

УДК 911:338.46

## ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ГОРОДЕ САРАТОВЕ

Ю.В. Преображенский, Е.С. Кушнир

Саратовский национальный исследовательский государственный университет  
им. Н.Г. Чернышевского, Саратов

Рассматриваются вопросы развития сферы общественного питания на примере одного из поволжских регионов. Выявлены внутриобластные различия в уровне развития сферы общественного питания. Выделены зоны шаговой доступности предприятий общественного питания в Саратове, анализируется неполнота покрытия ими территории города.

***Ключевые слова:** сфера общественного питания, предприятия общественного питания, Саратовская область, Саратов, зона обслуживания.*

**Введение.** Тематика изучения пространственных аспектов функционирования и развития сферы услуг не теряет своей актуальности. Напротив, акценты смещаются на достаточно узкие ниши в её развитии. Сфера услуг географами рассматривается преимущественно с позиции «социального» (а не «экономического») подхода, т.е. «от населения», с точки зрения обеспеченности, доступности и качества услуг [14, с.6]. Значимая роль в сфере услуг отводится общественному питанию (далее – ОП). Особенности её развития в Саратовской области и её областном центре – г. Саратове – посвящена данная статья.

В производственные, торговые и организационные функции сферы ОП входит: приготовление обеденной и прочей продукции; реализации продукции собственного производства и так называемых покупных товаров (т.е. не подвергнутых кулинарной обработке); организация потребления.

Предприятия питания, которыми пользуется население, представлены различными типами: столовыми, ресторанами, кафе, закусочными, барами и др. Необходимость различных типов определяется: разнохарактерностью спроса населения на различные виды питания (завтраки, обеды, ужины, промежуточные приемы пищи, бизнес-ланчи); спецификой обслуживания людей и во время коротких обеденных перерывов, и во время отдыха; необходимостью обслуживания взрослого населения и детей, здоровых и нуждающихся в лечебном питании.

ОП увеличивает свободное время населения, освобождая его от хлопот по ведению домашнего хозяйства, способствует рациональному использованию денежных доходов.

Д.А.Попов отмечает среди прочего следующие преимущества ОП по сравнению с домашним:

– возможность использования специализированного общественного труда на основе индустриальных технологий и прогрессивных форм организации производственного процесса на всех его этапах, что существенно экономит общественный труд, повышает его производительность;

– возможность широкого использования научных знаний, технологических новаций в области питания, сбалансированного по разнообразию пищевых продуктов, их энергетической ценности, микроэлементному и витаминному составу, обеспечивающих здоровье и высокое качество жизни;

– приобщение больших масс людей к новым прогрессивным формам жизни, образцам культуры, этики, эстетики, коллективным формам общения [10, с.123]

Развитие сферы ОП в России прошло значительный путь в XX веке. В первые годы советской власти общественная столовая должна была стать в равной мере «...культурным заведением и местом политического просвещения... Столовые должны были стать центром обучения хорошему вкусу во всех отношениях...» [6, с.86]. Эти «побочные» функции ОП до определённой степени сохраняют свою значимость и в настоящее время.

**Особенности территориальной организации сферы ОП.** Изучение закономерностей развития и размещения сферы обслуживания населения пищевыми продуктами представляет собой многоаспектную задачу. Её сложность связана с тем, что функцию обеспечения населения питанием выполняет не только сфера общественного обитания, но и другие направления сферы услуг, прежде всего торговля. Продукция пищевой промышленности реализуется через магазины, заведения, торгующие едой на вынос, наконец через т.н. снековые автоматы (выдающие закуску), которые формально не относятся к сфере общественного питания, тем не менее до определённой степени составляют ей конкуренцию.

С позиции мобильности можно выделить стационарные и мобильные предприятия ОП. К стационарным можно отнести традиционные форматы в виде столовых, кафе, ресторанов и пр., к мобильным – такие виды ОП, как следующие:

- передвижные предприятия (типа «mobile-food»);
- кейтеринговые предприятия, оказывающие услуги по выездному обслуживанию (в том числе, связанному с питанием);

- бары и рестораны в средствах транспортного сообщения (поездах, круизных лайнерах и пр.).

