

УДК 338.462

КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ИХ РАЗВИТИЕ (НА ПРИМЕРЕ ДЕТСКОГО КАФЕ)

Орлова А.И.

ГБОУ ВПО НГИЭИ – филиал Институт пищевых технологий и дизайна, г. Н. Новгород, annasamurina@mail.ru

В современной экономической ситуации в РФ развитие общественного питания представляет собой особый теоретический и практический интерес и продолжает оставаться неотъемлемой частью жизни населения и каждого человека в частности. Стремительное развитие рыночных отношений в сфере общественного питания в последние годы, сопровождающееся ужесточением конкуренции среди ресторанов, баров, кафе и других типов предприятий, предопределяет необходимость современной адаптации традиционных и инновационных подходов к изучению и оценке деятельности предприятий общественного питания. В условиях постепенного перехода на новые формы общественного питания при стремительной интенсификации производства выпускаемой продукции изменяются роль и функции общественного питания, что предопределяет его ускоренное развитие на основе повышения эффективности использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов.

Ключевые слова: современная классификация, предприятия общественного питания, факторы, влияющие на развитие предприятий

CLASSIFICATION OF CATERING AND FACTORS AFFECTING THEIR DEVELOPMENT (FOR EXAMPLE, CHILDREN'S CAFE)

Orlova A.I.

NGIEI – branch of the Institute of Food Technology and Design, Nizhny Novgorod, annasamurina@mail.ru

In the current economic situation in Russia is the development of catering co-featured bout of special theoretical and practical interest and continues to be an integral part of life and every person in particular. The rapid development of market relations in the sphere of public catering in recent years, accompanied by increasing competition among restaurants, bars, cafes and other types of enterprises, determines the need for a modern adaptation of traditional and innovative approaches to learning and assessment activities catering. With the gradual transition to new forms of social power with the rapid intensification of production of the products change the role and functions of public power that predetermines its accelerated development through improved use of material, financial and human resources.

Keywords: modern classification, catering, Faculty tori affecting the development of enterprises

В современной экономической ситуации в РФ развитие общественного питания представляет собой особый теоретический и практический интерес и продолжает оставаться неотъемлемой частью жизни населения и каждого человека в частности. Стремительное развитие рыночных отношений в сфере общественного питания в последние годы, сопровождающееся ужесточением конкуренции среди ресторанов, баров, кафе и других типов предприятий, предопределяет необходимость современной адаптации традиционных и инновационных подходов к изучению и оценке деятельности предприятий общественного питания. В современных рыночных условиях общественное питание является одним из перспективных и развивающихся секторов экономики РФ.

Материалы и методы исследования. Развитие предприятий общественного питания изложены в трудах С.И. Балаева, А.Д. Ефимова, Ф.Х. Карданова, М.А. Максимовой, А.М. Мукожева, Д.А. Смагина, И.Н. Смагиной, И.Р. Смирновой и др.

Проблемы формирования услуг в отрасли общественного питания нашли отражение в трудах Е.М. Баканковой, В.А. Барановского, Е.В. Башмачниковой, А.П. Гарнова, Т.Н. Кутаевой, Т.И. Николаевой, С.Н. Пугачевой, З.О. Фадеевой и др.

Несмотря на многочисленность научных публикаций отечественных и зарубежных ученых, многие проблемы формирования и развития отрасли общественного питания еще не нашли своего теоретического и практического решения в условиях современной рыночной экономики.

В трудах многих отечественных ученых общественное питание рассматривается как отрасль, основной целью которой является удовлетворение потребности населения в услугах по организации питания. Т.И. Николаева и З.О. Фадеева определяют общественное питание как одну из общественно организованных форм удовлетворения потребностей людей, а именно форму удовлетворения потребностей населения в услугах и организации питания вне домашних условий [6].

Согласно ГОСТ Р 50647 – 2010, «общественное питание» – это самостоятельная отрасль экономики, состоящая из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры, организующая питание населения, а также производство и реализацию готовой продукции и полуфабрикатов, как на предприятии общественного питания, так и вне его, с возможностью оказания широкого перечня услуг по организации досуга и других дополнительных услуг [1].

