

В. П. Неганова, А. В. Чирков

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РЕГИОНА¹

Одной из наиболее перспективных отраслей российской экономики на протяжении последних лет является система общественного питания. Однако положительная динамика развития данной отрасли сопровождается усилением конкуренции на рынке. Исследование конкурентоспособности отечественных компаний общепита приобретает особую актуальность в современных условиях активной интеграции России в мировую экономику.

¹ © Неганова В. П., Чирков А. В., 2014. Текст.

Целью данной статьи является обзор текущей ситуации и определение тенденций развития рынка общественного питания г. Екатеринбурга. В ходе исследования были использованы следующие методы: сбор и анализ вторичной информации; системный анализ; метод сравнения; монографический; статистический.

В статье представлен анализ развития рынка общественного питания на федеральном, региональном и местном уровнях. Выявлены основные проблемы и предложены направления дальнейшего развития отрасли в г. Екатеринбург. Исследование показало, что развитие рынка общественного питания происходит в рамках общероссийских тенденций: снижение затрат на питание в предприятиях общественного питания; неравномерное распределение предприятий общественного питания на территории города; высокая степень аналогичности предоставляемых услуг. Разработка направлений дальнейшего развития системы общественного питания г. Екатеринбурга предлагается средствами маркетинга взаимоотношений.

Ключевые слова: общественное питание, конкурентоспособность, маркетинг взаимоотношений

Сфера общественного питания в настоящее время является одной из наиболее перспективных отраслей российской экономики. При этом положительная динамика развития отрасли сопровождается усилением конкуренции на рынке. Исследование конкурентоспособности отечественных компаний общепита приобретает особую актуальность в современных условиях членства России во Всемирной торговой организации (ВТО). Отмена таможенных пошлин сделает импортную продукцию более доступной для российского покупателя, что, в свою очередь, послужит дополнительным стимулом для отечественных производителей к совершенствованию своей продукции. Вследствие этого на внутреннем рынке будут обеспечены необходимые условия для поддержания здоровой конкуренции между российскими и зарубежными компаниями. Однако если отечественные предприятия общественного питания не смогут приспособиться к динамичным условиям современной экономики и, соответственно, не смогут существенно повысить свою конкурентоспособность, то они будут вытеснены транснациональными корпорациями, стремительное проникновение которых на внутренний рынок очевидно.

В современной научной и бизнес-среде конкурентоспособность компании входит в число самых актуальных проблем маркетинга. Активно обсуждаются и решаются во-

просы относительно теоретической и методической составляющих конкурентоспособности компании на рынке. При этом наличие большого количества исследований в области конкурентоспособности компаний, обусловленное повышенным интересом к данной проблеме со стороны ученых и практиков, привело к тому, что в настоящее время нет единого подхода к комплексной оценке конкурентоспособности компании на рынке. Желание авторов разработать методику оценки конкурентоспособности в рамках интересующей их темы приводит к тому, что анализируются отдельные показатели деятельности компании (без учета сложных внутрисистемных связей) и их изменения. К тому же сосредоточение внимания на сопоставлении отдельных показателей конкурирующих фирм приводит к снижению способности компании своевременно адаптироваться к реалиям внешней среды, что в условиях усиления конкурентной борьбы на внутреннем рынке, вызванного ограничением протекционизма со стороны государства, приобретает исключительную значимость.

Обзор рынка общественного питания целесообразно рассмотреть на следующих уровнях: Российская Федерация, Уральский федеральный округ, Свердловская область, г. Екатеринбург.

Как важнейшая часть потребительского рынка России, система общественного пита-

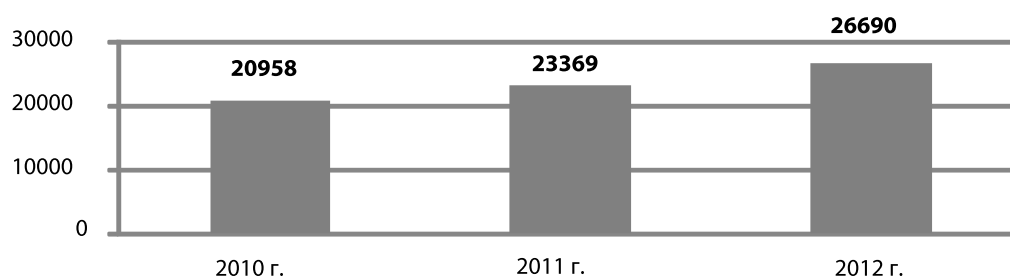


Рис. 1. Динамика среднемесячной номинальной начисленной заработной платы, руб. [14]

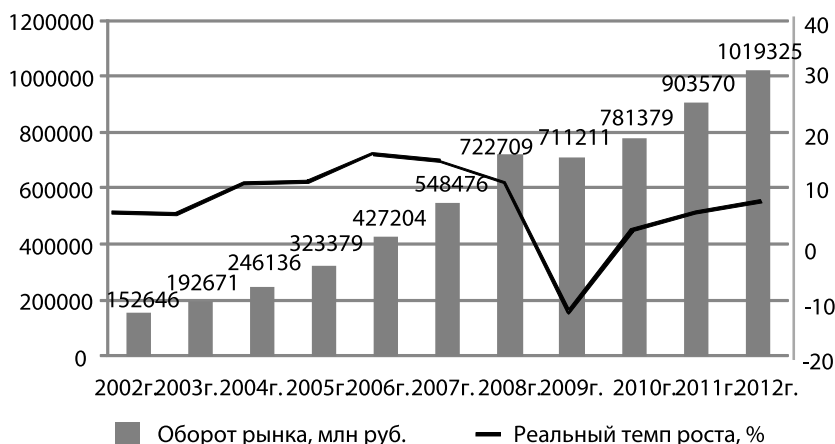


Рис. 2. Динамика оборота российского рынка общественного питания [14]

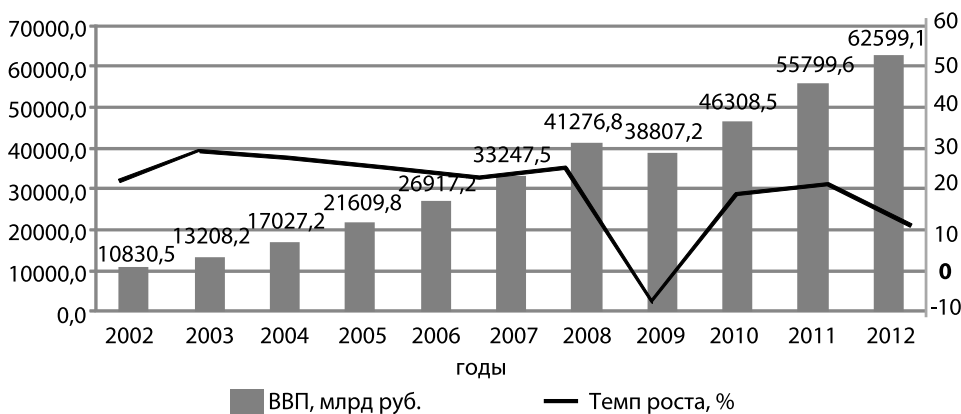


Рис. 3. Динамика изменения ВВП, млрд руб. [14]

Таблица 1

Динамика числа хозяйствующих субъектов общественного питания [14]

Тип хозяйствующего субъекта общественного питания		Год				
		2008	2009	2010	2011	2012
Рестораны	Кол-во, тыс. ед.	28,5	36,6	40,5	46,9	49,4
	Темп роста, %	—	28,4	10,7	15,8	5,3
Бары	Кол-во, тыс. ед.	3,3	4,2	4,7	5,5	5,6
	Темп роста, %	—	27,3	11,9	17,0	1,8
Столовые при предприятиях и учреждениях и поставка продукции общественного питания	Кол-во, тыс. ед.	3,5	4,4	5	5,9	6,1
	Темп роста, %	—	25,7	13,6	18,0	3,4
Индивидуальные предприниматели	Кол-во, тыс. чел	54,3	58,3	61,1	62,3	53,9
	Темп роста, %	—	7,4	4,8	2,0	-13,5

ния позволяет дать интегральную оценку социально-экономического уровня населения: бурное развитие данной отрасли связано, в первую очередь, с улучшением финансового положения россиян (рис. 1).

