

Профессор Н.С. Родионова, доцент А.М. Быковских
(Воронеж. гос. ун-т инж. технол.) кафедра сервисных технологий, тел. (473) 255-37-72

Анализ развития сети предприятий общественного питания г. Воронежа

Изучены тенденции развития рынка предприятий общественного питания. Проанализирована территориальная организация предприятий общественного питания.

Study of beverage food market development. The analysis of spatial organization of the Voronezh beverage food market.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, развитие, территориальная структура, факторы, барьеры.

Ресторанный бизнес — это неотъемлемая часть сервисного сектора в рыночной экономике, роль, значение, а также объем предоставляемых услуг которого непрерывно возрастает по мере общего социально-экономического развития страны, региона, города.

В отличие от других сфер сервисного сектора экономики, ориентированных преимущественно на удовлетворение утилитарных потребностей, ресторанный бизнес выполняет важную с социальной точки зрения функцию — вызывать у потребителя ощущение удовольствия (по существу, это сформулированная в наиболее общем виде миссия ресторанного бизнеса).

Ресторанный бизнес имеет практически неограниченный потенциал роста, поскольку потребность в удовольствии, связанном с приемом пищи, также не ограничена. Единственный сдерживающий развитие фактор — доходы потребителей.

Основные мотивы, побуждающие потенциальных потребителей стать клиентами ресторана [2]:

- физические (потребность в отдыхе, развлечении, психологической разрядке);
- культурные (желание больше узнать — фольклор, национальные культурные традиции, этническая кулинария, музыка, танцы, живопись);
- межличностные (стремление встретиться с друзьями, родственниками, завести новые знакомства и т. д.);
- престижные (желание повысить свой социальный статус, забота о репутации, потребность в признании, а также в большем внимании со стороны других людей, стремление быть оцененным).

Перечисленные факторы свидетельствуют о тенденциях интенсивного развития ресторанного бизнеса в современных условиях. Точное количество предприятий и точек питания не измерено ни в целом по стране, ни в Воронеже. Маркетинговые, статистические и консалтинговые агентства расходятся в точности оценки рынка услуг питания. Разница в цифрах имеет логическое объяснение: так как рынок услуг питания отличаются высокие темпы роста, выявить реальное количество предприятий разного типа, а также точек питания достаточно сложно.

На сегодняшний день в Воронеже насчитывается около 640 предприятий питания. Наиболее массово представлен сегмент кафе и столовых.

Сфера общественного питания г. Воронежа развивается в последнее время быстрыми темпами, восполняя недостаток советского периода. При этом территориальная структура предприятий трансформируется вслед за изменением самого города. Соотношение между предприятиями питания в центре и в жилых кварталах медленно, но неуклонно меняется в сторону последних.

По данным отдела развития потребительского рынка администрации г. Воронежа, значительная часть прироста доли окраин в общегородском числе предприятий питания обеспечена торговыми центрами с фуд-кортами и ресторанными двориками. Центральный район Воронежа является самым привлекательным из-за большой проходимости, концентрации людей с высокими доходами, туристов.

Однако вхождение на рынок в этом районе ограничено. Высокие ставки арендной платы и инвестиционные расходы могут позволить себе только крупные и обеспеченные игроки.

Например, активная застройка Коминтерновского района привела к появлению платежеспособного населения. Это отразилось на предприятиях общественного питания, количество которых с 2006 по 2011 гг. возросло с 99 до 141. Темпы роста в Коминтерновском районе превысили 42 %, в то время как в среднем по городу — 7,6 %, в Ленинском районе, показавшем второй результат, — около 14 %, а в Центральном районе число предприятий общественного питания сократилось на 8 %. В результате трансформировалась территориальная структура предприятий общественного питания г. Воронежа: доля Коминтерновского района возросла с 16,7 до 22,1 %, а доля Центрального района снизилась с 34,6 до 29,7 %.

В Левобережном, Железнодорожном и Советском районах количество предприятий общественного питания за 5 лет выросло незначительно (1-5 %), несмотря на то что постоянно создаются новые предприятия. Это свидетельствует о высокой «смертности» новых предприятий. Вытеснение одних предприятий другими обусловлено перераспределением клиентов, что, с одной стороны, может быть показателем насыщенности рынка, с другой — свидетельствовать о недостаточном внимании рестораторов к вопросам стратегического развития предприятий, обеспечения уровня качества услуг, ожидаемого клиентами.

Однако если рассмотреть структуру посадочных мест на предприятиях общественного питания, становится ясным преобладание Коминтерновского района, хотя темпы роста его доли несколько ниже. За изучаемый период средние темпы роста числа посадочных мест по городу составили 10 % за 3 года. Более чем в два раза этот показатель превысили Коминтерновский и Советский районы, в то время как Ленинский, Левобережный и Центральный оказались на среднем уровне, а в Железнодорожном произошло сокращение числа мест. В целом только Коминтерновский район показывает устойчивый рост, в то время как в остальных районах достигнута определенная стабилизация.

Рассмотрим, как изменилась структура предприятий общественного питания в зависимости от вида предприятия.

