

УДК 338.04

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Сезик А.А., Пашуева А.И., студенты гр. УЭБ-251, I курс
Научный руководитель: Михайлова Я.С., старший преподаватель
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

В ресторанном бизнесе сервис – ключевой фактор, превращающий еду в опыт, а случайный визит – в лояльность. На перенасыщенном рынке именно качество обслуживания становится главным нематериальным активом, определяющим успех заведения.

Современный сервис – это многомерная система, управляющая гостевым опытом на всех этапах: от первого контакта до прощания. Она строится на пересечении технологий, психологии и эмпатии.

Главный вызов сегодня – растущие и меняющиеся ожидания гостей. Они требуют высоких стандартов, но еще больше ценят искренность и гибкость, готовы простить заминку, если чувствуют индивидуальный подход. Эффективная модель не копирует западные школы, а учитывает местные особенности коммуникации и гостеприимства.

В статье системно разбирается, из чего складывается качественное обслуживание, какие ошибки встречаются на разных этапах и как выстроить сервисную культуру, которая не только удовлетворяет, но и превосходит ожидания. Хороший сервис – это баланс стандарта и импровизации, скорости и внимательности, технологий и человечности.

Кемеровский рынок общественного питания достаточно разнообразен. Согласно данным специализированных каталогов, на начало 2026 года в городе представлено не менее 41 ресторана (без учета кафе, столовых и закусочных), а общее количество предприятий общественного питания, включая точки фастфуда и доставки, исчисляется несколькими сотнями.

Среди крупных сетевых игроков в городе работают несколько ресторанов «Вкусно – и точка» (на проспекте Шахтёров, 89 и Советском проспекте, 28А), «Rostic's» (на проспекте Кузнецком 33Б и Советском проспекте, 32) и «Бургер Кинг» (на проспекте Кузнецком, 33А и Октябрьский проспект, 34), которые задают стандарты быстрого обслуживания. Также популярны локальные проекты: ресторан «Кавказская кухня» (ул. Тухачевского, 1), который сейчас закрыт на ремонт и обещает открыться в обновленном формате, сеть ресторанов «Пивная академия», а также такие заведения, как «Мама Рома», «Ла Пальма», «Мулине» и «Персона Грата».

В 2026 году рынок продолжает адаптироваться: закрываются одни точки, открываются другие. Важной тенденцией остается развитие форматов

«стритфуд» и доставки, которые демонстрируют устойчивость даже в условиях экономической нестабильности.

Официальная статистика демонстрирует позитивную динамику. Согласно данным Кемеровостата, в первом квартале 2025 года оборот общественного питания в Кузбассе составил 10,4 млрд рублей, что на 2,4% больше в сопоставимых ценах по сравнению с аналогичным периодом прошлого года [1,2]. Однако реальная ситуация на местах выглядит противоречиво.

По данным местных СМИ, начиная с января 2026 года в центре Кемерова наблюдается массовое закрытие заведений. Репортажи с улиц Весенней, Ноградской, Советского проспекта и Притомской набережной фиксируют множество опустевших площадей. Среди знаковых потерь:

- сеть «Подорожник»: полная ликвидация 25 точек в Кемерове, на компанию заведено уголовное дело о невыплате зарплаты;
- ресторан «Авиатор»: легендарное заведение на набережной (работало с 2003 года) закрыто «по техническим причинам» на неопределенный срок;
- Domo Izakaya: уникальный для города ресторан японской лапши (рамэн) прекратил работу еще осенью 2025 года;
- гриль-бар и бар «Сэйшн»: расположенные напротив Театра драмы, также закрыты;
- ресторан Trollius на Весенней, 15, и заведение на цокольном этаже по Дзержинского, 4 (где ранее находился «Есенин») прекратили работу.

Эти факты указывают на то, что официальный рост оборота может обеспечиваться за счет крупных сетевых проектов и заведений в спальных районах или торговых центрах, в то время как классические «городские» рестораны в центре испытывают серьезные трудности.

Далее необходимо рассмотреть влияние экономических факторов на сервис в местных заведениях.

Кемеровские рестораторы сталкиваются с теми же вызовами, что и их коллеги по всей стране: рост цен на продукты, увеличение налоговой нагрузки и кадровый дефицит [2]. Это приводит к тому, что чистая прибыль заведений может снижаться.

В таких условиях сервис становится не просто дополнением, а главным фактором удержания гостя. Посетители становятся более чувствительны к соотношению цены и качества. Высокий уровень обслуживания позволяет оправдать повышенные цены и сохранить лояльность даже в условиях падения маржинальности. Для кемеровских ресторанов это особенно актуально, так как конкуренция за платежеспособного гостя в городе высока.

