

УДК 338.5

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРИЗРАЧНОЙ КУХНИ В РОССИИ

Тихонова Д.В., студент гр. 102, 4 курс

Джамаева Э.Р., студент гр. 102, 4 курс

Научный руководитель: Гафурова Г.Т., к.э.н., доцент

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирясова
г. Казань

Деятельность в сфере общественного питания в условиях рыночных отношений тесно связана с внедрением инновационных технологий. Инновационный процесс или инновационный менеджмент в условиях пищевых предприятий находит все большее практическое применение. Одной из инноваций в сфере общественного питания являются так называемые «призрачные кухни» – один из немногих трендов в сфере общественного питания, который растет в геометрической прогрессии и несет в себе огромный потенциал.

«Призрачные кухни», или как их еще называют «облачные», «теневые», «темные», «виртуальные», ориентированы исключительно на доставку продуктов и блюд, не имеют физического присутствия и существуют только в Интернете. На таких кухнях нет обеденной зоны с посадочными местами для посетителей, поэтому им не требуется обслуживающий персонал. Внутри призрачные кухни четко поделены на зоны: зона хранения обычных и замороженных продуктов, горячий цех, зона выдачи заказа. Кухни-призраки принимают заказы онлайн через платформы онлайн-заказа еды, веб-сайт и приложение с поддержкой онлайн-заказа.

Впервые практика доставка еды по заказу появилась в США четыре десятилетия назад. В 1984 г. «Пицца Домино» стала первой службой, которая запустила доставку пиццы с обещанием, что продукт поступит к заказчику не позднее, чем через 30 минут после того, как осуществлен заказ. В случае, если клиент был недоволен, он мог выбрать между подарком в виде пиццы или возвратом денег. Причинами, которые сделали доставку популярной среди клиентов, стали удобство и относительно низкие цены, в то время как для предпринимателей такие кухни обеспечивали более низкие эксплуатационные расходы (по сравнению с управлением классическим рестораном).

Термин «кухня-призрак» (dark kitchen) впервые появился в статье NBC New York за 2015 г. В статье исследовалась теневая практика нью-йоркских операторов, размещающих списки ресторанов под несколькими брендами в приложениях Seamless и GrubHub. В последующем этот

термин с годами эволюционировал и стал описывать кухни только с доставкой.

В России первый опыт создания призрачных кухонь датирован еще 2017 г. Тогда о запуске 15 предприятий формата «dark kitchen» заявил сервис Delivery club. Еще 3 облачных кухни были открыты в 2018 г. Яндекс.Еда. В период пандемии коронавируса количество представителей этого формата продолжало стремительно расти. Наиболее активное развитие призрачных кухонь в России началось с 2019 г. Пионером в этой области стал Санкт-Петербург, где в течение короткого времени появилось сразу несколько сильных стартапов: «2 берега», Ollis Club, Dostaevsky и YamiYami.

На рынке сегодня существует несколько бизнес-моделей призрачных кухонь:

1) традиционная модель, когда призрачной кухней владеет только один бренд или арендует ее, при этом специализируется на определенном типе заказов и полностью полагается на службу доставки;

2) призрачная кухня на вынос – очень похожа на традиционную, но клиенты могут прийти и самостоятельно забрать заказанные блюда;

3) мультибрендовая кухня – ради снижения эксплуатационных расходов сразу несколько брендов делят одно производственное помещение;

4) призрачная кухня, принадлежащая агрегатору – компании по доставке еды. Одной из таких моделей является Deliveroo, принадлежащая агрегатору, который взимает комиссию за заказы, доставленные из кухонь-коворкингов, с которыми осуществляется сотрудничество;

5) аутсорсинговая призрачная кухня. Ее примером является Kitopi, при которой и доставка, и приготовление пищи полностью передаются на аутсорсинг третьей стороне, а в целом бизнес призрачной кухни принадлежит его владельцу.

