

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ ЗА 2008–2013 гг.

**Н. О. Колчина**

В статье представлены результаты анализа развития сферы общественного питания Республики Мордовия в контексте регионов Приволжского федерального округа и некоторых европейских стран; выявлено, что российский рынок общественного питания характеризуется низким уровнем обеспеченности точками общепита на душу населения, сравнительно низкой частотой питания «вне дома» и неразвитостью региональных рынков. Несмотря на повышенный интерес иностранных сетей к рынку общественного питания регионов ПФО и появления крупных иностранных брендов, сохраняются негативные тенденции развития данной сферы в ряде регионов. Например, в индустрии общественного питания РМ не используется франчайзинг и недостаточно обширно внедряются сетевые формы организации общественного питания в сегменте для населения со средним уровнем доходов. Кроме этого, в процессе исследования были выявлены некоторые другие диспропорции, а также их причины и возможные пути развития рынка общественного питания в перспективе.

**Ключевые слова:** динамика, закусочная, бар, кафе, общественное питание, общепит, посадочное место, предприятие питания, ресторан, Приволжский федеральный округ, сетевая компания, столовая.

## TRENDS IN THE CATERING INDUSTRY DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF MORDOVIA OVER THE PERIOD OF 2008–2013

**N. O. Kolchina**

The paper presents the comparative analysis of the catering industry development in the Republic of Mordovia, the regions of the Volga Federal District and some European countries. It was found that the Russian catering market is characterized by a small number of fast food outlets per population, a relatively small number of dinners-out, and underdeveloped regional catering markets. Despite the increased interest of foreign networks in the catering market of the Volga Federal District regions and entry of major foreign brands in the said market, some negative trends in the development of this industry in a number of regions are being observed. For example, the catering industry of the Republic of Mordovia does not use franchising; network forms of catering industry organization for the population with average incomes are being poorly implemented in practice.

In addition, the article describes other disparities, their causes and possible ways of the long-term catering market development.

**Keywords:** dynamics, fast-food, bar, cafe, catering industry, public catering, seats, food service company, restaurant, Volga Federal District, network company, canteen, eating establishment.

Сфера общественного питания играет важную роль в жизни современного общества. Уровень ее развития является одним из наиболее значимых показателей социально-экономического становления общества.

Общественное питание – отрасль экономики, предприятия которой выполняют такие функции как производство и реализация услуг питания, а также организация потребления и досуга.

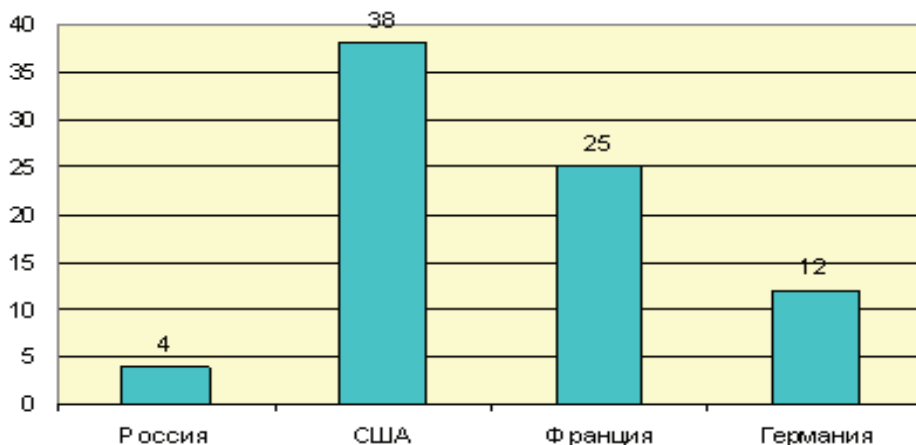
© Колчина Н. О., 2014

Услуги общественного питания оказывают различные типы предприятий – рестораны, бары, кафе, столовые, закусочные и т. д. При этом в настоящий момент в России к ним не существует четко сформулированных требований. В связи с этим направления специализации предприятий отрасли определяются на основе их собственного позиционирования.

