

УДК 642.5:339.13

## КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ ЕМКОСТИ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

**Н.С. Кокряцкая, Т.В. Крапива\***

*ФГБОУ ВО «Кемеровский технологический институт  
пищевой промышленности (университет)»,  
650056, Россия, г. Кемерово, б-р Строителей, 47*

*\*e-mail: t.krapiva@mail.ru*

*Дата поступления в редакцию: 28.11.2016*

*Дата принятия в печать: 10.01.2017*

**Аннотация.** Особенностью сферы общественного питания, связанной с изменениями в структуре рынка, обуславливающими появление разнообразных форматов и концепций предприятий, является его ориентация на потребительский спрос, что напрямую определяет характер его развития и в тоже время способствует достижению основных целей для предприятий коммерческого сектора, извлечению прибыли. В связи с чем еще на ранних стадиях разработки проектов по запуску новых либо реконструкции действующих предприятий, становится актуальным определение потенциальных возможностей рынка, что позволит обосновать целесообразность выбираемой стратегии развития и, как следствие, значительно снизить риски, связанные с неверным выбором концепции. Целью работы явилась разработка комплексного подхода к определению потенциальной емкости рынка общественного питания на примере г. Кемерово, в связи с чем был проведен анализ структуры рынка общественного питания за 2012–2015 гг., анализ потребительского спроса в отношении различных сегментов предприятий общественного питания г. Кемерово. Решение поставленных задач позволило выявить несоответствие спроса и предложения по ряду сегментов в сфере общественного питания, в частности, спрос превышает предложение в сегментах Fast food, Fast casual, в то же время в сегментах Street food, Casual dining, напротив, предложение выше уровня спроса на данные типы форматов. В работе предложены рекомендации по корректировке существующих определений потенциальной и фактической емкости рынка с учетом специфики предприятий общественного питания. Разработан комплексный подход к определению потенциальной емкости рынка, по результатам которого был выявлен значительный потенциал развития сферы общественного питания в г. Кемерово.

**Ключевые слова.** Общественное питание, потенциальная емкость рынка, структура рынка общественного питания, потребительский спрос

## COMPLEX APPROACH TO DETERMINATION OF PUBLIC CATERING POTENTIAL MARKET CAPACITY

**N.S. Kokryatckaya, T.V. Krapiva\***

*Kemerovo Institute of Food Science  
and Technology (University),  
47, Boulevard Stroiteley, Kemerovo, 650056, Russia*

*\*e-mail: t.krapiva@mail.ru*

*Received: 28.11.2016*

*Accepted: 10.01.2017*

**Abstract.** The Food Service Industry sector's feature connected with changes in the market structure, determining the emergence of various formats and concepts of enterprises, is its focus on the customer demand. The latter determines the characteristics of its development and at the same time facilitates the achievement of commercial enterprises' main objectives, profit-making. Due to that, defining the market potentialities becomes a live issue at the early stages of projects development related to launching the new enterprises or reconstructing the operating ones. That allows to validate the expediency of the development strategy chosen and, therefore, to reduce substantially the risk of selecting the wrong concept. The aim of this study is to develop a complex approach to determination of catering market's potential capacity by the example of the city of Kemerovo. In this regard the analysis of public catering market structure between 2012 and 2015 and of customer demand in respect to the different segments of public catering enterprises in Kemerovo was carried out. Solving the tasks set revealed imbalance between supply and demand in several segments of the public catering sector, in particular, in Fast food and Fast casual food segments, demand outpaces supply. At the same time in Street food and Casual dining segments supply exceeds demand. This paper suggests recommendations for correcting the existing definitions of potential and actual market capacity with regards to specific features of the public catering sector. A complex approach to definition of potential market capacity was developed, which revealed the significant perspective for public catering sector in Kemerovo.