Также следует отметить, что общественное питание является одной из немногих отраслей, где в период кризиса не было спада, а наблюдалось лишь незначительное замедление темпов роста. Исключение составляет 2009 г., когда темп роста оборота российского рынка

общественного питания был на уровне — 12,7% (рис. 2). Иными словами, падение рынка в 2009 г. составило около 25% по сравнению с 2008 г.

Анализируя текущее положение дел в отрасли, следует отметить, что в настоящее время рост рынка общественного питания значительно ниже докризисного уровня. Реальный рост рынка на уровне 12–15% в докризисный период сменился 6–7%. Данный факт обусловлен снижением темпов развития россий-

Таблица 2
Основные прогнозы развития мировой экономики [2]

Показатель	Значение, %		Прогноз, %	
	2011	2012	2013	2014
<i>Мировой объем производства</i>	3,9	3,1	3,1	3,8
<i>Страны с развитой экономикой</i>	1,7	1,2	1,2	2,1
США	1,8	2,2	1,7	2,7
Зона евро	1,5	-0,6	-0,6	0,9
Германия	3,1	0,9	0,3	1,3
Франция	2	0	-0,2	0,8
Италия	0,4	-2,4	-1,8	0,7
Испания	0,4	-2,4	-1,8	0,7
Япония	-0,6	1,9	2	1,2
Соединенное Королевство	1	0,3	0,9	1,5
Канада	2,5	1,7	1,7	2,2
Другие страны с развитой экономикой	3,3	1,8	2,3	3,3
<i>Страны с формирующимся рынком и развивающиеся страны</i>	6,2	4,9	5	5,4
Центральная и Восточная Европа	5,4	1,4	2,2	2,8
Содружество Независимых Государств	4,8	3,4	2,8	3,6
Россия	4,3	3,4	2,5	3,3
Кроме России	6,1	3,3	3,5	4,3
Развивающиеся страны Азии	7,8	6,5	6,9	7
Китай	9,3	7,8	7,8	7,7
Индия	6,3	3,2	5,6	6,3
Латинская Америка и Карибский бассейн	4,6	3	3	3,4
Бразилия	2,7	0,9	2,5	3,2
Мексика	3,9	3,9	2,9	3,2
Ближний Восток, Северная Африка, Афганистан и Пакистан	3,9	4,4	3,1	3,7
Страны Африки к югу от Сахары	5,4	4,9	5,1	5,9
Южная Африка	3,5	2,5	2	2,9
<i>Объем мировой торговли (товары и услуги)</i>	6	2,5	3,1	5,4
<i>Импорт</i>				
Страны с развитой экономикой	4,7	1,1	1,4	4,3
Страны с формирующимся рынком и развивающиеся страны	6,4	3,6	4,3	6,3
<i>Экспорт</i>				
Страны с развитой экономикой	5,6	2	2,4	4,7
Страны с формирующимся рынком и развивающиеся страны	6,4	3,6	4,3	6,3
<i>Цены на биржевые товары (в долларах США)</i>				
Нефть	31,6	1	-4,7	-4,7
Нетопливные товары (среднее значение на основе весов в мировом экспорте биржевых товаров)	17,9	-9,9	-1,8	-4,3
Потребительские цены				
Страны с развитой экономикой	2,7	2	1,5	1,9
Страны с формирующимся рынком и развивающиеся страны	7,1	6,1	6	5,5

ской экономики, что, в свою очередь, является следствием нестабильности мировой экономической конъюнктуры.

Согласно оценкам специалистов, рост исследуемого рынка в 2013 г. составит 5,5% [4]. Такой исход событий возможен при условии, что мировое экономическое сообщество не окажется в кризисной ситуации. Однако анализ отрицательной динамики изменения темпа роста российского ВВП (рис. 3) свидетельствует, что вероятность наступления финансового кризиса достаточно велика.

Несмотря на существующие сложности, российский рынок общественного питания продолжает сохранять инвестиционную привлекательность. Данные, представленные в таблице 1, отражают положительную динамику численности организаций. При этом изменение темпа роста числа компаний, функционирующих на исследуемом рынке, имеет отрицательный тренд, характерный для всего рынка.

Также следует отметить, что по количеству организаций общественного питания Россия отстает от западных стран. Согласно информации, представленной на сайте агентства «РБК.research», в США зарегистрированы и действуют свыше 616 тыс. ресторанов [10], что значительно превышает число ресторанов, кафе и баров, функционирующих на отечественном рынке.

Привлекательный инвестиционный климат в России в совокупности с наблюдаемой в последнее время стагнацией в Европе и США (табл. 2) обеспечил повышенный интерес к отечественному рынку со стороны международных сетей общепита. Так, согласно данным агентства «РБК.research», за период с 01.01.2012 г. по 01.04.2013 г. на территории страны начали функционировать 9 иностранных сетей, при этом, по ожиданиям аналитиков, к концу 2013 г. это число увеличится еще на 6 новых игроков [10].

Первыми международными игроками, которые вышли на рос-

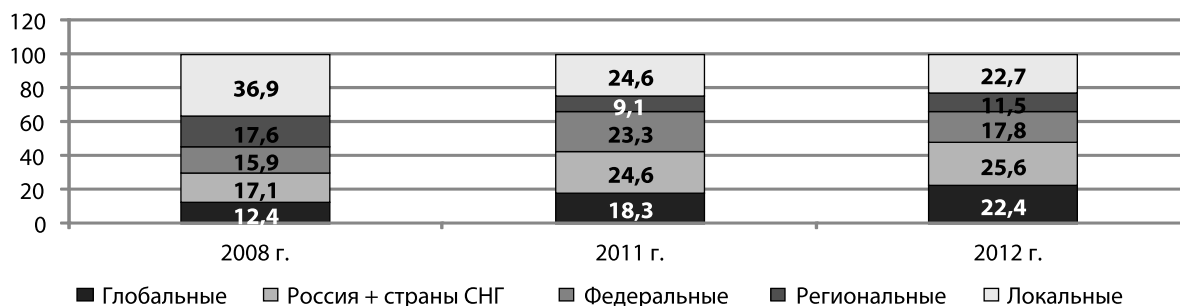


Рис. 4. Динамика структуры российского рынка сетевых предприятий общественного питания, % от количества сетевых заведений [6]

