

Вишневская Е.В., Семченко И.В.

АНАЛИЗ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» (НИУ «БелГУ») (Белгород, Россия);

¹ к.э.н., доцент; vishnevskaya@bsu.edu.ru

² к.соц.н.; semchenko@bsu.edu.ru

ANALYSIS OF THE MARKET OF PUBLIC CATERING BELGOROD REGION

Vishnevskaya E. V., Semchenko I. V.

Belgorod State University (Russia, Belgorod)

***Аннотация.** В статье проводится анализ деятельности предприятий общественного питания Белгородской области, рассмотрены структура рынка общественного питания по типам предприятий, динамика оборота общественного питания. Систему общественного питания можно отнести к наиболее привлекательной отрасли для предпринимательской деятельности, что обусловлено быстрой обрачиваемостью капитала, а также относительно высокой рентабельностью и спецификой потребности, которую оно удовлетворяет, что вызывает усиление конкуренции между предприятиями общественного питания. Являясь составной частью потребительского рынка области, рынок общественного питания напрямую зависит от потребителей, их покупательной способности и предпочтений, и, следовательно, субъекты данного рынка призваны обеспечивать условия для полного и своевременного удовлетворения спроса населения области на услуги общественного питания, качество и безопасность их предоставления, доступность на всей территории области. Неэффективное развитие отрасли влечет за собой снижение качества жизни населения Белгородской области.*

***Ключевые слова:** общественное питание, покупательские предпочтения, оборот предприятий общественного питания.*

***Abstract.** In article the analysis of activity of catering establishments of the Belgorod region is carried out, are considered structure of the market of public catering on types of the enterprises, the loudspeaker of a turnover of public catering. The public catering can be carried to the most attractive branch for business activity that is caused by fast turnover of the capital and*

also rather high profitability and specifics of requirement which it satisfies that causes strengthening of the competition between catering establishments. Being a component of the consumer market of area, the market of public catering directly depends on consumers, their purchasing power and preferences, and, therefore, subjects of this market are designed to provide conditions for full and timely satisfaction of demand of the population of the area for services of public catering, quality and safety of their granting, availability in all territory of the area. Inefficient development of branch involves decline in quality of life of the population of the Belgorod region.

Keywords: *public catering, consumer preferences, turnover of catering establishments*

В условиях динамичного развития сферы услуг особое значение приобретает рынок услуг общественного питания. Систему общественного питания можно отнести к наиболее привлекательной отрасли для предпринимательской деятельности, что обусловлено быстрой оборачиваемостью капитала, а также относительно высокой рентабельностью и спецификой потребности, которую оно удовлетворяет, что вызывает усиление конкуренции между предприятиями общественного питания.

В настоящее время происходят позитивные изменения в развитии отечественного рынка продукции и услуг общественного питания. Среди основных задач современных предприятий общественного питания можно выделить удовлетворение желаний и потребностей потребителя [5]. Для обеспечения устойчивого развития отрасли возникает необходимость в совершенствовании деятельности предприятий питания, внедрении новых форматов предприятий, системном изучении спроса на продукцию и услуги общественного питания. Отправной точкой в деятельности предприятия общественного питания должно быть изучение потенциального спроса на определенную продукцию и услуги. Именно перспективный прогноз соотношения спроса и предложения на некий планируемый период является необходимым для принятия стратегических решений. Даже незначительные изменения спроса отражаются на рентабельности предприятий общественного питания.

Рынку услуг общественного питания присуща высокая адаптационная способность. Отметим, что финансово-экономические кризисы 1998 г. и 2008 г. повлияли на появление новых форматов заведений, на рост качества предоставляемых услуг. Динамичное развитие рынка

питания способствует внедрению и реализации новых инновационных технологий в деятельность предприятий общественного питания [3]. Развитие индустрии общественного питания региона непосредственно связано с совершенствованием рыночной политики предприятий данной отрасли. Рынок общественного питания в течение последних лет претерпел трансформацию в своём развитии и вступил в новый этап, характеризующийся распространением концепции здорового питания. В современном мире пища – это не только одна из базовых потребностей человека, но и важнейшая составляющая любой этнической культуры, источник изучения истории народа и механизмов трансляции культурного наследия. Во многих странах мира предприятия питания имеют самостоятельную культурную, историческую ценность, являются частью имиджа города и страны.

