

мнению автора, необходимо уйти от данной методики и дать большую самостоятельность предприятиям. Таким образом, неэффективные предприятия отсеются сами собой, в ходе конкуренции, а наиболее преуспевающие увеличат своё доминирующее положение на рынке. В результате этого потребитель получит более качественную отечественную продукцию по более низкой стоимости, а предприятия выйдут на новый уровень и смогут составить конкуренцию зарубежным брендам не только на рынке Беларуси, но и за её границей.

Список литературы

1. Статистический буклет «Промышленность Республики Беларусь, 2022» // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Минск, 2022. 44 с.
2. Соотношение запасов и среднемесячного объема производства на конец периода, в % / Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. Минск, 2023. Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=136940>

УДК 33.338.12.023

Д. Иржанов, Л.С. Нурпеисова
D.Irzhanov, L.S. Nurpeisova
Казахский университет Международных Отношений
и Мировых Языков им. Абылай хана, г. Алматы, Казахстан
Kazakh University of International Relations
and World Languages them. Abylay Khan, Almaty, Kazakhstan.
Leila_1410@mail.ru

КЛАССИФИКАЦИЯ РЕСТОРАНОВ, ВОСТРЕБОВАННОСТЬ РЕСТОРАНОВ НА РЫНКЕ КАЗАХСТАНА CLASSIFICATION OF RESTAURANTS, THE DEMAND FOR RESTAURANTS IN THE MARKET OF KAZAKHSTA

Аннотация. Рестораны – это предприятия общественного питания, предоставляющие посетителям разные блюда, напитки, кондитерские изделия и возможно, дополнительные услуги. Рестораны в наше время классифицируются по многим составляющим: от класса заведения и его ценовой категории до вида кухни, которую он подает; от формата заведения до его месторасположения. При разработке бизнес плана ресторанный дела, необходимо принимать во внимание множество факторов и изучить востребованность на рынке.

Annotation. Restaurants are catering establishments that provide visitors with various dishes, drinks, confectionery and possibly additional services. Restaurants nowadays are classified according to many components: from the class of the institution and its price category to the type of cuisine it serves; from the format of the institution to its location. When developing a business plan for a restaurant business, it is necessary to take into account many factors and study the demand in the market.

Ключевые слова: рынок, кухня, стандарты предприятия, классификация, факторы.

Keywords: market, cuisine, enterprise standards, classification, factors.

В настоящее время в Казахстане действует большое количество ресторанов, причем основная их часть сосредоточена в Алматы. Поэтому именно здесь возрастает конкуренция между ними. Чтобы выстоять в этой борьбе, ресторанам необходимо повышать качество услуг, держать конкурентоспособные цены, а также другими способами привлекать потенциальных клиентов. Исследованиями в этих областях занимается маркетинг [1]. Классификация ресторанов необходима как посетителям, так и самим предпринимателям для определения, какую ценовую нишу они будут занимать, какой уровень обслуживания у них будет и какая кухня подаваться гостям, будут дополнительные услуги или нет. Классификация так же позволяет более подробно изучить рынок и выявить как слабые, так и сильные стороны каждой группы.

Предприятия общественного питания делятся по следующим категориям:

По уровню обслуживания и по ГОСТу, по звездам ресторана, по формату организации, по месторасположению, наличию дополнительных услуг и подаваемой кухне. Классификация по ГОСТу и уровню обслуживания. Согласно данной классификации, рестораны делятся на следующие три группы:

Рестораны класса «Люкс». Их особенность – самый высокий уровень обслуживания и комфорта для посетителей. Вся мебель и предметы интерьера выполнены в изысканном и утонченном оформлении, мебель сделана под заказ. В предприятиях такого класса должны быть как общий зал, банкетный зал, бар, зал для собеседования и отдельные кабинки. Официанты обязаны в совершенстве знать правила этикета, сервировки, носить униформу, тщательно следить за чистотой в зале и оказывать внимание своим гостям

. В общем, данный ресторан является местом для элиты общества, а персонал данного заведения настоящие профессионалы своего дела [1].