**Keywords.** Food Service Industry, public catering, potential market capacity, public catering market structure, customer demand

## Введение

В современных условиях динамичного развития рынка общественного питания (ОП), еще на ранних стадиях инновационного процесса, связанного с разработкой проектов по запуску новых и реконструкции действующих предприятий, определение надежности предполагаемых прогнозов строится на поиске конкурентной стратегии, в основу которой положен ряд маркетинговых исследований по определению рыночных параметров и выявлению существующего и потенциально возможного спроса.

Одной из основных задач, стоящих перед предпринимателями, является выбор целевой аудитории, где потребительский спрос зачастую связан с уже сформировавшейся культурой потребления среди населения и уровнем его платежеспособности в условиях региона. Фактором, определяющим надежность поставленных прогнозов, является проведение маркетинговых исследований, направленных на изучение потребительского спроса и, как следствие, определение ниши для реализации выбранных проектов по открытию новых и реконструкции действующих предприятий ОП, а также оценке возможных конкурентных преимуществ.

Выявление существующих рыночных возможностей для предприятий ОП строится на определении потенциальной емкости рынка. В свою очередь, многообразие типов и форматов предприятий ОП, сложившееся посредством предлагаемых форм и методов обслуживания, ассортиментной политики и др. факторов, определило сегментирование предприятий и их ориентированность на различные слои населения. Это обуславливает необходимость при определении емкости рынка ОП учитывать уровень потребительского спроса, исходя из сложившихся сегментов.

Цель – разработать подход к определению потенциальной емкости рынка общественного питания (на примере г. Кемерово).

В соответствии с целью были рассмотрены условия, формирующие емкость рынка, проведена оценка современного состояния и перспектив развития рынка общественного питания в г. Кемерово, в результате чего были поставлены следующие задачи:

- провести анализ структуры рынка общественного питания за 2012–2015 гг. в г. Кемерово;
- провести анализ потребительского спроса на различные сегменты предприятий общественного питания г. Кемерово;
- адаптировать методы расчета потенциальной емкости рынка к рынку общественного питания с учетом сегментирования.

## Объекты и методы исследований

Объектами исследований явились: рынок предприятий ОП г. Кемерово; данные статистической отчетности Управления потребительского рынка и развития предпринимательства Администрации г. Кемерово (2012–2015 г.); данные статистической отчетности Росстата (2012–2015 гг.); потенциаль-

ные потребители продукции и услуг общественного питания.

При анализе теоретических положений были использованы методы систематизации, классификации, моделирования, сравнения, обобщения. Основным статистическим методом для анализа потребительских предпочтений в отношении ПОП среди жителей города явился квотный априорный отбор. Квотирование проводилось по параметрам пола и возраста на основе демографических данных о структуре населения г. Кемерово на 2015 г. Применяли жесткие требования к выборке по сочетаниям следующих признаков: пол (2 градации) и возраст респондентов (3 градации).

## Результаты и их обсуждение

Существуют разнообразные методы расчета емкости рынка. В маркетинговом понимании емкость рынка – совокупный платежеспособный спрос покупателей на определенный товар при сложившемся уровне цен [1]. Различают реальную и потенциальную емкость рынка. Потенциальная емкость рынка – это максимально возможный объем продаж – ситуации, когда все потенциальные клиенты приобретают товары, исходя из максимального уровня потребления. Реальная емкость – это фактический объем продаж анализируемого товара или продукта [2]. Необходимо отметить, что при расчете объемов продаж в денежном выражении, учитывая специфику сферы общественного питания, следует учитывать различную стоимость на продукцию и услуги, которая определяется исходя из типа и формата предприятия и ориентирована на различную целевую аудиторию и уровень ее платежеспособности. Это позволяет внести корректировки в определение емкости рынка ОП.

Потенциальная емкость рынка общественного питания – максимально возможный объем товарооборота от реализации продукции и услуг общественного питания, при условии максимального уровня потребления среди целевой аудитории, на которую ориентировано предприятие в соответствующем сегменте.