В традиционной классификации, установленной ГОСТом Р 50762-95, рестораны делятся на три класса: люкс, высший и первый, каждому из которых предъявляется определенный набор требований. Однако мы считаем, что в современных условиях целесообразно использовать немного другую градацию: элитные, рестораны для среднего класса (демократичные) и фаст-фуды. Период 2008–2013 гг. характеризуется развитием сегмента фаст-фуда. Его ежегодный рост в России, согласно оценкам DISCOVERY Research Group, составляет 20–27 %. В то же время замедлились темпы роста сегмента элитных ресторанов. В последние годы в сфере общественного питания появились такие типы заведений как кофейни и операторы зарубежных и региональных представителей сетевых компаний питания.

Российский рынок общественного питания характеризуется низким уровнем обеспеченности точками общепита на душу населения, сравнительно низкой частотой питания «вне дома» и неразвитостью региональных рынков. Хотя численность населения в России является самой высокой среди стран Восточной Европы, число предприятий общественного питания в 2012 г., например, в Польше составляло 96 тыс., что почти в 2 раза больше, чем в России – 50,1 тыс. (в 2011 г – 45,2 тыс.). В западноевропейских странах (таких как Испания и Италия) этот показатель почти в шесть раз выше, чем в России (305 и 312 тыс. предприятий общественного питания, соответственно). Российский рынок общественного питания является ненасыщенным и характеризуется более высокими темпами развития, чем рынки стран Европы и США.

Среднедушевые затраты на ресторанные услуги в России значительно ниже аналогичных показателей в других странах. В 2008 г. в России они составили менее 4 тыс. руб. на 1 чел. в год, в 2013 г. – не более 8 тыс. руб. Это значительно меньше, чем в США (38 тыс. руб. в 2008 г.), Франции (25 тыс. руб. в 2008 г.) и Германии (12 тыс. руб. в 2008 г.) (рис. 1).



Р и с. 1. Среднедушевые затраты на питание вне дома в разных странах, тыс. руб. на 1 чел. в год

Такая ситуация в сфере общественного питания в России свидетельствует, с одной стороны, о высоком потенциале развития данного рынка и его недостаточной насыщенности, а с другой – о низком уровне доходов российских граждан. Россияне тратят на еду в среднем около 30 % доходов, то есть в 2 раза больше, чем европейцы, и в 6 – чем жители США. Это связано как с уровнем благосостояния российского населения, так и с высокими ценами на продукты и услуги в сфере общественного питания. Например, уровень цен на продукты питания в Австрии приближен к среднему уровню по России, а средняя заработная плата составляет 4–5 тыс. евро (минимальный прожиточный уровень – 700 евро) Цена среднего чека в сетевой кофейне Вены составляет в среднем 10 евро, в России – 600 руб.

В 2011–2013 гг. в России изменилась структура общественного питания в сравнении с 2008–2011 гг. Выбор потребителей переместился с дорогих ресторанов на сетевые предприятия общественного питания. Согласно данным исследовательской компании «Комкон», в первом квартале 2013 г. дорогие рестораны регулярно посещало 14,7 % жителей регионов ПФО, а в тот же период 2012 г. – 21,3 %. Торговый оборот дорогих ресторанов в регионах ПФО снизился на 25–30 %. Кроме того, снизилась стоимость среднего чека в ресторанах, уменьшилось коли-

чество посетителей. В то же время, в сетевых ресторанах и кафе средней ценовой категории, а также небольших точках общепита с доступными ценами в период 2008–2013 гг. количество посетителей увеличилось на 12 %, хотя средний чек уменьшился на 4 %.

В 2011–2013 гг. наблюдался повышенный интерес иностранных сетей к рынку общественного питания регионов ПФО. В 2012 г. на нем появились такие крупные иностранные бренды как «Burger King» и «Dunkin' Donuts», увеличилось количество объектов «Макдоналдс», «Сбарро», «Сабвей», «Планета Суши», «Иль Патио», «Ростик´С», «Крошка-Картошка», «Шоколадница», «Тинькофф», «Джус Мастер» и др.

Основным конкурентом предприятий, работающих в сегменте быстрого питания на российском рынке выступает «Макдоналдс». Запланированная на 2013 г. программа его развития является самой большой за последние пять лет. В 2011–2013 гг. «Макдоналдс» стремился повысить отдачу от существующих точек. Компания готова инвестировать 30 млн долл. в 30 новых российских ресторанов. Последними городами в ПФО, в которых не существовало ресторанов быстрого обслуживания, были Саранск и Ижевск.

