

УДК 339.13

***РАЗВИТИЕ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В Г. САРАНСКЕ***

***Терешкина А. А.***

*магистрант 1-го курса направления «Экономика»,*

*ФГБОУ ВО «МГУ им Н.П. Огарева»,*

*Саранск, Россия*

**Аннотация**

В статье рассмотрена история развития рынка общественного питания в городе Саранске, представлены результаты социологического опроса, исследование динамики, структуры рынка на современном этапе. На основании результатов аналитической работы предложены направления совершенствования развития индустрии питания.

**Ключевые слова:** индустрия питания, классификация предприятий питания, оборот общественного питания, рекомендации по развитию рынка общепита, рынок общепита.

***DEVELOPMENT OF THE MARKET FOR PUBLIC FOOD IN G.***

***SARANSK***

***Tereshkina A. A.***

*candidate for a Master's degree*

*course of the first direction of the economy*

*Ogarev Mordovia State University*

*Saransk, Russia*

**Annotation**

In the article the history of development of the market of public catering in the city of Saransk is considered, the results of a sociological poll, research of dynamics, market structure at the present stage are presented. On the basis of the results of

analytical work, directions for improving the development of the food industry are proposed.

**Key words:** food industry, classification of catering enterprises, public catering turnover, recommendations for the development of the catering market, catering market.

Питание – одно из необходимых условий поддержания жизни и здоровья человека, и, пока это неизменно, остаётся актуальным вопрос, - как заработать на потребности в пище.

В поисках начала образования рынка общественного питания, можно углубиться до самого появления человеческих отношений. Ограничимся первыми предприятиями общественного питания, появившимися в Древней Руси, такими принято считать постоянные дворы – корчмы, представляющие собой питейный дом с продажей крепких напитков.

Приготовление пищи на Руси выделилось в отдельную специальность в 11 веке. Характер приготовления блюд русской кухни в значительной мере обусловлен особенностям русской печи, которая в качестве очага столетиями (с 14 века) служила и богатому, и простому народу.

Конец XIX и начало XX в. — расцвет ресторанного дела в России. Саранск в это время становился крупным торговым центром Мордовии, уже работали 2 банка, 10 магазинов, 285 лавок, 86 винных заведений. По всей территории Мордовии в то время действовали более 2,5 тыс. торговых предприятий, основная часть годового оборота которых приходилась на питейно-трактирные заведения. [4]

В Советские времена индустрия питания не получала должного развития, была разрушена инфраструктура этой сферы, т. к. внимание страны было направлено на индустриализацию и организацию колхозного хозяйства. К 1970-80-м годам XX века Саранск превратился в развитый индустриальный центр, появились рестораны Привокзальный, Национальный, кафе Росинка и несколько блинных и пельменных.

В XXI в. рынок общепита динамично развивается, предприятия общепита активно используют компьютерные технологии и робототехнику на всех этапах приготовления и реализации пищи, охотно перенимают опыт международных ресторанных сетей, которые стремительно занимают свободные площади регионов нашей страны. Ресторанная индустрия в Саранске появилась относительно недавно, еще 10 лет назад все рестораны и кафе можно было пересчитать по пальцам, а сегодня ситуация совершенно иная: город наполняется новыми и разнообразными точками общепита на любой вкус рассчитанными на разный контингент посетителей (рисунок 1).