Фактическая (реальная) емкость рынка ОП – объем товарооборота от реализации продукции и услуг общественного питания. Определяется на основании текущих сведений о товарообороте предприятий ОП.

Большинство существующих методик расчета емкости рынка строится на использовании первичной и вторичной информации, полученной путем сбора и анализа необходимых маркетинговых данных. Так, используя вторичную информацию, В.А. Никитиным в 2008 г. был проведен расчет прогнозной оценки размера рынка общественного питания г. Ульяновск путем сравнения аналогичных данных по региону, размер рынка которого известен.

На наш взгляд, в более полной мере учесть возможности рынка ОП в условиях региона позволит использование комплексного подхода, включающего следующие этапы.

1. Анализ первичной информации (оценка условий формирования емкости рынка: динамики развития сферы ОП, численности населения, среднедушевого дохода, структуры рынка и т.д. в регионе в заданном периоде).

2. Анализ текущего потребительского спроса в заданных сегментах рынка ОП.

3. Оценка насыщенности рынка в натуральном (количественном) выражении, мест.

4. Расчет потенциальной емкости рынка ОП региона.

5. Выработка рекомендаций по приоритетным направлениям развития рынка ОП региона.

Предложенный комплексный подход учитывает сбор и анализ необходимой информации с последующим ее использованием в методике расчета потенциальной емкости рынка ОП.

Исходя из предложенного комплексного подхода к оценке емкости рынка ОП, на первом этапе нами был проведен анализ структуры рынка ОП в г. Кемерово за 2012–2015 гг. В основу анализа были положены данные итогов развития потребительского рынка г. Кемерово, предоставленные Управлением потребительского рынка и развития предпринимательства, соответствующие данные об изменении структуры рынка в рассматриваемом периоде представлены на рис. 1.

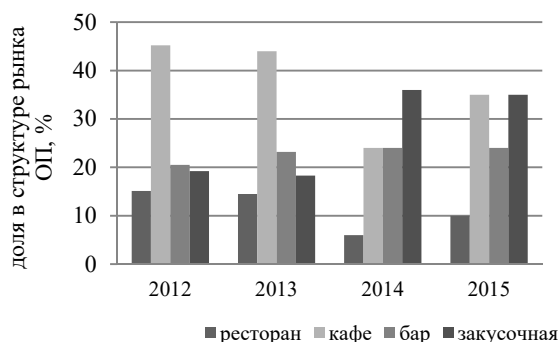


Рис. 1. Структура рынка общественного питания г. Кемерово, 2012–2015 гг.

Следует отметить изменение структуры рынка ОП в период 2012–2015 гг., ориентированного в сторону увеличения количества закусочных, снижения количества ресторанов в 2014 г. и его незначительный подъем в 2015 г. Доля баров в общей структуре претерпела небольшие изменения.

Динамика товарооборота, объем которого представлен в табл. 1, с одной стороны, позволяет провести анализ фактической емкости рынка ОП, с другой стороны, рассматривая ее в комплексе с обеспеченностью населения местами на предприятиях ОП, дает возможность определить текущие тенденции в отношении ориентированности структуры рынка ОП на потребительские предпочтения населения.

Несмотря на снижение оборота общественного питания в 2015 г на 5,1 % относительно предыдущего года, наблюдается рост количества мест на

предприятиях ОП, что может свидетельствовать о переориентированности предприятий в структуре рынка на сегменты с более низкой ценовой политикой, о чем свидетельствует и рост числа закусочных и кафе с более низким средним чеком.