Рассматривая территориальную организацию сферы ОП, следует учитывать размещение как стационарных, так и мобильных предприятий (в наибольшей степени это относится, конечно, к передвижному формату типа «mobile-food», который ограничен по ассортименту и объёму блюд).

Большая часть работ, затрагивающих сферу ОП, касается вопросов достаточности количества таких предприятий в определённом городе или районе города, но очевидно, что это слишком обширная территория и следует опускаться на более низкий уровень анализа. Здесь ведущая роль принадлежит картографическим методам.

Собственно, вопросы обеспеченности предприятиями общественного питания мало чем отличаются от вопросов более общего характера – обеспеченности объектами сферы услуг и во многом пересекаются с концепцией гексагональной решётки В. Кристаллера, в которой центральное предприятие обслуживает определённую площадь. Сложности возникают, во-первых, при конкуренции среди однотипных предприятий, а, во-вторых, при наложении сетки предприятий разного уровня обслуживания (с разным средним чеком). Тем не менее, существуют достаточно интересные работы, в которых предлагается методология оценки эффективности организации сферы услуг прежде всего в городах [1, 13], которую можно использовать и в отношении сферы общественного питания.

Непосредственно вопросам размещения предприятий ОП посвящена работа А.В. Котельниковой [5].

**Тенденции развития сферы общественного питания.** Различные классы предприятий ОП установлены в специальном ГОСТе<sup>1</sup>, который содержит классификацию предприятий ОП по следующим типам: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, кофейня, магазин кулинарии.

Тем не менее отнесение предприятия ОП к этим типам достаточно условно. Г.И.Ханин и Д.А.Фомин полагают, что «по всей видимости, при переписи предприятий их статус записывается со слов их владельцев» [16, с.69].

Предприятия ОП представлены несколькими типами, каждому типу свойственны свои особенности, свои траектории развития. Так, например, для Нижегородской области за период 2008–2012 гг. наблюдается рост группы ресторанов, кафе, баров и снижение общедоступных столовых, закусочных, а также столовых учебных

---

<sup>1</sup> ГОСТ Р 50762-2007. Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания. URL: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-50762-2007>.

заведений, организаций, промышленных предприятий [3, с.125]. Происходит приспособление «формата» заведения к снижающимся доходам граждан. Впрочем, где-то смена вывески просто связаны с модой.

Ввиду относительно низкой стоимости входа на рынок ОП и относительно высокой доходности отрасли экономики России [16, с.81], каждый год здесь появляется достаточно большое количество новых хозяйствующих субъектов, которые относительно произвольно меняют формат и расположение своего предприятия ОП, и через относительно непродолжительное время могут также покинуть этот рынок. Подобная ситуация не способствует усилению специализации в сфере ОП, тогда как «...при более профессиональном подходе происходит сегментирование рынка на основе большого числа параметров. Поэтому число сегментов растет, а размер каждого из них уменьшается, что способствует более эффективному позиционированию» [4, с.161].

Отметим следующие особенности сферы ОП, характерные для большинства полупериферийных регионов страны (в том числе для рассматриваемой нами Саратовской области):

- наблюдаются различия в типах предприятий ОП (т.е. в соотношении столовых, кафе и ресторанов) по сельским районам и областным центрам;
- существенны различия в обеспеченности предприятиями ОП в разрезе муниципальных районов области;
- недостаточное количество объектов питания, предоставляющих услуги в относительно низкой ценовой категории;
- логистические сложности поставок свежих продуктов в большинство населённых пунктов региона<sup>2</sup>.

Решением существенной части указанных недостатков могло бы стать развитие региональных (и межрегиональных) сетевых компаний в исследуемой сфере. Обладая достаточным оборотным капиталом, такие компании были бы в состоянии организовать логистику, производить оптовые закупки свежей продукции (минуя цепочку посредников), поддерживать должный уровень квалификации персонала. Важны и маркетинговые аспекты формирования бренда, узнаваемости кухни и даже отдельных блюд.

