

УДК 338.12.017

DOI: 10.26140/anie-2019-0803-0060

МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПЕРСПЕКТИВНОГО СЕГМЕНТА РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОК

© 2019

Мирошникова Татьяна Константиновна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Экономики и управления»

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
(690014, Россия, Владивосток, улица Гоголя 41, e-mail: tanmir12@mail.ru)*

Маматкулов Навруз Рустамович, менеджер

ООО УК «ВЕСТ»

(690014, Россия, Владивосток, проспект Красного Знамени 82в, e-mail: dafolon@mail.ru)

Аннотация. Цель: разработать методику выявления перспективного сегмента рынка общественного питания г. Владивосток с использованием инструментария стратегического маркетинга на основе осуществленных полевых исследований. На данный момент отсутствуют концепция и аналитические исследования в области прогнозирования перспектив развития ресторанного бизнеса на долгосрочный период в городе Владивосток. *Методы:* полевых исследований, методы сегментации и определения веса каждого критерия для приведения выделенных критериев к единому масштабу измерения. Метод статистических группировок, сравнительный метод, изучение рядов динамики, метод экспертных оценок. *Научная новизна:* разработка авторской методики определения перспективного сегмента рынка общественного питания с обоснованием выбора ключевых критериев, определением доли финансовых показателей на 1% сегмента, весомости каждого критерия. *Результаты:* разработана универсальная методика определения перспективного сегмента рынка общественного питания с целью стратегического планирования в отрасли. *Практическая значимость:* исследование осуществлялось в рамках проекта по заказу организаций ресторанного бизнеса с целью определения стратегии развития на рынке общественного питания города Владивосток. С помощью разработанной методики, предприятия рынка общественного питания смогут осуществлять стратегическое планирование бизнеса, проводить точное определение и лучшее удовлетворение потребностей целевой аудитории, повышать конкурентоспособность организации.

Ключевые слова: методика выявления перспективного сегмента, критерии сегментирования, рынок общественного питания, сфера ресторанного бизнеса, полевые исследования, рейтинговая модель, формат сегмента, Casual dining, Fast casual, Fine dining, QSR, Fast food.

METHOD OF DETERMINING THE PERSPECTIVE SEGMENT OF THE PUBLIC CATERING MARKET OF THE CITY VLADIVOSTOK

© 2019

Miroshnikova Tatyana Konstantinovna, candidate of economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Economics and Management

*Vladivostok State University of Economics and Service
(690014, Russia, Vladivostok, Gogol Street 41, e-mail: tanmir12@mail.ru)*

Mamatkulov Navruz Rustamovich, manager

LLC UK VEST

(690014, Russia, Vladivostok, Red Banner Avenue 82v, e-mail: dafolon@mail.ru)

Abstract. *Objective:* to develop a methodology for identifying a promising segment of the catering market in Vladivostok using the tools of strategic marketing based on field research. At the moment, there is no concept and analytical research in the field of forecasting the prospects for the development of the restaurant business for the long-term period in the city of Vladivostok. *Methods:* field studies, segmentation methods and determining the weight of each criterion to bring the selected criteria to a single measurement scale. The method of statistical groupings, the comparative method, the study of time series, the method of expert estimates. *Scientific novelty:* the development of the author's methodology for determining a promising segment of the catering market with the rationale for the selection of key criteria, determining the share of financial indicators for 1% of the segment, the weight of each criterion. *Results:* a universal method has been developed for determining a promising segment of the public catering market for the purpose of strategic planning in the industry. *Practical significance:* the study was carried out within the framework of a project commissioned by organizations of the restaurant business in order to determine the development strategy in the catering market of the city of Vladivostok. With the help of the developed methodology, public catering enterprises will be able to carry out strategic business planning, carry out precise definition and better meet the needs of the target audience, increase the competitiveness of the organization.

Keywords: methods for identifying a prospective segment, segmentation criteria, catering market, restaurant business, field research, rating model, segment format, Casual dining, Fast casual, Fine dining, QSR, Fast food.

Введение. Сфера ресторанного бизнеса – это отрасль народного хозяйства, совокупность предприятий, оказывающие услуги путем производства, реализации и организации потребления кулинарной продукции [1]. На данный момент отсутствуют концепция и аналитические исследования в области прогнозирования перспектив развития ресторанного бизнеса на долгосрочный период. На современном этапе развития рынка предприятий, оказывающий услуги в сфере общественного питания в целом по России и в Приморском крае, не разработана четкая классификация заведений. В настоящее время в мире существует достаточное количество методов и принципов классификации ресторанов: по ценовому уровню, по квалификации персонала, по ассортименту, по целевой аудитории. Для России наиболее распространенным является простейшая форма классификации по типу: закусочная, столовая, кафе, бар, ресторан. Так как

в России еще не разработано жестких требований к тому или иному виду заведений общественного питания, заведение определяет свою специализацию исходя из своего собственного позиционирования на рынке.