Таблица 1

Динамика оборота общественного питания в фактических ценах 2012–2015 гг.

| Год  | Количество мест на ПОП, единиц | Оборот ОП в фактически действовавших ценах, млн руб. | В % к предыдущему году (в сопоставимых ценах) |
|------|--------------------------------|--|---|
| 2012 | 18504                          | 14385  | 106,9   |
| 2013 | 19547                          | 15553  | 104,0   |
| 2014 | 19768                          | 16327  | 101,6   |
| 2015 | 20454                          | 18300  | 96,5  |

В то же время к внешним факторам, характеризующим динамику развития рынка ОП, следует отнести среднегодовую численность населения и уровень его платежеспособности, исходя из среднедушевых денежных доходов; данные приведены в табл. 2. При соответствующем росте среднедушевых денежных доходов опережающий темп роста индекса потребительских цен способствовал снижению реальной среднемесячной заработной платы на 9,4 %. Что, как следствие, определяет снижение уровня платежеспособности населения.

Таблица 2

Динамика численности, среднедушевых денежных доходов населения г. Кемерово в 2012–2015 гг.

| Год  | Среднегодовая численность населения, чел. | Индекс потребительских цен, % | Средне-душевые денежные доходы (месяц), руб. |
|------|---|-------------------------------|--|
| 2012 | 536300                                    | 107,5                         | 18511  |
| 2013 | 540095                                    | 107,2                         | 19697  |
| 2014 | 546600                                    | 108,2                         | 19801  |
| 2015 | 551100                                    | 111,5                         | 20721  |

Учитывая особенности и тенденции развития рынка ОП, на сегодняшний день более близки и понятны как для потребителя, так и для производителя услуг разбивка их по форматам, таким как Street food, Fast food, Fast casual, Casual dining, что обусловлено величиной среднего чека, особенностями методов и форм обслуживания, широтой предлагаемого ассортимента продукции и услуг. В связи с этим в основу анализа текущего положения в структуре рынка общественного питания г. Кемерово на втором этапе исследования, применяемого в комплексном подходе к оценке емкости рынка общественного питания, использована предложенная выше разбивка предприятий ОП по форматам.

В ходе исследований установлено, что в г. Кемерово на 2015 г. осуществляют деятельность 638 предприятий ОП общедоступной сети, их процентное соотношение по данным, полученным методом наблюдения и сбора информации, представлено на рис. 2.

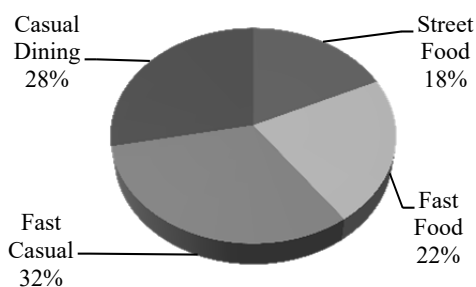


Рис. 2. Структура рынка ОП г. Кемерово (2015 г.), %

Поскольку прогнозирование концепции предприятия ОП для вновь открывающихся предприятий связано с большими рисками, например, обеспокоенным отсутствием спроса на конкретные форматы в зависимости от их сегментации, нами для определения потенциальной емкости рынка ОП на следующем этапе были определены потребительские предпочтения населения г. Кемерово в отношении различных форматов предприятий ОП, для определения которых был применен метод выборочного анкетирования.

В ходе исследования, как и в ранее используемом анализе рынка фактически действующих предприятий, все предприятия по аналогии были рассмотрены в соответствии с их сегментированием. Объем выборки составил 235 человек. Выборочная совокупность соответствовала генеральной совокупности по параметрам выборки, которые представлены в табл. 3.

Таблица 3

Соотношение генеральной и выборочной совокупности населения г. Кемерово

| Возраст         | г. Кемерово                           |         |                                   |         |
|-----------------|---------------------------------------|---------|-----------------------------------|---------|
|                 | Генеральная совокупность, 551100 чел. |         | Выборочная совокупность, 235 чел. |         |
|                 | муж., %                               | жен., % | муж., %                           | жен., % |
| 18–24 лет       | 12,7                                  | 13,6    | 12,8                              | 13,5    |
| 25–49 лет       | 22,4                                  | 27,1    | 22,5                              | 27,0    |
| 50 лет и старше | 8,3                                   | 15,4    | 8,7                               | 15,5    |
| Итого:          | 43,4                                  | 56,1    | 44,0                              | 56,0    |

