

КЛАССИФИКАЦИЯ СИСТЕМЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

CLASSIFICATION OF CATERING SYSTEM

DOI 10.24411/2713-1424-2021-10044

Лайпанова З. М., к.э.н., доцент ФГБОУ ВО Северо-Кавказская государственная академия (ФГБОУ ВО СКГА), г. Черкесск

Кубанова Ф. А., обучающая 3 курса магистратуры, ФГБОУ ВО Северо-Кавказская государственная академия (ФГБОУ ВО СКГА), г. Черкесск

Laipanova Z. M., h.tekeeva@mail.ru

Kubanova F. A., h.tekeeva@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена классификации системы общественного питания, так как в последние годы оно играет все возрастающую роль в жизни современного общества. Это обеспечивается, прежде всего, изменением технологий переработки продуктов питания, развитием коммуникаций, средств доставки продукции и сырья, интенсификацией многих производственных процессов. По международным документам термин «общественное питание» характеризуется такими различными определениями, как «методы приготовления большого количества пищи, выполняемые без предварительной договоренности с потребителем», или как любые «виды питания, организованного вне дома».

Annotation

The article is devoted to the classification of the catering system, since in recent years it has played an increasing role in the life of modern society. This is ensured, first of all, by a change in food processing technologies, the development of communications, means of delivery of products and raw materials, and the

intensification of many production processes. According to international instruments, the term "public food" is characterized by various definitions such as "methods of cooking a large amount of food, carried out without prior agreement with the consumer," or as any "types of food organized outside the home."

Ключевые слова: система общественного питания, услуга, мучные изделия, ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, ассортимент

Keywords: catering system, service, flour products, restaurant, bar, cafe, dining room, diner, assortment

Ввиду быстрого развития в последние годы сети общественного питания некоторые информационные области в данном секторе услуг не получили должного внимания и данные о состоянии этой группы объектов достаточно разнородны, иногда – противоречивы. Вместе с тем, общественное питание является одним из важнейших факторов, дающих интегральную оценку социально-экономического уровня общества и понимание его состояния необходимо для формирования перспективных планов как для представителей отрасли, так и для организаций, осуществляющих надзор за объектами этой отрасли. Система организованного (общественного) питания в России имеет давние традиции. Не менее давние традиции имеет и надзор за организациями и предприятиями, представляющими населению подобную услугу[7].

До конца восьмидесятых годов прошлого столетия система общественного питания в России представляла собой весьма однородную массу предприятий, предоставляющих, как правило, социально – ориентированные услуги. Это были прежде всего столовые предприятий, а так же школ, лечебных, санаторно-курортных и детских учреждений. В плановом хозяйстве советского периода открытые предприятия (кафе, рестораны, столовые, пельменные и т.д.) также во многом носили социально-

ориентированный характер и только в незначительной части являлись культурно-развлекательными заведениями.

В настоящее время система общественного питания представляет собой совокупность предприятий различных организационно-правовых форм и индивидуальных предпринимателей, занимающихся производством, реализацией и организацией потребления продукции общепита.

Под предприятием общественного питания понимается место оказания услуг, предназначенное для производства продукции общепита, мучных кондитерских и булочных изделий, а также их реализации и (или) организации потребления.

В зависимости от различных факторов все предприятия общественного питания различаются по типам и классам.

Тип предприятия общепита определяется характерными особенностями обслуживания, ассортиментом реализуемой продукции, номенклатурой предоставляемых потребителям услуг и другими чертами, которые мы рассмотрим ниже.

Класс предприятия общепита зависит от совокупности отличительных признаков предприятия определенного типа, характеризующей качество предоставляемых услуг, уровень и условия обслуживания.

Правилами оказания услуг общественного питания, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 15 августа 1997 г. N 1036 (далее - Правила оказания услуг общепита), определены следующие типы предприятий общественного питания: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная. Этими же Правилами для ресторанов и баров установлена специальная классность (люкс, высший, первый).

Наиболее респектабельным среди типов предприятий общепита считается ресторан, под которым понимается предприятие общепита с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные; винно-водочные, табачные и кондитерские изделия, повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха.

Бар - это небольшое по размерам и объемам продаж предприятие общепита с барной стойкой, реализующее смешанные, крепкие алкогольные, слабоалкогольные и безалкогольные напитки, закуски, десерты, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары.

Наиболее часто встречающийся тип предприятий общепита - кафе. Кафе представляет собой предприятие по организации питания и отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции. Однако так же, как и ресторан, кафе реализует фирменные, заказные блюда, изделия и напитки (в том числе алкогольные) и табачные изделия.

Столовой является общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей предприятие общественного питания, производящее и реализующее блюда в соответствии с разнообразным по дням недели меню.

Закусочная представляет собой небольшое предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд несложного приготовления из определенного вида сырья и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей.

