

УДК 642.5

А.Н. Веретенников,**председатель Ассоциации рестораторов Хабаровского края****Ж.Ж. Чимитдоржиев,****канд. мед. наук,****доцент кафедры экономики и управления на предприятиях торговли****факультета управления и технологий****Хабаровского государственного университета экономики и права**

ТЕНДЕНЦИИ И БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА УСЛУГ ПИТАНИЯ

В работе на основе анализа официальных статистических данных и обзора научных исследований других авторов выявлены тенденции развития российского рынка услуг питания: увеличение количества малых предприятий, увеличение количества занятых; распространение сетевых концепций; усиление конкуренции и, как следствие, увеличение количества форматов, появление новых форматов, повышение уровня сервиса; увеличение сегмента ресторанов быстрого питания; рост потребности в квалифицированных кадрах. Дальнейшее развитие предприятий питания возможно только через увеличение инвестиций, однако «недостаток собственных оборотных средств», «неопределенность экономической ситуации в стране», «высокий процент коммерческого кредита», «инвестиционные риски», «сложный механизм получения кредитов для реализации инвестиционных проектов» и другие факторы препятствуют инвестиционной деятельности предприятий. В этих условиях предприятия индустрии питания вынуждены задействовать в основном внутренние резервы. Усиление конкуренции в индустрии питания ведет к поиску более эффективных моделей бизнеса.

Ключевые слова: индустрия питания, тенденции развития, конкуренция, форматы предприятий, инвестиции, факторы, препятствующие инвестиционной деятельности.

Based on the analysis of official statistics and a review of scientific research by other authors, the paper identifies different trends in the development of the Russian market of food services: an increase in the number of small businesses, an increase in the number of employees; the spread of network concepts; increased competition and, as a consequence, an increase in the number of formats, the emergence of new formats, improving the level of service; increase in the segment of fast food restaurants; the growing demand for qualified personnel. Further development of catering enterprises is possible only through an increase in investment, but the "lack of own working capital", "uncertainty of the economic situation in the country", "high percentage of commercial credit", "investment risks", "complex mechanism for obtaining loans for the implementation of investment projects" and other factors hinder the investment activities of enterprises. In these conditions, the enterprises of the food industry are forced to use mainly internal reserves. Increased competition in the food industry leads to the search for more efficient business models.

Keywords: food industry, development trends, competition, formats of enterprises, investments, factors hindering investment activity.

Индустрия питания играет важную роль как в жизни каждого человека так и государства. Непосредственно для человека она удовлетворяет его потребности в питании вне дома, а также в проведении досуга. От качества удовлетворения по-

требности в питании зависит здоровье и качество жизни человека.

Значимость индустрии питания для государства обуславливается тем, что этот сектор экономики является одним из основных потребителей продовольствен-

ных ресурсов, производимых в стране, формирует около 1 % налоговых платежей и сборов и является сферой приложения малого предпринимательства. И хотя в индустрию питания вовлечено около 2 % занятых в экономике, а валовая добавленная стоимость в общей величине составляет около 1 %, это не умаляет всей важности отрасли, а, наоборот, говорит о ее эффективности. Индустрия общепита решает множество социально-экономических задач, а именно:

- своевременное предоставление питания населению;
- обеспечение сбалансированным питанием отдельных групп населения;
- рациональное использование продовольственных ресурсов государства;
- организация досуга;
- экономия времени на организацию питания занятого населения.

В Национальном стандарте Российской Федерации ГОСТ 31985–2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения» дано следующее определение: «Общественное питание (индустрия питания) – это 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 как на предприятии общественного питания, так и вне его, с возможностью оказания широкого перечня услуг по организации досуга и других дополнительных услуг» [10]. В данное определение заложены три ключевые для населения и государства функции – изготовление, сбыт и организа-

ция потребления продуктов питания населением в специализированных для этого местах.

Большую роль индустрия питания играет и в предоставлении туристских услуг. О взаимном дополнении туристской отрасли и ресторанного бизнеса говорится в работе Э. Ивановой, А. Егель и др. [4]. Появление туристского бизнеса состоялось вследствие интенсивного развития туристских обменов между регионами и странами, а также в связи с разобщенностью между клиентами и производителями туристского продукта (отели, кафе и др.) как во времени (предварительное создание и продажа туристских услуг), так и в пространстве (разные города и страны). Как отмечает А.Г. Вахромеева, проблемы взаимодействия туризма и гастрономии, изучение мотивов туристов являются одними из важнейших аспектов изучения [2].

