

В начале 90-х гг. развитие рыночных отношений привело к устранению многолетней государственной монополии на ресторанный бизнес в России. Сложные и неоднозначно оцениваемые в обществе процессы приватизации привели к изменению форм собственности многочисленных предприятий. В результате шаг за шагом экономические перемены обусловили возрождение отечественного ресторанного бизнеса, подчиняющегося законам спроса, предложения, а также конкуренции.

Анализируя состояние ресторанного рынка, необходимо отметить, что рынок услуг, в частности ресторанный рынок, напрямую зависит от общих экономических показателей, т.е. от платежеспособности потребителей услуг. Расходы россиян на питание «вне дома» до 2007 г. стабильно росли (расходы на ресторанные услуги в 2007 г. составили от 5 до 7% всех расходов). С наступлением финансового кризиса данная ситуация изменилась в сторону снижения расходов.

В свете этого представляется необходимым анализ современных концепции ресторанного бизнеса в России, а в частности экономический аспект данного вопроса.

Понятие «концепция» включает в себя различные составляющие и может рассматриваться с таких точек зрения, как: историческая, культурологическая, имиджевая точки зрения. Но наиболее важной является экономическая точка зрения рассмотрения ресторанного бизнеса, т.к. современный этап развития экономики характеризуется увеличением роли сферы услуг, т.е. укреплением позиций потребителя, а экономический аспект ресторанных концепций как раз рассматривает то, на какой сегмент потребителя направлена деятельность того или иного предприятия питания.

Заметим, что в традиционной классификации по ГОСТу предприятия питания по своему типу делятся на рестораны, бары, кафе, столовые и закусочные. Но данная классификация не соответствует реалиям современного российского рынка ресторанных услуг, вследствие этого целесообразно выделить несколько иную градацию предприятий питания, а именно:

- элитные рестораны;
- рестораны для среднего класса (демократичные);
- фаст-фуды, бары, кафе, закусочные.

На сегодняшний момент в России происходит формирование образа «пирамиды» ресторанного рынка, в основе которой находится большое количество дешевых заведений, а с повышением цены на ресторанные услуги количество предприятий уменьшается. Отметим, что данная конструкция является очень устойчивой к различным финансовым кризисам.

При анализе положения элитных ресторанов на рынке подчеркнем, что данные рестораны доступны лишь небольшому количеству населения страны (2-3%). Элитные рестораны испытывают сложности в своей работе из-за:

- постоянной потребности в финансовых средствах для поддержания стандарта заведения;
- высокого уровня конкуренции среди элитных ресторанов;
- увеличения срока окупаемости проектов по развитию ресторана;
- необходимости импорта дорогих и качественных продуктов.

Оценка ресторанов для среднего класса показывает, что данный сегмент рынка не сформирован, хоть и более насыщен на данный момент, чем, например, 5-6 лет назад. При этом рестораны для среднего класса несут меньшие убытки во время современного финансового кризиса. К тому же у ресторанов, ориентированных на средний класс, имеется резерв для снижения издержек. Для этого необходимо увеличить использование российских продуктов, т.к. данные статистики показывают, что если 90% всех закупок делать на российском рынке, то это позволит снизить себестоимость блюд на 60%.

Особенностью же сегмента ресторанного рынка, состоящих из предприятий фаст-фуда, баров, кафе и закусочных, является возможность заполнить собой недостаточно сформированный сегмент демократичных ресторанов. Особенно это характерно для предприятий фаст-фуда. Сейчас данная ниша ресторанного рынка является наиболее перспективной, с небольшим объемом инвестиций и быстрым сроком окупаемости. Даже во время финансового кризиса рассматриваемый сегмент не теряет своих позиций.

По оценкам независимых экспертов прогнозируют, что «пирамида» ресторанного рынка после кризиса станет более приземленной. Ее вершина (элитные рестораны) должна сузиться по некоторым оценкам вдвое. Сегмент демократичных ресторанов может сократиться на 15-30%. Вероятно, не пострадает лишь основание «пирамиды», ожидается даже увеличение прибыли некоторых предприятий данного сегмента.

Список использованной литературы

ГОСТ 3 50762-95 (в ред. Постановления Госстандарта РФ от 15. 05. 1996 № 308) «Общественное питание. Классификация предприятий».

Трофимов С. Ресторанный рынок Москвы // Ресторан, 2001, № 1.

Список электронных ресурсов

www.horeca-portal.ru

www.restorante.com.ru

www.openbusiness.ru