В 2010–2013 гг. в РФ были зарегистрированы невысокие темпы роста объема оборота общественного питания, что обусловлено рядом причин (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

**Динамика оборота общественного питания в РФ**

Год	Оборот, млрд руб.	Индекс физического объема, % к предыдущему периоду
2008	548,5	114,2
2009	722,7	112,2
2010	711,2	87,3
2011	781,3	103,0
2012	903,3	106,2

Наиболее интенсивный рост объемов оборота общественного питания наблюдался в 2008–2009 гг.: темп роста в фактических ценах составил 114,2 и 112,2 %, соответственно. Минимальное значение данного показателя было зафиксировано в 2010 г. в связи с финансовым кризисом в стране.

Ситуацию, сложившуюся в сфере общественного питания, характеризуют три основных показателя: развитие сети предприятий общественного питания, степень обеспеченности населения его услугами и объем оборота общественного питания.

По состоянию на 1 января 2014 г. в Мордовии функционировало 836 предприятий общественного питания на 56,6 тыс. посадочных мест. С 2008 по 2013 гг. количество предприятий увеличилось незначительно (всего на 20 объектов), а количество посадочных мест – на 2,3 тыс. ед. Также произошли изменения в структуре предприятий (табл. 2).

В 2012 г. увеличилось число общедоступных столовых и закусочных почти на 32 % по сравнению с 2008 г. В то же время наблюдалось сокращение предприятий общественного питания, находящихся на балансе организаций.

Таблица 2

#### Развитие сети предприятий общественного питания в РМ в 2009–2013 гг.

Тип предприятия	Количество предприятий					Количество посадочных мест				
	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Рестораны, кафе, бары	162	172	166	169	180	8 998	9 770	9 962	9 903	9 357
Общедоступные столовые, закусочные	51	51	66	66	85*	1 999	2 128	2 701	2 528	3 490*
Столовые на балансе учебных заведения, организаций, предприятий.	603	583	565	541	552	43 274	43 241	42 212	41 856	39 366
Всего по РМ	816	822	797	776	830	54 271	55 137	54 875	54 590	56 570

\* В том числе нестационарные (сезонные) пункты питания

С 2008 по 2013 гг. было ликвидировано более 60 объектов (4 000 посадочных мест) общественного питания, находящихся на балансе организаций. Таким образом, изменения в структуре предприятий общественного питания происходят за счет роста частных предприятий.

В 2011 г. в Мордовии была создана ООО «Национальная кейтеринговая компания – Мордовия», которая обеспечивает горячим питанием детей в 34 школах г. Саранск и другие социальные

объекты. В структуре компаний имеется центр производственно-логистического развития, имеющий складские помещения и необходимое количество транспорта.

На протяжении многих лет в РМ сохраняются значительные диспропорции в обеспеченности муниципальных районов предприятиями общественного питания. В районах республики населения она имеет существенную дифференциацию (табл. 3).