Можно использовать разные классификации гастрономических мотивов, например, А.Г. Вахромеева [2] приводит классификацию К. Филдса в которой выделены мотивы:

- физические: питание сильнее всего из компонентов, составляющих туристский продукт, влияет на органы чувств человека;
- культурные: желание получить знания о культуре страны, узнать о традициях и обычаях. Одним из лучших способов является знакомство с национальной кухней. Дегустируя традиционную пищу, туристы получают возможность соприкоснуться с местной культурой.

Как отмечают многие исследователи, предоставление уникальности, оригинальности, знакомство с национальными

традициями, национальной кухней, предотвращение «культурного шока» во время нахождения в незнакомой стране – это те задачи, с которыми справляется индустрия питания.

Успешное сотрудничество туристских предприятий и ресторанов осуществляется с использованием ряда правил:

- 1) знание обслуживающим персоналом минимум одного иностранного языка, помимо английского;
- 2) исключительная вежливость и внимательность персонала по отношению к посетителям, исполнение по мере возможностей желаний гостей;
- 3) умение организовывать мероприятия, рассаживать туристов и создавать подходящую атмосферу;
- 4) предложение заранее продуманного меню завтрака, обеда и ужина (с учетом возраста и национальности гостей);
- 5) согласование меню с руководителем туристской группы при групповом обслуживании;
- 6) разнообразие блюд в меню;
- 7) полное соответствие меню предварительным договоренностям, соответствие цен, заявленных при заказе.

Обычно выделяют три типа питания туристов: питание в месте пребывания (гостиница, отель); питание во время экскурсионных программ; гастрономические туры. При организации сервиса в ресторанах (кафе) отельных комплексов обычно предполагаются следующие условия питания:

- 1) полный пансион, то есть трёхразовое питание (завтрак, обед, ужин), – fullboard (FB);
- 2) полупансион, то есть двухразовое питание (завтрак плюс обед или ужин), –

halfboard (HB);

3) только завтрак, то есть одноразовое питание, – bedandbreakfast (BB);

4) питание в отелях, функционирующих в системе клубного отдыха, где, кроме трехразового питания, в течение всего дня предлагается широкий выбор бесплатных закусок, алкогольных и безалкогольных напитков – AllInclusive.

В зависимости от того, входит ли стоимость питания наряду с размещением в стоимость услуг отеля, различают две основные системы обслуживания :

- по европейскому плану (europeanplan, EP) – гостиничный тариф, определяемый на основе стоимости размещения без учета питания. В этом случае точное время прибытия клиента в гостиницу не является принципиальным, так как не требуется дополнительных затрат гостиницы;
- по американскому плану (americanplan, AP). В гостиничный тариф входит стоимость трехразового питания. Также используют модифицированный американский план (modified Americanplan, MAP) и континентальный план (continentalplan), при которых туристы могут выбрать номер, в стоимость которого включено соответственно двухразовое или одноразовое питание.

При организации завтраков, обедов и ужинов используются различные методы обслуживания:

- A La Carte;
- Table D’Hôte;
- Prix Fixe.

Таким образом, индустрия питания предоставляет ключевые услуги удовлетворения физической потребности в пи-

тании, потребности в развлечении и в познании местной национальной кухни, а через нее и национальной культуры.

Индустрия питания преимущественно является сферой малого предпринимательства. Малый бизнес играет важную роль в экономике. Развитию малого предпринимательства в современной экономике придается большое значение. Однако отмечается, что, несмотря на все предпринимаемые усилия, поступательное развитие в этой сфере происходит недостаточными темпами. Динамика количества малых предприятий с 2012 г. по 2017 г. в РФ представлена в таблице 1.

Количество малых предприятий в це-

лом по стране за 5 лет увеличилось на 751,6 тыс. единиц, увеличилось и количество предприятий по виду деятельности «Гостиницы и рестораны» за этот же период на 21,1 тыс. единиц.