Проведенный опрос позволил выявить долю населения, посещающего предприятия ОП, частоту посещения и потребительские предпочтения в отношении различных форматов в соответствии с приведенным ранее сегментированием. Первый вопрос предполагал выяснение доли населения среди опрошиваемых, которые посещают предприятия ОП. Так, практически все опрошенные ответили положительно на этот вопрос, что составило 100 %. При этом некоторые из них не предполагали под собой покупку готовой продукции, реализуемой через павильоны, не имеющие посадочных мест, как посещение предприятия ОП; к таким предприятиям в анкетировании был отнесен формат Street food.

Также, согласно полученным ответам, большинство из опрошенных посещают заведения ОП ежемесячно (1–2 раза в месяц) – 38,3 %; 28,5 % – 1–

2 раза в неделю, а 17,4 % – практически ежедневно и лишь 15,7 % практически не посещают. Полученные ответы респондентов в отношении их предпочтений к различным форматам предприятий ОП в соответствии с приведенным ранее сегментированием представлены на рис. 3. Полученные данные, представленные на рис. 4, позволили провести сравнительный анализ существующего спроса, основываясь на данных, полученных путем анкетирования, с предложением (фактически действующими предприятиями ОП), согласно данным, полученным ранее.

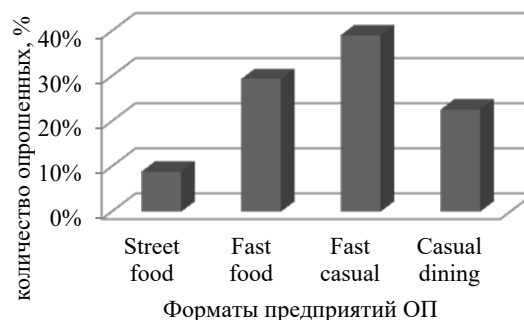


Рис. 3. Потребительские предпочтения населения г. Кемерово в отношении предприятий ОП различных форматов

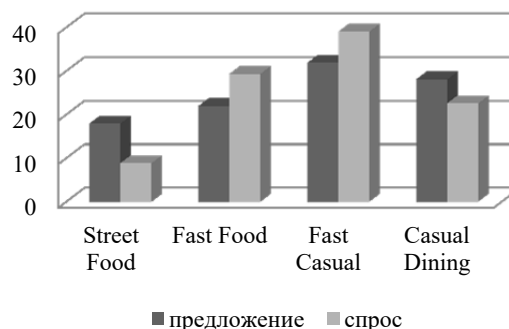


Рис. 4. Соотношение значений спроса и предложения на рынке услуг общественного питания в г. Кемерово на 2015 г.

С помощью соотнесения полученных значений спроса и предложения на форматы предприятий ОП можно сделать вывод, что в структуре рынка ОП количество предложений со стороны предприятий, работающих в сегменте Street food, Casual dining, по данным, полученным методом анкетирования среди населения г. Кемерово за 2015 г., превышает существующий спрос. В свою очередь, в сегментах Fast food, Fast casual напротив, спрос превышает предложение. Это можно охарактеризовать как значительный потенциал для дальнейшего развития предприятий ОП в сегментах Fast food, Fast casual и, как следствие, удовлетворения существующего спроса в такого рода сегментах. Тем не менее, в реальных рыночных условиях использование лишь анализа, полученного на основании первичных источников информации, становится недостаточным.

Важным элементом прогнозирования на стадиях создания и развития проектов по открытию новых и

реконструкции действующих предприятий ОП является определение надежности поставленных прогнозов в достижении одной из основных целей предприятий ОП, а именно получения прибыли, связанного с определением потенциальных возможностей рынка в выбранном для работы формате. В связи с чем считаем целесообразным провести адаптацию одного из самых распространенных методов определения общей емкости рынка, который позволяет учесть специфику предприятий ОП.