Еще один вариант призрачной кухни – ее размещение в т.н. «облаке», которое облегчает управление заказами, продажами и запасами. Его предлагает, например, POSist.

Механизм работы призрачной кухни выглядит следующим образом:

1.Получение оператором доставки заказа от клиента.

2.Передача информации о заказе на кухню.

3.Приготовление блюд.

5.Упаковка заказа.

6.Доставка заказа клиенту курьером.

Призрачные кухни дают ряд преимуществ как для ее организаторов, так и потребителей.

Для организаторов бизнеса таким преимуществом является снижение затрат на аренду, установку, эксплуатацию оборудования, коммунальные услуги, мебель, оплату труда персонала и других накладных расходов. Призрачная кухня не требует наличия барменов, хостеса и

официантов. Особо ощутимое преимущество дают низкие затраты на инфраструктуру, стоимость которой ограничивается только кухонной зоной. Все внимание фокусируется исключительно на качестве еды. Таким образом, в результате выгоду получает не только владелец бизнеса, но и потребитель, заказывая еду ресторанных качества на порядок дешевле.

Стоимость запуска призрачной кухни составляет примерно треть от инвестиционных вложений в традиционное предприятие общепита, что значительно упрощает масштабируемость бизнеса. Так, стоимость открытия стандартного ресторана с полным спектром услуг составляет в среднем 475500 долларов США, а ресторанов, работающих только на вынос и доставку, – 150 500 долларов США.

Модель призрачной кухни представляет собой хорошую альтернативу для компаний, которые хотят расширяться за счет доставки в другие районы с гораздо меньшими затратами (например, увеличить количество точек сбыта в других городах). При этом компания не несет затрат по созданию полноценного ресторана.

Еще одно преимущество открытия кухни-призрака заключается в том, что это не требует постоянных капитальных инвестиций. Единственный раз, когда организатор призрачной кухни вкладывает финансовые средства, – это период ее открытия, обустройства, закупки оборудования. В дальнейшем нет необходимости делать дорогостоящий капитальный ремонт, вкладываться в обновление интерьера зоны обслуживания, обеденной зоны, витрин и т.п. Единовременные инвестиции в создание призрачной кухни позволяют зарабатывать ее владельцу деньги в долгосрочной перспективе.

Клиенты могут размещать заказы по телефону, используя веб-сайты или мобильные приложения. Полная автоматизация заказа через призрачную кухню позволяет ее владельцам получать дополнительную прибыль от повышения эффективности работы, т.к. это дает возможность сосредоточиться только на приготовлении пищи.

Благодаря использованию приложений доставки предприятия общепита, использующие призрачную кухню, могут расширять ассортимент, что дает дополнительное преимущество владельцу облачной кухни. Кроме того, использование приложений доставки устраняет необходимость в официантах и другой внутренней рабочей силе. В обычном ресторане владельцу приходится тратить много времени и энергии на обслуживание, в то время как владельцы облачных кухонь могут уделять больше времени экспериментам с новыми рецептами и вкусами и придумывать оригинальные блюда, которые будут востребованы клиентами. Это позволяет предприятиям с призрачной кухней оставаться конкурентоспособными и отличаться от других предприятий общепита по соседству.

Призрачная кухня дает возможность привлечения более широкой

аудитории. У физического предприятия общепита, как правило, ограничено количество посадочных мест, в то время как призрачная кухня может принимать относительно неограниченное количество заказов.

Технология призрачной кухни сочетает в себе удобство и передовые технологические инновации. Клиенты могут быстро заказать еду, не выходя из дома, через приложение или веб-сайт. Заказ немедленно обрабатывается компанией доставки или непосредственно оператором кухни. Блюда готовятся в течение нескольких минут, упаковываются и подготавливаются к доставке на мопеде, велосипеде или автомобиле.