Однако изменение данных показателей происходило неравномерно. Как видно на рисунке 1, наблюдался медленный рост в 2013–2015 гг., скачкообразное увеличение в 2016 г. и стремительный спад в 2017 году.

Другим важным показателем деятельности предприятий малого бизнеса является среднесписочная численность работников, занятых в них.

Таблица 1 – Число малых предприятий по видам экономической деятельности в 2012–2017 годах

Вид экономической деятельности	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Количество предприятий всего, тыс. ед., в том числе:	2 003	2 063,1	2 103,8	2 222,4	2 770,5	2 754,6
гостиницы и рестораны, тыс. ед.	56,1	59,2	63,5	67,5	79,4	77,2
Количество предприятий всего, в %	100	100	100	100	100	100
В том числе гостиницы и рестораны, %	2,8	2,9	3,0	3,0	2,9	2,8

Источник: Российский статистический ежегодник. 2018 : стат.сб. М : Росстат, 2018. С. 316; Российский статистический ежегодник. 2016 : стат.сб. М. : Росстат, 2016. С. 311.

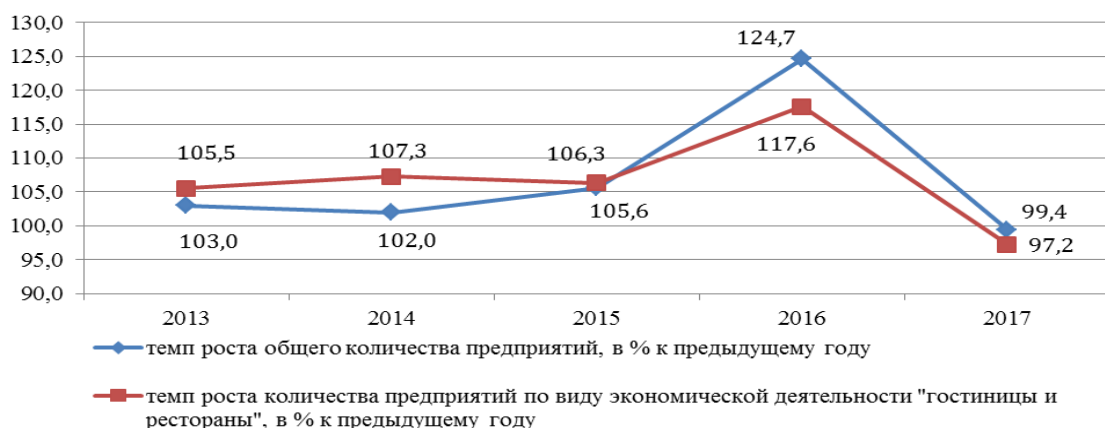


Рисунок 1 – Сравнительная динамика общего количества предприятий малого бизнеса в РФ и по виду деятельности «Гостиницы и рестораны»,

в % к предшествующему году

Таблица 2 – Среднесписочная численность работников предприятий по видам экономической деятельности в 2012–2017 годах

Вид экономической деятельности	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Количество предприятий всего, тыс. чел., в том числе:	10 755,7	10 755,2	10 789,5	10 377,6	10 055,9	11 986,3
гостиницы и рестораны, тыс. чел.	431,2	430,2	443,2	457,2	420,9	472,0
Количество предприятий всего, в %	100	100	100	100	100	100
В том числе, гостиницы и рестораны, %	2,8	2,9	3,0	3,0	2,9	2,8

Источник: Российский статистический ежегодник. 2018 : стат.сб. М : Росстат, 2018. С. 316; Российский статистический ежегодник. 2016 : стат.сб. М : Росстат, 2016. С. 311.

Общая численность занятых в сфере малого бизнеса в экономике России с 2012 г. по 2017 г. увеличилась на 1 230,6 тыс. человек, в том числе по виду деятельности «Гостиницы и рестораны» численность занятых увеличилась на 40,8 тыс. человек. Удельный вес численности занятых по виду деятельности «Гостиницы и рестораны» в общей численности занятых за этот период незначительно снизился (-0,1 %). Изменение показателя

происходило также неравномерно. В 2015 г. произошел рост показателя, затем в 2016–2017 гг. – снижение.

