

Предприятия питания как основа формирования туристского пространства г. Сочи

Давыдович А.Р.

В статье рассмотрены новые и традиционные подходы к размещению предприятий питания, исследованы принципы размещения сети предприятий питания в градостроительной структуре. В исследовании проанализировано современное развитие и размещение предприятий питания в г. Сочи и наглядно показаны взаимосвязи предприятий питания с объектами индустрии гостеприимства (средства размещения, учреждения культуры, архитектурные и природные памятники, спортивные сооружения, бизнес-центры) и структурой внутригородских транспортных связей. В заключение статьи автор предлагает в туристском пространстве города сформировать новые специализированные зоны обслуживания для отдыха и питания туристов.

Ключевые слова: формирование туристского пространства, размещение предприятий питания, количество посадочных мест, градостроительное зонирование, специализированные зоны обслуживания

The article presents the new and traditional approaches to catering placing, studied the principles of catering network location in an urban structure are investigated. The study analyzes the current development and distribution of food businesses in Sochi and their connection with catering facilities of hospitality industry (accommodation facilities, cultural institutions, architectural and natural monuments, sports facilities, business centers) and the structure of

intercity transport links. In conclusion, the author offers to form a new specialized service area for tourists' rest and catering in the tourist area of the city.

Keywords: formation of tourist space, catering accommodation, the number of seats, city zoning, special service area

Размещение предприятий питания: традиционные и новые подходы

Формирование туристского пространства г. Сочи обусловлено характером сложившейся системы расселения, планировочными и социально-демографическими условиями. Особое значение при этом приобретает решение проблемы взаимосвязи предприятий питания с объектами индустрии гостеприимства (средства размещения, учреждения культуры, архитектурные и природные памятники, спортивные сооружения, бизнес-центры) и соответственно, со структурой внутригородских транспортных связей.

Исследование особенностей размещения предприятий питания предполагает использование определенных подходов, которые позволяют установить тенденции в формировании территориальной структуры, количественные и качественные параметры социально-экономического развития города и т. д. Все подходы, исходя из времени возникновения, условно подразделяются на традиционные и новые. Рассмотрим традиционные подходы к размещению предприятий питания.

Ученые и практики в разные периоды развития страны под разными углами зрения рассматривали особенности размещения предприятий питания в городе.

В середине XX века (1965 г.) Кокурин В.Ф. и Чиколодкова В.Н. в монографии «Новое в проектировании предприятий общественного питания» обосновали принципы размещения сети предприятий общественного питания. Они предлагали при размещении сети общественного питания установить численность населения, которое должно пользоваться общественным питанием, и определить наиболее рациональные формы обслуживания потребителей с учетом конкретных особенностей работы различных предприятий.

В монографии также отмечено, что при размещении отдельных типов предприятий общественного питания необходимо принимать во внимание частоту их посещения потребителями. Так, столовые — это предприятия повседневного посещения; кафе и рестораны посещают более редко. Предприятия повседневного посещения должны иметь минимальный радиус обслуживания, а предприятия, посещаемые относительно редко, рекомендуется размещать на большем расстоянии от места жительства потребителей. [1]

Группа ученых в составе Корсекина В.И., Ковешникова В.С., Мазараки А.А. в 1982 г. опубликовала исследование о размещении предприятий общественного питания. По их мнению, размещение предприятий питания должно производиться в соответствии с функциональной системой, которая предусматривает формирование сети с учетом основных направлений движения населения, пешеходной и транспортной систем города. Другими словами, каждое предприятие питания должно располагаться так, чтобы оно могло максимально удовлетворить спрос на предоставляемые им услуги в тех местах, где концентрируется большое количество населения [2].

В конце XX века (1991 г.) Государственный комитет по архитектуре и градостроительству при Госстрое СССР совместно с Централь-

ным научно-исследовательским и проектным институтом типового и экспериментального проектирования разработали Рекомендации по проектированию предприятий общественного питания [3].