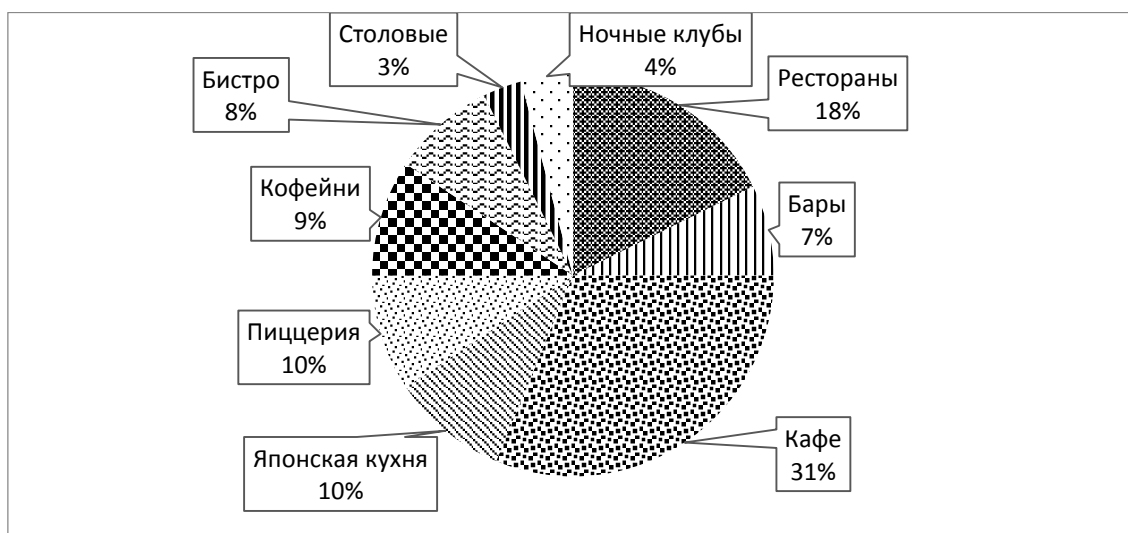


Рис.1 – Структура рынка ресторанных услуг в Саранске, представленная на официальном туристско-информационном портале Республики Мордовия [6]

Согласно определению ГОСТ 31985-2013, общественное питание – это «Самостоятельная отрасль экономики, состоящая из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры, организующая питание населения, а также производство и реализацию готовой продукции и полуфабрикатов, как на предприятии общественного питания, так и вне его, с возможностью оказания широкого перечня услуг по организации досуга и других дополнительных услуг.» [2]

Определение подсказывает, что для успешного развития ресторанного бизнеса необходимо выполнять одновременно обе функции: организация питания и проведение досуга. Основываясь на этом, предприятия общественного питания были нами разделены на три сегмента: первый сегмент направлен преимущественно на питание, второй акцентирует внимание на досуге, третий смешанный (рисунок 2).

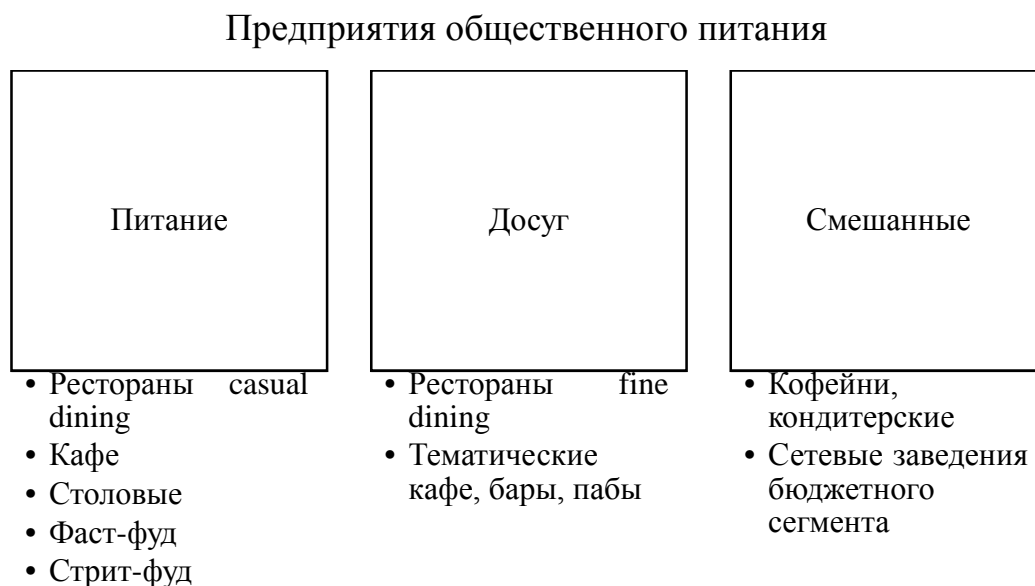


Рис.2 – Сегментация предприятий общественного питания

К первому отнесены: Рестораны casual dining – Демократичные рестораны, они стараются привлечь клиентов невысоким средним чеком, делая акцент на меню, а не на определенную тематику. Такие рестораны доступны большинству, обычно популярны среди туристов.