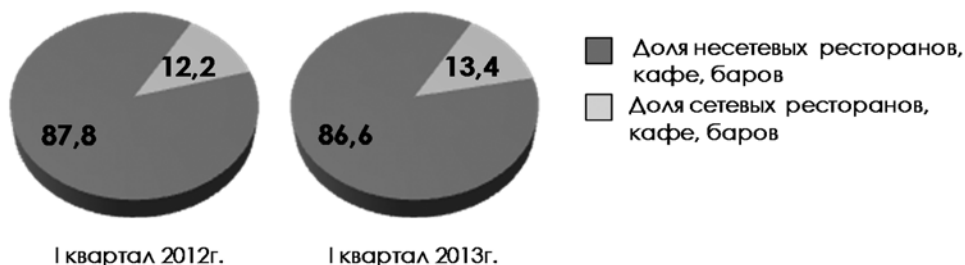


Рис. 5. Структура российского рынка общественного питания, %

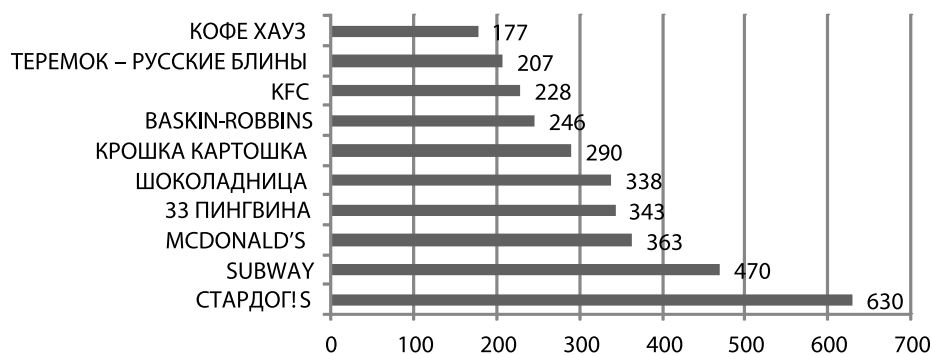


Рис. 6. 10 крупнейших сетевых заведений российского рынка общественного питания в зависимости от количества заведений [11]

сийский рынок, стали «PizzaHut» (с 1989 г.), «McDonald's» (с 1990 г.), «KFC» (с 1989 г., с 2005 по 2011 гг. в рамках «Ростик'с-KFC»), «Baskin-Robbins» (с 1992 г.), «Sbarro» (с 1997г.) и «Subway» (с 1998 г.). В 2008 г. в России уже работало около 30 сетей общественного питания, под управлением которых находились около 690 заведений. В 2010 г. в России появился такие крупные иностранные бренды, как «BurgerKing», «Dunkin' Donuts», а в 2011 г. на рынок вышла сеть «Wendy's». На сегодняшний день на российском рынке действуют около 40 международных сетей. Благодаря быстрой географической экспансии глобальные игроки уже контролируют 22,4% (или 1748 точек) сетевых заведений России (рис. 4).

Таким образом, анализ рынка общественного питания позволяет сделать вывод, что сетевая концепция является одной из основных тенденций в исследуемой отрасли. Данные,

представленные в таблице 3, подтверждают это. Количество крупных сетей общественного питания на территории Российской Федерации по состоянию на 01.04.2013 г. составило 420 ед., при этом указанные сети консолидируют под собственными брендами более 8920 точек общественного питания, в том числе рестораны, кафе, бары и уличные киоски. Тем не менее, в структуре предприятий общественного питания, функционирующих на территории страны, доля сетевых компаний относительно мала – 13,4% (рис. 5). [11]

Неразвитость российского рынка общественного питания и, соответственно, большие возможности для развития подтверждает тот факт, что 37% сетевых заведений страны составляют 10 крупнейших ресторанов и кафе (рис. 6).

К основным тенденциям развития индустрии общественного питания технологиче-

Таблица 3

Динамика числа сетевых заведений общественного питания и международных сетей, работающих на российском рынке [4]

Период	Сетевые рестораны, кафе и бары		Международные сети	
	Количество заведений, шт.	Прирост, шт.	Количество заведений, шт.	Прирост, шт.
I квартал 2008 г.	5557	—	689	—
I квартал 2011 г.	6379	822	1170	481
I квартал 2012 г.	773	1394	1743	573
I квартал 2013 г.	8924	1151	2182	439

ского характера можно отнести широкое применение безналичной оплаты, предоставление свободного доступа к интернету и разработку специализированных мобильных приложений (поиск ресторанов, учитывая местонахождение потребителя, его вкусовые предпочтения; бронирование столика; просмотр отзывов других посетителей и т. д.).

Основные тренды в ресторанном меню обусловлены стремлением россиян питаться правильно, впрочем, это характерно для многих стран мира. Согласно исследованиям аналитического агентства «РБК.research», 47,9% посетителей предприятий общепита испытывают потребность в большом разнообразии блюд в меню, соответствующих здоровому питанию. При этом здоровое питание, по мнению экспертов, подразумевает использование экологически безопасных, фермерских продуктов, применение низкотемпературного способа приготовления, предложение блюд низкой ка-

лорийности. Предпочтения россиян в выборе кухонь представлены на рисунке 7.

Широкое применение интернет-технологий в повседневной жизни вызвали существенные изменения в маркетинговой политике компаний. Отмечается усиление роли социальных медиа как канала продвижения:

каждый второй (58,1%) российский посетитель ресторанов и кафе перед первым посещением каких-либо заведений общественного питания старается найти интернет-сайт заведения и подробно ознакомиться с его содержанием;

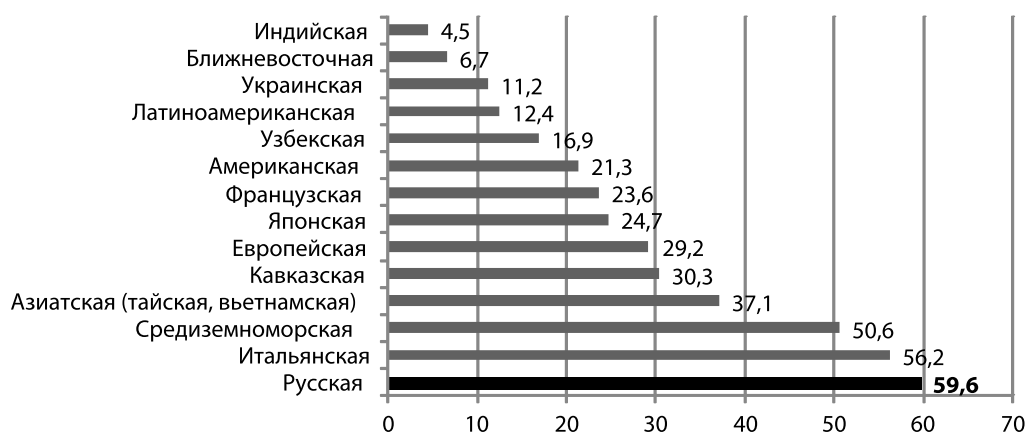
— уже после посещения ресторанов и кафе около трети россиян (31,7%) делятся положительными отзывами о них в социальных медиа, а 19,6% рассказывают о негативном опыте, давая тем самым другим пользователям социальных сетей, а также службам клиентского сервиса ресторанов и кафе дополнительную информацию для размышлений;

— около 5,1% являются активными участниками групп и сообществ своих любимых ресторанов и кафе в социальных сетях [11].

Также следует отметить, что потребители все чаще прислушиваются к советам знакомых и друзей, а также экспертов, учитывая их опыт при принятии решения о совершении покупок тех или иных товаров или услуг. Эффективность традиционных средств массовой информации и степень доверия к ним постепенно снижаются.

Рассмотрим структуру оборота общественного питания в разрезе субъектов Российской Федерации (табл. 4). Следует отметить, что в тройку лидеров входят Центральный (286 млрд руб.), Приволжский (188 млрд руб.) и Уральский (115 млрд руб.) федеральные округа.