Российский рынок общественного питания испытал серьезное ухудшение экономических показателей 2007-2015 годах. Однако за последние два года конъюнктура рынка общепита приспособилась к современным реалиям российской экономики, обусловленной снижением доходов у населения, продовольственным эмбарго, увеличением ставки ЦБ и многими другими факторами. Данные показатели отражают, скорее, не рост, а некую стабилизацию рынка.

По данным Росстата, в России в 2017 году насчитывалось около 80.5 тысяч ресторанов баров и кафе, как сетевых, так и не сетевых, общая площадь которых составила около 10.2 млн. кв. метров. На конец 2017 года

показатель увеличился до 85.6 тысяч, что составил прирост в 6.2 процента [2].



Рисунок 1 – Динамика количества кафе, баров и ресторанов в 2008-2017 годах

В структуре рынка, доля сетевых ресторанов, кафе и баров в 2017 году, составила порядка 19.7 процента. Следует отметить, что на протяжении последних 5 лет размер доли менялся незначительно. Кардинальных изменений в ближайшей перспективе не ожидается [3].

Изложение основного материала исследования. В последние годы на российском рынке общественного питания наблюдается рост числа сетевых заведений. В городе Владивосток присутствует несколько сетей популярных ресторанов. Посетители, руководствуются решением посетить тот или иной ресторан, основываясь на отзывах других людей, посетивших заведения ранее. Данные об обороте общественного питания по фактически действовавшим ценам в 2015-2017 годах в Приморском крае (2015 год - 16878 млн. руб.; 2016 год - 15727 млн. руб.; 2017 год - 16728,9 млн.руб.) свидетельствуют, что показатели имеют не стабильную динамику и на конец 2017 года пришелся незначительный рост [4]. 2015 год по показателям значительно выше 2016 года, что связано с появлением на рынке новых заведений, предлагающих необычные концепции, соответственно в 2016 году организации, не сумевшие удержаться на рынке, закрылись. В 2017 году наблюдается рост, связанный с рядом факторов, одним из которых является изменение приоритетов населения [5].

24,1% оборота общественного питания по крупным и средним организациям в Приморском крае принадлежит г. Владивосток, темп роста оборота общественного питания в 2018 году составил 98,9% [12]. В связи с высокой конкурентоспособностью стабильно развивающейся сетью ресторанов японской кухни «Токио», которая может удовлетворять спрос потребителей на данный тип кухни в городе, наименьшую долю в структуре занимают суши-бары. Наибольший удельный вес составляют кофейни. Это связано с такими факторами как сравнительно невысокий «порог входа» и низкий уровень риска при осуществлении деятельности, а также с повышенным спросом населения на услуги «кофе-шопов». Остальные типы заведений составляют примерно одинаковый удельный вес в диапазоне от 10% до 13%. Доля предприятий быстрого питания города Владивосток в структуре общероссийского рынка общественного питания, незначительна и составляет 4% от общего количества заведений в городе [13].

Методология. С целью качественного анализа сегментов рынка общественного питания в городе Владивосток, авторами определены существующие ключевые сегменты. Такими сегментами рынка общественного питания на данный момент являются:

- Fast food;
- Casual dining;
- Fine dining.

Fast food (быстрая еда) – отражает собой стандартный набор блюд и самообслуживание. Под формат Casual dining можно отнести все заведения с относительно демократичными ценами. Fine dining это рестораны

премиум класса со множеством преимуществ по отношению к своим конкурентам по сегментам.

Стремясь сохранить хорошую кухню и демократичный средний чек, а также увеличить скорость обслуживания гостей, рестораны из сегмента Casual dining начали перекалвалифицироваться в некий гибрид - «быстрой и повседневной» кухни (quick&casual) занимающий промежуточное положение между заведениями быстрого обслуживания и ресторанами повседневного посещения. Отличительными признаками quick&casual является чаще всего:

- применение полуфабрикатов собственного приготовления;
- изготовление выпечки;
- наличие собственной кондитерской;
- наличие детского меню;
- наличие дополнительных услуг (бесплатная парковка, пресса, еда на вынос, кейтеринг и так далее).