Развитие таких компаний тормозится недостаточным уровнем доходов граждан (в том числе и молодёжи), что повышает стоимость обслуживания действительных клиентов; недостаточно количество районных центров с платежеспособным населением, т.е. для полноценного сетевого присутствия такой компании не хватает

---

<sup>2</sup> Методологические основы сетевой структуры цепи поставок в рассматриваемой сфере см. в [8].

достаточного числа узлов. Общее снижение доходов граждан говорит о том, что в рамках существующей экономической системы создание таких региональных сетей в принципе неоправданно. Тем не менее, в крупных городах компании именно городского уровня достаточно успешны (например, сеть «Теремок» в Петербурге), но практически все они представлены в Москве и Петербурге.

Тем не менее, «...преимущества сетевого бизнеса нивелируются тем, что в условиях низкой конкуренции такие предприятия в большинстве случаев не нацелены на конкурентную борьбу. И это, несомненно, приводит к завышенному на 70–100% уровню цен и снижению уровня обслуживания в сетевых предприятиях...» [4, с.163].

Характерной чертой является ориентация сети фастфуд на расположение в зданиях, обслуживающих пассажирские перевозки: вокзалы, аэропорты в районных центрах [2].

За пределами статистики остаётся вопрос качества питания, собственно вкусовых качеств блюд. Конечно, до определённого предела можно считать, что посетители голосуют ногами, но весьма вероятно, что в каких-то случаях они довольствуются относительно приемлемой альтернативой.

**Сфера общественного питания в Саратовской области.** Саратовская область является многонациональным и разнообразным по своей культуре регионом, что оставляет свой отпечаток и на сфере ОП. Здесь достаточно отчётливо проявляются черты казахской, узбекской, туркменской, а также немецкой кухни.

Представляет интерес показатель оборота питания на душу населения, который является маркером уровня жизни населения, а его колебания во времени могут служить для оценки степени социально-экономических связей в регионе (см. [12]).

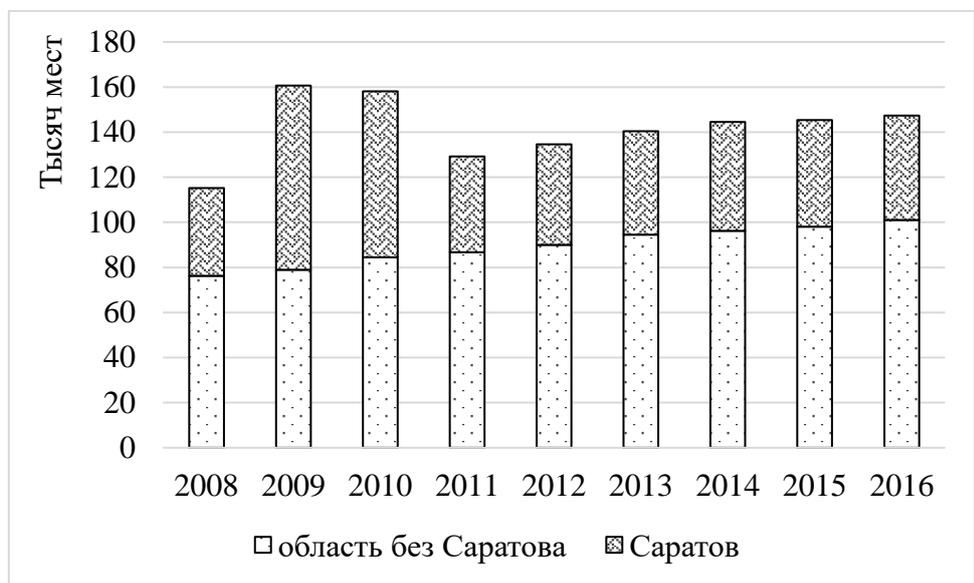


Р и с. 1. Зависимость оборота ОП и среднедушевых доходов, 2016 г. (составлено по [15])

Как можно заметить на графике (рис.1), удельный оборот ОП не показывает тесной связи с показателем душевых доходов. Так, для субъектов РФ с сопоставимым уровнем дохода (например, Волгоградской и Астраханской областей) разница в стоимости трат на ОП будет различаться в два раза (4 и 8 тыс. рублей соответственно).