Мы считаем, что в данных определениях не в полной мере отражается сущность общественного питания, как экономического сектора, главной целью которого является получение прибыли в результате удовлетворения индивидуальных потребностей населения как в услугах по организации питания, так и в организации досуга и отдыха.

Автором уточнено понятие «общественное питание», как *система предприятий питания всех форм собственности, выражающая сущность товарно-денежных отношений в виде получения прибыли в результате производства продукции, ее реализации и организации потребления, а также оказания дополнительных услуг.*

В современных рыночных условиях услуги общественного питания являются одной из перспективных и развивающихся составляющих экономики. В отечественных и зарубежных трудах разных авторов отражено большое разнообразие определений понятия «услуга» и множество подходов к классификации этого понятия.

М.С. Абтюрина предполагает, что если взять за основу предполагаемое покупателем единство товаров и услуг, как объектов купли-продажи, то рынок «услуг общественного питания» можно рассматривать так же, как и рынок различных потребительских услуг [3].

Автором определено, что отличительной особенностью услуг общественного питания является их нахождение на грани осязаемых и неосязаемых товаров. Более полная трактовка определения услуги общественного питания приведена в ГОСТ Р 50647 – 2010 «Термины и определения», но автором предлагается ее дополнение: услуга общественного питания – это *комплекс действий* предприятий общественного питания (юридических лиц или индивидуальных предпринимателей), *являющихся объектом купли-продажи* по удовлетворению потребностей потребителя в продукции общественного питания, *связанных или не связанных с реализуемой продукцией*, а также в создании условий для реализации и потребления продукции общественного питания и покупных товаров, в проведении досуга и в других дополнительных услугах.

В российской системе классификаторов услуг каждый классификатор рассматривает и раскрывает услуги общественного питания по-своему, в них отсутствует единый подход к классификации. Рассмотрев классификацию предприятий общественного питания по ГОСТ Р 50762-2007 «Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания», было установлено, что на формирование типа предприятий влияют такие факторы, как ассортимент выпускаемой продукции, материально-техническая база, методы и формы обслуживания, время обслуживания, профессиональный уровень квалификации персонала и условия обслуживания [2]. Радченко Л.А. в своих трудах классифицирует предприятия общественного питания по характеру производства, ассортименту выпускаемой продукции, объема и видов предоставляемых услуг [7].

Исходя из этого, автором систематизирована и дополнена классификация предприятий общественного питания, отражающая их признаки, виды предприятий и их характеристику в зависимости от типов современных предприятий, созданных в условиях рыночной экономики (таблица 1). Автором добавлены следующие признаки классификации предприятий: «степень участия потребителя в процессе обслуживания», «время обслуживания», «организация и управление». Признак «степень участия потребителя в процессе обслуживания» позволяет разделить предприятия питания на предприятия со свободным доступом потребителей к процессу обслуживания, ограниченным и смешанным. Признак «время обслуживания» отличает предприятия с ограниченным временем нахождения в них от предприятий с неограниченным временем посещения. Признак «организация и управление» позволяет отличать предприятия общественного питания от организаций в соответствии с ГК РФ ст.50 п.2. По данному признаку виды предприятий общественного питания, имеющие полный контроль со стороны государственной власти выступают в виде «предприятия», а все остальные, имеющие статус юридического лица, – «организации».