Кафе – выбираются по принципу географической близости для того, чтобы перекусить или провести время в ожидании чего-либо (сеанса в кинотеатре, встречи и т.д.);

Столовые – заведения с полным или частичным самообслуживанием, ориентированные на демократичные цены при относительно невысоком качестве еды; как правило формируются при предприятиях или коммерческих кластерах для обслуживания работников предприятий;

Фаст-фуд – заведения общественного питания, нацеленные на быстрое обслуживание посетителя, как правило, отличаются демократичными ценами;

Стрит-фуд – «уличная еда», ориентированное на быстрое обслуживание при низком уровне цен, это фактически не еда, а перекус на скорую руку.

Ко второму: Рестораны *fine dining* – рестораны высокого ценового сегмента, предлагающие посетителям высокое качество обслуживания и эксклюзивное меню; решение о посещении принимается на основании приверженности кухне данного заведения, его статуса и т.д. Это высококласные рестораны, куда следует идти в костюме и галстук, и чтобы попасть в ресторан, нужно заранее заказать столик. Как правило, в таких заведениях люди проводят значительно больше времени, чем в ресторанах *casual dining*;

Тематические кафе, бары, пабы – заведения, имеющие определенную тематику, предназначены не просто для любителей кулинарии, но также и интересных впечатлений. Эксклюзивное меню и хорошее обслуживание являются дополнением к целому комплексу развлечений. Посетителям таких мест приходится платить больше из-за популярности заведений.

К третьему: Кофейни, кондитерские – заведения с уютной атмосферой, не предлагающие широкого меню кухни, однако ориентированные на узкий продуктовый ряд; обычно выбираются по принципу географической близости, однако время пребывания гостя обычно больше, чем в обычном кафе;

Сетевые заведения бюджетного сегмента – например, рестораны японской кухни, блинные, пельменные предлагающие демократичные цены, которые привлекают компании молодежи.

Данная сегментация была использована при анкетировании потенциальных клиентов для выявления наиболее востребованных предприятий общественного питания города Саранска и предоставляемых ими услуг. В анкетировании приняли участие 100 человек. 14 мужчин (2 моложе 20, 8 в возрасте от 21 до 35, 3 в возрасте от 36 до 50, 1 старше 51) и 86 женщин (20 моложе 20, 60 в возрасте от 21 до 35, 5 в возрасте от 36 до 50, 1 старше 51).

Из 100 опрошенных 6 не учатся и не работают, 34 работают, 41 учится, 19 совмещают учебу и работу. Распределение ответов на вопросы представлены на рисунках 3 – 5.

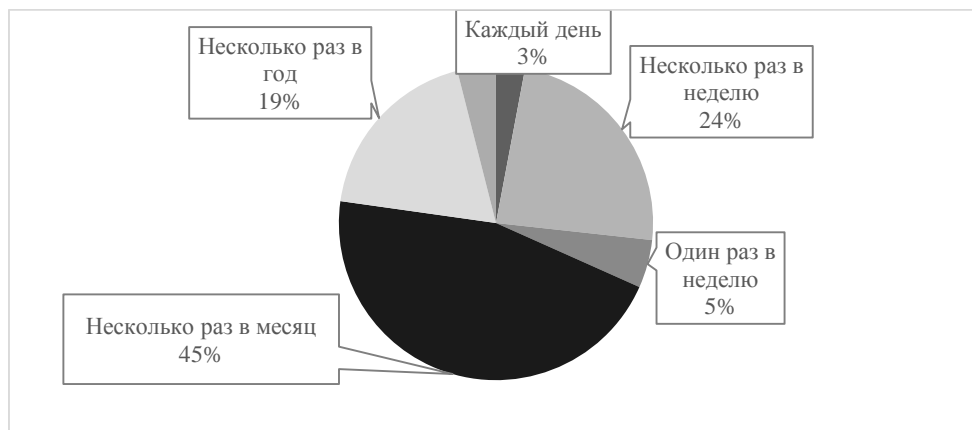


Рис.3 – Распределение ответов на вопрос Как часто Вы пользуетесь услугами общепита с целью поесть (в том числе «доставка еды на дом» и «с собой»)?