При классификации предприятий общепита учитывают следующие факторы :

- ассортимент реализуемой продукции, ее разнообразие и сложность изготовления;
- техническую оснащенность предприятия (материальную базу, инженерно-техническое оснащение и оборудование, состав помещений, архитектурно-планировочное решение и т.д.);
- методы обслуживания;
- квалификацию персонала;
- качество обслуживания (комфортность, этику общения, эстетику и т.д.);
- номенклатуру предоставляемых потребителям услуг.

Как было сказано выше, рестораны и бары по уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг подразделяются на три класса - люкс, высший и первый, которые должны соответствовать следующим требованиям:

- класс люкс - изысканность интерьера, высокий уровень комфортности, широкий выбор услуг, ассортимент оригинальных, изысканных, заказных и фирменных блюд, изделий для ресторанов, широкий выбор заказных и фирменных напитков, коктейлей - для баров;

- высший класс - оригинальность интерьера, выбор услуг, комфортность, разнообразный ассортимент оригинальных, изысканных, заказных и фирменных блюд и изделий для ресторанов, широкий выбор фирменных и заказных напитков и коктейлей - для баров;

- первый класс - гармоничность, комфортность и выбор услуг, разнообразный ассортимент фирменных блюд и изделий и напитков сложного приготовления для ресторанов, набор напитков, коктейлей несложного приготовления, в том числе заказных и фирменных - для баров.

Принадлежность предприятия общепита к тому или иному типу (а для ресторанов и баров - классу) определяется не произвольно, а на основании специальных требований.

Такие требования к предприятиям общественного питания различных типов и классов установлены ГОСТ Р 50762-95 "Общественное питание. Классификация предприятий".

Стандартами определены:

- требования к архитектурно-планировочным решениям и оформлению предприятий общественного питания различных типов и классов;

- требования к мебели, столовой посуде, приборам, белью;

- требования к оформлению меню и прејскурантов, ассортименту кулинарной продукции для предприятий различных типов и классов;

- требования к методам обслуживания потребителей, фирменной одежде, обуви, музыкальному обслуживанию для предприятий различных типов и классов;

- требования к составу помещений для потребителей на предприятиях общественного питания;

- требования к площади помещений для потребителей на предприятиях общественного питания.

Помимо типов и классности предприятия общепита могут иметь и иные отличительные признаки, на основании которых производится их последующая классификация.

Так, рестораны могут различаться:

1) по ассортименту реализуемой продукции - рыбный, пивной; с национальной кухней (кухней зарубежных стран) и др.;

2) по месту расположения - ресторан при гостинице, вокзале, в зоне отдыха, вагон-ресторан и др.

Бары могут различаться по следующим признакам:

1) по ассортименту реализуемой продукции и способу приготовления - молочный, пивной, винный, кофейный, коктейль-бар, гриль-бар и др.;

2) по специфике обслуживания потребителей – видеобар, варьете-бар и т.п.

Могут быть и различные виды кафе. По ассортименту реализуемой продукции их подразделяют на кафе-мороженое, кафе-кондитерская, кафе-молочная и др., а по контингенту потребителей - на молодежные, детские кафе и т.д.

В зависимости от места нахождения и специфики оборудования различают также кафе-автоматы и кафетерии (отделы-кафе при магазинах, культурно-массовых учреждениях и т.п.).

Следует отметить, что рестораны, кафе и бары могут сочетать производство, реализацию и организацию потребления продукции общепита с организацией отдыха и развлечений потребителей.

Определенные различия имеют и столовые. По ассортименту реализуемой продукции они могут быть общего типа и диетическими (то есть специализирующиеся в приготовлении и реализации блюд диетического питания).

Кроме того, они могут подразделяться:

- по обслуживаемому контингенту потребителей - на школьные, студенческие, заводские и т.п.;
 - по месту расположения - на общедоступные, по месту учебы, работы;
 - в зависимости от наличия кухни (участка приготовления блюд)
- различают столовые, изготавливающие и реализующие собственную продукцию, и столовые - раздаточные, реализующие готовую продукцию, получаемую от других предприятий общественного питания.

Закусочные подразделяются только по ассортименту реализуемой продукции на закусовые общего типа и специализированные (сосисочная,пельменная, блинная, пирожковая, пончиковая, шашлычная, чайная, пиццерия и т.д.).

Предприятия общественного питания могут различаться также по формам специализированного обслуживания потребителей. Примером различных форм обслуживания может быть реализация продукции общепита через торговые автоматы, путем выносной (выездной) торговли изделиями кухни (так называемая уличная торговля), через столы саморасчета, по типу шведского стола, отпуск скомплектованных (комплексных) обедов и др.

Предприятия общепита, самостоятельно изготавливающие и реализующие собственную продукцию (изделия кухни), могут иметь подразделения для продажи этой продукции (буфеты, магазины, кулинарии и т.п.) [5].