Количество ресторанов в г. Воронеже невелико. За исследуемый период оно увеличилось с 20 до 37, при этом в их территориальной структуре произошли значительные изменения. Выросла доля всех районов, кроме Центрального, который потерял неоспоримое первенство: если в 2006 г. 50 % всех ресторанов г. Воронежа находилось в Центральном районе, то в 2011 г. эта доля уменьшилась до 22 %. Значительнее всего выросла доля Ленинского района — с 25 до 40,5 %, а также Коминтерновского — с 10 до 24,3 %. Единственный район, в котором нет ресторанов, — Левобережный. В Железнодорожном районе по-прежнему два ресторана.

Резкое увеличение числа ресторанов (в 3-5 раз) произошло в Коминтерновском и Ленинском районах за последние 2 года. Это позволило сформировать новую территориальную структуру ресторанного комплекса.

Следует отметить, что малое количество предприятий со статусом «ресторан» в Воронеже определяется, видимо, тем, что уровень организации бизнеса во всех его аспектах (кухня, сервис, уровень квалификации персонала и т.д.) пока не позволяет рестораторам города позиционировать свои предприятия в этом сегменте. Тем не менее, следует учитывать явные тенденции к «удорожанию» интерьера во вновь открываемых заведениях, более изысканные приборы, повышенные требования к персоналу [1] — все это свидетельствует об увеличении размера стартовых инвестиций. Данные по формам собственности в сфере услуг питания свидетельствуют о том, что этот сегмент развивается за счет частных инвесторов.

Кафе и бары более распространены в Воронеже, их около 400. В 2006 г. 42 % этих предприятий было расположено в Центральном районе, однако к началу 2012 г. бурное развитие данного сегмента предприятий в Коминтерновском и Ленинском районах снизили эту долю до 29 % (табл. 1). В совокупности в перечисленных районах находится 75 % городских кафе и баров.

Т а б л и ц а 1

Темпы роста количества кафе и баров в районах Воронежа

Район	Рост количества кафе и баров за 2006-2011 гг, %
Железнодорожный	142,3
Коминтерновский	278,1
Левобережный	100,0
Ленинский	209,8
Советский	157,7
Центральный	104,5
В среднем по городу	150,2

В отличие от остальных видов предприятий общественного питания количество столовых в изучаемый период сократилось: по городу — на 3 %, в Левобережном районе — на 15,6 %, в Железнодорожном — на 8,7 %. Правда, количество посадочных мест в столовых города уменьшилось меньше, чем на 1 %. Даже в Левобережном районе сокращение составило 2,6 %. Это свидетельствует о востребованности услуг этого вида предприятий (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Темпы роста количества столовых и посадочных мест

Район	Темпы роста за период 2006-2011 гг., %	
	Количество столовых	Посадочные места
Железнодорожный	91,3	93,5
Коминтерновский	104,1	100,1
Левобережный	84,4	98,4
Ленинский	100	102,7
Советский	109,5	100,4
Центральный	97,6	98,5
Всего по городу	97,9	99,1

Можно выделить ряд факторов, определяющих развитие сети предприятий питания в городе [3]. Прежде всего, отсутствие подходящих свободных площадей. Первые этажи зданий на окраинах почти повсеместно заняты жильём, а организация кафе в немногочисленных подходящих для этого помещениях — достаточно затратна. Активное строительство коммерческой

недвижимости в Коминтерновском и Ленинском районах существенно расширило возможности рестораторов. Кроме того, транспортная проблема значительно сокращает поток клиентов из спальных районов, что располагает к росту ресторанной активности в предприятиях на окраинах.

Барьером остается повышенное бюрократическое внимание к различным формам малого бизнеса, тем более к таким заметным, как предприятия питания. Негативно влияет и отсутствие должной культуры питания и обслуживания. Продукты в магазинах на порядок дешевле ресторанной продукции, а работа в сфере обслуживания (несмотря на клише про «русское гостеприимство») по-прежнему не престижна [1].

Таким образом, основными чертами, характеризующими состояние общественного питания как отрасли экономики г. Воронежа в настоящее время являются следующие: высокие темпы роста; снижение концентрации предприятий общественного питания в Центральном районе; значительная неравномерность в обеспеченности районов предприятиями общественного питания: в зависимости от категории предприятия от 74 до 87 % приходится на Центральный, Ленинский и Коминтерновский районы; увеличение числа клиентов за счет постоянно увеличивающегося количества деловых туристов; увеличение инвестиций в ресторанный бизнес; сложность размещения предприятий питания в наиболее удобных местах; несоответствие цены и качества обслуживания на предприятиях питания; недостаточная привлекательность рабочих мест в ресторанном бизнесе; недостаток квалифицированных кадров; преобладание частных форм собственности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кучер, Л.С. Ресторанный бизнес в России: технология успеха [Текст] / Л.С. Кучер, Л.М. Шкуратова, С.М. Ефимов, Т.Н. Голубева. - М: РКонсульт, 2002. - 468 с.
2. Родионова, Н.С. Ресторанное дело — современное состояние и тенденции развития [Текст]: монография / Н.С. Родионова, Е.В. Субботина. — Воронеж, 2011. — 226 с.
3. Тойн, П. Методы географических исследований [Текст] / П. Тойн, П. Ньюби. - М.: Прогресс, - 1977. - 270 с.