для завоевания большей доли рынка [9; 10]. Новые форматы в индустрии питания создаются по семи основным стратегическим направлениям, которые представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Стратегические концепции развития бизнеса

Перспективными стратегическими концепциями являются: национальная кухня; экологическая еда; учет влияния окружающего мира; сосредоточение на самочувствии посетителя; стремление к простоте и натуральности; новое прочтение рецептов прошлого; стремление к рисковому новому.

Наибольший интерес с точки зрения

повышения туристической привлекательности региона представляет формат «национальная кухня». Национальная кухня является сложным комплексным феноменом, складывающимся на протяжении нескольких историко-культурных эпох. Возникает она и формируется под влиянием природных условий, сырьевой базы, климата территории, способа обо-

грева жилища и других факторов [4; 5]. Как отмечается в предыдущих работах авторов [9], дальневосточная кухня представляет собой сложный конструкт, состоящий из четырех слоев: первый слой – местная кухня аборигенов, второй – славянская кухня, третий слой представляет собой заимствование у азиатских соседей, четвертый слой – это наследие советского и текущего периодов.

Исследователями отмечается типоло-

гия трендов предприятий индустрии питания (рисунок 3). Разрабатывая концепцию предприятия, ресторатор учитывает мотивацию посетителя, критерии выбора посетителем заведения, специфичные характеристики отдельных форматов. Концепция ресторана – это креативная упаковка формата, то есть это те услуги и «впечатления», которые заведение будет предоставлять населению и вокруг которых будет строиться бизнес-процесс.



Рисунок 3 – Типология трендов предприятий индустрии питания [3]

Выбор стратегии развития осуществляется с учетом формата заведения, уровня комфорта, позиционирования на рынке, месторасположения, методов и форм обслуживания, уровня цен. В этих условиях усиливается инновационная деятельность предприятия индустрии питания. Внедрение инноваций, современных технологий на предприятиях индустрии питания происходит не точечно, а сопровождается комплексом мероприятий: индустриализацией; структурной перестройкой производства; сменой концепции бизнеса и целей развития; повышением уровня квалификации кадров, способных работать на высокотехнологичных производствах, и т.д.

В зависимости от выбранной стратегии инновационного развития, происходит выбор предметной специализации ресторанный предприятия, технологий его основного и вспомогательного производства, корректируется система управления и восприятия внешней среды по отношению к ресторанному бизнесу. Большое значение для инновационного развития имеет грамотный квалифицированный персонал предприятий индустрии питания.

Усиление конкуренции на рынке ресторанных услуг заставляет рестораторов учитывать потребности отдельных групп посетителей, открывать предприятия с новыми концепциями, в новых форматах.

Новые направления в форматах предприятий можно сгруппировать по направле-

ниям: национальная кухня, экологическая еда, учет влияния окружающего мира, сосредоточение на самочувствии посетителя, стремлении к простоте и натуральности, новое прочтение рецептов прошлого, стремление к рисковому новому.

#### Список использованных источников

1 Гугелев А. Современные аспекты конкурентной борьбы ресторанов быстрого питания / А. Гугелев, Н. Голд, С. Чистикова // Экономическая безопасность и качество. 2018. № 2 (31). С. 81–93; [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_35162428\\_45072152.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_35162428_45072152.pdf) (дата обращения 15.02.2019).

2 Захарова И. И. Новый взгляд на питание вне дома в контексте политических изменений в мире / И. И. Захарова // Академическая публицистика. 2017. № 2. С. 73–84; [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_28390417\\_63733804.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_28390417_63733804.pdf) (дата обращения 02.02.2019).

3 Крылова Р. В. Современные форматы предприятий индустрии питания / Р. В. Крылова // Азимут научных исследований : экономика и управление. 2018. № 4 (21). Т. 6. С. 132–136; [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_32351178\\_65254037.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_32351178_65254037.pdf) (дата обращения 02.02.2019).

4 Мазанкова Т. В. Изменение гастрономических предпочтений россиян в приграничных районах (на примере г. Хаба-

ровска) / Т. В. Мазанкова // Развитие российско-китайских отношений : новая международная реальность : материалы Второй международ. науч.-практич. конференции, посвященной 70-летию Победы во Второй мировой войне : в 2 ч. / под науч. ред. А. П. Суходолова, Т. Г. Озерниковой. Иркутск : Изд-во БГУ, 2016. С. 205–211; <http://elibrary.ru/download/77474954.pdf>

5 Мазанкова Т. В. Национальная кухня в диалоге культур / Т. В. Мазанкова // Пространство ШОС как растущий центр партнерства в науке, образовании и культуре : материалы Международ. науч.-практич. конференции. Хабаровск : РИЦ ХГУЭП. 2016. С. 108–111; [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_28830214\\_80026528.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_28830214_80026528.pdf)

6 Мазанкова Т. В. Современные подходы к классификации ресторанов / Т. В. Мазанкова // Региональный потребительский рынок : проблемы и перспективы инновационного развития : материалы Всероссийской заоч. науч.-практич. конференции 10 декабря – 15 декабря 2010 года / под ред. Д. А. Попова. Хабаровск : РИЦ ХГАЭП, 2011. С. 172–175.

7 Ожерельева А. В. Исследование предпочтений населения города Кемерово в отношении потребительских свойств продукции общественного питания / А. В. Ожерельева // Техника и технологии пищевых производств. 2017. № 3 (46). С. 147–151; [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_301085](https://elibrary.ru/download/elibrary_301085)

97\_32880074.pdf (дата обращения 02.02.2019).

8 Старовойтова Я. Ю. Эволюция и современное состояние концепции сегментированного рынка услуг общественного питания / Я. Ю. Старовойтова // Научное обозрение. Экономические науки. 2017. № 2. С. 118–125; [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_28948484\\_66473519.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_28948484_66473519.pdf) (дата обращения 02.02.2019).

9 Чимитдоржиев Ж. Ж. Этнические кухни в городе Хабаровске / Ж. Ж. Чимитдоржиев, А. Н. Веретенников // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2018. № 4. С. 203–211.

10 Чимитдоржиев Ж. Ж. «Этнизированное» предпринимательство : предпринимательские практики дальневосточных корейцев / Ж. Ж. Чимитдоржиев, В. Н. Украинский // Регионалистика. 2016. Т. 3. № 1. С. 43–54.