Таблица 1– Классификация предприятий общественного питания

Типы предприятий	Признак	Виды	Характеристика
Кафе, рестораны, бары, закусочные, общедоступные столовые, буфеты, кофейни, кафетерии, предприятия быстрого питания, магазины кулинарии	Доступность	Открытые предприятия	Предоставление полного спектра услуг по реализации продукции, организации потребления и проведения досуга
Столовые (при предприятиях и учреждениях, больницах, пансионатах, государственных структурах)		Закрытые предприятия	Предоставление основных услуг (реализация блюд, организация потребления)
Кафе, рестораны, бары, закусочные, общедоступные столовые, буфеты, кофейни, кафетерии, предприятия быстрого питания, магазины кулинарии	Организация и управление	Рыночное влияние (организации)	Рыночные методы регулирования, выдача лицензий, защита прав потребителей
Столовые (при предприятиях и учреждениях, больницах, пансионатах, государственных структурах)		Влияние гос. органов (предприятия)	Полный контроль государственных органов (разработка рациона, ценовое регулирование)
Рестораны, кафе, бары (Загородные рестораны, траттории, шоу-рум)*	Ассортимент продукции	Широкий	Большой выбор блюд и напитков
Рестораны, кафе, кофейни, бары		Специализированный	Реализация монопродуктов (рыбные, пивные, сырные, стейк-хаусы), блюд нац. кухни
Закусочные, бары, столовые (общедоступные), буфеты, предприятия быстрого питания, магазины кулинарии		Узкий	Реализация узкого ассортимента продукции, минимальное кол-во дополнительных услуг
Столовые (при предприятиях, учреждениях, больницах, пансионатах, государственных структурах)		Ограниченный	Ассортимент продукции разработан на научной основе, отсутствие доп. услуг
Кафе, рестораны, бары, закусочные, общедоступные столовые, буфеты, кофейни, кафетерии, предприятия быстрого питания, магазины кулинарии	Группы потребителей	Широкая	Все группы потребителей
Столовые (при учебных заведениях, промышленных предприятиях, питание в транспорте)		Ограниченная	Студенты, преподаватели, рабочие, служащие, пассажиры
Кафе (детские), столовые (в детских садах, школах, больницах, государственных учреждениях, структурах УФСИН)		Узкая	Дети, родители с детьми, государственные служащие, больные, заключенные
Бары, рестораны, кафе (спорт-бары, рестораны-салоны, игровые бары, видео-бары, пабы)	Интересы	Спортивные, видео-игровые	Предоставление услуг в зависимости от интересов потребителей
Рестораны, предприятия быстрого питания (фаст-фуд, Free flow (свободный доступ), Quick Restaurant Service, Fast Casual (быстрый и демократичный))*	Степень участия потребителя в процессе обслуживания	Свободный доступ	Отсутствие официантов, приготовление блюд на глазах у потребителей
Рестораны, бары, кафе, закусочные (Food court (ресторанный дворик))*		Ограниченный доступ	Обслуживание официантами, приготовление блюд на кухне
Столовые, буфеты, предприятия быстрого питания, магазины кулинарии (Street food (уличная еда))*		Смешанный доступ	Обслуживание через линию раздачи
Кафе (кафе-гамак)*	Время обслуживания	Ограниченное	Ограниченное время нахождения в кафе (от 60 до 120 мин)
Кафе (антикафе)*			Оплата времени нахождения в кафе (блюда бесплатные)
Кафе, рестораны, бары, закусочные, общедоступные столовые, буфеты, кофейни, кафетерии, предприятия быстрого питания, магазины кулинарии		Неограниченное	Без ограничения времени до закрытия предприятия

Продолжение таблицы 1

Кафе, рестораны, бары, закусочные, общедоступные столовые, буфеты, кофейни, кафетерии, предприятия быстрого питания, магазины кулинарии	Время функционирования	Стационарные	Работают весь год, в весенне-летний период могут увеличивать число мест на открытом воздухе
Кафе, закусочные (уличное питание, летние кафе)		Сезонные	Действуют в весенне-летний период
Кафе, рестораны, бары, закусочные, общедоступные столовые, буфеты, кофейни, кафетерии, предприятия быстрого питания, магазины кулинарии	Место функционирования	Стационарные	В зданиях, в культурно-развлекательных и спортивных объектах
Рестораны, кафе, столовые (вагоны-рестораны, авиа-питание, авто-столовые, авто-кафе, кейтеринг)		Передвижные	Реализуют продукцию на транспорте
Бары, рестораны	Уровень обслуживания	Люкс	Широкий выбор блюд, высокий уровень комфортности, эксклюзивность интерьера
		Высший	Большой выбор блюд, изысканность интерьера
		Первый	Разнообразный ассортимент блюд и изделий сложного изготовления, комфортность

* — Наименования предприятий общественного питания, отсутствующие в ГОСТ Р 50762 — 2007 и сформированные в условиях современной рыночной экономики

Развитие общественного питания невозможно без четкого отражения влияния факторов внешней и внутренней среды на предприятия.