Для обеспечения устойчивого развития отрасли возникает необходимость в совершенствовании деятельности предприятий питания, внедрении новых форматов предприятий, системном изучении спроса на продукцию и услуги общественного питания. Цель исследований – это изучение организационно-экономических аспектов развития индустрии общественного питания региона и разработка модели организации здорового питания на предприятиях.

В качестве исходного материала использовались официальные статистические данные, характеризующие развитие рынка общественного питания в Российской Федерации и Белгородской области, аналитические отчеты исследований о покупательских предпочтениях на рынке общественного питания и тенденциях развития рынка здорового питания. В качестве методики исследования применялся теоретический и сравнительный анализ.

В соответствии с целью исследования необходимо провести анализ рынка общественного питания Белгородской области, изучить динамику спроса на продукцию и услуги общественного питания и покупательские предпочтения. На рисунке 1 представлена структура рынка общественного питания Белгородской области по типам предприятий в 2017 г.

Отметим, что наблюдается неравномерность развития предприятий общественного питания в зависимости от их типа. Преобладают столовые при предприятиях и школьных учреждениях – 36% или 739 предприятий в Белгородской области, на втором месте по количеству – кафе 25% или 505 предприятий, далее идут рестораны – 7%, бары – 6%, закусочные – 6%.

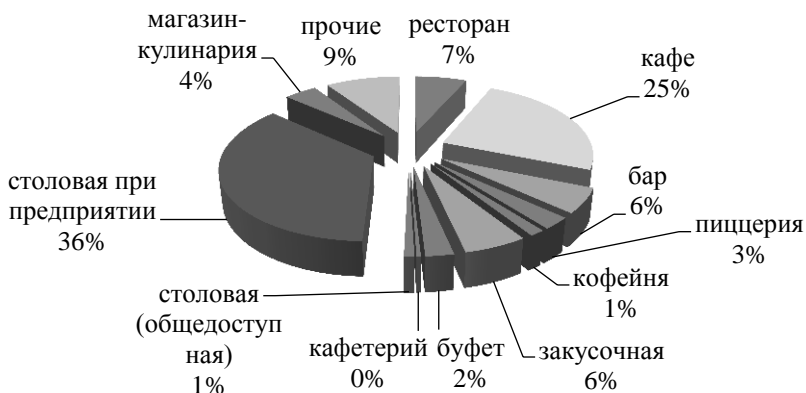


Рис. 1 – Структура рынка общественного питания Белгородской области по типам предприятий в 2017 г.

Если учитывать показатели вместимости различных типов предприятий общественного питания, то на первом месте по количеству мест так же находятся столовые учебных заведений, организаций, промышленных предприятий.

По состоянию на 01.01.2018 г. на территории города Белгорода осуществляют деятельность 672 предприятий общественного питания на 38 904 посадочных места, в том числе в открытой сети 487 (72,1%) предприятия на 22 590 посадочных мест. Отметим, что в структуре предприятий общественного питания г. Белгорода преобладают кафе – 174 или 26%, далее по численности идут рестораны и столовые при предприятии – 65 и 64 соответственно. Обеспеченность населения посадочными местами в открытой сети предприятий общественного питания г. Белгород в 2017 году составила 145,9% [2].

За последние несколько лет на рынке общественного питания Белгорода произошли значительные изменения – открылось множество новых кафе и ресторанов, набрали популярность кофейни. Но, несмотря на высокую конкуренцию и снижение покупательной способности, новые заведения в городе продолжают открываться.