Рестораны высшего класса. Почти прототип ресторана класса «Люкс», но отличается лишь исполнением живой музыки и внешнему оформлению заведения. Рестораны класса первый. Это рестораны среднего и нижнего ценового сегмента. Он не столь комфортный, требования к официантам не настолько жесткие, отсутствует живая музыка, но не смотря на более низкие стандарты, данный класс манит людей своей ценой и атмосферностью. Единственное, что могло бы отпугнуть посетителей – это более низкие требования к официантам.

Классификация по звездности ресторана. Этот критерий определяется благодаря гастрономическому гиду «Michelin» (Мишлен). Предприятия, имеющие даже одну их звезду, будут на голову превосходить даже рестораны более высокого класса, благодаря его популярности. А рестораны, имеющие 3 звезды, будут считаться самыми элитными, ради которого будут приезжать со всех концов страны.

1 звезда- 3-й класс. Говорит об удовлетворяющем уровне комфорта, обслуживания и цены для критиков, зашедших на оценку. Так же ради таких ресторанов стоит остановиться или заехать по пути для туристов

2 звезды- 2-й класс. Говорит о высоком качестве комфорта и блюд даже для критиков.

3 звезды-1 класс. Говорит о наивысшем качестве предоставляемых услуг ресторана, ресторан получил высшую похвалу от организации, три звезды так же означают, что ради такого ресторана стоит составить отдельный план поездки, даже если он в другом конце страны. [2].

Виды ресторанов по цене. Стоимость блюд в ресторанах – чуть ли не самый главный критерий в наших реалиях. Ресторанное дело охватывает практически всю аудиторию, выбирая подходящий класс достатка как своих основных посетителей.

Эконом: 2000-4000 тенге. Идеальный вариант для студентов, людей с со средним или низким достатком, пришедших только для утоления голода. Как правило, даже такие рестораны предоставляют гостям минимальные требования по комфорту и уровню обслуживания (если это не формат фастфуда или ларька). Пример: Lanzhou, Degirmen, Shafran.

Бизнес: от 5000 тенге. Более элитный класс заведений, по названию можно догадаться, что он ориентирован на людей с более высоким достатком. Требования к обслуживанию и комфорту на очень высоком уровне. Очень часто построены при отелях, накрыт шведский стол, где гость может выбрать блюда не смотря на меню. Пример: Kazakh Asia, Shalvego

Первый класс: от 50 тысяч и выше. Исключительно для платежеспособных клиентов, которые готовы потратиться на изысканные блюда, и явно надолго задержаться в ресторане. В таких типах заведений работают исключительно опытные официанты и со знанием иностранных языков и этикета

Классификация по технологии. Данная классификация делит рестораны на формат организации, типу работы и обслуживания гостей.

Гастрономический ресторан. Это самый обычный ресторан низового ценового сегмента, нашими словами «кафе». Где уютно и соблюдаются базовые требования по обслуживанию.

Бар. Как отдельное заведение, бары широко распространены в европейских странах и США, однако в нашей стране бары не являются самостоятельными заведениями, они служат частью самого ресторана. Качество обслуживания там тоже не на высоте – персонал занимается уборкой помещения и столов после визита клиентов.

Шведский стол. При данной организации ресторана гости подходят к раздаче и сами накладывают в тарелки то, что хотят. Тариф оплаты бывает разным, всё зависит от самого ресторана. Можно один раз заплатить и не покидая ресторана накладывать столько, сколько хочешь, при другой системе ты оплачиваешь один заход, тебе дают несколько тарелок для заполнения. Плюсом данного ресторана, конечно, является безлимит при однократной оплате. Если вы очень голодны и хотите чего – то обычного, но домашнего, это идеальный вариант, так же не нужно ждать, пока тебя обслужат, приготовят и поднесут еду.

Fast-food. В этот тип входит всеми нами любимый «Макдональдс»: это заведение, состоящее только лишь из «вредной» еды, например, бургеров, картофеля-фри, наггетсов, напитков, типа Кока-колы, Пепси и Спрайт – в общем, полуфабрикатов. Но если есть это все в огромном количестве каждый день – не избежать больших проблем со здоровьем.