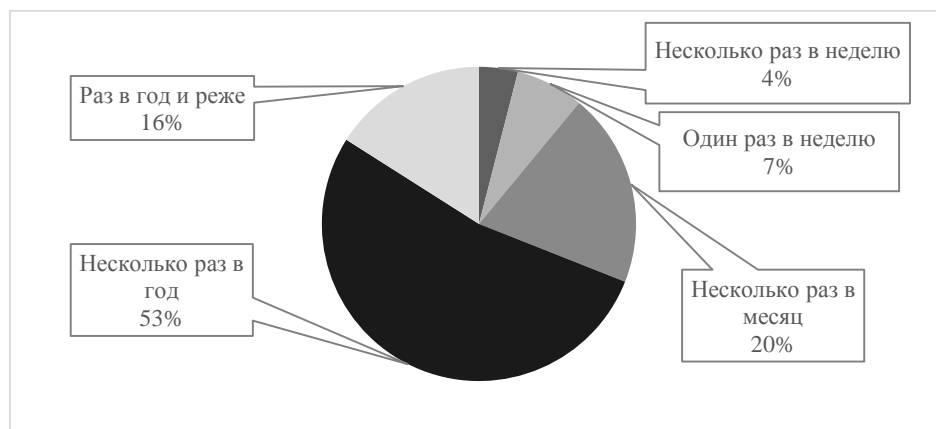


Рис.4 – Распределение ответов на вопрос Как часто Вы посещаете «дорогие» рестораны, тематические кафе, бары, пабы с целью досуга и развлечения?

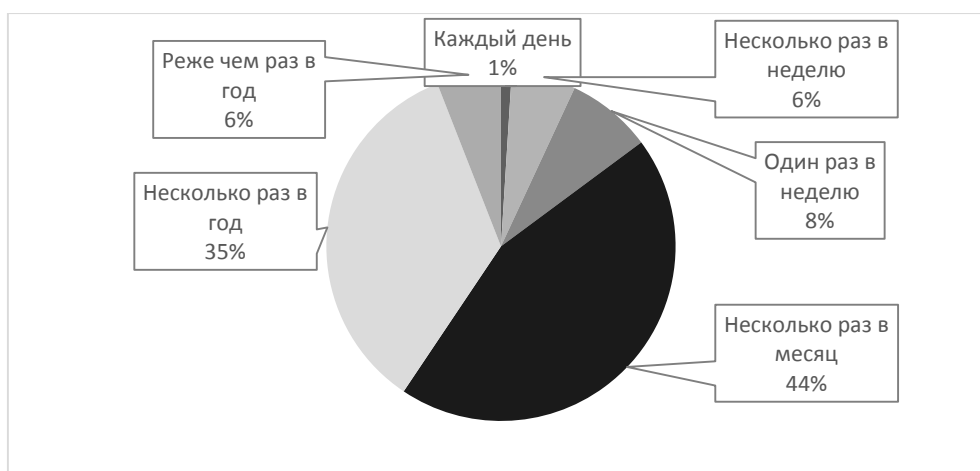


Рис.5 – Распределение ответов на вопрос Как часто Вы объединяете досуг и поход в «средне ценовые» кофейни, кафе, рестораны японской кухни, пиццерии?

В таблице 1 приведен рейтинг предприятий общественного питания популярных среди опрошенных 100 человек.

Таблица 1 – рейтинг популярных предприятий общепита [1]

32 упоминания	Пиццерия Милано
13 упоминаний	Макдональдс, Суши-бар Самурай
12 упоминаний	Бик Пиг
7 упоминаний	Автосуши, Ильсушка
6 упоминаний	Алекскофе, Итальяно, Этосуши
5 упоминаний	Ката-кана, Лесное
4 упоминания	Кабан и брюква, Мируки, Прокофий
3 упоминания	Narats pub, Киото, Розмарин, Сакура
2 упоминания	Буфет в универе, Карма, Кебаб, Макс, Малина, Сабвэй, Соната, Столовая, Суши-бар Кани
1 упоминание	Академия отдыха, Али-баба, Амстердам, Арбузов, Багдад, Бродвей, Домино, Заимка, КРЦ Победа, Мюнхгаузен, Мятная лавка, Национальный, Старбакс, Сушин дом, Таки-маки, Теремок, Точка суши, Чайхана, Шоколадница