## Развитие сети предприятий общественного питания в РМ в 2009–2013 гг.

Наименование района/городского округа	2008 г.		2009 г.		2010 г.		2011 г.		2012 г.	
	Кол-во предприятий, ед.	Кол-во посад. мест на 1 000 жит.	Кол-во предприятий, ед.	Кол-во посад. мест на 1 000 жит.	Кол-во предприятий, ед.	Кол-во посад. мест на 1 000 жит.	Кол-во предприятий, ед.	Кол-во посад. мест на 1 000 жит.	Кол-во предприятий, ед.	Кол-во посад. мест на 1 000 жит.
Ардатовский	31	30,7	30	59,6	31	53,7	29	53,6	32	69
Атюрьевский	23	11,4	23	73,7	22	80,6	19	75,6	20	78,8
Атяшевский	36	21,8	33	89,9	26	76,3	26	76,2	29	76,8
Большеберезниковский	18	15,2	18	64,1	14	53,1	13	49,5	12	45,3
Большеигнатовский	20	5,2	20	124,8	18	95,2	18	98,3	18	103,3
Дубенский	43	15,7	43	123,0	33	153,8	31	153,8	31	154,7
Ельниковский	19	12,9	16	81,5	17	84,0	13	75,7	12	117,1
Зубово-Полянский	54	64,1	52	41,3	51	43,4	51	43,3	49	42,7
Инсарский	8	15,2	8	48,4	21	98,0	21	99,3	10	39,1
Ичалковский	31	22,2	32	101,6	28	91,7	28	92,3	27	122,6
Кадошкинский	10	9,0	12	71,0	9	44,4	9	45,8	10	83,0
Ковылкинский	47	45,9	45	60,8	36	56,4	38	59,8	44	53,2
Кочуровский	2	14,4	2	13,4	9	36,3	9	38,9	9	47,8
Краснослободский	25	28,9	38	86,9	31	68,4	30	68,4	29	66,3
Лямбирский	28	33,5	27	54,2	20	45,0	20	45,8	20	41,3
Ромодановский	31	21,5	28	69,9	28	67,1	28	68,0	31	61,5
Рузаевский	49	67,8	50	49,1	41	48,0	44	51,2	65	72,0
Старошайговский	25	15,1	24	107,1	13	54,9	13	55,1	13	53,0
Темниковский	6	19,8	6	36,0	19	74,0	20	81,9	7	41,3
Теньгушевский	23	13,7	23	70,3	22	56,1	22	58,9	22	61,9
Торбеевский	28	22,6	25	64,7	29	73,5	24	65,7	26	73,0
Чамзинский	31	33,3	31	77,2	30	72,4	30	73,5	31	78,0
Саранск	228	326,3	236	67,6	249	67,1	230	66,3	285	72,5
Всего по РМ	816	62,7	882	66,2	791	65,3	766	65,7	830	66,7

Уровень обеспеченности населения республики предприятиями общественного питания при нормативе 40 посадочных мест фактически составляет 67 в расчете на 1 000 чел. (167 % от нормативного значения), а обеспеченность доступными предприятиями – 22 ед., или 55 %.

Обеспеченность населения посадочными местами на предприятиях общественного питания с 2009–2013 гг. в районах Мордовии была приближена к нормативным значениям. Лидерами в 2012 г. являлись Дубенский и Ичалковский районы (122 и 154 ед. соответственно). Ниже нормативного значения был показатель в Инсарском районе (39 ед.)

Среди регионов ПФО лидером по количеству предприятий общественного питания (7 300 ед.) в 2013 г. являлась Республика Башкортостан; минимальное значение данного показателя было зафиксировано в Пензенской области (744 ед.).

При удовлетворительной обеспеченности Мордовии предприятиями общественного питания его оборот в Пензенской области выше почти в 3 раза (2 016 и 6 056 млн руб. соответственно).

С 2008 по 2013 гг. оборот общественного питания в Мордовии увеличился с 1 037 до 2 026 млн руб. в год. (табл. 4). Наиболее интенсивный рост его объемов наблюдался в 2008–2009 гг.: темпы роста в фактических ценах составили 114,2 и 115,2 % соответственно.

Таблица 4

## Динамика оборота общественного питания в РМ

Показатель	Год					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Оборот общественного питания, млн руб.	1 037	1 452	1 516	1 719	1 859	2 026
Индекс физического объема, % к предыдущему периоду	114,2	115,2	95,8	106,5	99,8	110,4

Безусловными лидерами по обороту и обеспеченности точками общественного питания среди муниципальных образований являются Саранск и Рузаевка. Большеберезниковский район имеет наибольшее

отставание в динамике по сравнению с прошедшим периодом. Стабильный ежегодный прирост данного показателя был зафиксирован в Большеигнатовском, Инсарском и Кадошкинском районах (табл. 5).

Таблица 5

## Индекс физического объема оборота общественного питания в районах РМ (в % к предыдущему году)

Район	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Ардатовский	87,4	120,6	97,4	115,4	111,3
Атюрьевский	129,1	130,5	168,3	149,6	75,3
Атяшевский	114,4	111,3	98,5	111,8	103,7
Большеберезниковский	32,2	109,5	99,8	65,4	69,5
Большеигнатовский	165,7	87,7	78,9	109,2	179,7