На основе анализа прогрессивного опыта проектирования и эксплуатации предприятий питания в нашей стране и за рубежом в документе были обоснованы основные принципы размещения предприятий питания в градостроительной структуре и вариантного моделирования функционально-типологической структуры. При этом приоритетным принципом размещения предприятий питания стал вариант централизации производства и децентрализации потребления. То есть предприятия, изготавливающие полуфабрикаты, должны были быть размещены рядом с необходимыми производственными мощностями, а предприятия, обслуживающие население, соответственно максимально приближены к месту потребления, к жилью или месту работы [3].

Российский экономист Радченко Л.А. в начале XXI века (2006 г.) также сосредоточил свое внимание на исследовании проблем размещения предприятий питания. Он акцентировал внимание на размещении предприятий питания в зоне пешеходной доступности и пришел к выводу, что общественное питание займет преимущественное положение перед домашним питанием в том случае, если оно войдет в структуру дома [4].

Таким образом, анализ трудов отечественных исследователей, несмотря на многие несовпадения во взглядах, показал, что ученые едины в одном — правильное месторасположение предприятия питания характеризуется двумя важнейшими особенностями: наибольшим количеством потенциальных клиентов и наименьшим негативным влиянием географических ограничений.

Новые подходы к особенностям размещения предприятий питания основываются на зарубежном опыте.

В США для правильного выбора места размещения предприятия предполагают ис-

пользовать социально-демографическую характеристику населения. Ее применяют консалтинговые фирмы при разработке планов нового торгового строительства и при решении многих других вопросов торговой политики. Так, консалтинговая фирма «Доннели маркетинг информейшн сервис» предлагает своим клиентам «групповой анализ» рынка. Его суть заключается в том, что вся масса потенциальных потребителей, проживающих в любой конкретной зоне обслуживания, разбивается на 47 классификационных групп, называемых «кластерами» или «кустами». Относительно каждой группы в этом анализе приводится ее численность, доля (в процентном выражении) среди всего населения, уровень дохода, число и процент холостых и семейных, образовательный ценз, число и процент домовладельцев, возрастной состав населения и т. д.

Систему анализа «Призм» предлагает консалтинговая фирма «Клэритас». Она содержит более 1000 социально-экономических и демографических показателей, применяемых Статистической службой США, которые характеризуют население 35,6 тыс. городов, районов, пунктов в соответствии с действующей в стране системой почтовых индексов. Такие данные дают достаточно подробную картину особенностей локальных рынков [5].

В Финляндии, прежде чем открыть предприятие питания, специалисты фирмы «Факсер кейтеринг» в первую очередь определяют рынок сбыта, т. е. потребности заказчика. Если, например, предполагается открыть столовую на заводе, то среди его рабочих и служащих распространяют опросный лист со следующими пунктами: пол, возраст, профессиональная группа, степень тяжести работы, состав обеда. Количество вариантов, число приемов пищи в день, аллергичность, способ организации питания, любимые блюда и др.

Определив рынок сбыта, приступают к выбору ассортимента и формы обслуживания. Следующий важный этап — будет ли оно работать на сырье, полуфабрикатах, охлажден-

ных или замороженных блюдах, либо комбинировать различные методы производства. При этом учитывают (вместе с заказчиком) капитальные затраты, расходы на заработную плату, транспорт, энергию, воду, удаление отходов и т. д., а также надежность и гибкость выбранного метода [5].

К сожалению, в России, в отличие от США и европейских стран, пока не существует единой базы данных, в которой бы поддерживалась информация о потребительских привычках людей с разбивкой на достаточно мелкие территориальные образования. В настоящее время для получения такой информации требуется проведение специальных исследований.

Современное состояние предприятий питания г. Сочи

В России для определения минимальных показателей обеспечения различных территориальных образований социальными, культурными и коммунально-бытовыми объектами, инженерной и транспортной инфраструктурой существуют региональные нормативы градостроительного проектирования. Они содержат минимальные расчетные показатели обеспечения благоприятных условий жизнедеятельности населения.

