

ФЕСТИВАЛИ УЛИЧНОЙ ЕДЫ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

В современном мире время — ценный ресурс. Питаться на ходу стало нормой для населения Земли.

Уличная еда — продукция, реализуемая в мобильных объектах общественного питания, которые специализируются на монопродукте (бургеры, сэндвичи, хот-доги) или на разнообразном ассортименте блюд, приготовленных преимущественно из полуфабрикатов [1, с. 73]. Поскольку развивается гастрономический туризм, в последние годы набирают популярность фестивали уличной еды.

Фестивали уличной еды — мероприятия, проходящие на больших территориях, где расположены мобильные точки различных заведений общественного питания. Все они концептуальны и уникальны и предлагают потребителю продукцию, которая приготовлена в формате free flow.

В Республике Беларусь популярен фестиваль Vulitsa Ezha. Его посетители платят за вход фиксированную цену. Популярными участниками фестиваля — Mai Thai, Monkey Food, «Суши Весла», John Dory, Tapas Bar и др.

Первоначально фестиваль был нацелен на подрастающее поколение, однако стал популярен у абсолютно всех возрастов. Инфраструктуру фестиваля составляют: детская зона, зоны кулинарных мастер-классов, кинотеатр под открытым небом, выступления музыкантов. Цель организаторов — аргументировать утверждение, что уличная еда может быть как полезной, так и недорогой, а также никак не уступает по качественным показателям традиционным объектам общественного питания.

Трудностями фестивалей еды в Беларуси считаются: большие очереди; долгое ожидание получения заказа; дефицит сырья в период мероприятия и нехватка посадочных мест. Для ликвидации недостатков необходимо: организовать электронную очередь; предоставить возможность оформления заказа через мобильное приложение; увеличить число посадочных мест; создать все условия для поставки необходимого количества сырья на протяжении всего мероприятия.

Так как в Беларуси данное направление еще только развивается, можно проанализировать зарубежный опыт и модернизировать отечественные услуги, например за счет внедрения:

– платежной системы Festipay (используется на Sziget — фестивале музыки, искусства и уличной еды в Будапеште), позволяющей избавиться от очередей, в которых белорусы проводят около часа. В Беларуси уже используются такие технологии, как Tilly Pad, Guscom, Z-Cash Restaurant Suite и др.;

– системы оповещения, связанной с размещением на электронных экранах, расположенных по всей территории страны, расписания мероприятий, информации о погоде, объявлений.

Формат фестивалей в Беларуси является перспективным и сейчас активно развивается. Появляются новые направления и совершенствуются уже популярные, например Gastrofest (тематический сет блюд по выгодной фиксированной цене в стационарных заведениях), Vulitsa Ezha, A-fest, LidBeer. Имеются все ресурсы, чтобы фестивали уличной еды в Беларуси вышли на международный уровень, т.е. способствовали привлечению иностранного капитала и развитию ресторанного и гостиничного бизнеса.

Источник

1. *Уриш, И. В.* Организация и технология общественного питания : учеб. пособие / И. В. Уриш, С. В. Стасюкевич. — Минск : БГЭУ, 2016. — 410 с.