

Большанина Дарья Андреевна

студентка

ФГБОУ ВПО «Томский государственный университет

систем управления и радиоэлектроники»

г. Томск, Томская область

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ В ОТРАСЛИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Аннотация: в данной статье представлена проблема развития в сфере общественного питания в экономически нестабильное время с использованием аналитического метода. Итогом данной работы является формирование тенденций рынка общественного питания.

Ключевые слова: рынок общественного питания, развитие рынка, кризисное время, рыночные условия.

Отечественный рынок общественного питания в докризисный период развивался намного быстрее, чем на сегодняшний момент. Учитывая прогнозы экономистов, можно смело говорить о том, что в ближайшее время особых изменений в лучшую сторону ожидать предстоит не скоро. Однако, это не исключает, что контролировать отрасль станут значительно жестче.

В современных мировых рыночных условиях экономика России, так же, как и экономика других стран, становится открытой, а значит и имеет вероятность на большую уязвимость. Сегодняшний финансово-экономический кризис, отразится на конкурентных преимуществах российских организаций. Значительными темпами будут расти и цены на ресурсы для производственных целей.

Следовательно, пристального внимания, в настоящее время, требует к себе развитие конкурентных преимуществ.

Основным критерием, который влияет на рынок общественного питания, является изменение уровня жизни граждан (изменение уровня доходов), таким образом можно сравнить российский рынок общественного питания в период кризиса 2008–2010 года по сегодняшний период.

В 2008 году в крупнейших городах России работало 393 российских и международных сетей заведений общественного питания, а на 10 крупнейших

сетей приходилось около 30% от общего количества сетевых заведений общественного питания, работающих на территории России. Если обратиться к данным отрасли, то целиком общепит в РФ на 2009 составлял 12% от всех компаний, предоставляющих услуги в области общественного питания, которые были вынуждены остановить свою деятельность. К завершению 2009 года, рынок начал менять свой облик. Поменялись основные игроки рынка, как в количественном, так и в качественном составе. Второй квартал 2009 года, а также начало 2010 года, ознаменовалось спадом оборота в области общепита на 26 процентов. Обороты лидирующих компаний начали идти вниз, падая на 25% и более, более тысячу заведений стали банкротами. в 2010 году спад выручки демократичных компаний общепита был зафиксирован на уровне 35 процентов, а вот прибыль таких компаний возросла на 15 процентов. Данный факт был обусловлен установкой программ, позволяющих контролировать ресурсы, сокращать издержки и переменные издержки компаний [1].

Вследствие вышеперечисленных тенденций претерпела изменение и структура всего рынка.

Представим структуру рынка общественного питания в России, которая сложилась к началу 2012 года.



Рис. 2. Общая структура рынка общественного питания в России в 2010 году, %

Наибольшая доля рынка общественного питания принадлежит сегменту фаст-фуда – в 2010 году она составила 60% в стоимостном выражении.

Сейчас рынок общественного питания выглядит подобным образом. По итогам первого квартала 2014 года оборот предприятий общепита составил 267,8 млрд рублей. Это на 3,4% больше, чем за аналогичный период 2013-го. Если же сравнить данные прошлого и 2012 годов, мы увидим рост в 4,3%. Общий оборот отрасли (помимо собственно торговых заведений здесь учитываются компании-поставщики) в 2013-м увеличился на 4% и составил 1,131 триллиона рублей.

Нынешние темпы роста рынка услуг общественного питания существенно уступают докризисным. До 2008-го объем ежегодно увеличивался на 12–15%.

Такая ситуация не слишком характерна для слабо насыщенных секторов, к которым относится общепит.

Существуют проблемы, мешающие нормальному развитию рынка общественного питания. Прежде всего, это экономическая ситуация в стране сегодня. Девальвация рубля, похоже, не собирается останавливаться. В настоящий момент это еще не так ощутимо, посмотрим, как отреагирует экономика на санкции Запада. В любом случае рассчитывать на рост покупательной способности населения пока не приходится.

Еще один момент, тоже существенно затрудняющий темпы роста рынка услуг общественного питания, ментальность. Многие россияне просто не привыкли тратить деньги на питание за пределами дома, если в этом нет крайней необходимости. Скажем, французы или итальянцы в основном завтракают, обедают и ужинают в кафе. В России это позволяют себе лишь единицы. Отчасти из-за цен, но в большей степени из-за отсутствия традиции [2].

В настоящее время российский рынок общественного питания сильно фрагментирован. Большую часть на нем занимают одиночные заведения. Сетевым игрокам отведено порядка 30%. В первом полугодии 2013-го в больших городах страны функционировало всего около 400 международных и российских брендов заведений общепита (кафе, fast-food, баров и т. д.).

С большей вероятностью можно сказать, что будущее сегмента именно за сетями. Это наглядно говорит о неразвитости и слабой насыщенности сектора. В принципе, можно достаточно смело утверждать, что в ближайшие годы консолидация будет только расти. По прогнозам, рынок должен продолжить рост, в перспективе на него придут новые компании, не только российские, но и международные. Они станут активно прогрессировать в развитии, использовать франчайзинг, создавать объединенные компании. Предположительно, что к началу 2016 года, емкость рынка общепита Российской Федерации составит порядка 14,5 миллиарда долларов, не учитывая инфляцию.

Таким образом, можно сделать следующие выводы о тенденциях развития рынка общественного питания:

- сохраняется слабая насыщенность рынка;
- сохраняется инвестиционная привлекательность отрасли;
- идет дальнейшая консолидация рынка общественного питания;
- продолжает увеличиваться доля сетевых предприятий;
- выход на рынок новых международных операторов;
- активное развитие регионального рынка услуг общественного питания;
- рост рынка за счет сегмента «быстрого питания».

Список литературы

1. Предприятия общественного питания: тенденции и перспективы // Финансовая газета. – 2011. – №46, 47, 49. – 32 с.
2. Андреев Д. Рынок услуг общественного питания / Д. Андреев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.delonovosti.ru
3. Изабакаров А.И. Состояние и перспективы развития рынка услуг общественного питания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/marketing/item/2179-2013-06-05-07-03-08>