Владельцы закрывающихся сетей прямо указывают на причины кризиса:

- рост налоговой нагрузки: введение НДС для оборота свыше 60 млн рублей с 1 января названо одной из ключевых причин ликвидации сети «Подорожник»;

- инфляция и цены: за 2025 год цены в кафе и ресторанах региона выросли на 12,8%, это снижает покупательную способность населения и заставляет заведения оптимизировать меню;
- логистические проблемы: в отзывах посетители сетей фастфуда (Rostic's) жалуются на постоянное отсутствие позиций в меню («постоянно чего-то нет», «проблемы с поставщиками»).

Анализ отзывов за последние 2-3 года позволяет выделить ключевые болевые точки сервиса, которые формируют репутацию заведений в Кемерове:

Системные проблемы обслуживания:

1. Долгое ожидание: «Ждали свой заказ около часа», «предзаказ несли час», «время ожидания оставляет желать лучшего» – такие жалобы встречаются как в сетевых (Rostic's, Star Бургер), так и в авторских ресторанах (ШашлыкоFF)

2. Антисанитария и уборка: Частые нарекания на чистоту залов и туалетов. В одном из заявлений говорится: «Грязно. Туалеты грязные, столы грязные, пол усыпан бумажками и картошкой фри. Никто не убирает». Встречаются упоминания о спящих посетителях в зале и неприятных запахах.

3. Отсутствие коммуникации: Персонал часто не представляется, не повторяет заказ, не желает приятного аппетита. Описан случай, когда администратор не поздоровалась при входе и чуть не перевернула поднос с едой на ребенка, не извинившись.

4. Нехватка или отсутствие позиций в меню: Заведения часто не предупреждают об отсутствии блюд заранее. Характерный случай: гость заказал свиную рульку, через время узнал, что ее нет, а сопутствующий гарнир (картофель) уже приготовили и отказать от него нельзя.

Современное взаимодействие с потребителем в Кемерове, как и во всей России, выходит за рамки личного контакта в зале. Все больше заведений внедряют:

1. QR-меню и киоски самообслуживания, ускоряющие процесс заказа.
2. Цифровые чаевые, популярность которых растет, упрощая мотивацию персонала.
3. Доставку, которая требует от ресторанов соблюдения новых стандартов транспортировки (ГОСТы, регулирующие работу курьеров, носят рекомендательный характер, но крупные игроки стремятся им следовать).

Однако живое общение остается критически важным. Гости ценят, когда персонал проявляет гибкость. Пример из кемеровской практики: в заведении «Гриль №1» (просп. Шахтёров, 50) посетители в отзывах отмечают как доброжелательность персонала, так и противоположные случаи, когда сотрудники «цокают» и не помогают с выбором, что сразу формирует негативный опыт

Для кемеровских ресторанов обязательны к исполнению требования законодательства о защите прав потребителей. Управление Роспотребнадзора по Кемеровской области напоминает, что каждый ресторан обязан:

- иметь вывеску с наименованием, режимом работы и адресом;

- предоставлять достоверную информацию об услугах: меню с указанием веса порций, способов приготовления, а также сведений о калорийности и содержании белков, жиров, углеводов;
- соблюдать правила продажи алкогольной продукции (при наличии лицензии) – продажа возможна только в объектах с залом обслуживания;
- обеспечивать безопасность блюд и соблюдать санитарные нормы (СанПиН) [3, 4].

Стандарты сервиса делятся на технологический (скрипты, время подачи) и эмоциональный уровень – умение создавать атмосферу [5, 6]. В Кемерове, где выбор заведений велик, именно эмоциональный сервис становится главным конкурентным преимуществом.

Управление репутацией через работу с отзывами – обязательная часть ресторанного сервиса в Кемерове. Реальные примеры из отзывов на городские заведения показывают, на что обращают внимание гости.

Положительные отзывы возникают там, где есть стабильность и внимание к деталям. Например, о ресторане «Кавказская кухня» пишут: «Хорошая кухня! Верна традициям», «Вкусно кормят». Посетители «Гриль №1» отмечают: «Очень вкусно кормят, персонал всегда приветливый, кассиры всегда помогают с выбором».

Отрицательные отзывы – это зона роста. Те же самые заведения получают и жесткую критику. В отзывах на «Гриль №1» присутствуют следующие негативные моменты:

- персонал: «обслуживание просто на нуле», «девушка с таким лицом, будто я в дар прошу отдать еду», «можно не орать, а сказать спокойно номер заказа»;
- чистота: «полы мокрые», «столы и вся мебель была грязная, её как будто не мыли никогда»;
- качество блюд: «шаурма была максимально не вкусная», «классическая была очень солёная», «в детском комбо оказался хот-дог с луком, горчицей и морковкой по-корейски».