Практика показывает, что такое смешивание сегментов позволяет максимизировать прибыль и охватить наибольшую публику. Данный формат является на сегодняшний день наиболее перспективным как в Европе, так и по России в целом.

Следует отметить, что появился формат Quick service restaurant (QSR) - это ресторан с официантами, быстрым обслуживанием, полуфабрикатами высокой степени готовности, за счёт чего обеспечивается неизменяемое качество блюд. Такой формат чаще всего располагается в деловых центрах, офисных зданиях и больше подходит для проведения деловых встреч и обеда.

Существует сегмент полностью недооцененный - Street food. Заведения данного сегмента нельзя отнести к полноценным объектам рынка общественного питания т.к. чаще всего это ларьки, киоски, специализирующиеся на монопродуктах. Главным их достоинством является низкий средний чек и быстрая скорость обслуживания.

С целью выделения перспективного сегмента рынка общественного питания города Владивосток были осуществлены полевые исследования, эмпирической базой которых являлся анкетный опрос потребителей рынка общественного питания [15, 19]. Авторами была разработана анкета-опросник, включающая ряд ключевых вопросов, для определения потребностей на данном этапе жизненного цикла рынка общественного питания. В исследовании приняли участие 138 респондентов в разных локациях по городу Владивосток. Из 87 опрошенных женщин доход выше 40000 рублей имеет 40%. Максимальную долю среди опрошенных 43% составляли предстатели, доход которых в размере от 25000 рублей. 12 опрошенных женщин ответили, что их доход не превышает 25000 рублей и 3% не имеют доход в связи с нетрудоспособностью. Среди опрошенных мужчин в городе Владивосток, без дохода находится всего 1 человек. Следующей категорией является население, с доходом от 15 до 25 тысяч рублей. В данную категорию входит 10% опрошенных мужчин. В категорию с доходом от 25 до 40 тысяч рублей входит 19 человек, что составляет 37%. Подавляющее большинство среди опрошенных - мужчины с доходом, превышающим 40000 рублей.

Для анализа рынка и определения принадлежности к тому или иному сегменту были выбраны 429 предприятий из 800 функционирующих, которые осуществляют свою деятельность на рынке более 3 лет.

С целью осуществления сегментирования авторами были приняты следующие критерии [10]:

- 1) позиционирование себя на рынке;
- 2) наличие дополнительных услуг;
- 3) наличие обслуживающего персонала;
- 4) средний чек;
- 5) ассортимент.

Структура рынка общественного питания в г. Владивосток показывает, что самую большую долю рынка занимают заведения, находящиеся в сегменте Casual dining 42%. 36% процентов доли рынка занима-

ет недавно появившийся формат Fast casual. Заведение типа QSR занимают 13 % рынка. Заведения премиум-класса 6 %. Наименьшую долю рынка в 3 % занимают заведения сегмента фастфуд.

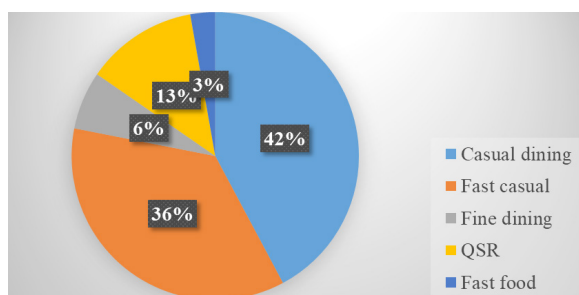


Рисунок 2 - Структура рынка общественного питания

Выводы и перспективы дальнейших изысканий данного направления. Исходя из данных, нельзя делать выводы о привлекательности того или иного сегмента, так как высокая доля на рынке может служить показателем не только привлекательности сегмента, но и высокой конкуренции, низкая доля рынка не является показателем для потенциала роста, так как выручки, получаемые в данном сегменте, не являются привлекательными для инвесторов, либо для данного сегмента барьер входа высок относительно других сегментов.

Для выявления наиболее перспективного сегмента рынка, на основе аналитического обзора отрасли общественного питания, авторами были определены следующие критерии:

- 1) ёмкость сегмента;
- 2) темп роста выручки сегмента;
- 3) сумма дохода на 1 процент сегмента;
- 4) сумма убытка на 1 процент сегмента;
- 5) конкурентоспособность сегмента.