Одним из таких показателей, характеризующих соответствие сети общественного питания потребности населения, является численность населения на одно посадочное место. В среднем по России в 2009 г. этот норматив составлял 65 чел. (для сравнения в 1970 г. — 50 чел.) [6]. Вместе с тем в отдельных городах существует большое различие в количестве посадочных мест на одну тысячу населения (рис. 1).

На рис. 1 видно, что г. Сочи занимает второе место по фактическому количеству посадочных мест на 1000 жителей после г. Москва. Для того чтобы определить, какие факторы повлияли на такие показатели, проведем оценку действующей сети предприятий питания г. Сочи на основании Нормативов градо-

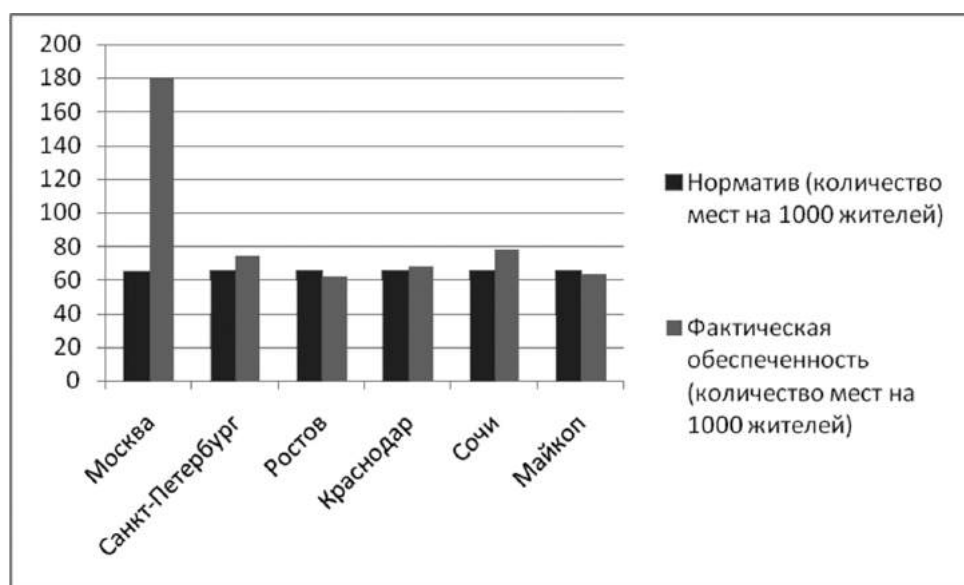


Рис. 1. Анализ количества посадочных мест в расчете на 1000 жителей в разных городах РФ (по данным за 2009 г.)

строительного проектирования Краснодарского края № 1381-П от 24.06.2009 г.

В рейтинге муниципальных образований Краснодарского края за 2013 г. по темпам роста г. Сочи занимает 9 место. Среди территорий с курортно-туристской специализацией г. Сочи на 4 месте [7].

Для предприятий питания г. Сочи характерен высокий уровень конкуренции. Ежегодно открываются новые объекты с высокой культурой обслуживания, современным дизайном, а также объекты, специализирующиеся на приготовлении блюд национальных кухонь.

В 2009 г. в г. Сочи на 1000 сочинцев и гостей курорта их приходилось 78, при нормативе для города — 65 посадочных мест [7].

С 2010 г. появились яркие представители русской кухни («Романов», «Русская Ривьера», «Жили-были», «Деревня», «Тары-Бары»), азиатской кухни («Пекин», «Индус», «Сохо», «Улькер»), европейской кухни («Ла терраса», «Ля Шеф», «Бригантина», «Бибиси», «Санremo»), кавказской кухни («Замок Двин»,

«Гранд Каньон», «Ной»), американской кухни («Стейк Хаус», «Синнабон», «Сабвей»).

