ФУД-ТРАКИ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Современная трансформация социально-экономического пространства общественного питания предполагает активное использование предпринимательскими структурами инновационных технологий и путей развития с целью повышения качества и скорости предоставляемых услуг на основе удовлетворения требований клиентов. Одним из таких направлений является рост интереса к фуд-тракам.

Фуд-траки имеют длительную историю развития в мире. Продажа уличной еды началась в США в конце XVII в., а мотивировано это было проблематичностью приготовления еды в ряде случаев в домашних условиях. В 1691 г. было задокументировано первое положение о продавцах с тележек, и это знаменует начало роста популярности уличной еды в Америке. В 1880 г. было организовано массовое производство фургонов, оснащенных холодильником, раковинами, кухонными плитами и обслуживающих перегонщиков скота и сезонных рабочих. Свою роль в модификации фургонов сыграл Генри Форд, который подключил к вагончикам электричество, что позволило продавать еду практически круглосуточно. Позже фуд-траки стали широко использоваться для продажи колбасных изделий, хот-догов, в качестве полевой кухни в армии США, для обслуживания рабочих на удаленных объектах и для доставки мороженого. Во Франции они появились в 1960-х гг. и приобрели наибольшую популярность в 2012 г., когда в них начали продавать блюда американского фастфуда. В Англии фуд-траки появились после Второй мировой войны, в России и Беларуси — в 1990-х гг. [1].

На данный момент в Республике Беларусь работают такие открытые площадки с уличной едой, как «Песочница» и «Лучшая улица». «Песочница» — это первое открытое пространство в Минске, где находятся зоны на любой вкус: фуд-поинты, кальяны, фотозоны и арт-объекты, тир, спортивные зоны, зоны для собак. Помимо регулярного «гастрофеста» в фуд-поинтах в «Песочнице» проходят маркеты выходного дня, концерты, фестивали, лекции, кинопоказы, а также творческие, спортивные и танцевальные мастер-классы, можно посмотреть шедевры кинематографа под открытым небом. Всего работает более 15 фуд-точек, выбор блюд — огромный, цены, как отмечают туристы, несколько выше среднего, но при желании можно перекусить и вполне недорого. Гостей «Лучшей улицы» развлекает музыка: по вечерам и выходным работают диджеи, живую выступают исполнители, работают мастер-классы, киносеансы, квизы, аттракционы, дизайнерский маркет и рынок фермерской продукции.

В последнее время начали функционировать мобильные фуд-траки: лаборатория бургеров «BurgerLab», а также «Мак.by», в планах которого — поездки по разным городам Беларуси.

В среднем в Беларуси наценка на бургеры, картофель фри, реализуемые на фуд-траках, может составлять 200–250 %, что является не самым высоким показателем для HoReCa. Проходимость варьируется от 200–300 человек на провинциальном маркете еды до 20 тыс. на фестивале «Славянский Базар в Витебске». Средний чек равен 10 бел. руб. По расчетам специалистов максимальный срок окупаемости фуд-трака при старте в сезон составляет 7–8 месяцев [2].

Таким образом, индустрия фуд-траков в Республике Беларусь имеет хорошие перспективы развития, так как есть возможность расширения до сети, создания собственного бизнеса, который носит сезонный или постоянный характер.

Источники

1. Фудтрак [Электронный ресурс] // Википедия. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Фудтрак>. — Дата доступа: 27.03.2024.

2. Особенности фуд-трака как бизнеса в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Рынок Северный. — Режим доступа: <https://severny.by/gotovye-biznes-planu-s-raschetami/osobennosti-fud-traka-kak-biznesa-v-rb>. — Дата доступа: 27.03.2024.

А. Д. Грибанова

*Научный руководитель — Е. В. Андрос
БГЭУ (Минск)*

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ОБЪЕКТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ГОРОДЕ МИНСКЕ

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, розничный товарооборот общественного питания по городу Минску за 2023 г. составил 2,4 млрд руб., что составляет 47 % к общему объему товарооборота по Республике Беларусь [1]. На 2023 г. в Минске зарегистрировано более 3,8 тыс. объектов общественного питания [2]. Наиболее распространенными объектами общественного питания в г. Минске являются: кафе и мини-кафе (практически 1150 шт.); кофейни, бары и схожие с ними по формату заведения (свыше 840 шт.) [3]. Стоит отметить, что концентрация объектов общественного питания в Минске неравномерна, для оценки вклада каждого из 9 районов Минска обратимся к рисунку.

Наибольшая концентрация объектов выявлена в Московском, Фрунзенском и Первомайском районах. Говоря о структуре заведений в данных районах, можно отметить одну тенденцию: больше количество ресторанов быстрого