Был осуществлен расчёт финансовых показателей каждого сегмента в отрасли. За исследуемый период выручка всех заведений общественного питания выросла на 72,4%. В свою очередь происходил рост затрат на производство. Прибыль от продаж отрасли увеличилась на 174,1%. Сумма прибыли, полученная прибыльными организациями, увеличилась почти вдвое. За 3 исследуемых года удельный вес прибыльных организаций увеличился на 3%. В то время как удельный вес убыточных организаций в общем объеме снизился на 10,3%.

В рамках предлагаемой методики определения наиболее перспективного сегмента, в результате мозгового штурма были определены следующие критерии:

- 1) ёмкость сегмента;
- 2) темп роста выручки сегмента;
- 3) доля доходности на 1 процент сегмента;
- 4) доля убыточности на 1 процент сегмента;
- 5) зрелость рынка;
- 6) конкурентоспособность сегмента;

Проанализировав отраслевые показатели выручки и ее отношение к доли каждого сегмента, мы выявили, что наибольшее относительное отклонение пришлось на сегмент Casual Dining который. Темп роста выручки по всем критериям показал одинаковый результат. Для более детального анализа по каждому сегменту, мы определили доли прибыльных и убыточных организаций за 2015- 2017 года, и проанализировали результаты. Наибольшая доля прибыльных организаций приходится на сегмент Casual dining, но динамика показывает, что наибольшее снижение пришлось также на данный сегмент и на конец 2017 года, сегмент Fast casual отставал от сегмента Casual dining на 3,5%, при стартовой разнице в 4,5%, т.е. это свидетельствует, что есть тенденция к изменению структуры рынка общественного питания. Наименьшим отрицательным изменениям подвергся

формат заведений Fast food и за три года составил 0,5%.

Проанализировав структуру убыточных организаций сегментов рынка общественного питания г. Владивосток, мы определили, что доля убыточных организаций снизилась не существенно, в среднем на 0,5% за 3 исследуемых года.

Рассчитав долю доходности с каждого сегмента, было выявлено, что 1% сегмента Casual dining приносит максимум прибыли. Наименьшая доля прибыли пришлось на сегмент Fast food. Наибольший убыток, так же, как и доход, пришелся на сегмент Casual dining. Наименьшая доля убытков пришлось на сегмент Fast food. Динамика показывает нам, что за три года существенных изменений не произошло.

Для определения веса каждого критерия воспользовались методом консенсуса, который предполагает, что эксперты распределяют баллы между критериями, равные количеству критериев, т.е. в нашем случае 6 критериев, соответственно максимальный вес критерия будет равен 6.

Выводы и перспективы дальнейших изысканий данного направления. Результаты определения веса каждого критерия, представим в сводной таблице.

Таблица 1 - Экспертная оценка важности критериев

Название критерия	Эксперт						Итого
	1	2	3	4	5	6	
ёмкость сегмента	1	2	2	4	6	3	3,5
темп роста выручки сегмента	3	3	4	2	4	6	3,7
доля доходности на 1% сегмента	5	6	6	6	5	5	5,5
доля убыточности на 1% сегмента	6	5	1	3	3	4	3,5
зрелость рынка	4	4	3	1	2	1	2,5
конкурентоспособность сегмента	2	1	5	5	1	2	2,7

Было выявлено, что наиболее важным критерием является «доля доходность на 1 процент сегмента». Данный критерий отражает: сколько прибыли приходится на 1% по каждому сегменту, что является непосредственно преимущественным показателем для привлекательности сегмента. Наименее значимый критерий оказался «зрелость рынка».

Для определения влияния каждого критерия на результат была определена следующая система оценок: наиболее перспективен – оценка 9; перспективен – оценка 6; менее перспективен – оценка 3.

На следующем этапе была оценена степень привлекательности каждого сегмента рынка общественного питания по выявленным критериям. Результаты представим в сводной таблице 2.

Таблица 2 – Оценка привлекательности сегмента в баллах

Формат сегмента	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Эксперт 4	Эксперт 5	Эксперт 6	Итого
Casual dining	9	9	6	9	9	9	51
Fast casual	9	9	9	9	9	9	54
Fine dining	3	6	3	3	6	6	27
QSR	6	6	6	3	6	6	33
Fast food	6	6	9	6	9	9	45

Выводы. Таким образом, выявлено, что наиболее перспективным сегментом является Fast casual, данный сегмент набрал наибольшее количество максимальных оценок. Этот показатель соответствует общемировым тенденциям и подтверждается исследованиями. Сегмент Casual dining можно отнести к наиболее привлекательному сегменту, его результирующий показатель составил 51 балл, что на три балла отстает от лидирующего сегмента. Наименьшую привлекательность как для потребителей, соответственно так и для инвесторов показал сегмент Fine dining. По мнению некоторых экспертов, скрытый потенциал присутствует в таком сегменте как Fast food, это связано в основном с небольшой долей рынка, занимаемой данным сегментом. Некоторые эксперты полагают, что данный сегмент недооценён в регионе и имеет перспективы к росту. Сегмент QSR по оценкам занял среднее значение.