Динамика темпов роста показателей численности к предшествующему периоду представлена на рисунке 2. Наблюдалось плавное повышение темпов роста численности по виду деятельности «Гостиницы и рестораны» в 2013–2015 гг., резкое снижение в 2016 г. и стремительный рост в 2017 году.



Рисунок 2 – Динамика темпов роста численности занятых на предприятиях малого бизнеса и по виду деятельности «Гостиницы и рестораны» в РФ,

в % к предшествующему году

Для дополнительной оценки численности работников ресторанного бизнеса рассчитаем распределение численности в расчете на одно предприятие, чтобы знать, сколько в среднем человек работает на одном предприятии.

По данным таблицы 3, с 2012 г. по

2016 г. наблюдалось снижение количества занятых в расчете на 1 предприятие. В 2017 г. произошел рост показателя как в целом по всем отраслям, так и по виду деятельности «Гостиницы и рестораны». Наглядно сопоставление темпов роста показателей представлено на рисунке 3.

Таблица 3 – Средняя численность работников в расчете на 1 предприятие по видам экономической деятельности, чел.

Вид экономической деятельности	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Всего, в том числе	5,4	5,2	5,1	4,7	3,6	4,4
гостиницы и рестораны	7,7	7,3	7,0	6,8	5,3	6,1

Источник: Российский статистический ежегодник. 2018 : стат.сб. М : Росстат, 2018. С. 316; Российский статистический ежегодник. 2016 : стат.сб. М. : Росстат, 2016. С. 311.

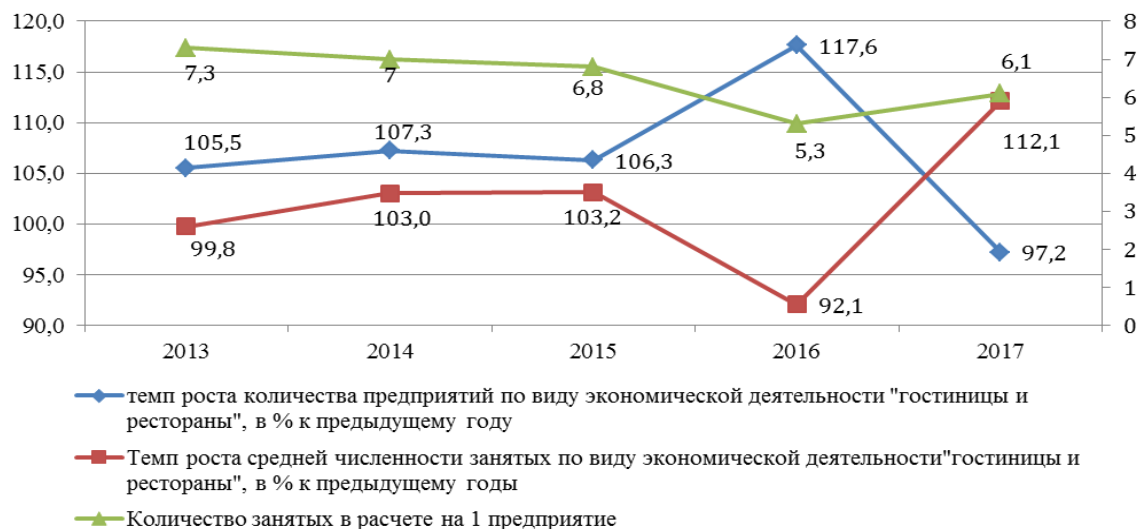


Рисунок 3 – Сопоставление темпов роста показателей количества предприятий, численности занятых и занятых в расчете на 1 предприятие по виду деятельности «Гостиницы и рестораны» в РФ

Таким образом, по виду деятельности «Гостиницы и рестораны» в 2017 г. можно отметить тенденцию роста концентрации операционной деятельности.

С целью выявления тенденций разви-

тия индустрии питания в разных регионах РФ был проведен анализ работ исследователей и ученых, размещенных в электронной библиотеке eLibrary. Для анализа был выбран период 2016–2018 гг., кото-

рый отражает последние тенденции развития индустрии питания.