При заказе блюда на доставку в обычном ресторане ожидание клиента может составить до 2 часов. Бизнес-модель призрачной кухни делает ставку на скорость. Высокая скорость доставки в призрачных кухнях достигается благодаря тому, что, как правило, зона доставки точки не превышает нескольких километров плюс в призрачных кухнях уделяется максимальное внимание скорости готовки – большинство ингредиентов, а иногда даже блюд, уже готовы, курьеру остается только доставить их клиенту. Некоторые призрачные кухни настолько уверены в себе, что готовы оплатить клиенту заказ, если курьер опаздывает хотя бы на минуту.

Современный клиент более всего ценит здоровую, полезную и безопасную еду. Именно поэтому многие предприятия в формате призрачной кухни все усилия сосредоточивают на приготовлении максимально качественных блюд по минимальной цене.

Как следствие, кухни-призраки становятся катализатором для роста там, где все остальные сектора общественного питания сильно пострадали от вынужденного временного закрытия в период самоизоляции в результате распространения коронавируса. По данным исследования Tinkoff Data, в 2020 г. в период пандемии продажи доставки еды в России выросли в 4 раза.

Таким образом, инвестиции в бизнес призрачных кухонь открывают огромные возможности для получения прибыли. Однако на пути успешного ведения бизнеса призрачных кухонь могут возникнуть определенные проблемы:

1. Сложности при доставке. Точность и аккуратность имеют решающее значение для успешного ведения бизнеса в сфере общепита. То же самое относится и к бизнес-модели призрачной кухни. В отличие от автономного предприятия общепита, призрачная кухня может столкнуться с проблемами, связанными с автотранспортом (пробки на дороге, поломка автомобиля, неблагоприятные погодные условия и др.).

2. Удержание клиентов. Поскольку физическое взаимодействие с клиентами практически отсутствует, новому бизнесу зачастую довольно сложно завоевать доверие потребителей, учитывая высокий уровень конкуренции. Поэтому при организации призрачной кухни необходимо потратить усилия над проработкой своего присутствия в Интернете, чтобы

о призрачной кухне узнали потенциальные клиенты. Веб-сайт, оптимизированный под поиск, и регулярное обновление информации в социальных сетях являются необходимыми условиями ведения данного вида бизнеса.

3. Отсутствие возможности продавать алкоголь. Следующий недостаток бизнес-модели призрачной кухни заключается в том, что у них нет возможности продавать алкоголь. Успешные рестораторы знают, что добавление алкогольных напитков в меню значительно увеличивает продажи. В некотором смысле это сокращает потенциальный доход для призрачных кухонь.

4. Недоступность информации о клиентах. Традиционное предприятие общепита обладает базой данных клиентов, зная их прошлые заказы, имена и контактные данные. Когда облачная кухня принимает заказы от третьей стороны, информация о клиентах почти всегда скрыта, если только кухня не работает без посредников в виде служб доставки.

5. Зависимость от агрегаторов. Арендуя новые производственные площади у служб заказа и доставки, предприятия общепита попадают в некоторую зависимость от них. Оператор службы доставки может внезапно изменить условия сотрудничества, повысить цены, изменить концепцию доставки.

6. Проблемы во взаимоотношениях с клиентами. Также могут возникнуть определенные сложности во взаимоотношениях с клиентами, для которых зачастую кухни-призраки являются не очень желательными соседями из-за шума, запахов, отходов и круглосуточного трафика курьеров. Поэтому кухни-призраки целесообразно размещать в городских промышленных зонах и недалеко от транспортных узлов.

7. Сложность управления. Формат призрачной кухни требует более жесткого управления с целью обеспечения постоянного контроля деятельности всей компании – от качества пищи до логистики.

Многие владельцы предприятий общепита воспринимают призрачные кухни как парадокс. С одной стороны, кухни-призраки дают ресторанам возможность снизить первоначальные затраты и передать на аутсорсинг недостаточно используемое кухонное пространство/оборудование. С другой стороны, с ростом популярности призрачных кухонь возникают вопросы к развитию ресторанных опыта. Клиенты предприятий общепита также с осторожностью относятся к заказам на кухнях-призраках из-за того, что не все они знакомы с этой новой концепцией.