Анализ динамики темпа роста оборота общепита на протяжении 2007–2012 гг., пока-



* — сумма не равна 100%, т. к. предоставлялась возможность выбора нескольких вариантов ответа

Рис. 7. Тренды в ресторанном меню, % [5]

Таблица 4

Динамика оборота общественного питания по субъектам РФ [14]

	2007г.		2008г.		2009г.		2010г.		2011г.		2012г.	
	млн руб	Темп роста, %	млн руб	Темп роста, %	млн руб	Темп роста, %	млн руб	Темп роста, %	млн руб	Темп роста, %	млн руб	Темп роста, %
Российская Федерация	548475,9	114,7	722708,8	112,2	711211,3	87,3	781378,7	103,0	903570,0	106,2	1019324,5	106,8
Центральный федеральный округ	166410,6	108,3	209780,6	109,3	213085,6	90,1	224328,4	99,5	255078,2	106,9	284590,6	106,3
Северо-Западный федеральный округ	60244,5	109,7	76925,1	108,1	76556,7	87,9	86762,4	105,6	97885,7	103,9	108491,8	104,0
Южный федеральный округ	39986,3	123,2	55845,5	118,8	60369,1	97,1	68981,5	105,4	79465,9	104,9	91357,3	108,4
Северо-Кавказский федеральный округ	22740,8	131,4	39181,7	145,7	44260,9	96,7	52767,9	105,1	69007,7	115,8	90563,7	115,6
Приволжский федеральный округ	96565,0	118,6	130071,0	112,2	131765,9	88,3	148667,2	105,5	173502,7	104,4	188369,1	103,5
Уральский федеральный округ	77922,7	123,8	102683,5	115,9	85737,6	74,0	93464,4	102,6	106861,0	105,6	114824,1	102,4
Сибирский федеральный округ	59931,6	112,6	77908,1	108,0	65653,9	75,2	68935,9	99,4	80761,1	106,2	94250,5	110,2
Дальне-восточный федеральный округ	24674,6	108,0	30313,3	104,4	33781,6	95,3	37471,0	102,1	41007,7	100,9	46877,4	107,3

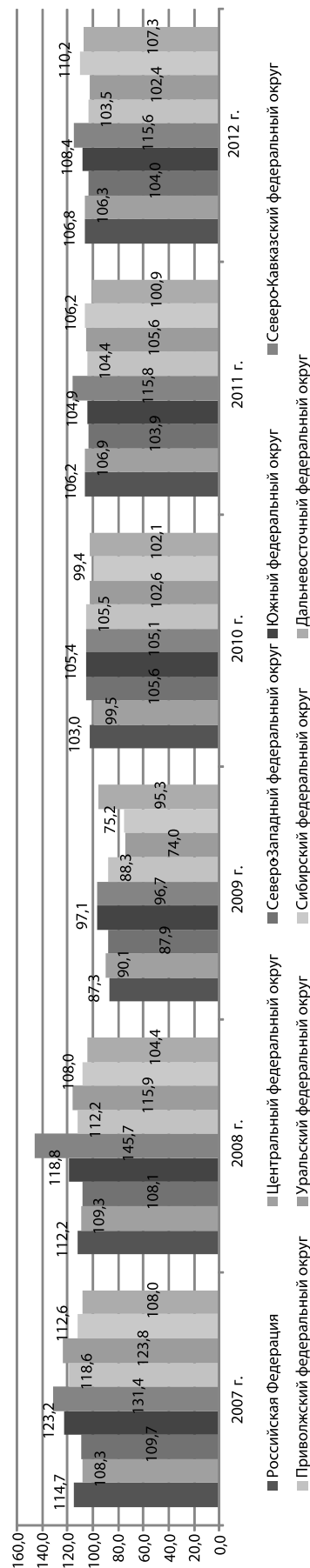


Рис. 8. Динамика темпа роста оборота общественного питания по субъектам РФ, %

Таблица 5

Сведения о наличии объектов общественного питания по субъектам РФ [14]

Регион	Общедоступные столовые, закусочные			Столовые учебных заведений, организаций, пром. предприятий			Рестораны, кафе, бары		
	Кол-во, ед.	в них мест	С зала об-служ-я, м ²	Кол-во, ед.	в них мест	С зала об-служ-я, м ²	Кол-во, ед.	в них мест	С зала об-служ-я, м ²
РФ	30446	1045590	2068321,7	62308	5000118	7219145,7	63506	3359741	7795162,2
Центральный ФО	5202	190329	448063,2	14813	1313142	2031728,4	18749	1072607	2978136,5
Северо-Западный ФО	1881	59594	122799,3	3641	316114	410565,0	4789	256918	466257,4
Южный ФО	5812	196793	342051,2	4768	375554	486002,2	6767	404071	718274,8
Северо-Кавказский ФО	1704	38666	81341,1	2290	132758	218638,3	5388	214453	421727,6
Приволжский ФО	6756	223500	490832,0	17101	1328312	1950209,0	11903	602426	1444952,8
Уральский ФО	2809	117447	178468,7	6453	558026	679952,8	4765	268951	439318,2
Сибирский ФО	4483	156573	284905,0	10285	747002	1154831,3	8342	390406	1028059,8
Дальневосточный ФО	1799	62688	119861,3	2957	229210	287218,8	2803	149909	298434,9

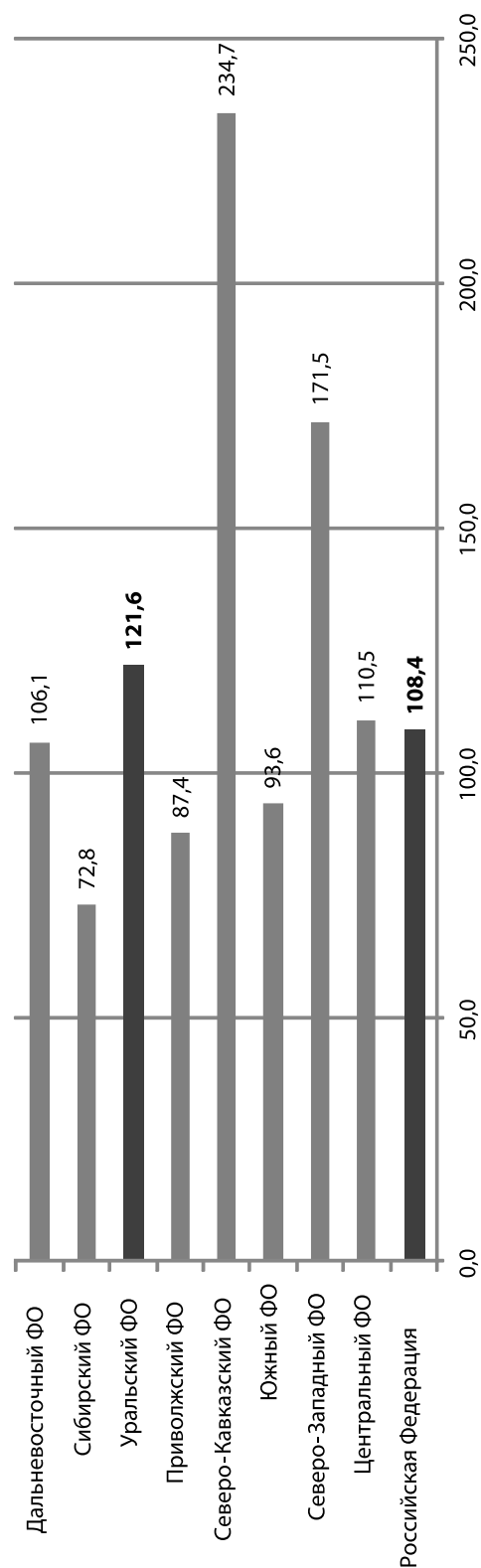


Рис. 9. Оборот общественного питания по субъектам РФ, приходящийся на одно посадочное место, тыс. руб.

зывает значительное превышение среднеарифметического значения данного показателя в Северо-Кавказском ФО — 118,4%, что на 13,3% выше общероссийского уровня. В то же время можно выделить и темп роста оборота в Южном ФО (109,6%). Динамика темпа роста оборота общественного питания в Уральском регионе изменяется в пределах среднеотраслевого значения в целом по стране: УрФО — 104,1%, РФ — 105,04% (рис. 8).

