

МЕСТО КОНЦЕПЦИИ «TRUE COST» В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Рыночные преобразования в экономике Республики Беларусь создали условия для развития конкуренции в сфере общественного питания, изменения структуры и характера услуг, предлагаемых населению, повысили роль организаций общественного питания в развитии экономики страны и удовлетворении индивидуальных требований потребителей [1].

В конкурентных условиях покупатели отдают предпочтение тем объектам общественного питания, услуги которых способствуют экономии их времени и средств, гарантируют качество и безопасность, оказываются в комфортных условиях [2].

Система True cost подразумевает под собой определенную фиксированную плату за вход в объект ресторанного бизнеса и потребление блюд и напитков по цене без надбавки и наценки (т.е. по их себестоимости). Стоимость входного билета варьируется и зависит от времени посещения ресторана: в будние дни во время бизнес-ланча цена минимальная и повышается в вечернее время и в выходные дни. Подобная политика ценообразования позволяет увеличить оборачиваемость посадочных мест в различные временные интервалы — с учетом обеденного и вечернего меню. Реализация продукции общественного питания без надбавки и наценки позволяет покупателям иметь возможность дегустации блюд, увеличивать объемы продаж, и для рестораторов иметь определенный уровень рентабельности.

Опыт функционирования объектов ресторанного бизнеса такого формата используется в России и доказывает свою жизнеспособность. В частности, сеть ресторанов True Cost с блюдами и напитками по себестоимости и фиксированной платой за вход в 2018 г. получила бронзовую «Пальмовую ветвь» за лучшую ресторанную концепцию Европы — Concept Restaurant Awards 2018 [3]. Кухня в ресторанах True Cost является смешанной с акцентом на популярные европейские блюда. Данный формат подразумевает большую проходимость и высокую скорость отдачи блюд с кухни.

В качестве недостатка использования данного формата в сфере ресторанного бизнеса можно отметить невозможность его осуществления в онлайн-формате. Вместе с тем российский опыт функционирования объектов такого формата может повлиять на развитие подобной концепции на белорусском рынке ресторанных услуг.

Таким образом, концепция True cost, являясь довольно свежей и уникальной идеей для предпринимателей и инвесторов, не рас-

пространена на рынке общественного питания Республики Беларусь. Однако при правильной реализации этой идеи проект сможет конкурировать не только с заведениями в месте своего расположения, но и по всему городу.

Источники

1. *Стасюкевич, С. В.* Интеграция локальных количественных оценок качества обслуживания в организациях общественного питания / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т : юбилейн. сб. — Минск, 2013. — Вып. 6. — С. 379–386.

2. *Стасюкевич, С. В.* Технология организации общественного питания : учеб. пособие / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш. — Минск : Респ. ин-т проф. образования, 2019. — 371 с.

3. Честная игра: как работают рестораны формата true cost [Электронный ресурс] // Журнал «FoodService». — Режим доступа: <https://www.cafe-future.ru/success-stories/chestnaya-igra-kak-rabotayut-restauranty-formata-true-cost/>. — Дата доступа: 10.11.2023.