Буфет представляет собой структурное подразделение предприятия общепита, предназначенное для реализации мучных кондитерских и булочных изделий, покупных товаров и ограниченного ассортимента блюд несложного приготовления (кофе, чай, коктейли и т.п.).

Магазины (в том числе магазины кулинарии) также зачастую находятся в структуре предприятия общественного питания, реализующей населению кулинарные изделия, полуфабрикаты, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары.

Помимо названных выше основных типов предприятий общественного питания могут существовать и специализированные типы таких предприятий, а именно:

- комбинаты общественного питания, представляющие собой производственно-хозяйственный комплекс, состоящий из заготовочных и доготовочных предприятий общепита с единым технологическим процессом приготовления продукции, а также магазинов кулинарий и вспомогательных служб;

- школьные кулинарные фабрики - заготовочные предприятия для производства продукции общепита, входящей в рацион питания школьников, и снабжения ею школьных столовых и буфетов (не следует путать с отдельными школьными столовыми);

- цеха бортового питания. Как правило, они расположены при аэропортах и предназначены для приготовления, комплектования, кратковременного хранения и отпуска пищи на самолеты[6].

Помимо рассмотренной выше классификации предприятий общественного питания по типам, видам и формам обслуживания они могут основательно различаться и по структуре оказываемых услуг.

При этом под услугами общепита понимается результат деятельности предприятий и индивидуальных предпринимателей по удовлетворению потребностей потребителя в питании и проведении досуга.

Услуги, предоставляемые потребителям предприятиями общественного питания, подразделяются на следующие виды:

- услуги питания, услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий;

- услуги по организации потребления и обслуживания;

- услуги по реализации продукции, по организации досуга;
- информационно-консультационные услуги;
- прочие услуги.

Мы видим, что рассмотренный нами перечень услуг предприятий общественного питания не является закрытым. В зависимости от типа, класса и специфики обслуживаемого контингента потребителей он может быть расширен или изменен организациями общепита.

Предприятия общественного питания могут производить выпуск:

- блюд;
- изделий кухни;
- полуфабрикатов.

Блюдо представляет собой пищевой продукт или сочетание продуктов и полуфабрикатов, доведенных до кулинарной готовности, порционированное и оформленное. Различают блюда охлажденные, заказные, банкетные и фирменные.

Таким образом, система общественного питания представляет собой совокупность предприятий различных организационно-правовых форм и индивидуальных предпринимателей, занимающихся производством, реализацией и организацией потребления продукции общепита.

Под предприятием общественного питания понимается место оказания услуг, предназначенное для производства продукции общепита, мучных кондитерских и булочных изделий, а также их реализации и (или) организации потребления[7].

Литература

1. Налоговый кодекс Российской Федерации часть первая от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ и часть вторая от 5.08. 2000 г. № 117-ФЗ - М.: Проспект, 2011 г.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть I и II. — М.: Проспект, 2011.

3. Архипов В.Е. Маркетинг: техника создания спроса. – 2-е изд., перераб. и доп.: [Текст] / В.Е. Архипов. – М.: Информ-Знание, 2015.
4. Балюра Е. Маркетинг ресторана: [Текст] / Е Балюра // Ресторатор. – 2015. - №3.
5. Барлоу Дж. Сервис, ориентированный на бренд: новое конкурентное преимущество: [Текст] / пер. с англ. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономика, 2011.
6. Богомолова Е.С., Некрасова, С.О. Тактические вопросы размещения предприятий общественного питания региона // Проблемы современной экономики. - 2007. - №2.
7. Богомолова И.П., Хохлов, Е.В. Анализ формирования категории конкурентоспособность как фактора рыночного превосходства экономических объектов: [Текст] / И.П. Богомолова и др. // Маркетинг в России и за рубежом. - 2005. - №1.

Literature

1. Tax Code of the Russian Federation Part One dated July 31, 1998 No. 146-FZ and Part Two dated 5.08. 2000 No. 117-FZ - М.: Prospect, 2011
2. Civil Code of the Russian Federation. Part I and II. - М.: Prospect, 2011.
3. Arkhipov V.E. Marketing: demand creation technique. - 2nd ed., Redesign. and additional: [Text]/V.E. Arkhipov. - М.: Inform-Knowledge, 2015.
4. Balura E. Restaurant marketing: [Text]/E Balura//Restaurateur. – 2015. - №3.
5. Barlow J. Brand-oriented service: a new competitive advantage: [Text]/per. English 2nd ed., Redesign. and additional - М.: Economics, 2011.
6. Bogomolova E.S., Nekrasova, S.O. Tactical issues of accommodation of catering enterprises in the region//Problems of modern economy. - 2007. - №2.

7. Bogomolova I.P., Khokhlov, E.V. Analysis of the formation of the category of competitiveness as a factor of market superiority of economic objects: [Text]/I.P. Bogomolova et al .//Marketing in Russia and abroad. - 2005. -№1.