Успешно развиваются сети ресторанов «Рис», «Ниппон Хаус», «Руккола», кофейни «Шоколадница», пиццерии «Адриано», сети столовых «Сели-поели». Также в общественном питании города Сочи представлены и мировые бренды — «Макдоналдс», «Дель Мар», «Айриш Паб», «KFC» и др.

В 2012 г. в г. Сочи функционировало 1126 предприятий общественного питания, из них 58 ресторанов, 540 кафе, 48 баров, 130 закусочных, столовых и т.д. Обеспеченность населения города услугами общественного питания, без учета отдыхающих, составила 178 посадочных мест, а с их учетом — 105 (напомню, показатель нормативных требований — 65 посадочных мест на 1000 жителей и отдыхающих) [8].

Оборот ресторанов, баров, кафе, столовых при предприятиях и учреждениях, организациях в 2013 г. сложился в объеме 1002,1 млн руб. и вырос в действующих ценах на 3,8% относительно предыдущего года [8].

В связи с поведением в городе *XXII Олимпийских Зимних и Паралимпийских игр* потребность в квалифицированных посадочных местах в 2014 г. составила 34 700 мест. Увеличение количества посадочных мест произошло за счет строительства новых ресторанов и кафе на 3200 посадочных мест, открытия объектов питания в торговых центрах (7600 посадочных мест), в гостиницах (4600 посадочных мест) и в *зоне международного гостеприимства* (10 000 посадочных мест) [8].

Из предприятий питания, обследованных в г. Сочи по времени функционирования, круглогодично работают 62% предприятий, сезонно — 38%. В капитальных зданиях размещаются 78% предприятий питания (в т. ч. 12% занимают встроенные предприятия, 88% — отдельно стоящие).

В конструкциях из облегченных материалов функционируют 22% предприятий питания. Это летние (уличные) кафе и закусочные. Из них отдельно можно выделить пляжные и парковые кафе, которые являются важным условием формирования развернутой туристской инфраструктуры города.

Градостроительное зонирование и размещение предприятия питания

Современный г. Сочи характеризуется высокой концентрацией населения, плотностью жилой застройки, наличием четко обозначенных зон — жилой, общественно-деловой, производственной и зоной рекреационного назначения и отдыха.

Жилые зоны предназначены для организации благоприятной и безопасной среды проживания населения, отвечающей его социальным, культурным, бытовым и другим потребностям.

В жилых зонах г. Сочи размещаются отдельно стоящие, встроенные или пристроенные объекты общественного питания круглогодичного функционирования. Для рационального размещения предприятий питания в жилых зонах города должен соблюдаться норматив (табл. 1) [10].



Жилые зоны (Хостинский район) г. Сочи

Таблица 1
Норматив обеспеченности посадочными местами в жилой зоне

Соотношение: работающие (тыс. чел.)/ жители (тыс. чел.)	Кэф- фици- ент	Расчетный показатель на 1000 жителей
0,5	1	8
1,0	2	16
1,5	3	24

Для обслуживания населения группы жилых домов целесообразно организовывать столовые, закусочные, магазины кулинарии. Жилой зоне соответствуют следующие градостроительные характеристики и объемно-планировочные решения объектов питания [10]:

1. Приоритетная зона размещения — в границах жилого квартала.
2. Радиус доступности — «шаговая» доступность, не превышающая 500-метровый радиус.
3. Пропускная способность — не менее 20 посещений на 1 посадочное место в смену.
4. Обеспеченность стояночными местами — стояночные места не предусмотрены.
5. Емкость объекта — 20–30 посадочных мест.
6. Общая площадь объекта — 90–140 кв. м общей площади.

7. Объемно-планировочное решение объектов — 1-е этажи жилых домов, пристройки к жилым и общественным зданиям, подземное пространство (подвальные, цокольные этажи жилых и общественных зданий).