Дубенский	183,0	110,8	59,7	61,5	86,1
Ельниковский	158,7	71,6	134,4	104,2	110,1
Зубово-Полянский	104,4	84,4	61,8	85,4	105,5
Инсарский	92,0	107,8	104,1	118,7	101,2
Ичалковский	94,1	99,5	99,1	104,7	102,9
Кадошкинский	99,1	31,9	126,7	129,6	115,7
Ковылкинский	120,7	108,7	116,2	98,6	99,4
Кочкуровский	в 2,7 р.	78,9	в 2,0 р.	86,9	127,1
Краснослободский	139,9	101,5	74,2	98,6	92,1
Лямбирский	102,3	98,4	89,7	119,2	99,7
Ромодановский	126,6	105,7	96,0	87,2	122,1
Рузаевский	117,4	104,1	89,9	87,8	105,3
Старошайговский	79,5	81,4	80,6	199,2	83,9
Темниковский	79,6	152,3	103,0	97,1	85,6
Теньгушевский	134,1	104,9	120,1	152,8	96,9
Торбеевский	136,1	83,4	98,5	91,1	90,2
Чамзинский	117,8	95,8	97,1	108,5	89,3
Саранск	113,7	119,2	101,2	106,4	99,6
Всего по РМ	114,2	115,2	95,8	106,5	99,8

Среди регионов ПФО самый низкий показатель оборота общественного питания в 2008–2013 гг. был в Республике Мордовия – 2 026 млн руб., что

почти в 10 раз меньше, чем в Самарской и Нижегородской областях, Республиках Татарстан и Башкортостан (табл. 6)

Таблица 6

## Динамика оборота общественного питания среди регионов ПФО, млн руб.

Регион ПФО	Год					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ПФО	96 565	130 071	131 776	148 667	173 505	–
Республика Мордовия	1 037	1 452	1 516	1 719	1 859	2 026
Республика Башкортостан	15 822	19 187	18 411	21 254	26 130	24 414
Республика Марий-Эл	1 851	2 258	2 406	2 541	3 132	3 091

окончание табл. 6

Республика Татарстан	15 946	20 460	19 193	21 800	24 307	23 988
Республика Удмуртия	4 524	5 912	6 322	7 098	8 871	8 952
Республика Чувашия	2 673	3 741	4 000	4 334	6 719	6 253
Кировская область	4 675	6 627	6 662	7 332	8 201	8 201
Нижегородская область	11 096	15 248	14 216	16 406	19 794	21 159
Оренбургская область	5 228	7 287	8 813	9 465	11 346	12 150
Пензенская область	2 263	3 225	4 423	5 181	6 349	6 056
Пермский край	10 945	18 401	19 273	21 001	23 922	21 834
Самарская область	15 087	17 332	16 733	19 137	20 889	19 243
Саратовская область	3 982	6 598	7 413	7 743	8 585	8 239
Ульяновская область	1 538	2 343	2 143	2 379	3 398	3 379

По обороту общественного питания на 1 жителя Мордовия в 2008–2012 гг. занимала 14 место среди регионов ПФО (табл. 7).

Т а б л и ц а 7

**Динамика оборота общественного питания на 1 жителя ПФО, тыс. руб.**

Регион ПФО	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Республика Мордовия	1,2	1,7	1,8	2,0	2,2	2,5
Республика Башкортостан	3,9	4,7	4,5	5,2	6,0	6,8
Республика Марий-Эл	2,6	3,2	3,4	3,6	4,4	4,9
Республика Татарстан	4,2	5,4	5,0	5,7	6,3	7,0
Республика Удмуртия	2,9	3,8	4,1	4,6	5,8	6,5
Республика Чувашия	2,0	2,9	3,1	3,4	5,0	5,5



Кировская область	3,3	4,7	4,7	5,4	6,1	6,8
Нижегородская область	3,3	4,5	4,2	4,9	6,4	7,0
Оренбургская область	2,4	3,4	4,1	4,6	6,0	6,7
Пензенская область	1,6	2,3	3,2	3,7	4,4	4,8
Пермский край	4,0	6,7	7,1	7,9	8,2	9,2
Самарская область	4,7	5,4	5,2	5,9	5,9	6,6
Саратовская область	1,5	2,5	2,8	3,0	3,2	3,6
Ульяновская область	1,1	1,7	1,6	1,8	2,6	2,9

Лидерами по данному показателю являются Пермская и Нижегородская области, а также Республика Татарстан (9,2, 7,0 и 7,0 тыс. руб. соответственно).