Математическая постановка расчета потенциальной емкости рынка общественного питания строится на учете полученной ранее первичной информации, а именно данных о структуре и составе населения г. Кемерово за 2015 г., данных, полученных в результате анализа потребительских предпочтений населения в отношении предприятий ОП (а именно частоты посещений среди респондентов выбираемых ими сегментов предприятий ОП); данных о значениях среднего чека в соответствующих сегментах предприятий ОП в г. Кемерово:

$$PE (ОП) = (H * ПП * X) * СП, \quad (1)$$

где PE (ОП) – потенциальная емкость рынка ОП, в ценовом выражении; H – количество населения (в граничных условиях, г Кемерово), чел.; ПП – количество реальных потребителей, в возрасте от 18 лет, %; X – частота посещения, в единицу времени, % в месяц; СП – среднее потребление, руб. (в данном случае средний чек в соответствующем сегменте).

Расчитывая потенциальную емкость рынка, данные по частоте посещения респондентами предприятий ОП суммировались как число потребителей при ежедневном посещении на количество дней в месяце (30), при посещении раз в неделю на количество недель в месяце (4), раз в месяц на 1 соответственно; в тоже время согласно полученным данным о структуре населения в г. Кемерово (2015 г.) потребители в возрасте старше 18 лет составили 85 %; среднегодовая численность населения составила 551100 человек.

PE (ОП) = 551100 \* 85% \* ((число потребителей при ежедневном посещении 17,6% \* количество дней в месяце \* 30) + (число потребителей при частоте посещения 1 раз в неделю 28,4% \* 4) + (число потребителей при частоте посещения 1 раз в месяц 28,4% \* 1)) = (82154 \* 30 + 132566 \* 4 + 178311 \* 1) \* СЦ (средний чек) = 3173199 \* СЦ (средний чек)

Адаптируя методику расчета потенциальной (общей) емкости рынка к условиям предприятий ОП, под средним потреблением понимаем значение среднего чека в заданных сегментах. Так, для предприятий в г. Кемерово на 2015 г. в формате Street food значение среднего чека было принято 100 руб., Fast food – 250 руб., Fast casual – 500 руб., Casual dining – 1500 руб. Используя данную типологию расчета, порядок расчета был конкретизирован для соответствующих форматов предприятий ОП:

$$PE (ОП) \text{ формата} = (H * ПП * X) * \\ * ПБ \text{ формата} * СЦ \text{ формата}, \quad (2)$$

где H – население (в граничных условиях, г. Кемерово), чел.; ПП – количество реальных потребителей, в возрасте от 18 лет, %; X – частота посещения, в единицу времени, % в месяц; ПБ – количество потребителей для конкретного формата предприятий ОП, %; СЦ – средний чек в соответствующем формате предприятий ОП, руб.

После чего был проведен расчет потенциальной емкости рынка общественного питания, учитывающий сегментацию и соответствующие значения среднего чека в нем.

$$PE (ОП) \text{ «Street food»} = 3173199 * 8,8\% * 100 \text{ р} = \\ = 279241 * 100 = 27\,924\,100 \text{ руб.};$$

$$PE (ОП) \text{ «Fast food»} = 3173199 * 29,4\% * 250 \text{ р} = \\ = 932920 * 250 = 233\,230\,000 \text{ руб.};$$

$$PE (ОП) \text{ «Fast casual»} = 3173199 * 39,2\% * 500 \text{ р} = \\ = 1243894 * 500 = 621\,947\,000 \text{ руб.};$$

$$PE (ОП) \text{ «Casual dining»} = 3173199 * 22,5\% * \\ * 1500 \text{ р} = 713969 * 1500 = 1\,070\,953\,500 \text{ руб.}$$

В процессе расчета потенциальной (общей) емкости рынка ОП итоговые значения в денежном выражении составили 1,9 млрд руб. в месяц, при теоретическом допущении о возможности ежемесячного достижения такого рода значений потенциальная емкость рынка г. Кемерово составит 22,8 млрд руб. в год.