Отношение оборота организаций, функционирующих на рынке общественного питания, к количеству посадочных мест позволяет выявить эффективность обслуживания посетителей предприятий общественного питания. Так, лидирующие позиции в очередной раз занимает Северо-Кавказский ФО. На одно посадочное место там приходится около 234,7 тыс. руб. (рис. 9). Северо-Западный и Уральский федеральные округа также выделяются на общероссийском фоне: 171,5 тыс. руб. и 121,6 тыс. руб. соответственно.

Положительная динамика изменения сферы общественного питания в российских регионах, а также повышенные темпы развития и высокая эффективность компаний общепита в отдельных субъектах РФ (Северо-Кавказский, Уральский, Южный федеральные округа) во многом обусловлены подготовкой к таким мероприятиям международного масштаба, готовящимся к проведению в России, как зимние Олимпийские игры в Сочи в 2014 г., Чемпионат мира по футболу в 2018 г., Международная выставка «Евро-2020» и др.

Рассмотрим более подробно текущую ситуацию в системе общественного питания в рамках Уральского федерального округа.

УрФО занимает 10,6% территории России. В состав округа входят: Курганская область, Свердловская область, Челябинская область, Тюменская область, Ханты-Мансийский автономный округ — Югра, Ямало-Ненецкий автономный округ.

Оборот организаций УрФО по всем видам экономической деятельности за январь — декабрь 2012 г. составил 14,0 трлн руб., или 111,6% к уровню соответствующего периода 2011 г. [9].

Согласно данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области, в течение 2012 г. в округе было оказано населению платных услуг на 507,4 млрд руб. Индекс физического объема к уровню 2011 г. составил 104,3%. Наибольший объем платных услуг населению оказан в Свердловской области и составляет

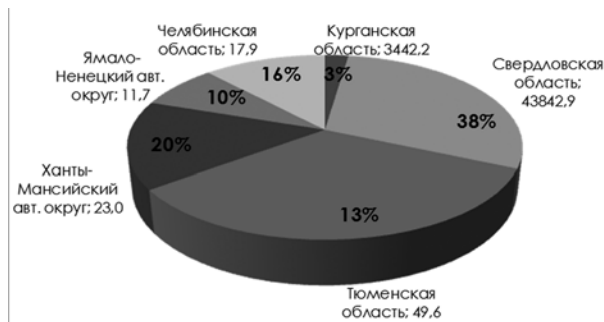


Рис. 10. Структура оборота общественного питания УрФО в 2012 г. млн руб. [9]

214,7 млрд руб., или 42,3% от общего объема платных услуг по округу [13].

Индекс потребительских цен в декабре 2012 г. к декабрю 2011 г. составил по округу 106,4%, в том числе на продовольственные товары — 107,4%, непродовольственные товары — 104,6%; услуги — 108,0% [9].

На рисунке 10 показано, что более трети оборота общественного питания УрФО приходится на Свердловскую область — 38%. Также значительную долю в структуре оборота общепита региона занимают ХМАО (20%) и Челябинская область (16%).

Изменение динамики оборота общественного питания УрФО в разрезе областей и округов, входящих в его состав, отражает общероссийскую тенденцию: резкое снижение объемов выручки компаний, функционирующих на исследуемом рынке, в период начала финансового кризиса с последующим восстановлением деловой активности (рис. 11).

Предприятия общественного питания Свердловской области, на долю которых в 2012 г. пришлось 43842,9 млн руб., на протяжении последних нескольких лет сохраняют лидирующие позиции по темпу роста оборота (рис. 12). Так, в период с 2007 г. по 2012 г. среднегодовой темп роста оборота общепита в Свердловской области составил 118,55%. Также следует отметить высокий уровень анализируемого показателя в Челябинской (114,68%) и Тюменской (111,16%) областях.

Анализ состояния рынка общественного питания на территории Свердловской области позволяет сделать вывод о достаточно высоких темпах развития в отрасли.

Оборот ресторанов, баров, кафе, столовых при предприятиях и учреждениях, а также организаций, осуществляющих поставку продукции общественного питания, в 2012 г. составил 43,8 млрд руб., или 109,8% к уровню 2011 г. Доля Свердловской области в обороте общественного питания Российской Федерации составила 4,3% в 2012 г., против 4,1% в 2011 г.



Рис. 11. Динамика оборота общественного питания УрФО, млрд руб. [9]

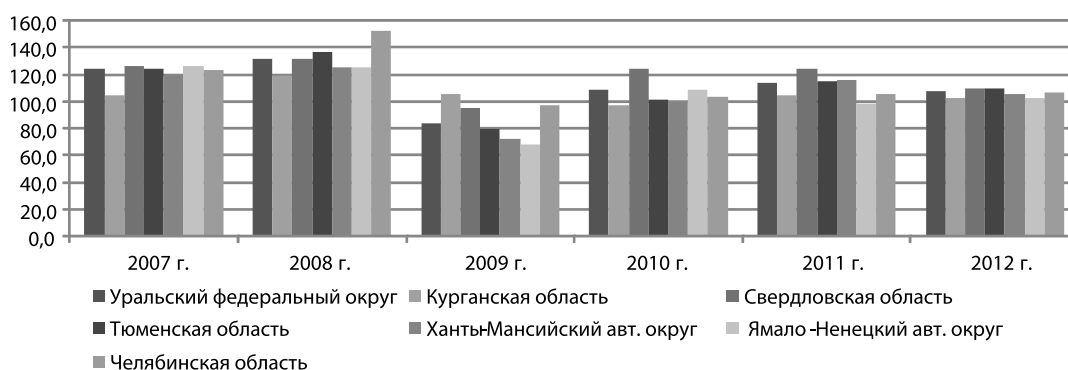


Рис. 12. Динамика темпа роста оборота общественного питания УрФО, % [9]

Средний уровень темпа роста оборота общественного питания за январь — июнь 2013 г. составил 22,6 млрд руб., что в сопоставимых ценах на 5,5% больше, чем в январе — июне 2012 г. [12]. При этом превышение среднеобластного уровня данного показателя отмечено в 40 муниципальных образованиях. В таблице 6 представлены муниципальные образования Свердловской области, показавшие наибольший темп роста оборота общепита.

Во многом данный факт обусловлен возрастанием покупательской способности населения: все больше людей предпочитает питаться вне дома, посещать кафе, рестораны или закусочные. Однако преимущественное развитие системы общественного питания в ряде муниципальных образований вызвано следующими факторами:

- преобладание городского населения;
- муниципальное образование обладает статусом областного или районного центра;
- организация предприятий общественного питания в зонах, примыкающих к крупным автомагистралям и зонам отдыха.

Оборот общественного питания на душу населения в 2012 г. составил 10178 руб., что на 871 руб. больше, чем в 2011 г. (9307 руб.). Среднедушевой оборот общепита Свердловской области в 2012 г. на 42,79% превысил уро-

Таблица 6
Рейтинг муниципальных образований Свердловской области по темпам роста общественного питания за январь — июнь 2013 г. [13]

Муниципальное образование	Темп роста в фактических ценах в % к соотв. периоду 2012 г.	Рейтинг
ГО Верх-Нейвинский	143,7	1
ГО Верхотурский	134	2
Махнёвское МО	130,8	3
ГО Верхнее Дуброво	126,9	4
Нижнесергинский МР	126,6	5
Артинский ГО	125,9	6
Шалинский ГО	125,9	7
Пышминский ГО	123,9	8
ГО Карпинск	122,6	9
ГО Нижняя Салда	122,3	10
Арамилский ГО	121,6	11
Режевской ГО	121,5	12
Белоярский ГО	120,5	13
Артемовский ГО	120,3	14
ГО Сухой Лог	119,3	15

вень данного показателя в среднем по стране.