Проанализировав ответы на вопросы анкеты и устные опросы населения, отзывы на сайтах предприятий общепита, ознакомившись с «городскими рейтингами», можно увидеть следующую картину на рынке общепита в городе Саранске. Популярными остаются среднеценовые кафе, предлагающие японскую и европейскую кухню, а также ланчи, кофе и десерты. Кофейни привлекают не столько качеством и вкусом кофе, сколько тихой уютной

атмосферой, подходящей для влюбленных парочек, деловых переговоров и дружеских бесед. Большинство респондентов питается фастфудом, при этом не забывают отметить его вредность и неоправданно высокие цены в Макдональдсе, находя альтернативу в киосках быстрого питания. Столовые поддерживают соответствие качества цене, и не уступают буфетам, а выдержать конкуренцию с кафе и ресторанами в проведении торжеств и поминальных обедов им стало сложнее: клиенты снижают количество приглашенных, снижая тем самым стоимость меню в пользу красивого интерьера и удобного месторасположения. Рестораны Саранска выживают именно на торжественных мероприятиях, обслуживании выпускных, свадеб, корпоративов, юбилеев и прочих организованных групповых обедах, подавляющее число ресторанов открыто в зданиях гостиниц. В последние годы в Саранске увеличивается число мест, где можно именно провести досуг и за одно поесть (торговые развлекательные центры, кальянные, ночные клубы, базы отдыха и др.).

Проведем анализ рынка ресторанных услуг на основании официальных статистических данных. Динамика оборота общественного питания в городе Саранске представлена в таблице 2 и на рисунке 6.

Таблица 2 – Динамика оборота общественного питания в Республике Мордовия и в городе Саранске [5]

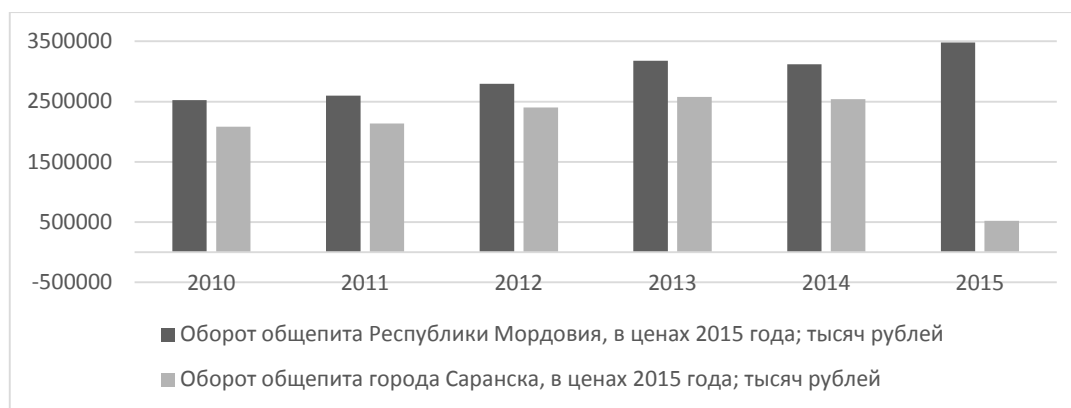
Показатели	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1) Оборот общепита Республики Мордовия, в фактически действовавших ценах; тысяч рублей	1515866	1719147	1859189	2121428	2564440	2809335	3482161
2) Физический индекс показателя 1 к предыдущему году	95,8	106,5	99,8	113,0	112,9	103,7	111,9
3) Оборот общепита города Саранска, в фактически действовавших ценах; тысяч рублей	1251890	1417666	1529907	1718357	2080039	2285807	521605*



4) Физический индекс показателя 2 к предыдущему году	101,2	106,4	99,6	111,2	113,0	104,0	94,9
5) Индекс потребительских товаров	109,1	109,5	105,1	106,0	106,3	111,6	111,1
6) Оборот общепита Республики Мордовия, в ценах 2015 года; тысяч рублей		2524254	2597412	2796017	3179588	3121171	3482161
7) Оборот общепита города Саранска, в ценах 2015 года; тысяч рублей		2081584	2137383	2400661	2578990	2539532	521605*

\* Оборот общепита города Саранска в 2015 году представлен по предприятиям, не относящимся к субъектам малого предпринимательства.