Такое положение обусловлено тем, что 64,8 % населения Мордовии имеет доходы ниже среднедушевого по респу-

блике, а 8,6 % – ниже прожиточного минимума. Кроме того, население склонно к сбережению денег (18 % от совокупного дохода приходится на сбережения – один из самых высоких показателей по ПФО). Доходы населения непосредственно влияют на развитие сферы общественного питания (табл. 8).

Таблица 8

**Изменение денежных доходов на душу населения в регионах ПФО (в мес.), тыс. руб.**

Регион	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Республика Мордовия	6 060,4	8 269,6	9 522,2	11 294,2	11 948,0	12 144,0
Республика Башкортостан	11 072,8	14 245,4	16 124,8	17 498,9	19 029,8	20 383,1
Республика Марий-Эл	6 072,3	7 825,4	9 205,4	10 335,7	11 328,4	11 629,0
Республика Татарстан	11 566,9	14 163,7	15 892,5	18 424,0	20 222,6	22 537,0
Удмуртская Республика	7 823,8	9 586,6	11 060,0	12 983,6	14 452,3	14 936,5
Чувашская Республика	6 848,7	8 732,2	9 586,3	11 065,8	12 083,0	12 859,8
Кировская область	7 407,4	10 370,4	11 245,4	13 330,9	14 675,0	15 845,2
Нижегородская область	10 171,9	13 078,2	14 490,7	16 477,3	18 336,7	19 590,6
Оренбургская область	7 914,3	10 508,3	12 008,1	13 557,1	14 892,0	15 952,7

Пензенская область	7 908,4	10 043,5	11 415,5	12 920,4	14 171,5	15 359,4
Пермский край	13 691,1	16 398,0	17 975,0	19 834,3	21 307,3	21 718,8
Самарская область	13 779,3	15 564,2	18 021,0	20 223,1	21 756,1	23 143,1
Саратовская область	7 320,3	9 155,7	10 485,5	12 146,6	13 097,3	12 783,1
Ульяновская область	7 761,7	9 727,8	10 762,7	13 132,4	14 312,1	15 391,1

Разрыв в уровне среднедушевых денежных доходов по регионам ПФО в 2013 г. составил 2,2 раза. Наиболее высокие значения данного показателя были зафиксированы в Самарской области и Республике Татарстан (23,1 и 22,5 тыс. руб. соответственно). Самые низкие – в Марий-Эл и Мордовии (11,6 и 12,1 тыс. руб. соответственно). Последняя занимает 12 место среди регионов ПФО по уровню среднедушевых денежных доходов.

На развитие сферы общественного питания в республике влияет ряд вну-

тренних и внешних факторов: уровень развития потребительского рынка, его инфраструктура, численность населения, экономическая и социальная политика государства, наличие благоприятного предпринимательского и инвестиционного климата и т. д.

Согласно статистическим данным, объем инвестиций в сфере общественного питания на 01.01.2012 г. составил всего 1,2 млн руб.; по сравнению с 2010 г. этот показатель снизился на 13,7 млн руб. (табл. 9).

Таблица 9

#### Инвестиции в развитие общественного питания в Республике Мордовия, млн руб.

№ п/п		Год			
		2009	2011	2012	2013
1	Всего	14,9	4,4	19,7	1,2

Это обуславливает отсутствие доступных сетевых представителей в регионе. В настоящее время (2014 г.) в РМ действуют всего 5 таких представителей: «Макдональдс», «Сабвей», «БаскинРобинс», «Автосуши» и «Крошка-картошка», предлагающих услуги общественного питания по оптимальному соотношению качества и цены. Это самый низкий показатель среди регионов ПФО. Открытие сетевых точек питания в Мордовии сопряжено с рядом проблем: недостаточное развитие франчайзинга, дефицит квалифицированного персонала, рост цен на сырье, высокая арендная плата в местах с высокой проходимостью, низкий уровень доходов населения и инвестиционная непривлекательность

региона. Фактором, сдерживающим повышение инвестиционной активности территории, является наличие значительных административных барьеров.

Таким образом, рынок общественного питания республики развивается, однако еще не находится в стадии насыщения. Заметно изменилась материально-техническая база отрасли, повысился уровень ее оснащения. В настоящее время улучшается обслуживание посетителей, внедряются прогрессивные формы продажи продукции собственного производства; некоторые предприятия общественного питания специализируются на выпуске фирменных блюд.