Группа факторов внешней среды объединяет влияние политических, социально-демографических, финансовых, экономических, природных, географических и национальных факторов. К политическим факторам, влияющим на деятельность предприятий общественного питания, относятся законы и правовые акты, в частности: «Закон о защите прав потребителей», «Трудовой кодекс РФ», «Налоговый кодекс РФ» и др. К экономическим факторам относятся экономические показатели отрасли общественного питания. К финансовым – нормы налогообложения, доступность кредитов, финансовое состояние организаций, ценовая категория предприятий общественного питания.

Социально-демографическими факторами, влияющими на деятельность предприятий общественного питания, являются численность населения, трудовые ресурсы предприятий, денежные доходы граждан и, в свою очередь, нами выделяется повышение качества жизни населения в целом.

Нами предлагается дополнить факторы внутренней среды, непосредственно влияющих на деятельность детского кафе в современных рыночных условиях, конкурентоспособными факторами: наличие игровых площадок для детей, организация музыкального и развлекательного обслуживания, организация детских утренников, спектаклей, применение системы определения цен для детей «блюдо-фишка», предоставление детских настольных игр, использование в меню фотографий или муляжей блюд. Проанализировав факторы внешней и внутренней среды, мы отразили их специфику, непосредственно влияющих на развитие детских кафе на рисунке 1.