По данным Белгородстата, объемы оборота заведений общественного питания области выросли за 2017 год на 500 млн. рублей, при этом индекс физического объема оказания услуг снизился на 3%. Также уменьшился и средний чек, который составлял 900-950 рублей в 2013-2014 гг., в 2017 году – 650, а на настоящий момент времени уже 450-550 рублей. Произошло перераспределение потоков между заведе-

ниями разной ценовой категории. Клиенты переместились в более бюджетный сегмент. Причина описанной ситуации – опять-таки рост предложения. Сети кофеен собираются расширяться. «Комод» открывает кофейню в одном из торговых центров Курска, «Шоколадница» открыла кафе в белгородском ТРЦ «РИО». Есть похожие планы и у другой белгородской сети кофеен – «Калипсо».

Являясь составной частью потребительского рынка области, рынок общественного питания напрямую зависит от потребителей, их покупательной способности и предпочтений, и, следовательно, субъекты данного рынка призваны обеспечивать условия для полного и своевременного удовлетворения спроса населения области на услуги общественного питания, качество и безопасность их предоставления, доступность на всей территории области. Неэффективное развитие отрасли влечет за собой снижение качества жизни населения Белгородской области.

Рынок общественного питания Белгородской области наряду с тенденциями, сложившимися в целом по стране, имеет стабильные темпы роста. За 2010–2016 гг. оборот общественного питания области в фактически действующих ценах увеличился с 3841,4 до 7 288,09 млн. руб., т.е. возрос на 89,72% (рис. 2).

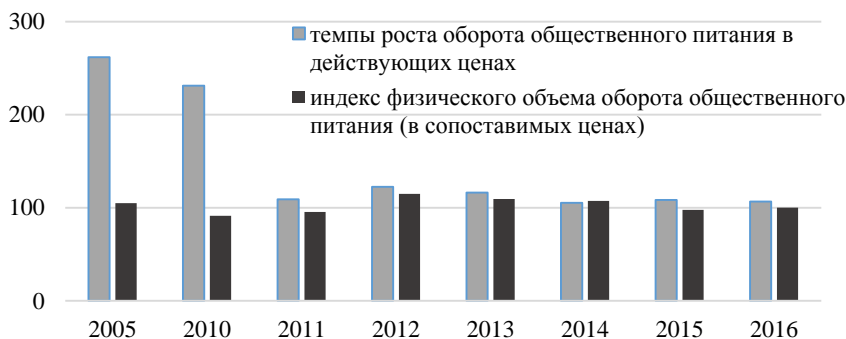


Рис. 2 – Динамика темпов роста оборота общественного питания Белгородской области в действующих и сопоставимых ценах за 2005–2016 гг.

При этом показатели динамики оборота в действующих ценах носили за все годы позитивный характер. Наиболее высокие темпы развития оборота наблюдались в 2012 г. по сравнению с 2011 г. (122,5%). Динамика индекса физического объема продаж продукции общественного питания также положительна.

В 2014 г. оборот общественного питания Белгородской области составил 6,28 млрд. рублей. Темп роста по сравнению с предыдущим годом в фактически действующих ценах – 105,3%, тогда как в 2013 г. по сравнению с 2012 г. – 116,3%. Интересен тот факт, что в 2014 году прирост оборота в сопоставимых ценах выше прироста в действующих ценах, соответственно 107,4 и 105,3%, что является свидетельством снижения цен на продукцию общественного питания.

Однако отметим, что в последующие года ситуация наблюдается противоположная – оборот общественного питания растет большими темпами, чем прирост в сопоставимых ценах. В 2015 г. оборот общественного питания вырос на 8,46%, в сопоставимых ценах снизился на 2,2%, в 2016 году – 7% и 1,9% соответственно. Следовательно, можно говорить о росте цен на продукцию общественного питания в 2015–2016 годах.

Для рынка общественного питания Белгородской области, также, как и страны в целом, характерна сезонность: наибольшие значения оборота приходятся на последний квартал года, с привлечением сентября, наименьшие обороты – на первый квартал года.

Подобные сезонные колебания связаны с воздействием различных факторов, определяющими из которых являются денежные доходы населения области и их покупательская способность. В структуре оборота общественного питания Белгородской области, несмотря на незначительное укрупнение сети, преобладают малые предприятия, наблюдается рост числа индивидуальных предпринимателей. Соответственно, в 2017 году доля в структуре оборота общественного питания области крупных и средних организаций составила 44,2%, малых предприятий – 47,1%, индивидуальных предпринимателей – 8,7% [6].