Результаты анализа показали, что оборот общественного питания по Республике Мордовия и в частности в городе Саранске имеют тенденцию роста, лишь в 2014 году наблюдалось снижение оборотов на 58417 тысяч рублей и на 39458 тысяч рублей в сопоставимых ценах (рисунок 6).



\* Оборот общепита города Саранска в 2015 году представлен по предприятиям, не относящимся к субъектам малого предпринимательства.

Рис.6 – Динамика оборота общественного питания в Республике Мордовия и в городе Саранске в ценах 2015 года; тысяч рублей

Особенность предоставленных данных за 2015 год показывает, что большую часть оборота общепита города Саранска обеспечивают именно субъекты малого предпринимательства. По данным федеральной налоговой

службы в Республике Мордовия с 01.08.2016 по 12.05.2017 в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства внесены 400 субъектов (113 вновь созданных), занимающихся деятельностью по предоставлению продуктов питания и напитков (ОКВЭД 56), включая 153 юридических лица и 247 индивидуальных предпринимателей. [7]

Оборот общественного питания на душу населения (рублей, значение показателя за год) в Республике Мордовия за 2000-2016 гг. представлен на рисунке 7. Данный показатель непрерывно рос, заметно замедляя свои темпы в 2004, 2009 и 2014 годах и увеличивая их в 2008, 2013 и 2015 годах. Это совпадает с периодами снижения темпов развития всей российской экономики, в том числе и из-за нестабильности мировой экономической конъюнктуры.

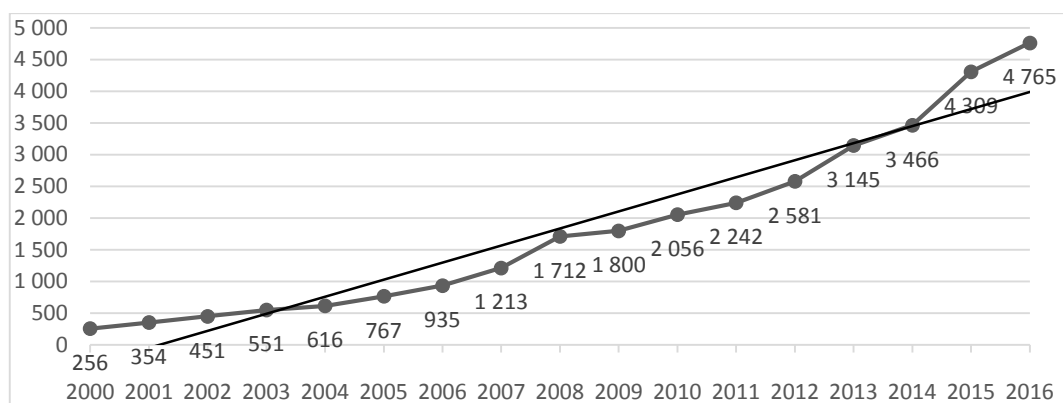


Рис.7 – Оборот общественного питания на душу населения (рублей, значение показателя за год) в Республике Мордовия за 2000-2016 гг. [3]

Таблица 3 – Количество объектов общественного питания и мест в них в Республике Мордовия за 2011-2015 гг.[3]

	2011	2012	2013	2014	2015
Количество объектов общественного питания (значение показателя за год):	906	895	911	942	969
в т.ч. общедоступные столовые, закусочные	190	190	202	181	186
рестораны, кафе, бары	190	184	202	248	269
столовые, находящиеся на балансе учебных заведений,	526	521	507	513	514

организаций, промышленных предприятий					
Количество мест в объектах общественного питания (значение показателя за год, Рестораны, кафе, бары)	10 714	11 758	12 954	16 849	17 381

Из таблицы 3 видно, что общее количество объектов общественного питания за весь период увеличилось на 63 объекта, за счет увеличения ресторанов, кафе и баров на 79, при сокращении числа общедоступных столовых и закусочных на 4 и балансовых столовых на 12. Также мы можем увидеть, что 2012 год стал кризисным для всех видов предприятий общественного питания, хотя физический индекс оборота в этом периоде был самым высоким и был равен 113. Количество мест в объектах общественного питания непрерывно растет, взлет на 30% произошел в 2014 году, тогда же на 23% увеличилось количество ресторанов, кафе и баров, но оборот в этот год был самый низкий.