Такие примеры показывают, что кемеровским рестораторам необходимо системно работать с обратной связью: персонализировано отвечать на негатив, исправлять ошибки и контролировать соблюдение стандартов чистоты и качества.

Качество сервиса напрямую зависит от квалификации сотрудников. В Кемерове базовую подготовку специалистов осуществляет Кемеровский техникум индустрии питания и сферы услуг (КемТИПиСУ).

Для управленческого состава и действующих сотрудников в Кемерове доступны курсы повышения квалификации и программы профессиональной переподготовки (часто на базе техникума и коммерческих учебных центров). Специалисты учатся управлению персоналом, стандартам сервиса, финансовому планированию.

Также действуют государственные программы бесплатного обучения (в рамках нацпроекта «Кадры»), которые позволяют жителям Кемерова, ищущим

работу или находящимся в декрете, освоить востребованные ресторанные профессии.

Чтобы сервис в кемеровских ресторанах был стабильно высоким, необходимо придерживаться нескольких принципов, подкрепленных местной практикой:

- инвестировать в чистоту и комфорт. Как показывают отзывы, грязные столы и полы – одна из главных причин негатива. Регулярная уборка и исправное состояние санузлов – база, которую нельзя игнорировать;
- обучать персонал эмоциональному интеллекту. Гости запоминают не идеальную технику, а то, как с ними общались. Случаи, когда сотрудники «цокают» или кричат в зале, недопустимы. Обучение вежливости, эмпатии и умению помогать с выбором должно быть регулярным;
- системно работать с отзывами. Негатив должен попадать в операционную работу. Если посетители жалуются на пересоленную шаурму или несоответствие состава блюда ожиданиям, это повод пересмотреть технологические карты и провести дополнительный инструктаж с поварами;
- внедрять технологии, но не забывать о людях. QR-меню и киоски самообслуживания удобны, но для многих гостей важен живой контакт. Нужно соблюдать баланс между автоматизацией и человеческим участием.

Пожелание отрасли: Кемеровский ресторанный рынок движется к отказу от формального подхода «гость всегда прав» в пользу более зрелого подхода – «гость – это партнер». Побеждают не те, у кого самый дешевый чек, а те, кто создает сервис, в который хочется возвращаться. И это требует постоянной работы над ошибками, обучения команды и внимания к деталям.

Рестораны Кемерова в сфере сервиса сегодня – это сложный механизм, где переплетаются экономика, технологии, психология и профессиональные компетенции. Количество заведений остается значительным, конкуренция высокой, а посетители становятся все более требовательными. Клиентский сервис больше не ограничивается улыбкой официанта: это управление отзывами, цифровые инструменты, стандарты, которые работают «в фоне», и постоянное обучение команды. Инвестиции в персонал, эмоциональный сервис и системная работа с гостем – это то, что отличает устойчивый ресторанный бизнес от того, который закрывается после первых же экономических трудностей. Для Кемерова, как и для всей России, это путь к формированию культуры гостеприимства, в которую хочется возвращаться.

Список литературы:

1. Анализ и перспективы инновационного развития предприятий общественного питания / Л. А. Маюрникова, А. А. Кокшаров, Т. В. Крапива [и др.] // Техника и технология пищевых производств. – 2023. – Т. 53, № 1. – С. 140-149.

2. Анализ и тенденции развития рынка общественного питания г. Кемерово / Л. А. Маюрникова, Т. В. Крапива, Н. И. Давыденко [и др.] // Современная наука и инновации. – 2017. – № 4(20). – С. 72-78.
3. Суворова, А. В. Структурные особенности экономики муниципальных образований: оценка и интерпретация / А. В. Суворова // Экономика и управление. – 2023. – Т. 29, № 9. – С. 1094-1108.
4. Крупин, Я. Е. Формирование механизмов устойчивого развития рынка сферы услуг в регионе / Я. Е. Крупин // Экономика и управление. – 2025. – Т. 31, № 7. – С. 934-944.
5. Жохова, В. В. Исследование регионального рынка общественного питания (на примере ресторана Laffa ООО «ЮК Групп» г. Владивостока) / В. В. Жохова, Р. И. Сидорюк // Практический маркетинг. – 2023. – № 7(313). – С. 3-12.
6. Антонова, А. А. Конкурентоспособность современных предприятий ресторанного бизнеса / А. А. Антонова // Экономика и управление. – 2022. – Т. 28, № 7. – С. 694-707.