Однако в индустрии общественного питания Мордовии не используется

франчайзинг и слабо внедряются сетевые формы организации для населения со средним уровнем доходов.

Также существует нехватка точек общественного питания, предлагающих услуги с учетом интересов потребителей: кафе-мороженое, детские кафе, семейные кафе, спорт-кафе и т. д. Кроме того, организации общественного питания недостаточно внедряют в производство блюда национальной кухни; является низкой доступность точек питания для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями.

Развитие общественного питания в республике сдерживается уровнем образования работников; текучестью кадров, обусловленной низкой заработной платой и недостаточной правовой защищенностью работников этой сферы; отсутствием в большинстве организаций общественных объединений (профсоюзов, советов и т. д.), призванных защищать интересы работников; недостаточным вниманием к повышению квалификации работников со стороны руководства общественного питания.

Для решения этих проблем необходимо разработать комплекс мероприятий, направленных в том числе на подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров.

В целях улучшения ситуации в сфере общественного питания РМ необходимо развитие предприятий демократичных форматов, предлагающих услуги средней ценовой категории. Особого внимания заслуживает организация производства качественных полуфабрикатов и готовых блюд низкой ценовой категории.

Также нуждаются в оснащении современным торгово-технологическим и холодильным оборудованием студенческие и школьные столовые. Кроме того, следует обеспечить доступ к точкам общественного питания инвалидам и другим маломобильным группам граждан, оборудовав их пандусами, лифтами и т. д.

Для сохранения национальных традиций разных народов необходимо увеличить количество точек общественного питания, предлагающих блюда национальной кухни.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. **Ждакаев, И.** Радости простого блюда [Электронный ресурс] / И. Ждакаев, О. Зотикова. – URL: <http://www.sostav.ru/articles/2009/04/13/ko2>.
2. Мордовия : стат. ежегодник / Мордовиястат. – Саранск, 2012. – 472 с.
3. Общественное питание : классификация предприятий : ГОСТ Р 50762-95 (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 05.04.1995 № 198) (ред. от 15.05.1996) [Электронный ресурс]. – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=371067>.

*Поступила 20.03.2014 г.*

*Об авторе:*

**Колчина Наталья Олеговна**, доцент кафедры маркетинга экономического факультета ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва» (Россия, г. Саранск, ул. Большевикская, д. 68), кандидат социологических наук, [ch.marketing@econom.mrsu.ru](mailto:ch.marketing@econom.mrsu.ru)

*Для цитирования:* Колчина, Н. О. Тенденции развития сферы общественного питания Республики Мордовия за 2008–2013 гг. / Н. О. Колчина. – Вестник Мордовского университета. – 2014. – № 4. – С. 162–173. DOI: 10.15507/VMU.024.201403.162

## REFERENCES

1. Zhdekaev I., Zotikova O. Radosti prostogo bljuda [Pleasures of a simple dish]. Available at: <http://www.sostav.ru/articles/2009/04/13/ko2>.
2. Mordovija: stat. ezhegodnik / Mordovijastat [Mordovia: statistic yearbook / Mordoviastat]. Saransk, 2012, 472 p.
3. Obshhestvennoe pitanie: klassifikacija predpriyatij: GOST R 50762-95 (utv. Postanovleniem Gosstandarta RF ot 05.04.1995 № 198) (red. ot 15.05.1996) [Food services: classification of enterprises: GOST R 50762-95 (enacted by decision of GosStandart of Russia from 05.04.1995, no. 198) (ed. 15.05.1996)]. Available at: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=371067>.

### *About the author:*

**Kolchina Natal'ja Olegovna**, Associate professor of Marketing chair of Economics faculty, Ogarev Mordovia State University (Russia, Saransk, 68 Bolshevistskaya Str.), Candidate of Science (PhD) degree holder in Sociology, [ch.marketing@econom.mrsu.ru](mailto:ch.marketing@econom.mrsu.ru)

*For citation:* Kolchina N. O. Tendencii razvitiya obshhestvennogo pitaniya Respubliki Mordovija za 2008–2013 gg. [Trends in the catering industry development in the Republic of Mordovia over the period of 2008–2013]. *Vestnik Mordovskogo Universiteta* – Mordovia University Bulletin, 2014, no. 4, pp. 162–173. DOI: 10.15507/VMU.024.201403.162