По состоянию на 01.01.2013 г. в Свердловской области функционировало 6336 предприятий общественного питания. [3] По сравнению с

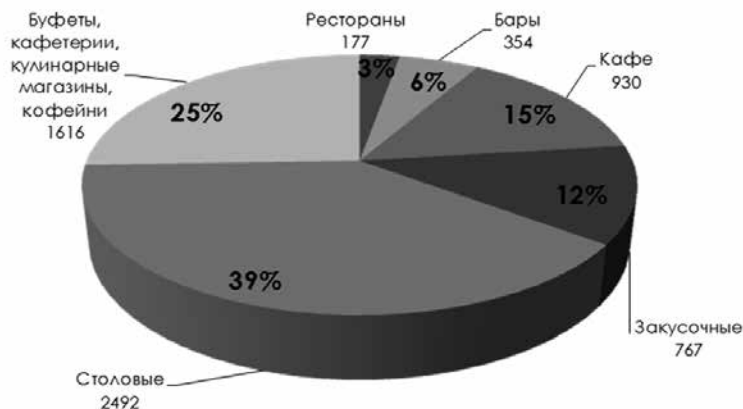


Рис. 13. Структура рынка общественного питания Свердловской области по типам предприятий по состоянию на 01.01.2013 г., ед.

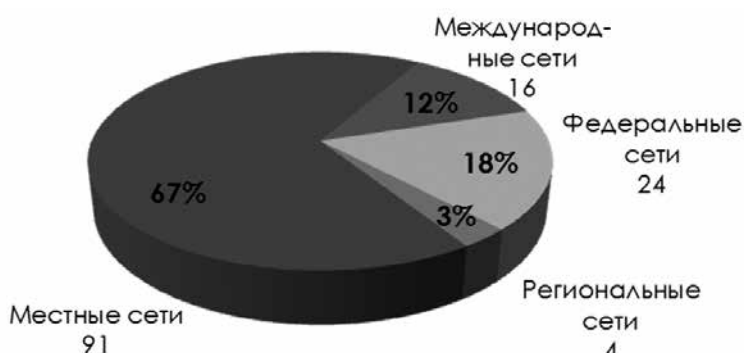


Рис. 14. Структура сетевых компаний, функционирующих на рынке общественного питания Свердловской области в 2012 г., %/ед.

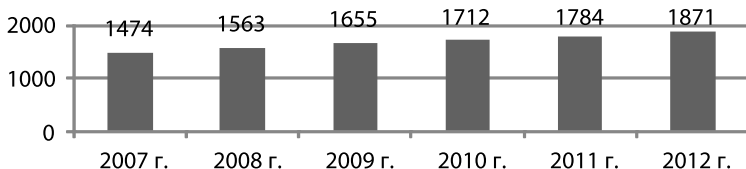


Рис. 15. Динамика количества предприятий общественного питания г. Екатеринбурга [13]

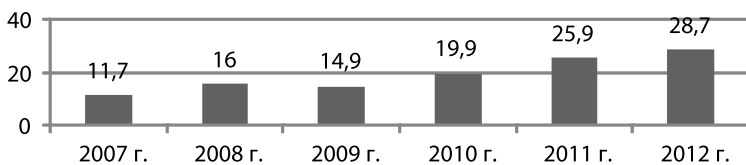


Рис. 16. Динамика оборота общественного питания г. Екатеринбурга, млрд руб. [13]

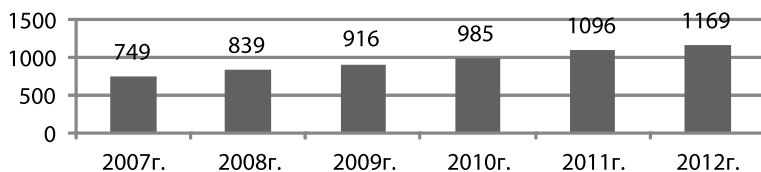


Рис. 17. Динамика количества общедоступных предприятий общественного питания г. Екатеринбурга

2011 г. количество объектов увеличилось на 177 единиц. Сеть предприятий общественного питания области в 2012 г. была представлена следующими типами (рис. 13):

- рестораны — 177 (3%), прирост за год составил 14 единиц;
- бары — 354 (6%), прирост за год составил 9 единиц;
- кафе — 903 (15%), прирост за год составил 97 единиц;
- закусочные — 767 (12%), количество объектов сократилось на 18 единиц;
- столовые — 2492 (39%), количество объектов по сравнению с 2011 г. осталось неизменным;
- буфеты, кафетерии, кулинарные магазины, кофейни — 1616 (25%), прирост за год составил 127 единиц [3, 9, 12, 13].

По данным министерства АПК и продовольствия Свердловской области, в 2012 г. на 1 тыс. жителей области приходилось 36 посадочных мест в заведениях общественного питания (рестораны, бары, кафе, столовые). Что составляет 90% от нормы [7]. Однако значительное отклонение от нормы свидетельствует о ненасыщенности данной отрасли и наличии больших возможностей для развития. При этом ставку необходимо делать на качество обслуживания и доступность услуг общественного питания для всех групп населения.

Согласно данным информационно-аналитического агентства «Уралбизнесконсалтинг», к популярным формам общественного питания в Свердловской области относятся рестораны самообслуживания, так называемые демократичные рестораны. Также отмечается увеличение спроса на рестораны-клубы, которые открывают в элитных жилых застройках. Растет популярность и разнообразие кофеен, главным образом, среди городских жителей. Подтверждением этого является тот факт, что 85% всех кофеен региона сосредоточено в Екатеринбурге [4].

Широкое применение сетевой концепции как одного из основных направлений развития общероссийского рынка характерно и для Свердловской области. По итогам 2012 г. количество сетевых компаний в области составило 135 единиц, в том числе международные — 16 ед., федераль-

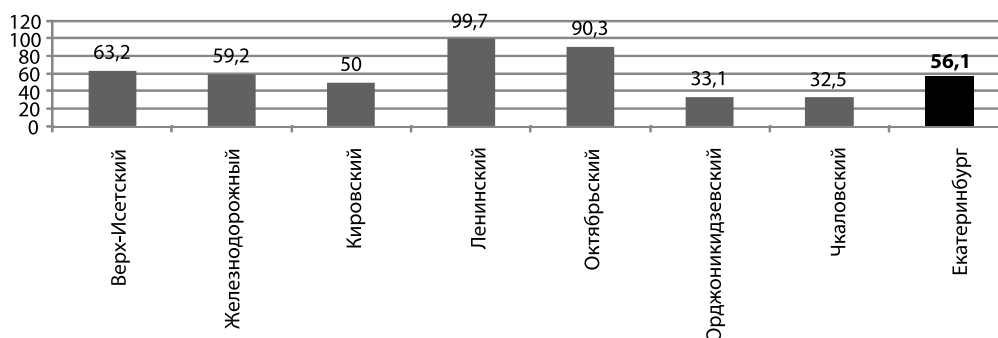


Рис. 18. Обеспеченность местами общедоступной сети на 1000 жителей г. Екатеринбурга в 2012 г. (согласно данным, предоставленным Комитетом по товарному рынку Администрации г. Екатеринбурга)

ные — 24 ед., региональные — 4 ед., местные — 91 ед. (рис. 14). Сетевые компании объединяют 540 предприятий питания, что составляет 15 % от общего количества общедоступных предприятий. Для сравнения, в 2010 г. доля сетевых предприятий не превышала 7 % [7].

Проведенное исследование рынка показывает, что наиболее активно предприятия общепита развиваются в крупных муниципальных образованиях. Доля Екатеринбурга в общей сети предприятий питания области составляет 36,5 % [4].