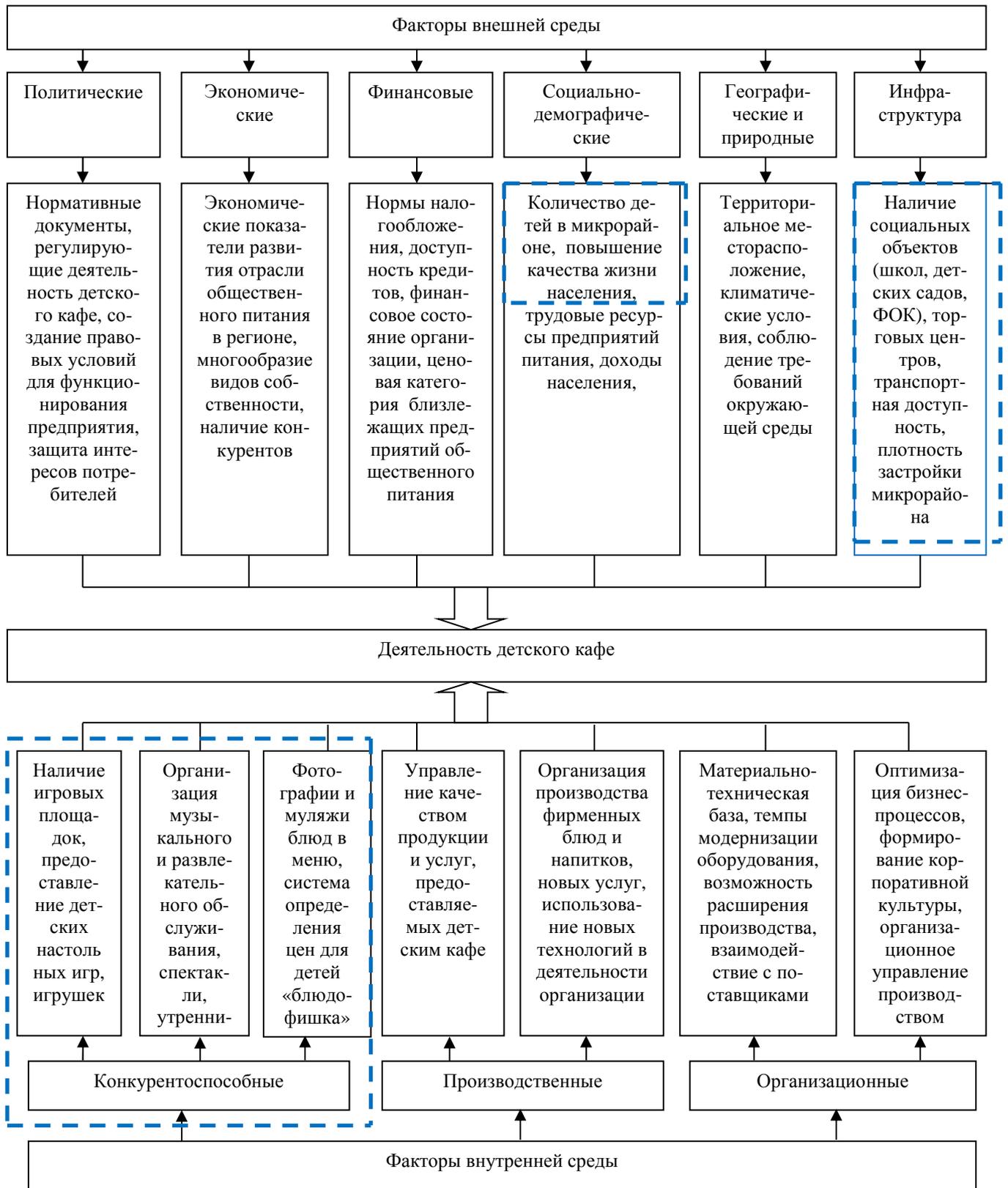


Рис. 1. Факторы, влияющие на развитие детского кафе

Составлено автором по материалам [5].

Современная экономическая обстановка в стране существенно повлияла на все отрасли промышленности, и, в частности, на общественное питание. По данным отраслевого ресурса «Весь общепит России» [8] в результате мирового финансового кризиса 2009 года около 12% предприятий общественного питания прекратили свое существование, около 8% игроков провели ребрендинг или рестайлинг своих форматов. В настоящее время рынок общественного питания стремительно восстанавливается после кризиса.

На современном рынке общественного питания функционируют следующие субъекты, представленные на рисунке 2.