Призрачные кухни имеют все шансы утвердиться на массовом рынке, став неотъемлемой частью повседневной культуры питания. Рост цен на недвижимость и постоянно растущая нехватка ресурсов, рост использования смартфонов, прикладных технологий и свободный доступ в Интернет, ограничительные меры в период пандемии коронавируса сделали переход к кухням-призракам весьма привлекательным для рестораторов.

Пандемия коронавируса, пожалуй, стала одним из основных фактов, который вынудил многие предприятия общепита закрыться и послужил катализатором для развития бизнес-модели «призрачная кухня». Этот факт сделал доставку еды единственной возможностью для клиентов получить доступ к готовой пище без затрат усилий и времени на ее готовку.

Поскольку призрачные кухни предоставляют большие возможности для расширения, особенно для удовлетворения растущего спроса на доставку еды, известные сети ресторанов по всему миру уже начали использовать бизнес-модель призрачной кухни. В 2019 г. глобальный доход этой отрасли составил 107,4 млрд. долларов, а к 2024 г. ожидается, что он достигнет 182,3 млрд. долларов. По прогнозам экспертов, к 2030 г. «кухни-призраки» или рестораны, работающие только на доставку, станут бизнесом с оборотом в 1 трлн. долларов.

По мнению аналитиков, перспективная бизнес-модель общепита продолжит активно развиваться. Особенно быстро призрачные кухни начнут появляться в Китае, где свыше 63% жителей практически ежедневно заказывают еду в режиме онлайн. За КНР следуют Великобритания и США: там почти половина граждан отдает предпочтение онлайн-заказу блюд.

На российском рынке направление «призрачная кухня» находится только в самом начале пути, но уже показывает невероятный подъем: только за 2021 г. российский рынок доставки вырос на 125% по сравнению с 2020 г., а за 2022 г. еще на 60% по данным агентства *Infoline*. По итогам 2022 г. общий оборот призрачных кухонь в России составил более 200 млрд. руб.

Высокий потенциал формата «призрачная кухня» привлекает внимание крупных агрегаторов по доставке еды в России: *Delivery Club*, Яндекс.Еда, СберМаркет, которые осваивают новые территории, охватывая крупные и средние города страны. С ними трудно конкурировать, потому что возможности демпинговать у них неизмеримо больше, чем у небольших фирм.

Призрачные кухни имеют большой потенциал развития не только благодаря рассмотренным выше преимуществам. В условиях большого разнообразия сервисов доставки продуктов в настоящее время практически отсутствуют сервисы, предлагающие доставку блюд с учетом индивидуальных особенностей питания. Это одна из ниш, которую призрачные кухни еще не освоили, но вполне могут ее занять, т.к. тенденцией последнего времени является увеличение численности людей с непереносимостью некоторых пищевых ингредиентов и продуктов питания. Такая призрачная кухня могла бы стать отличным решением для аллергиков.

Концепция такой призрачной кухни должна быть разработана с уч-

том потребностей людей, страдающих от различных аллергических реакций на пищевые продукты, а также лиц, соблюдающих индивидуальную программу питания с учетом состояния здоровья. Цель – предоставить возможность каждому человеку насладиться разнообразной и качественной пищей, не опасаясь побочных эффектов для своего здоровья.

В России призрачных кухонь для аллергиков пока не существует, но за рубежом уже существует определенный опыт. Так, в Пномпене (Камбоджа) функционирует призрачная кухня DailyBite. Эта бизнес-модель сосредоточена на предоставлении здоровых блюд или планов питания для людей, которые хотят пытаться здоровее, а также для людей, которые хотят сбросить или набрать вес. DailyBite адаптируется к особенностям клиентов, таким как аллергия, непереносимость и специальные диеты. Кроме того, DailyBite также предлагает консультации с диетологом для людей, которые хотят персонализировать свое питание и план питания.