Екатеринбург — стратегически важный город России, обеспечивающий связь между европейской и азиатской частями страны, транспортно-логистический узел на Транссибирской магистрали, крупный промышленный, торговый, финансовый, туристический центр [8]. Формирование торговых узлов, открытие гостиниц, крупных торговых и офисных центров, развитие въездного туризма обусловили возникновение благоприятных условий для развития системы общественного питания на территории мегаполиса.

С 2007 г. количество объектов общественного питания, функционирующих на территории г. Екатеринбурга, возросло на 397 предприятий. Рост числа предприятий общественного питания с 2007 г. по 2012 г. отражен на рисунке 15.

За период 2007–2012 гг. оборот общественного питания увеличился примерно в 2,5 раза. В связи с экономическим кризисом 2008–2009 гг. сфера общественного питания демонстрировала снижение темпов развития как в действующих, так и в сопоставимых ценах. Стабилизация экономической ситуации в стране и в мире привела к тому, что в 2010–2012 гг. наблюдалась тенденция роста оборота общественного питания (рис. 16).

Развитие сферы общественного питания произошло главным образом за счет расширения сети общедоступных предприятий, коли-

чество которых в 2012 г. по сравнению с 2007 г. увеличилось в 1,6 раза и составило 1169 предприятий (рис. 17). Кроме того, отмечается увеличение количества предприятий общественного питания со средним уровнем цен, ориентированных на различные социальные слои населения [1].

Следует отметить, что стремительное развитие сети общедоступных предприятий общественного питания определено, прежде всего, следующими факторами:

- интенсивное социально-экономическое развитие города;
- рост благосостояния горожан;
- программное развитие въездного и внутреннего туризма.

Однако развитие сети предприятий общественного питания происходит неравномерно. Данная ситуация является следствием низкой инвестиционной привлекательности отдельных территорий. Так, уровень обеспеченности жителей Екатеринбурга посадочными местами на предприятиях общественного питания на 1000 жителей в центральных районах, к числу которых можно отнести Ленинский, Октябрьский, Верх-Исетский, а также в Железнодорожном районе превышает общегородской. В свою очередь, уровень исследуемого показателя в Орджоникидзевском и Чкаловском районах ниже среднегогородского в 1,71 раза (рис. 18).

Согласно данным Комитета по товарному рынку Администрации г. Екатеринбурга, в 2012 г. сеть общественного питания города включала 1871 предприятие. Изменения, произошедшие в структуре рынка, по состоянию на 01.01.2013 г. представлены на рисунке 19.

Активное развитие получили местные сети общественного питания, завоевавшие популярность у жителей и гостей предлагаемым ассортиментом блюд и изделий и доступными для всех слоев населения ценами: рестораны «Своя компания», пельменные «Дюжина»,

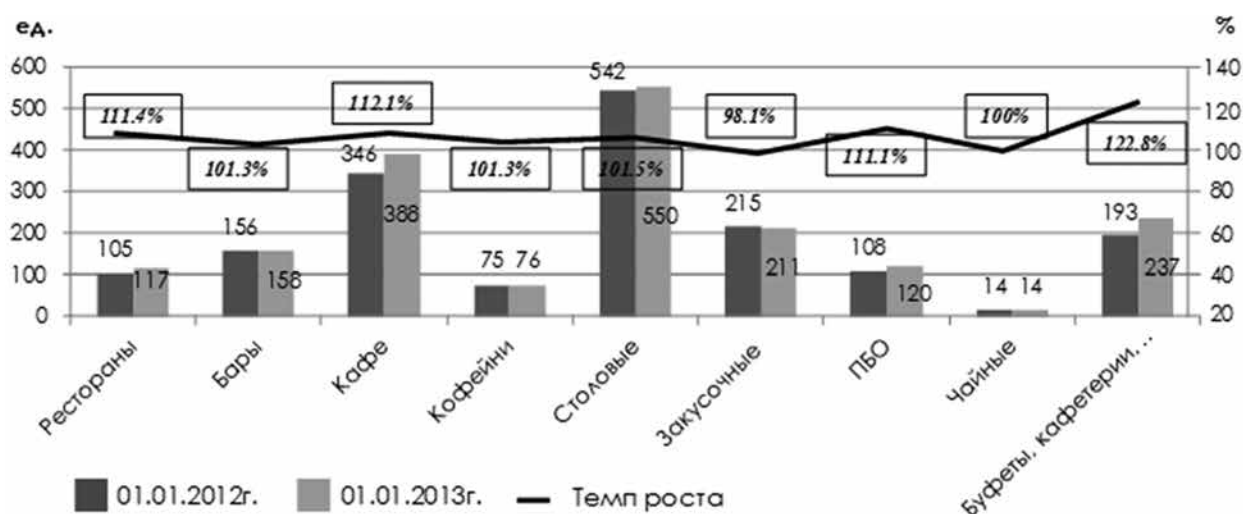


Рис. 19. Динамика структуры рынка общественного питания г. Екатеринбурга по типам предприятий, ед.

блинные «Блинофф», рестораны «Пожарка», кафе «Рататуй», блинные «Скороед» и другие. Кроме того, на протяжении нескольких лет усиливаются процессы интеграции и активного внедрения международных («McDonald's», «Subway», «Sbarro», «Coffeeshop», «Cinnabon» и др.) и федеральных («Вилка-ложка», «Елки-палки», «Шоколадница», «Кофе Хауз», «ILPatio» «Планета Суши» и др.) сетей.

Развитию ресторанов европейского уровня способствует открытие в Екатеринбурге крупных отелей мировых брендов — «Hayatt», «Parkinn», «Angelo», «Ramada», «Novotel».

С 2005 г. приоритетным направлением в развитии предприятий общественного питания является открытие ресторанов, столовых, кафе с русской кухней, которых сегодня насчитывается более 130. Рыбное меню внедрено на 56 предприятиях. Для удовлетворения различных вкусов горожан и гостей часть заведений имеет тематическую направленность в зависимости от специализаций кухонь: японская — 45, китайская — 10, восточная — 50, итальянская — 14 и другие [1].

Технологические инновации российского общепита характерны и для предприятий г. Екатеринбурга. Так, примерно 80% общедоступных предприятий питания внедрили автоматизированные системы учета и расчета с потребителями. Кроме того, в целях повышения удовлетворенности потребителей компании исследуемой отрасли оказывают дополнительные услуги: доставка блюд на дом, в офисы, организация выездных банкетов, фуршетов, барбекю; услуги шеф-повара на дому; организация досуга для детей; консультации по приготовлению блюд; вызов такси; предоставление прессы; интернет-услуги и др.

Для повышения качества услуг общественного питания и уровня профессионального мастерства работников сферы общественного питания Екатеринбурга с 2007 г. осуществляется тесное сотрудничество с иностранными специалистами. В 24 ресторанах и кафе города работают 42 иностранных специалиста из разных стран: Франции, Германии, Италии, Испании, Сербии, Индии, Китая и других [1].

Обзор рынка общественного питания г. Екатеринбурга позволяет выявить основные проблемы в отрасли:

- ограничение горожанами собственных затрат на питание в предприятиях общественного питания;
- неравномерное распределение предприятий общественного питания на территории города;
- высокая степень аналогичности предоставляемых услуг.

Результаты исследования показывают, что в современных условиях среди наиболее эффективных инструментов повышения конкурентоспособности системы общественного питания г. Екатеринбурга можно выделить:

- развитие культуры питания вне дома;
- увеличение числа современных предприятий общепита различных типов с учетом ценовой и территориальной доступности для населения;
- предложение потребителю уникальной ценности, воплощенной в товарах и услугах.