Ресторанный бизнес напрямую зависит от платежеспособности населения, и одним из первых реагирует на так называемые экономические кризисы, «волны» которых с годами учащаются. В связи с этим наблюдается ряд актуальных направлений в ресторанном бизнесе, они имеют целью удовлетворение меняющихся потребностей посетителей-гурманов со средним чеком от 500 до 1000 рублей.

Первое направление – обновление и упрощение – это главный тренд сезона. Посетители устают от перегруженного деталями окружения. Дизайнеры рекомендуют использовать в интерьере металлические стены, светлые тона, кирпичные стены, открытые кухни, и немного разбавить их яркими деталями. Помпезность, пафос, этнические интерьеры – это вчерашний день. Даже современные национальные рестораны имеют общие черты со светлыми и просторными кафе. Этника завуалирована и проявляется в отдельных деталях.

Второе направление – мода на использование российских продуктов. «Санкции» и их обсуждение подогрело интерес к ресторанам с фермерскими

продуктами. На сетевой характер надеяться не стоит, так как местные фермерские хозяйства не способны поставлять большое количество продукции. Популярность набирают небольшие заведения, для которых характерны недорогие цены, домашняя кухня, блюда из локальных продуктов.

Третье направление – кухня вокруг одного главного продукта. Популярность набирают небольшие заведения, основной концепцией которых является приготовление блюд из одного продукта, но по рецептам разных кухонь. Мастерское приготовление кулинарных шедевров на основе только свинины, птицы, говядины, баранины, рыбы, морепродуктов или овощей чревато ростом количества посетителей, заказывающих любимое блюдо в привычно безупречном исполнении. Успех ресторана зависит от мастерства повара, авторской подачи блюда и акцента на натуральность главного продукта.

Четвертое направление – модная тенденция – «заведения рядом с домом». Потенциальные посетители ресторанов готовы проводить время в ресторанах не только в выходные, но каждый день, например, после работы. Поездки в центр города занимают много времени, поэтому все больше растет спрос на географически доступные кафе, пабы, бары, пиццерии.

Пятое направление – усовершенствование детского меню. Детские рестораны продолжают набирать популярность. Изначально основной доход Макдональдс получал продавая коробочки Хэппи Мил, внутри которых спрятаны игрушки. Меню для маленьких гурманов становятся разнообразнее, а самое главное – здоровее. Разработка меню доверяется детскому диетологу, который определит все нюансы будущих гастрономических открытий. Проведение детских праздников, организация игровых площадок – признак внимания к семейному отдыху.

Шестое направление – виртуальные ресторанные услуги. Рестораны становятся ближе к людям. В этом году наметилась тенденция роста количества заведений, которые предоставят возможность пролистать страницы онлайн-меню, заказать блюда через интернет. Данное направление позволяет

экономить время, а для рестораторов – это отличная возможность улучшения и упрощения обслуживания.

Использование предложенных направлений поможет развиваться рынку общепита в нашем городе, привлекая новых и завоевывая постоянных клиентов.

### **Библиографический список:**

1. Анкета, созданная при использовании Google формы [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSecRexjFMTOBeQwWilcRCc2hA0llrWKbKE4I7gKPNpuzmPTXg/viewform?c=0&w=1>
2. ГОСТ 31985-2013 Услуги общественного питания. Термины и определения. (утв. Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 27 июня 2013 г. № 191-ст межгосударственный стандарт ГОСТ 31985-2013 введен в действие в качестве национального стандарта Российской Федерации с 1 января 2015 г.) [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200103471> (дата обращения 12.05.2017)
3. ЕМИСС государственная статистика [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://www.fedstat.ru> (дата обращения 12.05.2017)
4. История и культура мордовского края: учеб. для вузов. - Саранск : Издат. Центр ИСИ МГУ им. Н. П. Огарева, 2008. - С. 246.
5. Мордовиястат [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <http://mrd.gks.ru/> (дата обращения 12.05.2017)
6. Официальный туристско-информационный портал Республики Мордовия, [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <http://turizmrm.ru/where-to-eat/> (дата обращения 10.05.2017)
7. Федеральная налоговая служба в Республике Мордовия в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: <https://www.nalog.ru/rn77/> (дата обращения 12.05.2017)