

И. И. ЗАХАРОВА, И. В. ШАВАНДИНА

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РОССИИ

***Ключевые слова:** бизнес, кофейня, общественное питание, ресторанный сегмент, Россия.*

***Аннотация.** Рассмотрены вопросы успешно развивающегося бизнеса в России на основе кофеен.*

Сегодня кофе и кофейные напитки популярны во всем мире. Популярность кофе и напитков на его основе находится на неизменно высоком уровне. Сейчас этот бизнес успешно развивается в России. Кофейня – прежде всего это атмосфера. Демократичность заведения притягивает все социальные слои общества. Кофейня – это уникальный симбиоз восточной медлительности и созерцательности с энергией Запада.

Актуальность темы определяется тем, что кофейная индустрия сегодня развивается весьма динамично и активный ее рост ожидается в ближайшее десятилетие. По статистике, которой располагает «Монтана Кофе», один из крупнейших поставщиков кофейных зерен с ежегодным оборотом \$2,5 млрд, на одну российскую семью из четырех человек приходится 500–700 граммов кофе в месяц, в то время как в Европе той же семьей за тот же промежуток времени потребляется 5–7 кг.

Уровень кофейной культуры не просто растет – кофейная культура дифференцируется. И для работы в этом бизнесе необходимо разбираться не только в сортах и поставщиках кофе, но и в динамике развития, коммерческих рисках, конкурентах и современных требованиях потребителя.

В течение последних пяти лет бизнес кофеен в России бурно развивался и еще минимум 10 лет будет успешно расти как в крупных, так и в небольших городах. Такой прогноз сделал президент Центра кофейного мастерства Олег Ермак.

Сейчас отечественное кофейное дело на подъеме. В конце 1990-х

годов представители западных компаний считали, что российский рынок безнадежен. С опаской относились к нему и отечественные бизнесмены, предпочитая более привычные рестораны. Считалось, что в отличие от западных европейцев и особенно жителей Востока россияне не приучены к культуре кофепития. Жизнь показала ошибочность таких представлений. Уже около пяти лет этот рынок переживает настоящий бум. Из Москвы и Петербурга наиболее крупные игроки этого рынка активно шагнули в регионы. По некоторым оценкам, расширение сетей кофеен связано с высокой рентабельностью этого вида бизнеса – до 700 % и быстрой окупаемостью вложений. Однако специалисты считают, что к большим ожиданиям следует относиться с долей осторожности, так как первые кофейни действительно окупались очень быстро, но сейчас рынок начинает насыщаться.

Кофейни стали местом для досуга, питания и деловых встреч, выгодно отличаясь от ресторанов и баров тем, что здесь не настаивают на заказах полноценных обедов, можно обойтись чашечкой кофе и пирожными. Хотя кофейни по желанию посетителей могут предоставить специальные предложения в любое время суток. Это им выгодно с коммерческой точки зрения. Для многих россиян проводить время в кофейнях уже стало излюбленной привычкой.

По словам управляющего кофеен «Шоколадница» Кирилла Кокурина, прошлый год был для компании годом бурного развития, и количество кофеен увеличилось в два раза. Открылись заведения в Казани, около 15 кофеен – в Санкт-Петербурге, и планируется еще развивать бизнес в Нижнем Новгороде.

Нацелились на движение в регионы и другие крупные сети. Среди наиболее крупных игроков на этом рынке эксперты называют успешно развивающиеся узкоспециализированные предприятия общественного питания «Кофе Хаус», «Шоколадницу», «Монтана Кофе». Идет борьба за наиболее выгодные проекты и кооперирование капиталов. Так, «Шоколадница» в Санкт-Петербурге приобрела сеть «Марко», чьи кофейни были удачно расположены. А месторасположение кофеен, например, в крупных торговых центрах, в зонах отдыха – один из основных факторов их прибыльности. Другой важный фактор – квалифицированный персонал. В среднем на подготовку одного специалиста для кофеен уходит до 10 тыс. руб. Особенно ценятся хорошо обученные менеджеры, баристы, официанты. Для больших сетевых заведений это проблема, поэтому важно иметь в штате менеджера по обучению персонала. Причем заработок сотрудников кофеен сейчас невелик – он колеблется в среднем от 12 000 рублей до 20 000 рублей.

Интерес к перспективному рынку проявляют иностранные ком-

пании, но их конкурентные шансы эксперты оценивают невысоко, так как в крупных городах сферы в основном поделены, а в глубинке им работать сложно. Тем не менее зарубежные компании, например фирмы фастфуда, планируют вхождение в регионы, «держась» за крупные торговые сети ИКЕА, «Мега», «Ашан» и другие, надеясь неподалеку открывать свои национальные кофейни.

Многие предприниматели стараются развивать свой бренд, создавая сеть кофеен. В кофейнях кондитерская продукция может быть популяризированной, но многие предпочитают изделия своего производства, что позволяет поддерживать качество и ассортимент на более высоком уровне. «Любой бизнес, связанный с общественным питанием, развивается по спирали, впитывая, выбрасывая на рынок новые технологии и идеи в оборудовании, обслуживании, рекламе и концепции в целом. В сегменте кофеен сейчас идет процесс заполнения пустот на рынке. Само общество, его развитие, как в социальном, так и в материальном плане, диктует, «куда бежать». Рестораторы, которые прочувствовали размер этой незаполненной ниши, активно открывают все новые кофейни.