Принимая во внимание погрешность на достоверность предоставленной информации со стороны респондентов, необходимо отметить существенную разницу, подчеркивающую наличие благоприятных условий для развития и расширения возможностей рынка общественного питания в г. Кемерово с фактического уровня, составившего на 2015 г. 5,5 млрд руб., до потенциального, расчетное значение которого составило 22,8 млрд руб.

В качестве причин по сформировавшемуся значительному нереализованному потенциалу рынка общественного питания в г. Кемерово, на наш взгляд, целесообразно рассматривать влияние внешних факторов, таких как макроэкономические показатели, которые, в свою очередь, определяют уровень платежеспособности, а также покупательскую способность населения. Для предпринимателей же в сфере ОП в регионе необходимо на ранних стадиях запуска новых проектов и реконструкции действующих проводить более глубокий маркетинговый анализ, ориентируясь на сложившийся потребительский спрос, что, как следствие, посредством его удовлетворения приведет к возможному приближению уровня потенциальных возможностей рынка ОП и сократит сформировавшийся на сегодняшний период разрыв.

Таким образом, предложенная комплексная методика определения потенциальной емкости рынка общественного питания может выступать в роли ориентира для предпринимателей, занятых в данной сфере. В том числе она позволяет вести не только общий учет емкости рынка, но и в соответствующих форматах, рассматривая потенциальную емкость в каждом из них.

## Список литературы

1. Матанцев, А.Н. Анализ рынка: настольная книга маркетолога / А.Н. Матанцев. – М: Альфа-Пресс, 2009. – 552 с.
2. Брезе, О.Э. Определение потенциальной емкости продовольственного рынка Кемеровской области / О.Э. Брезе, Л.В. Менх // Техника и технология пищевых производств. – 2013. – № 4. – С. 132–136.
3. Анурин, В. Маркетинг исследования потребительского рынка / В. Анурин, И. Муромкина, Е. Евнутова. – СПб.: Питер, 2006. – 269 с.
4. Анализ и перспективы развития рынка общественного питания в региональных условиях / Л.А. Маюрникова, Т.В. Крапива, Н.И. Давыденко, К. Самойленко // Техника и технология пищевых производств. – 2015. – № 1. – С. 141–147.
5. Крапива, Т.В. Системный подход к управлению качеством продукции общественного питания в условиях инновационного развития: дис. ... канд. техн. наук / Крапива Татьяна Валерьевна. – Кемерово, 2013.
6. Выявление и анализ факторов развития сферы питания Кемеровской области / Л.А. Маюрникова, Т.А. Щербакова, Т.В. Крапива, Н.И. Давыденко, С.В. Новоселов // Техника и технология пищевых производств. – 2015. – № 4. – С. 169–174.
7. Kim, S.-y. What matters to promote consumers' intention to patronize sustainable business-and-industry (B&I) food services? / So-young Kim, Jihyun Yoon and Injoo Choi // *British Food Journal*. – 2016. – Vol. 118. – Iss. 11. – P. 2710–2731.
8. Analysis of food industry market using network approaches / Ashwin Arulselvan, George Baourakis, Vladimir Boginski, Evgeniya Korchina, Panos M. Pardalos // *British Food Journal*. 2008. – Vol. 110. – Iss: 9. – P. 916–928.
9. Crespi-Vallbona M. Food markets visitors: a typology proposal / M. Crespi-Vallbona, D. Dimitrovski // *British Food Journal*. – 2016. – Vol. 118. – Iss. 4. – P. 840–857.