Общественно-деловые зоны г. Сочи предназначены для размещения объектов культуры, торговли, общественного питания, социального и коммунально-бытового назначения, предпринимательской деятельности, объектов здравоохранения и профессионального образования, административных, научно-исследовательских учреждений, культовых зданий, стоянок автомобильного транспорта, объектов делового, финансового назначения, иных объектов, связанных с обеспечением жизнедеятельности граждан.

Наиболее перспективным типом здания, обеспечивающим комплексное обслуживание населения и гостей курорта, являющимся архитектурно-композиционным акцентом в общественно-деловой зоне города, является торговый центр. Он объединяет в себе различные предприятия торговли, общественного питания, бытового и других видов обслуживания.

В ходе реализации инвестиционных проектов в 2012–2013 гг., а также для проведения XXII Олимпийских Зимних и Паралимпийских игр в г. Сочи в торговых центрах города были от-

крыты новые предприятия питания: ТЦ «Море Молл» (25 объектов), ТЦ «Мандарин» (25 объектов), ИП Торшина (2 объекта), ТЦ «Новый Век», вторая очередь (6 объектов), в зоне проведения Олимпийских игр — 59 объектов [8].

Общественно-деловой зоне соответствуют следующие градостроительные и объемно-планировочные решения объектов [10]:

1. Приоритетная зона размещения — в центре города в местах концентрации дневного населения (общественные, деловые, культурные зоны города).

2. Радиус доступности — не более 1000 м пешеходной доступности для центра локального значения, более 1000 метров для зоны общегородского центра.

3. Пропускная способность — 20–40 посещений на 1 посадочное место в смену для объектов локальных центров, 40–75 посещений для объектов общегородского центра.

4. Обеспеченность стояночными местами — 12 машино-мест для центра локального значения, 6–10 машино-мест для зоны общегородского центра. Удаленность стоянок от объекта должна быть не более 200 м.

5. Емкость объектов — 30–40 посадочных мест для центра локального значения, 100–300 посадочных мест для зоны общегородского центра.



ТЦ «Море Молл»
в пространстве г. Сочи [11]

6. Общая площадь объектов — 140–450 кв. м общей площади для центра локального значения, 450–1350 кв. м общей площади для зоны общегородского центра.

7. Объемно-планировочное решение объектов — 1-е этажи жилых зданий, пристройки к жилым и общественным зданиям, в составе крупных многофункциональных центров, в подземном пространстве общественных зданий и комплексов для общегородских центров локального значения; отдельно стоящие сооружения, пристройки к жилым или общественным зданиям, в составе крупных многофункциональных комплексов, подземное пространство общественных зданий и комплексов для объектов зоны общегородского центра.

В состав *производственной зоны* г. Сочи входят зоны размещения коммунальных и складских объектов, объектов жилищно-коммунального хозяйства, объектов транспорта, объектов оптовой торговли; размещения производственных объектов с различными нормативами воздействия на окружающую среду; иные виды производственной, инженерной и транспортной инфраструктур.

Характерным для этой зоны является размещение при производственных предприятиях столовых, магазинов кулинарии. Норматив в рабочих столовых — 250 посадочных мест на 1000 работающих [10].

На территории города осуществляют деятельность 12 столовых, расположенных на промышленных предприятиях на 1800 посадочных мест.

Зона рекреационного назначения и отдыха является важной составляющей городской туристской инфраструктуры. Она предназначена для организации массового отдыха населения и гостей курорта, для улучшения экологической обстановки и включает в себя парки, сады, городские леса, лесопарки, пляжи, водоемы.

В зоне функционирует 25,3% стационарных предприятий питания с зимними и летними залами и 67,5% предприятий летнего

типа (сезонные), которые имеют сборно-разборную конструкцию. Основными типами предприятий являются всевозможные кафе, рестораны, бары. Стационарная летняя сеть включает в себя 519 предприятий на 15 552 посадочных места [8].