Таблица 4 – Тенденции развития индустрии питания в работах ученых-исследователей и практиков в 2016–2018 годах

Автор, год исследования	Регион исследования	Тенденции развития
А.Г. Василиади, И.С. Дубинина (2017) [1]	г. Краснодар	1. Изменение структуры сети между форматами в пользу заведений средней ценовой категории и ресторанов быстрого питания 2. Увеличение сети заведений федеральных компаний 3. Рост среднего чека 4. Нехватка квалифицированного персонала
В.М. Кицис, Д.И. Тымчишина (2016) [6]	РФ	Снижение средней численности работников в расчете на одно малое предприятие
Р.В. Крылова (2018) [8]	г. Нижний Новгород	1. Развитие малого предпринимательства 2. Образование международных сетей предприятий индустрии питания, таких как «PizzaHut», «KFC», «Sbarro», «Baskin-Robbins», «Subway», «Domino'sPizza» 3. Выход российских сетей предприятий питания на рынки Европы, Америки, Китая, Казахстана и т.д. 4. Повышение уровня сервиса 5. Углубление целевого рынка и специализации предприятий питания
И.И. Захарова (2017) [3]	РФ	1. Изменение потребительских предпочтений в пользу демократических концепций ресторанов 2. Появление моноконцепций ресторанов, предлагающих перечень блюд на одном виде сырья 3. Возрождение русской кухни
М.И. Лукин, Е.Н. Новикова (2017) [11]	Республика Татарстан	1. Повышение «ожиданий» со стороны клиентов к услугам индустрии питания (к качеству и ассортименту блюд, ценам и т.д.) 2. Обострение потребности в квалифицированной рабочей силе в индустрии питания («текучка» кадров более 100 %) 3. Увеличение инвестиционной привлекательности бизнеса 4. Разрастание сетевых предприятий под одним брендом, торговой маркой 5. Наличие существенной доли международных ресторанов и кафе 6. Расширение рынка за счет сегмента «быстрого питания» 7. Растущая необходимость в предприятиях специализированного типа, адаптированных под конкретный целевой сегмент потребителей (вегетарианцы, рестораны высокой кухни народов мира и т.д.)

Составлено авторами по источникам [1; 3; 6; 8; 11].

Обобщая, можно заключить, что в разных регионах России наблюдаются схожие тенденции, а именно:

- 1) распространение сетевых концепций;
- 2) усиление конкуренции и, как следствие, увеличение количества форматов, появление новых форматов для учета требований потребителей, повышение уровня сервиса;
- 3) увеличение количества заведений за счет сегментов ресторанов быстрого питания, демократичных цен.

4) рост потребности в квалифицированном персонале.

Выделенные тенденции характерны и для Хабаровского края. Дальнейшее развитие предприятий питания возможно через увеличение инвестиций в создание новых предприятий, изменение существующих концепций, смену форматов предприятий питания для учета требований посетителей и т.д. Исследования Рос-

стата характеризуют факторы, препятствующие инвестиционной деятельности предприятий.

Таблица 5 – Распределение малых предприятий по оценке факторов, ограничивающих инвестиционную деятельность (по материалам выборочных обследований инвестиционной активности, в % от общего числа организаций)

Фактор	В % от общего числа организаций					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Недостаточный спрос на продукцию	19	21	23	28	27	23
Недостаток собственных финансовых средств	64	59	60	61	61	57
Высокий процент коммерческого кредита	25	27	29	56	56	53
Сложный механизм получения кредитов для реализации инвестиционных проектов	13	14	16	42	46	44
Инвестиционные риски	27	27	30	60	50	51
Неудовлетворительное состояние технической базы	7	8	7	18	22	20
Низкая прибыльность инвестиций в основной капитал	10	13	13	22	20	20
Неопределенность экономической ситуации в стране	26	26	34	66	61	57
Несовершенная нормативно-правовая база, регулирующая инвестиционные процессы	11	9	11	27	27	29

Источник: Российский статистический ежегодник. 2018 : стат. сб. М. : Росстат, 2018. С. 292; Российский статистический ежегодник. 2016 : стат. сб. М. : Росстат, 2018. С. 592.