Результаты анализа тенденций развития наиболее успешных бизнес-практик показывают, что вследствие возросшей роли потребителей и потребительских сообществ на исследуемом рынке для решения проблем представляется целесообразным использовать маркетинг взаимоотношений.

Работа выполнена при поддержке программы интеграционных фундаментальных исследований УрО РАН. Проект № 12-И-7-2010 «Приоритетные направления модернизации региональных продовольственных систем в условиях присоединения России к ВТО».

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Постановление Главы Администрации города Екатеринбурга №141 от 18.01.2013г. «Об утверждении стратегического проекта «Кухни на любой вкус». [Электронный ресурс]. Режим доступа:<http://xn--80acgfbsl1azdqrxn--p1ai/officially/glavadoc/glavadoc2013/4966/>.
2. Бюллетень основных прогнозов перспектив развития мировой экономики от 9 июля 2013 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/weo/2013/update/02/pdf/0713r.pdf>.
3. Иностранные сетевые компании развивают рынок общественного питания Екатеринбурга. [Электронный ресурс]. URL: <http://urbc.ru/1068007250-inostrannye-setevye-kompanii-razvivayut-rynok-obschestvennogo-pitaniya-ekaterinburga.html>.
4. Информационно-аналитическое агентство «УралБизнесКонсалтинг» [Электронный ресурс]. URL: www.urbc.ru.
5. Информационное агентство «РБК.research» [Электронный ресурс]. URL: www.research.rbc.ru.
6. Микаелян И. Международные сети атакуют Россию! [Электронный ресурс]. URL: www.research.rbc.ru.
7. Министерство агропромышленного комплекса и продовольствия Свердловской области [Электронный ресурс]. URL: www.mcxso.midural.ru.
8. Неганова И. С., Чернышева Е. В., Чирков А. В. Развитие рынка продовольственных товаров мегаполиса // Экономика региона. — 2011. — № 4. — С. 61-68.
9. Основные показатели социально-экономического развития Уральского федерального округа за январь — декабрь 2012 г. [Электронный ресурс]. URL: www.gks.ru.
10. Ресторанные тренды в России 2013–2014 гг. [Электронный ресурс]. URL: www.research.rbc.ru.
11. Российский рынок общественного питания 2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.research.rbc.ru/articles/11/07/2013/562949987835652.shtml>.
12. Социально-экономическое положение Свердловской области в январе-июне 2013 г. [Электронный ресурс]. URL: www.sverdl.gks.ru.
13. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. [Электронный ресурс]. URL: www.sverdl.gks.ru.
14. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: www.gks.ru.

Информация об авторах

Неганова Валентина Петровна (Екатеринбург, Россия) — доктор экономических наук, профессор, заведующая сектором, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 29, e-mail: vp-neganova@yandex.ru).

Чирков Александр Викторович (Екатеринбург, Россия) — аспирант, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 29, e-mail: a.chirkov89@gmail.com).

V. P. Neganova, A. V. Chirkov

Condition and tendencies of a public catering market development

A public catering system is one of the most perspective fields of the Russian economy for the last years. However, the positive dynamics of this field development is featured with competition strengthening in the market. The research of the public catering domestic companies competitiveness gets a special urgency in the modern conditions of Russia active integration in the world economy.

The purpose of this paper is the review of a current situation and the tendencies definition of public catering market development of Yekaterinburg. During the research, next methods have been used: gathering and analysis of secondary information, system analysis, comparison method, monographic method, and statistical method.

In the paper, the analysis of public catering market development at federal, regional and local levels is presented. The basic problems are revealed, and further development directions of the field in Yekaterinburg are offered. Research has shown that public catering market development occurs within the limits of the all-Russian tendencies: decrease in expenses for food in public catering companies; non-uniform distribution of public catering companies to the city territories; high degree of services analogousness. Working out of further development of Yekaterinburg public catering is offered by using marketing.

Keywords: public catering, competitiveness, relationship marketing

The work is supported by the program of integration basic researches of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences. Project № 12-I-7-2010 “The Priority Directions of Modernization of Regional Food Systems in the Conditions of Russia’s WTO Entry”.

References

1. Postanovlenie Glavy Administratsii goroda Yekaterinburga №141 ot 18.01.2013 “Ob utverzhenii strategicheskogo proekta “Kukhni na lyuboy vkus” [The decision of Ekaterinburgcity administration’s head №141 of 18.01.2013 “About strategic project’s statement “Kitchens for all tastes”]. Available at: <http://xn--80acgfbsl1azdqrxn--p1ai/officially/glavadoc/glavadoc2013/4966/>
2. Bulletin osnovnykh prognozov perspektiv rzvitiya mirovoy ekonomiki ot 9 iyulya 2013 [The bulletin of the economic development prospects’ basic forecasts of July 9, 2013]. Available at: <http://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/weo/2013/update/02/pdf/0713r.pdf>

3. Inostrannyye setevyye kompanii razvivayut rynek obshchestvennogo pitaniya Yekaterinburga [Foreign network companies develop Yekaterinburg public catering market]. Available at: <http://urbc.ru/1068007250-inostrannyye-setevyye-kompanii-razvivayut-rynek-obschestvennogo-pitaniya-ekaterinburga.html>.

4. Informatsionno-analiticheskoye agentstvo "UralBiznesKonsalting" [News Agency "RBC.Research"]. Available at: www.urbc.ru.

5. Informatsionnoye agentstvo "RBK.research" [News agency "UralBusinessConsulting"]. Available at: www.research.rbc.ru.

6. *Mikayelyan I.* Mezhdunarodnyye seti atakuyut Rossiyu [Foreign networks attack Russia!]. Available at: www.research.rbc.ru.

7. Ministerstvo agropromyshlennogo kompleksa i prodovolstvennogo kompleksa Sverdlovskoy oblasti [Sverdlovsk Region Ministry of Agriculture and Food]. Available at: www.mcxso.midural.ru.

8. *Neganova I. S., Chernyshova Ye. V., Chirkov A. V.* (2011). Razvitiye rynka prodovolstvennykh tovarov megapolisa [Development of food market in a megacity]. *Ekonomika regiona* [Economy of Region], 4, 61-68.

9. Osnovnyye pokazately sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya Uralskogo federalnogo okruga za yanvar — dekabr 2012 [The basic indicators of socio-economic development of the Ural Federal district in January-December, 2012]. Available at: www.gks.ru.

10. Restorannyye trendy v Rossii 2013-2014 [Restaurant trends in Russia 2013-2014]. Available at: www.research.rbc.ru.

11. Rossiyskiy rynek obshchestvennogo pitaniya 2013 [Russian public catering market 2013]. Available at: <http://www.research.rbc.ru/articles/11/07/2013/562949987835652.shtml>.

12. Sotsialno-ekonomicheskoye polozhenie Sverdlovskoy oblasti v yanvare-iyune 2013 [Socio-economic position of the Sverdlovsk region in January-June 2013]. Available at: www.sverdl.gks.ru.

13. Territorialnyy organ Federalnoy sluzhby gosudarstvennoy statistiki po Sverdlovskoy oblasti [Territorial body of Federal State Statistics Service in Sverdlovsk region]. Available at: www.sverdl.gks.ru.

14. Federalnaya sluzhba gosudarstvennoy statistiki [Federal State Statistics Service]. Available at: www.gks.ru.

Information about the authors

Neganova Valentina Petrovna (Yekaterinburg, Russia) — Doctor of Economics, Professor, Head of the Sector, Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (29, Moskovskaya St., Yekaterinburg, 620014, Russia, e-mail: vp-neganova@yandex.ru).

Chirkov Aleksandr Viktorovich (Yekaterinburg, Russia) — PhD student, Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (29, Moskovskaya St., Yekaterinburg, 620014, Russia, e-mail: a.chirkov89@gmail.com).