В Саратовской области в 2016 году насчитывалось 2657 заведения ОП, из которых 476 заведений со статусом «общедоступные столовые, закусочные», 1063 «столовые учебных заведений, организаций, промышленных предприятий» и 1118 «рестораны, кафе, бары» [15].

Общая динамика развития ОП выглядит следующим образом (рис. 2). Интересно, что в области количество мест в учреждениях ОП растёт невысокими темпами, а для Саратова характерны существенные колебания в числе мест (хотя в последние пять лет их число стабилизировалось).



Р и с. 2. Число мест в объектах ОП, 2008–2016 гг., единиц (составлено автором по материалам [15])

Различен и состав предприятий ОП в областном центре и районах области. Так, если в Саратове и Энгельсе в 2016 году отношение числа мест в кафе и ресторанах к числу мест в столовых составляет 0,89 (т.е. на каждое место в столовой приходится примерно одно место в кафе или ресторане), то за их пределами это отношение будет составлять 0,47 (на два места в столовой приходится одно в кафе).

Рассматривая область на уровне муниципальных районов, можно выделить территории с разной развитостью сферы обслуживания (как количественно, так и качественно). Существенное значение имеют такие факторы, как уровень урбанизация населения, уровень доходов,



Приходится отмечать и заведомую недостаточность данных для анализа. Так, с 2017 года Росстат предоставляет показатель оборота общественного питания, однако при этом не учитывает субъекты малого предпринимательства, а ведь именно они составляют существенную долю предприятий ОП.

**Доступность общественного питания для населения г. Саратова.** Согласно постановлению правительства Саратовской области от 14.06.2007 N 230-П "Об утверждении региональных нормативов градостроительного проектирования Саратовской области", учреждения и предприятия обслуживания размещаются на общественных, жилых, производственных и рекреационных территориях городов. Система обслуживания рассчитывается на население города, включающее жителей и временное население.

Радиус обслуживания населения учреждениями и предприятиями, размещаемыми на жилой территории, рекомендуется принимать не более:

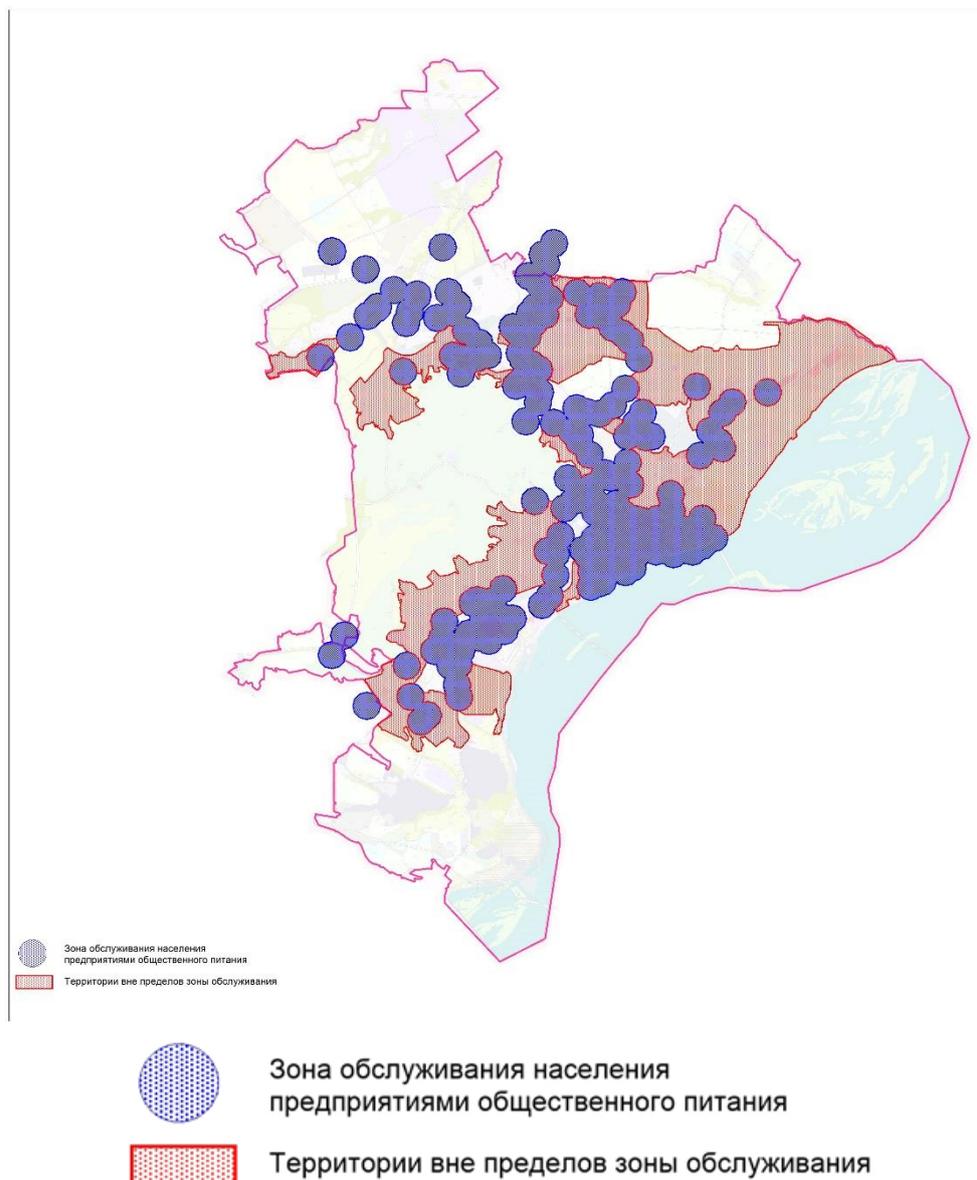
- 500 м. при многоэтажной застройке;
- 800 м. при малоэтажной застройке (один, два этажа);

Для полноты оценки сложившейся ситуации была составлена карта размещения объектов ОП на территории города, которая позволяет дать оценку доступности населению услуг ОП (рис.4).

Объекты ОП на территории г. Саратов сосредоточены неравномерно, так, большая их часть расположилась в центральной, примыкающей к Волге части города. По результатам анализа полученной карты доступности объектов ОП для населения г. Саратова возможно оценить ареалы концентрации предприятий ОП по территории города локально. Одновременно с этим стали видны зоны, не попавшие в радиус обслуживания предприятий ОП.

При разработке карты не учитывалось обслуживание ряда территорий, находящихся в черте города: к таким были отнесены территории особо охраняемых природных объектов, земли промышленности, дачные кооперативы и земли сельскохозяйственного назначения.

Дополнительно следует отметить, что в действительности достаточно сложно отобразить на карте радиус обслуживания заведения ОП, исходя из этажности застройки. Так как на территории города наблюдается смешанный тип этажности застройки с преобладанием многоэтажной, было принято решение использовать 500 метров в качестве радиуса обслуживания заведения, в связи с чем радиус условного знака одинаков.



Р и с. 4. Зоны обслуживания предприятиями ОП в 2016 г.

**Выводы.** Предложенный выше авторами анализ может быть использован в дальнейших социально–экономических исследованиях, что поможет более достоверно и подробно рассматривать территорию при разработке документов территориального планирования и проектировании объектов социальной сферы с учетом потребностей населения.

Исходя из проведенного анализа, видно, что на территории Саратовской области в последние годы количество предприятий общественного питания практически не растет, что связано, очевидно,

как с падением доходов населения, так и недостаточной организационной эффективностью самой отрасли.

В Саратове развитие данной сферы отстаёт от заселения новых микрорайонов на окраинах города, из-за чего не во всех районах предприятия общественного питания находятся в шаговой доступности.