Таким образом, призрачные кухни предлагают владельцам предприятий общепита современный способ управления их деятельностью, который является более экономичным и действенным, чем традиционные подходы. Призрачные кухни – идеальный способ минимизировать затраты и увеличить прибыль, поскольку они обладают большей гибкостью, способны к охвату большой аудитории, ориентированы на качество продукции и скорость доставки. С учетом современных реалий призрачные кухни являются перспективной альтернативой традиционным предприятиям общепита и имеют все шансы на дальнейшее развитие.

Для снижения негативных факторов, которые сопровождают функционирование призрачных кухонь, необходимо:

- разумно выбирать местоположение «призрачных» точек: не слишком близко от жилых кварталов;
- использовать более экологичный транспорт: велосипеды, электросамокаты и электромобили;
- стараться использовать экологичную качественную упаковку.

Список использованных источников

1. Ермилова, Е. Призрачная кухня – новый тренд гастрономического мира: что это такое. – Режим доступа: <https://www.gastronom.ru/text/ghost-kitchen-bez-oficiantov-povarov-i-gostej-1017350>.
2. Кемеров, И. Доставка еды наносит вред экологии. «Зеленые» бьют тревогу. – Режим доступа: <https://fishki.net/anti/3665165-dostavka-edy-nanosit-vred-jekologii-zelenye-byut-trevogu.html>.
3. Морозова, Е. Dark Kitchen – будущее ресторанных бизнесов? – Режим доступа: <https://ispace.news/tech/dark-kitchen-1/>.
4. Нурланова, К. Ж. Индустрия общественного питания после пандемии COVID-19 // Лучшая научно-исследовательская работа 2022:

сборник статей XXXIV Международного научно-исследовательского конкурса. – Пенза, 2022. – С. 48-51.

5. Резниченко, И. Ю., Чистяков, А. М. Инновационное управление пищевым предприятием в современных условиях // Современные проблемы внедрения элементов бережливого производства: международная очно-заочная научно-практическая конференция. – Ульяновск, 2021. – С. 56-58.

6. Beniwal, T., Mathur, V. K. Cloud Kitchens and its impact on the restaurant industry // International Research Journal on Advanced Science Hub. – 2022. – Т. 4. – Р. 324-335.

7. Cai, R., Leung, X. Y., Chi, C. G. Q. Ghost kitchens on the rise: Effects of knowledge and perceived benefit-risk on customers' behavioral intentions // International Journal of Hospitality Management. – 2022. – Т. 101. – Р. 103-110.

8. Euler, B. E. et al. Ghost kitchens: A playbook. – <https://www.ktchnrebel.com/ghost-kitchen-playbook/>.

9. Giousmpasoglou, C., Ladkin, A., Marinakou, E. Trends: Ghost Kitchens // Food Service. – 2022. – Т. 149. – Р. 42-46.

10. Hakim, M. P. et al. What is a dark kitchen? A study of consumer's perceptions of deliver-only restaurants using food delivery apps in Brazil // Food Research International. – 2022. – Т. 161.

11. Hosen, E. Cloud Kitchen Potentially in Bangladesh: diss. – 2023. – 32 p.

12. McCarthy, D. Want a Profitable Low Cost Business Idea? Start a Ghost Kitchen in 2023! – <https://www.posist.com/restaurant-times/cloud-kitchen/demystifying-cloud-kitchens/start-a-ghost-kitchen.html#Advantages And Scope Of The Ghost Kitchen Business Model>.

13. Scheiwe, F. Strategic business models in the online food delivery industry-introducing the-order-cook-delivery-business model: diss. – 2022. – 75 p.

14. Srong, M. R. V. et al. DailyBite cloud kitchen business model in Phnom Penh, Cambodia: diss. – Thammasat University, 2022. – 66 p.