Активность проявляют наиболее опытные компании – группа операторов, которые имеют кофейни. Получив удачное помещение, достаточно быстро выпускают на свет копию своей предыдущей кофейни – это позволяет вкладывать меньшее количество средств и открываться оперативно. Также активны здесь рестораторы, имеющие наработанную базу и команду, открывающие в своих компаниях новое направление – кофейни.

По количеству кофеен лидерами среди операторов являются «Шоколадница» и «Кофе Хауз». Это диктует необходимость более четкого позиционирования и проработки образа бренда в глазах потребителя.

Если «Кофе Хауз» создает себе имидж современного бренда – стилистика «техно», соединение в одном флаконе формата кофейни и Интернет-кафе, то «Шоколадница» представлена как старомосковская десертная кофейня. Дизайн и внутренний интерьер в кофейнях соответствующий: темное дерево, серванты, картины, деревянные стулья, диваны. Мониторы компьютеров – нет, зато есть Wi-Fi. Слово «десертная» заставляет нас максимально акцентировать внимание на качестве и ассортименте кондитерских изделий, активно развивать это направление. В современном городе с его «стеклом и бетоном» эта концепция очень удачна. Она идеально вписывается в архитектурный ландшафт центра и очень необычно смотрится, притягивает взгляд, в современных торговых центрах. «Кофе Хауз» на мой взгляд, – это во-

площение образа современной городской кофейни.

Большой разницы нет между кофейным и ресторанным сегментом в плане сети. Разная кухня, оборудование, требования к помещениям, количеству точек в городе, плотность их размещения, количество и уровень подготовки персонала, потребность и интерес в обществе – из этого выстраиваются стратегические планы компании по развитию сети. Технология ведения бизнес-процессов у разных направлений ресторанов и кофеен в целом одинакова.

Плюсы больших сетей всем известны:

- стабильность и защищенность от экономических спадов;
- привлекательность для поставщиков – «специальные цены»;
- привлекательность для новых торговых центров и арендодателей.

У сетевого подхода есть и минусы, хотя их не так много:

- в некоторых случаях меньшая расторопность выдачи нового продукта или предложения. У сетевиков часто появляется консерватизм, неповоротливость;
- неизбежным дополнением сетевой компании является обширный управленческий аппарат: отделы маркетинга, PR, планирования, юридический, развития, технический, логистики. Эти отделы «съедают» большие средства. Но они необходимы;
- большая цена ошибки при выборе сетевой концепции – единственный ресторан, как правило, – это значительно меньшие инвестиции.

В нашей стране кофеен много, однако возможности на этом рынке по-прежнему безграничны. Например, на одну Италию приходится около 200 тысяч подобных заведений, и, по оценкам экспертов, число их будет постоянно расти как минимум до 2015 года.

Сегмент кофеен отличается заполнением рыночного окна. Современное общество и его развитие, как в социальном, так и в материальном плане, диктует направление появления спроса.

На основе материалов экспертных оценок специалистов кофейного рынка можно определить современное состояние и перспективу развития кофеен в России: сегодня в Москве около 50 заведений, которые можно условно причислить к кофейням. По прогнозам специалистов, через пять лет москвичи будут тратить на посещение кофеен около \$100 млн в год. Приобретая все большую популярность, кофейни отражают улучшения в уровне жизни, а расширение сетей кофеен в России говорит о формировании отечественного среднего класса. Привлекает неспешная атмосфера кофеен. Уровень привлекательности кофеен не снижается, а продолжает расти, однако активность проявляют

наиболее опытные компании – которые уже имеют кофейни. И можно прогнозировать сетевое распространение кофеен по регионам России.

По результатам проведённых исследований сделан вывод о том, что сейчас кофе и напитки на его основе являются самыми популярными, их потребление находится на неизменно высоком уровне. Специалисты прогнозируют дальнейшее распространение кофеен по всей стране, т. к. этот бизнес успешно развивается в России.

CURRENT STATUS AND PROSPECT OF SPECIALIZED CATERING IN RUSSIA

Keywords: business, cafe, catering, restaurant segment, Russia.

Annotation. The questions of successful businesses in Russia on the basis of its coffee

ЗАХАРОВА ИРИНА ИВАНОВНА – аспирант кафедры экономики и статистики, Нижегородский государственный инженерно-экономический институт, Россия, Княгинино, (irina2727@yandex.ru).

ZAHAROVA IRINA IVANOVNA – the post – graduate student of the chair of economics, and statistics, the Nizhniy Novgorod state engineering – economic institute, Russia, Knyaginino, (irina2727@yandex.ru).

ШАВАНДИНА ИРИНА ВАЛЕРЬЕВНА – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и статистики, Нижегородский государственный инженерно-экономический институт, Россия, Княгинино, (Sh – irina2008@mail.ru).

SHAVANDINA IRINA VALERIEVNA – the candidate of economics sciences, the docent of the chair of economics and statistics, Russia, Knyaginino, (Sh – irina2008@mail.ru).