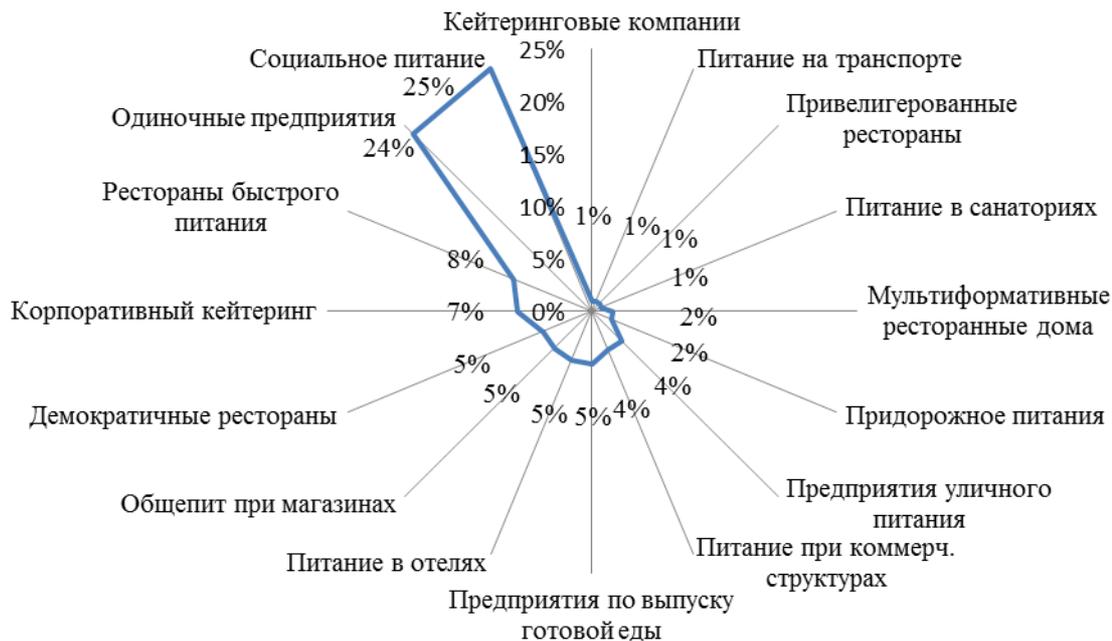


Рис. 2. Субъекты современного рынка общественного питания
Составлено автором по материалам [4].

Современный рынок общественного питания России представлен большим многообразием концепций и форматов, рассчитанных на разные целевые группы гостей и потребителей.

Исходя из представленного рисунка, большую часть занимают независимые (одиночные) предприятия общественного питания – 24%. Они являются субъектами малого бизнеса. Численность работников – от 3 до 30 человек.

Большую долю в структуре общепита занимают предприятия социального питания – 25%. Это столовые госучреждений, школ, детских садов, больниц, а также комбинаты питания, фабрики-кухни, пищеблоки в армии и др.

После них сеть ресторанов быстрого питания (fast food) – 8% и корпоративный кейтеринг – 7%.

Сеть ресторанов демократичного формата – 5% . Данная сеть представлена ресторанами, кофейнями, суши-барами, пиццериями, стейк-хаусами, фиш-хаусами, пабами и другими заведениями со средним чеком до 1 000-15 000 рублей.

5% от общего количества предприятий общественного питания занимают подразделения питания при торговых сетях. Цеха по производству готовой еды, салатов, а также кулинарные отделы представлены в 50% торговых сетей в России.

Остальные сегменты современного рынка общественного питания занимают менее 5% каждый.

Изложенное позволяет сделать вывод о том, что общественное питание, являясь неотъемлемой частью развития современного общества, активно воздействует на формирование потребностей и личное потребление. В условиях постепенного перехода на новые формы общественного питания при стремительной интенсификации производства выпускаемой продукции изменяются роль и функции общественного питания, что предопределяет его ускоренное развитие на основе повышения эффективности использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов.

Список литературы

1. ГОСТ Р 50647 – 2010 «Услуги общественного питания. Термины и определения» (утв. Приказом Росстандарта от 30. 11.2010 № 576-ст)
2. ГОСТ Р 50762-2007/2007 «Услуги общественного питания. Классификация предприятий»
3. Абтюрина, М.С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: учеб. пособие/ М.С. Абтюрина //М.: Издательство «Дело и сервис», 2010. –464 с.
4. Волкова, И.В. Ресторанный бизнес в России: с чего начать и как преуспеть/ И.В. Волкова, Я.И. Миропольский, Г.М. Мумрикова // – М.: Флинта, 2009.
5. Кутаева, Т.Н., Кутаева Е.А. Общественное питание в сфере потребительских услуг/ Т.Н. Кутаева, Е.А. Кутаева // Вестник НГИЭИ – 2013. – № 3 (22) – С. 114-125.
6. Николаева, Т.И. Организация общественного питания: резервы и оценка эффективности: учеб. пособие/ Т.И. Николаева, З.О. Фадеева // Уральский гос. экон. университет. – Екатеринбург, 2008. – 183 с.
7. Радченко, Л.А. Организация производства на предприятиях общественного питания: учебник/ Л.А. Радченко // – Ростов н/Д: Феникс, Издание 4-е, 2005. –352с.

8. Информационный портал. Весь общепит России URL: <http://www.Pitportal.ru> (дата обращения 13.12.14)

Рецензенты:

Соболев В.Ю., д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики предпринимательской деятельности Института экономики и предпринимательства ННГУ им. Н.И. Лобачевского, г. Н. Новгород;

Озина А.М., д.э.н., профессор кафедры экономической теории Нижегородского института управления филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Н. Новгород.