Наиболее значимыми факторами, по мнению предпринимателей, являются «недостаток собственных оборотных средств», «неопределенность экономической ситуации в стране», «высокий процент коммерческого кредита», «инвестиционные риски», «сложный механизм получения кредитов для реализации инве-

стиционных проектов». В этих условиях предприятия индустрии питания вынуждены задействовать в основном внутренние резервы.

В таблице 6 обобщены направления развития предприятий индустрии питания, изложенные в работах других ученых.

Таблица 6 – Направления развития индустрии питания в работах других ученых

Автор	Регион, год исследования	Направления развития
А.Г. Василиади, И.С. Дубинина (2017) [1]	г. Краснодар	– совершенствование качества обслуживания и развитие кейтеринговых услуг; – доступность услуг для всех социальных слоев населения; – работа по переподготовке и обучению специалистов этой индустрии; – реорганизация системы питания; – модернизация оборудования и внедрение современных технологий производства; – расширение индустрии питания в зонах гостиничного и торгового обслуживания
Р.В. Крылова (2017) [7]	г. Нижний Новгород	– снижение финансовой нагрузки на ресторанный бизнес
М.Ф. Ходыкина, Ф.Б. Алиева, Т.А. Волкова (2017) [14]	Краснодарский край	– привлечение зарубежных профессионалов в сфере общественного питания для проведения мастер-классов и тренингов по повышению квалификации, а также организация обучающих командировок; – усовершенствование технического оснащения для создания более благоприятных условий хранения продуктов питания и их приготовления;

		– усиление контроля над качеством и безопасностью продукции, которая поступает в санаторно-курортные и туристические комплексы края совместно с уполномоченными федеральными органами власти
--	--	--

Продолжение таблицы 6

М.А.Казарян, М.О. Чарыева (2016) [5]	РФ	– усиление востребованности заведений «эконом-класса»: пиццерий, предприятий быстрого обслуживания, столовых; – сохранение тренда роста открывающихся по франшизам предприятий питания; усиление внимания крупных операторов к дальним регионам России; – выход на рынок новых форматов заведений по европейскому образцу; – увеличение потребности сотрудников с профильным образованием, в связи с введением закона о квалификации
Т.В. Мазанкова (2016) [9]	Хабаровский край	– более глубокое вовлечение отрасли в туристическую деятельность, разработка новых «гастрономических» маршрутов на основе национальных кухонь; – расширение сети предприятий ОП вдоль территориальных автомобильных дорог Хабаровского края, способствующее развитию края как транзитного региона в другие территории России, с одной стороны, и развитию туризма, с другой стороны; – поддержание высокого качества обслуживания на предприятиях ОП для обслуживания спортивных и иных мероприятий российского и международного характера; – совершенствование подготовки кадров для отрасли ОП в учебных организациях среднего и высшего профессионального образования
А.А. Терешкина (2017) [13]	г. Саранск	– обновление и упрощение как главный тренд сезона, когда посетители устают от перегруженного деталями окружения; – установление моды на использование российских продуктов; – расширение тренда «кухня вокруг одного главного продукта»; – распространение модной тенденции «заведение рядом с домом»; – усовершенствование детского меню; – развитие виртуальных ресторанных услуг, увеличение количества заведений, предоставляющих возможность пролистать страницы онлайн-меню, заказать блюда через Интернет

Составлено авторами по источникам [1; 5; 7; 9; 13; 14].

Предприятия индустрии питания выполняют важные функции организации производства кулинарной продукции, организации потребления и организации досуга.

Конкуренция в индустрии питания усиливается, что ведет к поиску новых, более эффективных моделей бизнеса.

Основными тенденциями развития индустрии питания в последние годы являются: распространение сетевых концепций; усиление конкуренции и, как следствие, появление новых форматов

для учета требований потребителей, повышение уровня сервиса, предоставление посетителю уникальной ценности, воплощенной в ресторанной услуге; увеличение количества заведений за счет сегментов ресторанов быстрого питания, демократичных цен; высокая потребность в квалифицированном персонале.

Препятствуют развитию следующие факторы: недостаток собственных оборотных средств; неопределенность экономической ситуации в стране; высокий

процент коммерческого кредита; инвестиционные риски; сложный механизм получения кредитов для реализации инвестиционных проектов.