Авторами была осуществлена оценка степени привлекательности каждого сегмента рынка общественного

питания по обоснованным критериям. В результате использования авторской методики сегментирования заведений было выявлено, что наиболее перспективным сегментом является Fast casual, результирующий показатель которого составил наибольшее количество максимальных баллов. Разработанная методика позволила обосновать выбор данного сегмента рынка общественного питания города Владивосток для долгосрочного планирования деятельности в отрасли, разработки дальнейшей концепции в сфере ресторанного бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Теоретические основы организации и обслуживания на предприятиях общественного питания [Электронный ресурс] // Studfiles. Файловый архив. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5947419/page:3/>.
2. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
3. Российский статистический ежегодник. 2017: стат. сб. / Росстат. – М., 2017. – 847 с.
4. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://primstat.gks.ru>. Регионы России. Социально-экономические показатели 2017 г.: крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2017. – 525 с.
5. Официальный сайт Администрации Приморского края и органов исполнительной власти Приморского края [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.primorsky.ru/>.
6. Сравнительный анализ по данным Росстата [Электронный ресурс] // Testfirm. Сравнительный фин. анализ. – Режим доступа: <https://www.testfirm.ru>.
7. Ахмадеева О.А. Тенденции развития рынка общественного питания в России / О.А. Ахмадеева, А.И. Идрисова // Молодой ученый. – 2016. – №8. – С. 483-486.
8. Кафе, бары и рестораны [Электронный ресурс] / Сайт Владивостока, справочник компаний vl.ru. – Режим доступа: <https://www.vl.ru/vladivostok/cafe>.
9. Рынок общественного питания в 2018 году [Электронный ресурс] // Центр управления финансами. – Режим доступа: <https://center-yf.ru> <https://center-yf.ru/data/ip/rynok-obshchestvennogo-pitaniya-v-2018-godu.php>. Лобанова. – М.: Юрайт, 2014. – 990 с.
10. Пять групп факторов для оценки привлекательности рынка [Электронный ресурс] // Powerbranding. Сайт по маркетингу. – Режим доступа: <http://powerbranding.ru/rynok/ocenka-privlekatelnosti/>.
11. Рейтинговое агентство Эксперт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://raexpert.ru/researches>.
12. Регионы России. Социально-экономические показатели 2017 г.: крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2017. – 5259 с.
13. Официальный сайт Администрации Приморского края и органов исполнительной власти Приморского края [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.primorsky.ru/>.
14. Кузнецова Н. Ресторанный бизнес в борьбе за клиентов [Электронный ресурс] / Н. Кузнецова // Restorante Group. – Режим доступа: <http://www.catalog.horeca.ru/newspaper/business/173/>.
15. Исследование целевого потребительского сегмента на примере ресторана г. Магнитогорск / Т.Н. Зайцева, М.Д. Лаптева, Д.Э. Миллер, Е.Е. Ходакова // Молодой ученый. – 2017. – №3. – С. 87-90.
16. Хайкин М.М. Экономика ресторанного бизнеса: учебное пособие / М.М. Хайкин, М.А. Горенбургов; Балт. акад. туризма и предпринимательства. – М.: Академия, 2012. – 240 с.
17. Хмырова С.В. Ресторанный маркетинг / С.В. Хмырова. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 252 с.
18. Дурович А.П. Маркетинг гостиниц и ресторанов: учебное пособие / А.П. Дурович. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 326 с.
19. Золотарева Ю.В. Сегментаций рынка ресторанных услуг. Маркетинговые исследования / Ю.В. Золотарева. – Пенза: Академия: ПФ СКАГС, 2016. – 112 с.
20. Юшкова А.И. Особенности позиционирования предприятия общественного питания на современном рынке / А.И. Юшкова // Российское предпринимательство. – 2017. – № 9. Вып. 2 (192). – С. 123-127.

Статья поступила в редакцию 01.08.2019

Статья принята к публикации 27.08.2019