

**Кононова Юлия Витальевна**

студентка

**Павлюк Валентина Петровна**

канд. экон. наук

Филиал ФГБОУ ВО «Московский государственный  
университет им. М.В. Ломоносова» в г. Севастополе  
г. Севастополь

## **АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РАЗВИТИЯ**

***Аннотация:** в данной статье рассматривается вопрос развития рынка общественного питания. Авторы проводят анализ его состояния, а также выявляют проблемы, которые затрудняют развитие рынка.*

***Ключевые слова:** рынок общественного питания, проблемы развития, общественное питание.*

Рынок общественного питания занимает одно из самых значимых мест в современном мире, помогает разрешить многие социально-экономические вопросы: предоставление населению качественного питания «вне дома», эффективное использование свободного времени клиентов, рост спроса на продовольственные ресурсы и их рациональное потребление, рост производительности труда и т. д.

Под общественным питанием понимается 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 [1].

В целом ситуацию, сложившуюся в сфере общественного питания в последние десятилетия, можно охарактеризовать падением роли питания вне дома в России по сравнению с дореформенным периодом. В 70–80-х годах прошлого века доля расходов на питание вне дома составляла практически пятую часть всех расходов населения Российской Федерации на питание (17%). В 2007 году

доля оборота общественного питания в суммарном обороте розничной торговли продовольственными товарами и общественного питания составляла порядка 10%; в 2016–2017 годах – порядка 9%. В советский период высокая значимость общественного питания во многом достигалась широким развитием массового питания на предприятиях, в учреждениях, учебных заведениях и т. д.

Если же говорить о периоде 21 века, то, согласно данным ЕМИСС, индекс физического объёма оборота растёт в период с 2003 по 2009 года, затем идёт сильный спад, обусловленный мировым финансовым кризисом. Далее наблюдается вновь положительная динамика, вплоть до периода спада 2015–2016 годов (в 2015 году оборот отрасли в физическом выражении сократился на 5,2%; в 2016 году – на 2,7%) [2]. Ухудшение экономического положения предприятий в 2015–2016 годах вызвано переходом населения страны на берегательную модель поведения, ввиду снижения реальных доходов населения, ростом цен на продукты питания, инфляцией и продовольственным эмбарго.

По данным Росстата в Российской Федерации насчитывается порядка 178,5 тыс. стационарных предприятий общественного питания на 11 млн. посадочных мест [3]. Из общего количества предприятий к открытой сети относится 114 тыс. на 5,5 млн посадочных мест.

Среди объектов общественного питания наибольший удельный вес занимают рестораны, бары, кафе – 45%; столовые учебных заведений, организаций, промышленных предприятий составляют 36% всех объектов; общедоступные столовые и закусочные – 19%. В России на 1000 человек приходится менее одного предприятия питания; в то время как в США, Германии – 2; в Великобритании – 4; в Италии, Франции – 5; Китае – почти 6 предприятий питания.

Сфера общественного питания относится к типу рынков, где предложение рождает спрос. Тем самым недостаточное количество объектов общепита нельзя объяснять отсутствием спроса.

Стоит также отметить проблемы, которые затрудняют развитие рынка общественного питания.

В первую очередь, это несовершенство нормативной правовой базы, которая регламентирует санитарные, строительные, технические и прочие нормы и правила ведения бизнеса. Большинство норм включают устаревшие и избыточные требования, не содержат диверсификации правил в зависимости от объема производства и размера предприятия, не создают достаточных правовых условий для полноценного контроля за оборотом продуктов и оказанием услуг.

Во-вторых, стоит проблема размещения предприятий общественного питания в стационарных и нестационарных объектах. Ведь помещения на центральных улицах городов уже заняты другими предприятиями (магазинами, аптеками, банками, салонами красоты, салонами связи и т.п.). Если же мы говорим об объектах нестационарного питания, то в правовой базе РФ отсутствует как само понятие нестационарного объекта общественного питания, так и норма, законодательно приравнивающая его к нестационарному торговому объекту.

В-третьих, стоит проблема нехватки государственной поддержки малого бизнеса в рассматриваемой сфере, так как малый (в том числе семейный) бизнес в сфере питания вне дома не рассматриваться в числе приоритетных направлений государственной поддержки, соответственно не получает финансовой и имущественной поддержки.

В результате можно сделать вывод о том, что рынок общественного питания в Российской Федерации находится на достаточно низком уровне: существует ряд проблем, которые требуют решения. Однако, рост индекса физического объема оборота общественного питания говорит о том, что рынок в РФ развивается и в скором времени может выйти на более высокий уровень.

### ***Список литературы***

1. ГОСТ Р 50647–2010 «Услуги общественного питания. Термины и определения».
2. Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/>
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

4. Кучер Л.С. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания / Л.С. Кучер, Л.Н. Шкуратова. – М.: Деловая литература, 2012.