Оборот предприятий питания в общем объеме оборота потребительского рынка Белгородской области составляет около одного процента за исследуемый период. За 2010–2015 годы увеличился оборот общественного питания на душу населения с 2507 руб. в 2010 году до 4397 руб. в 2015 году. Прирост составил 1 890 руб. (75,39%), в 2015 году к соответствующему периоду предыдущего года – 108,25% (рис. 3).

Динамика оборота общественного питания на душу населения, как и общая динамика оборота общественного питания напрямую зависят от размера и динамики денежных доходов населения. За 2010–2015 годы рост номинальных среднедушевых денежных доходов населения Белгородской области составил 166,7% и увеличился с 16992,8 руб. в 2010 году до 28327,1 руб. в месяц в 2015 году [6].

Необходимо обратить внимание, что не всегда рост денежных доходов населения вызывает соответствующий рост оборота общественного питания на душу населения. Отметим, что за анализируемый период оба показателя демонстрируют рост. Отметим, что снижение оборота общественного питания на душу населения наблюдалось в 2009 году – на 0,24%. При этом рост среднедушевых доходов в 2009 году составил 110,96%. В 2014-2015 рост среднедушевых доходов населения превышал рост оборота общественного питания на душу населения в Белгородской области [6].



Рис. 3 – Среднедушевые денежные доходы населения и оборот общественного питания на душу населения в Белгородской области в 2000-2015 гг.

Следует отметить, что результаты деятельности предприятий питания в 2017 году оказались несколько ниже сложившихся в предшествующем периоде. Кроме объективных факторов, обусловленных политическими событиями в стране и мире, а также значительными инфляционными потерями по всем направлениям расходования денежных доходов, что никак не связано с деятельностью самих предприятий питания, существует негативный фактор, напрямую зависящий от предприятий, – это негибкая ценовая стратегия большинства предприятий общественного питания. В настоящее время ценовая политика ресторанов и баров, составляющих около 13% рынка общественного питания Белгородской области, по ценовому приоритету позиционирует себя как гастрономические рестораны класса «люкс» или «высший». На рис. 1 рестораны – 7%, бары – 6%.

Средний чек подобных заведений 2–2,5 тыс. руб. и выше, соответственно, для большинства населения области цена является основным ограничением, не позволяющим посещать подобные заведения. Поэтому наблюдается низкая загруженность материально-технической

базы предприятий питания. Среди негативных факторов следует отметить также недостаток оборотных средств и невозможность использования кредитных ресурсов в связи с высокими процентными ставками и нестабильностью кредитно-денежных отношений в стране.

Количество предприятий общественного питания и посадочных мест в г. Белгороде в 2016 году приведено на рисунке 4.



Рис. 4 – Количество предприятий общественного питания и посадочных мест в г. Белгороде в 2016 году

Доля кафе – 25,89% обеспечивает 20,81% количества посадочных мест, ресторанов – 9,67% и 20,67%, что позволяет сделать вывод о средней вместимости кафе и ресторанов. Столовые в школе в структуре предприятий общественного питания занимают 7,59% и обеспечивают 23,02% посадочных мест.

В среднем на один ресторан приходится 23 работника, на кафе – 7,64. Популярный в последнее время формат кофейни занимает 3,57% в структуре предприятий общественного питания и обеспечивает 2,5% посадочных мест.

Рынок общественного питания претерпевает большие изменения. По мнению аналитиков, тенденцию развития отрасли общественного питания подтверждают следующие факторы: динамика роста рынка, значительное увеличение форматов и концептуальных вариантов предприятий, качественно новый уровень ведения бизнеса с использованием новейшего оборудования и технологий. В Белгородской области рынок общественного питания находится на стадии развития. При этом наблюдается неравномерность развития предприятий общественного питания в зависимости от их типа [1].

Вместе с тем, покупательная способность населения на современном этапе снижается. Конкуренция на рынке общественного питания растет. В этих условиях особое значение приобретает проведение маркетинговых исследований, позволяющих получить первичную информацию о состоянии спроса и предложения, конкуренции, ценовой политике и др. процессах и явлениях на рынке общественного питания.