Список использованных источников

- 1 Василяди А. Г. Развитие индустрии питания в г. Краснодаре / А. Г. Василяди, И. С. Дубинина // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме : образование, тенденции, международный опыт. 2018. Т. 1. С. 128–130; https://elibrary.ru/download/elibrary_35420888_54157845.pdf (дата обращения 02.02.2019).
- 2 Вахромеева А. Г. Роль ресторанного бизнеса как составной части индустрии туризма / А. Г. Вахромеева // Синергия наук. 2017. № 9. Т. 1. С. 77–83; https://elibrary.ru/download/elibrary_28849099_32238747.pdf (дата обращения 02.02.2019).
- 3 Захарова И. И. Новый взгляд на питание вне дома в контексте политических изменений в мире / И. И. Захарова // Академическая публицистика. 2017. № 2. С. 73–84; https://elibrary.ru/download/elibrary_28390417_63733804.pdf (дата обращения 02.02.2019).
- 4 Иванова Э. Использование потенциала общественного питания в развитии туризма в г. Хабаровске / Э. Иванова, А. Егель, Е. Пшеничникова, Т. Мазанкова // Концепт : науч.-метод. журнал 2016. С. 1656–1660; <http://elibrary.ru/item.asp?id=25918232>
URL: <http://e-koncept.ru/2016/96250.htm>
- 5 Казарян М. А. Франчайзинг в индустрии питания как новая стратегия поддержки развития малого бизнеса в России / М. А. Казарян, М. О. Чарыева // Экономические науки. 2016. № 145. С. 83–95; https://elibrary.ru/download/elibrary_28928865_39456765.pdf (дата обращения 02.02.2019).
- 6 Кицис В. М. Уровень развития и размещения предприятий общественного питания на сельских территориях Республики Мордовии / В. М. Кицис, А. В. Вавилова // Регионология. 2018. № 3 (104). Т. 26. С. 578–605; https://elibrary.ru/download/elibrary_35655113_50333230.pdf (дата обращения 02.02.2019).
- 7 Крылова Р. В. Система качества ХАССП как гарант безопасности продукции на предприятиях общественного питания / Р. В. Крылова // Академическая публицистика. 2017. № 2. С. 84–97; https://elibrary.ru/download/elibrary_28390418_47968423.pdf (дата обращения 02.02.2019).
- 8 Крылова Р. В. Современные форматы предприятий индустрии питания /

Р. В. Крылова // Азимут научных исследований : экономика и управление. 2018. № 4 (21). Т. 6. С. 132–136; https://elibrary.ru/download/elibrary_32351178_65254037.pdf (дата обращения 02.02.2019).

9 Мазанкова Т. В. Задачи развития общественного питания в приграничных регионах / Т. В. Мазанкова // Запад и Восток : пространственное развитие природных и социальных систем : материалы Международ. науч.-практич. конференции (г. Улан-Удэ, 19–23 сентября 2016 г.). Улан-Удэ, 2016. С. 2017–222.

10 Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ 31985–2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения», введенный в действие Приказом Росстандарта от 27.06.2013 г. № 191-ст. // Информационно-справочная система «КонсультантПлюс».

11 Новикова Е. Н. Анализ динамики развития и актуальных трендов на рынке общественного питания республики Татарстан / Е. Н. Новикова, М. И. Лукин // Казанский экономический вестник. 2017. № 1 (27). С. 18–21; https://elibrary.ru/download/elibrary_30480257_82722299.pdf (дата обращения 02.02.2019).

12 Российский статистический еже-

годник. 2018 : стат.сб. М : Росстат, 2018.

13 Терешкина А. А. Развитие рынка общественного питания в г. Саранске / А. А. Терешкина // Вектор экономики. 2017. № 5 (11). С. 48; https://elibrary.ru/download/elibrary_29273189_61919686.pdf (дата обращения 02.02.2019).

14 Ходыкина М. Ф. Отрасль общественного питания в Краснодарском крае : основные показатели и прогнозы развития / М. Ф. Ходыкина, Ф. Б. Алиева, Т. А. Волкова // Сервис в России и за рубежом. 2017. № 3 (73). Т. 11. С. 111–115; // elibrary.ru/download/elibrary_29160400_11789071.pdf (дата обращения 02.02.2019).