Street-food. Эти заведения широко распространены во всем мире. Вы могли видеть уличную еду любой страны по туристическим программам. Из названия ясно, что готовится еда и продается на улице или из мелкого ларька. Цены на данные блюда крайне низкие, позволить могут все, чаще всего не нужно

ждать, так как пища уже приготовлена и ожидает продажи. Конечно, ни о каком уровне обслуживания речи не идет, купил – пошел дальше.

Столовая. Это один из самых бюджетных предприятий, ориентированный на студентов, школьников и рабочих. Они могут находиться как внутри завода или учебного заведения, так и быть самостоятельными.

Кейтеринг. Один из вариантов, если у вас планируется мероприятие дома, на улице или где –нибудь еще, но вы не хотите идти в ресторан, в таких случаях нанимаются повара ресторана, которые готовят у вас на месте или привозят уже готовые блюда к указанному месту. Готовить могут как по вашему рецепту и из ваших продуктов, так и из своих, в зависимости от условий ресторана [2].

Вагон-ресторан. Данный тип ресторана расположен, как ни странно в поездах, особенно популярен в поездах дальнего следования, когда из одного пункта в другой ехать более суток. Под вагон – ресторан отдано два вагона, в одном расположены склад, мойка, кухня и раздача, в другом – сам обеденный зал и буфет.

Классификация ресторанов по предоставляемой кухне. Рестораны Казахстана чаще всего ориентированы на две самые большие кухни: европейская или восточная в зависимости от предлагаемых блюд. Есть так же рестораны «Халал», где не подают алкоголь, запрещено курение и нет запрещенных продуктов в исламской религии.

Классификация ресторанов по месторасположению: городской ресторан, гостиничный ресторан, курортный или загородный ресторан, вокзальный ресторан, ресторан при аэропортах, судовые рестораны

Классификация ресторанов по наличию обслуживания: полное обслуживание (где есть официанты); частичное (банкеты, ассортимент блюд уже выбран, официант лишь наливает и накладывает пищу); самообслуживание (столовые, киоски с уличной едой).

По оценкам экспертов ресторанного бизнеса в Алматы насчитывается около 100-150 ресторанов, работающих в среднеценовой категории. Оборот среднего несетевого ресторана составляет 60-70 тыс. в месяц долларов, а обще месячный оборот этого сегмента рынка, приблизительно равен 15-20 мил. Что в год составляет примерно четверть миллиарда долларов. Исследование должно было создать социально-демографический портрет людей, посещающих рестораны среднеценовой категории, выявить особенности проведения этой группы, их медиапредпочтения, а также определить наиболее часто посещаемые рестораны. В заключении хотелось бы отметить, что деятельность ресторанов может быть направлена на пользу потребителей, в ней могут преобладать односторонние интересы рестораторов, стремящихся к массовой реализации услуг. Маркетинговая стратегии ресторанного бизнеса должна быть направлена на более полное удовлетворение и привлечение новых клиентов, на расширение сети ресторанов, на укрепление конкурентных позиций и создание положительного имиджа на рынке ресторанного бизнеса [3].

Список литературы

1. Ридель Х. Бары и рестораны. Техники обслуживания. Ростов н/Д: Феникс, 2002. 352 с.
2. Дурович А.П. Маркетинг гостиниц и ресторанов: учеб пособие. М.: Новое знание, 2005. 632 с.
3. Калашников А.Ю. Кафе, бары, рестораны: Организация, практика и техника обслуживания. Москва: Вэлби; Проспект, 2015. 384 с.

УДК 33.338.12

А. Кенжегулова, Л.С. Нурпеисова
A. Kenzhegulova, L.S. Nurpeisova
Казахский университет Международных Отношений
и Мировых Языков им. Абылай хана, г. Алматы, Казахстан.
Kazakh University of International Relations
and World Languages them. Abylay Khan, Almaty, Kazakhstan
Leila_1410@mail.ru