В последние годы в г. Белгород тенденция в общественном питании такова: форматы кафе, пабов, бургерных, кофеен, ресторанов и прочих очень активно представлены, и их локация, в основном, в местах большой проходимости, в центральных районах города, где плотность заведений на 1 кв. м. достаточна высока. Объективно конкурентные условия в таких точках локации достаточно высоки. При этом наблюдается много локационных ниш, в частности, в спальных районах города. По мнению авторов, период роста открытий недорогих концепций рынка общественного питания – от автофургонов street food до демократичных ресторанов формата casual dining – прошел.

Актуальными становятся заведения, которые выбрали свой уникальный алгоритм потребительского обслуживания, дизайн и бизнес-концепцию, будущее за ресторанами, за форматами заведений здоровой кухни. Невзирая на различные ценовые сегменты, вышеуказанные форматы экстраполируются и потенциально востребованы и у потребителя со средним чеком 350 рублей, и у потребителя с чеком 3500 рублей [4].

Высокая доля аграрного сектора в отраслевой специализации экономики Белгородской области повлияла на развитие Белгородской области. Зерновые культуры, а также технические культуры (подсолнечник и свекла) составляют основу растениеводческого комплекса Белгородской области. С учетом активного развития сельского хозяйства и животноводства в Белгородской области, целесообразно и необходимо развитие предприятий общественного питания основанных на использовании здоровой пищи. Это не только создаст возможности для развития и поиска новых потребителей небольшим фермерским хозяйствам, но также позволит простым потребителям быть уверенными в чистоте и качестве покупаемой продукции.

Анализ показал, что в последнее время получило распространение использование высокого качества кухни преимущественно из экологически чистого сырья, при этом предприятия питания стараются создать демократическую обстановку [7]. Рынок общественного питания г. Белгород, несмотря на увеличивающуюся конкуренцию, еще далек от насыщения.

Деятельность предприятий общественного питания формата здорового питания весьма разнообразна и касается различных аспектов

здорового питания, продуктов питания и дает возможность приобретать здоровую пищу.

Но как таковых ресторанов здорового питания очень мало и не только в Белгородской области, но и в Российской Федерации. Однако принимая во внимание аграрную направленность Белгородской области, формат здоровой еды имеет возможности для развития среди предприятий питания в г. Белгород. Белгородская область имеет возможности для самостоятельного обеспечения себя экологически чистыми натуральными продуктами питания. Таким образом, учитывая возможности данного региона, можно говорить о позитивных перспективах развития предприятий питания формата здоровая еда.

Литература:

1. Аналитики ГК Step by Step представляют исследование «Российский рынок здорового питания 2016. Тенденции рынка (вып. 4). Режим доступа: <http://www.step-by-step.ru/news/company/14271/> (дата обращения 16.09.2018)
2. Вишневская Е.В. Повышение конкурентоспособности предприятий общественного питания Белгородской области / Вишневская Е.В., Лебедев О.С. // Гуманитарный научный журнал. 2018. № 1-1. С. 10.
3. Желнова К.В. Развитие системы управления общественным питанием муниципального образования: автореферат дис. ... кан. экон. наук: 08.00.05 / Желнова К.В.; науч. Рук. А.К. Осипов. Княгинино, 2012. 22 с.
4. Клименко А.А. Влияние бренда предприятия общественного питания на удовлетворенность и лояльность потребителей в контексте теории «ценности клиента» / А.А. Клименко, Д.Ю. Половинчук // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2014. №3 (51). С. 291-297.
5. Ледовской Е.Е. Совершенствование исследования спроса на продукцию и услуги общественного питания потребительской кооперации : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 Белгород, 2007. 234 с.
6. Об обороте общественного питания Белгородской области //Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области. URL: <http://belg.gks.ru/> (дата обращения 14.09.2018).
7. Eric L. Hsu The slow food movement and time shortage: Beyond the dichotomy of fast or slow // Journal of Sociology. 2015, Vol. 51(3) 628-642.