#### **Список литературы**

1. Виноградов, И. В. Анализ пространственной дифференциации в размещении объектов образования и здравоохранения в крупном городе (на примере Твери) // Вестник ТвГУ. Серия: География и геоэкология №1. 2013. С. 83–90.
2. Желтнова К.В. Оценка состояния российского рынка общественного питания и выделение основных тенденций его развития на 2015-2017 гг. // Вестник ИЖГТУ им. М.Т. Калашникова. 2015. № 1 (65). С. 42–45.
3. Казакова Т.И. Исследование организаций общественного питания в Нижегородской области // Вестник НГИЭИ. 2014. № 7 (38). С. 124–132.
4. Кашин А.В., Никульшина А.А. Сетевые предприятия общественного питания и их конкурентоспособность // Российское предпринимательство. 2011. № 1–2. С. 158–164.
5. Котельникова А.В. Оптимальный выбор расположения предприятия общественного питания // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2009. № 115. С. 126–132.
6. Нерар Ф.К. Накормить строителей социализма: общественное питание в СССР эпохи первых пятилеток (1928–1935 гг.) // Российская история. 2016. № 1. С. 84–97.
7. Общероссийская Сеть распространения правовой информации «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 04.04.2018). Загл. с экрана. Яз. Рус.
8. Одинцова Т.Н., Ольгин В.А. К вопросу моделирования сетевой структуры цепи поставок в сфере общественного питания // Логистические системы в глобальной экономике. 2014. № 4. С. 179–184.
9. Официальный сайт министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Саратовской области [Электронный ресурс] URL: [http://www.minstroy.saratov.gov.ru/info/base/?ELEMENT\\_ID=503](http://www.minstroy.saratov.gov.ru/info/base/?ELEMENT_ID=503) (дата обращения: 15.05.2018). Загл с экрана. Яз. Рус.
10. Попов Д.А. Общественное питание: советская организация // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. 2017. № 3. С. 123–135.
11. Преображенский Ю.В. Пространственные аспекты в «Стратегии социально-экономического развития Саратовской области до 2030

- года» // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Науки о Земле. 2017. Т. 17, вып. 4. С. 227–231.
12. Преображенский Ю.В., Романова А.Ю. Сравнительная оценка динамики экономических и социальных процессов (на примере субъектов РФ Поволжского экономического района) // Вестник ТвГУ. Серия "География и геоэкология". 2017. № 4. С.77–88.
  13. Смирнов И.П. Оценка обеспеченности населения города Торжка основными видами услуг // Вестник ТвГУ. Серия "География и геоэкология". 2013. № 1. С.91–98.
  14. Ткаченко А.А., Фомкина А.А. География сферы обслуживания и география сектора услуг: пройденный путь, состояние, перспективы // Региональные исследования. 2016. № 3 (53). С. 5–13.
  15. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 27.03.2017). Загл. с экрана. Яз. Рус.
  16. Ханин Г.И., Фомин Д.А. Общественное питание в России: характеристика, рентабельность, динамика // Проблемы прогнозирования. 2008. № 3. С. 66–87.

## **TERRITORIAL ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF PUBLIC CATERING IN THE SARATOV REGION AND SARATOV CITY**

**Yu.V. Preobrazhenskiy, K.S. Kushnir**

Saratov State University, Saratov

The questions of development of a public catering sphere on the example of one of the Volga regions are considered. Intra-regional differences in the level of development of public catering were revealed. The zones of walking distance of public catering enterprises in Saratov city are allocated, the incompleteness of coverage of the city territory is analyzed.

**Keywords:** *public catering, public catering enterprises, Saratov region, Saratov, service area.*

*Об авторах:*

ПРЕОБРАЖЕНСКИЙ Юрий Владимирович – к.г.н., доцент, кафедра экономической и социальной географии СГУ им. Н.Г. Чернышевского, e-mail: [topofag@yandex.ru](mailto:topofag@yandex.ru)

КУШНИР Екатерина Сергеевна – студентка 4 курса географического факультета СГУ им. Н.Г. Чернышевского, e-mail: [katya.kushnir.97@list.ru](mailto:katya.kushnir.97@list.ru)