Широкое распространение на курорте получило размещение предприятий питания при гостиницах. В 2014 г. потребность в квалифицированных посадочных местах в гостиницах составляет 4600 мест.

В сентябре 2013 г. в городе на улице Орджоникидзе состоялось торжественное открытие гостиниц Pullman и Mercure категории 5 и 4 звезд соответственно. Здесь блок питания считается максимальным, с расчетом на полную загрузку гостиниц в курортный период. Эти предприятия также функционируют круглогодично.

Основными типами предприятий питания при гостиницах являются кафе и рестораны.

Таблица 2
Норматив обеспеченности посадочными местами в зоне рекреационного назначения [10]

Предприятие (организация)	Единица измерения	Обеспеченность на 1000 отдыхающих
Предприятия общественного питания (кафе, закусочные, столовые, рестораны)	Посадочное место	80
Очаги самостоятельного приготовления пищи	Шт.	5



Ресторан гостиницы Pullman [12]



Гостиницы Pullman и Mercure в зоне рекреационного назначения и отдыха г. Сочи [12]

Перспективы развития туристского пространства г. Сочи

Для дальнейшего формирования туристского пространства г. Сочи и привлечения в город дополнительного числа туристов необходимо создание специализированных зон обслуживания туристов, так называемых «main-streets», сочетающих в себе не только систему учреждений культуры и развлечений, торговые комплексы, но и сеть разнообразных по типу предприятий общественного питания.

В рамках стратегии «main-streets» в определенной зоне группируются элегантные рестораны, кафе и т. п., создающие лицо города, особенно в вечернее и ночное время, и увеселительные заведения, сочетающие услуги общественного питания, отдыха и развлечений. В дневное время в этой зоне могут функционировать различного типа кафе, ре-

стораны быстрого обслуживания, в том числе с использованием выносной торговли.

В другой, специально выделенной зоне, должны быть сконцентрированы предприятия питания определенной направленности: игровой бизнес, ночные клубы эротической направленности и т. п. Туда, при желании получить конкретные услуги, турист может добраться самостоятельно.

Зонирование территории города в соответствии со стратегией «main-streets» является, в первую очередь, задачей городских властей, потому что она предполагает очень жесткий подход со стороны городских властей по определению круга предприятий питания, которые могут создавать положительный имидж или наоборот формировать нежелательный, неадекватный образ города.

Литература

1. Кокурин В.Ф., Чиколодкова В.Н. Новое в проектировании предприятий общественного питания / Монография. — М. Изд. «Экономика» 1965. — 309 с.
2. Корсекин В.И., Ковешников В.С., Мазаракки А.А. Оптимизация размещения предприятий общественного питания. — К.: Техника, 1982. — 111 с.
3. Герасимова Г.А., Долинская М.В., Константинова Н.Г. Рекомендации по проектированию предприятий общественного питания / М.: ЦНИИЭП учебных зданий — 1991. — 23 с.
4. Радченко Л.А. Организация производства на предприятиях общественного питания / Учебник: — Ростов-на-Дону: Издательство: Феникс, стр. 350. — 2006 г.
5. Эшкид М. Опыт наших соседей // Ресторатор. — 2011. С. 65.
6. http://www.gks.ru/bgd/regl/b09_01/Main.htm (дата обращения: 26.04.2014).
7. http://www.krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krsdstat/ru/statistics/sphere (дата обращения: 30.04.2014).
8. <http://www.sochiadm.ru/gorodskaya-vlast/administration/city/deyatelnost/ekonomika> (дата обращения 30.04.2014).
9. <http://rt.com/files/news/prime-time/sochi-business-friendly-city-russia-608/sochi-view.jpg> (дата обращения: 06.05.2014).
10. <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req> (дата обращения: 03.05.2014).
11. http://recher.ru/pic/object/cncenter/4568_panorama.jpg (дата обращения: 06.05.2014).
12. http://www.zdanie.info/files/news/2392/170x126_pullmanmerc.jpg (дата обращения: 06.05.2014).