## References

1. Matantsev A.N. *Analiz rynka: nastol'naya kniga marketologa* [Market analysis: Handbook of marketing specialist]. Moscow: Alfa-Press Publ., 2009. 552 p.
2. Breze O.E., Menkh L.V. Opredelenie potentsial'noy emkosti prodovol'stvennogo rynka Kemerovskoy oblasti [Determination of potential capacity of food market of the Kemerovo region]. *Tekhnika i tekhnologiya pishchevykh proizvodstv* [Food Processing: Techniques and Technology], 2013, no. 4, pp. 132–136.
3. Anurin V., Muromkina I., Evnutova E. *Marketing issledovaniya potrebitel'skogo rynka* [Marketing research of the consumer market]. St. Petersburg: Piter Publ., 2006. 269 p.
4. Mayurnikova L.A., Krapiva T.V., Davydenko N.I., Samoylenko K. Analiz i perspektivy razvitiya rynka obshchestvennogo pitaniya v regional'nykh usloviyakh [Analysis and prospects of development of the market catering to regional conditions]. *Tekhnika i tekhnologiya pishchevykh proizvodstv* [Food Processing: Techniques and Technology], 2015, no. 1, pp. 141–147.
5. Krapiva T.V. *Sistemnyy podkhod k upravleniyu kachestvom produktsii obshchestvennogo pitaniya v usloviyakh innovatsionnogo razvitiya Diss. kand. tekhn. nauk* [A systematic approach to quality management of products in terms of innovation development. Cand. eng. sci. diss.]. Kemerovo, 2013. 147 p.
6. Mayurnikova L.A., Shcherbakova T.A., Krapiva T.V., Davydenko N.I., Novoselov S.V. Vyyavlenie i analiz faktorov razvitiya sfery pitaniya Kemerovskoy oblasti [Identification and analysis of catering development factors in the Kemerovo region]. *Tekhnika i tekhnologiya pishchevykh proizvodstv* [Food Processing: Techniques and Technology], 2015, no. 4, pp. 169–174.
7. So-young Kim, Jihyun Yoon, Injoo Choi, What matters to promote consumers' intention to patronize sustainable business-and-industry (B&I) food services? *British Food Journal*, 2016, vol. 118, no. 11, pp. 2710–2731. DOI: 10.1108/BFJ-02-2016-0050.
8. Arulselvan A., Baourakis G., Boginski V., Korchina E., Pardalos P.M., Analysis of food industry market using network approaches. *British Food Journal*, 2008, vol. 110 no. 9, pp. 916–928. DOI: 10.1108/00070700810900611.
9. Crespi-Vallbona M., Dimitrovski D. Food markets visitors: a typology proposal. *British Food Journal*, 2016, vol. 118, no. 4, pp. 840–857. DOI: 10.1108/BFJ-11-2015-0420.

## Дополнительная информация / Additional Information

Кокряцкая, Н.С. Комплексный подход к определению потенциальной емкости рынка общественного питания / Н.С. Кокряцкая, Т.В. Крапива // Техника и технология пищевых производств. – 2017. – Т. 44. – № 1. – С. 131–136.

Kokryatskaya N.S., Krapiva T.V. Complex approach to determination of public catering potential market capacity. *Food Processing: Techniques and Technology*, 2017, vol. 44, no. 1, pp. 131–136 (In Russ.).

**Кокряцкая Наталья Семеновна**

аспирант кафедры технологии и организации общественного питания, ФГБОУ ВО «Кемеровский технологический институт пищевой промышленности (университет)», 650056, Россия, г. Кемерово, б-р Строителей, 47

**Крапива Татьяна Валерьевна**

канд. техн. наук, доцент, доцент кафедры технологии и организации общественного питания, ФГБОУ ВО «Кемеровский технологический институт пищевой промышленности (университет)», 650056, Россия, г. Кемерово, б-р Строителей, 47, тел.: +7 (3842) 39-68-56, e-mail: t.krapiva@mail.ru

**Natalya S. Kokryatsraya**

Postgraduate Student of the Department of Catering Technology and Organization, Kemerovo Institute of Food Science and Technology (University), 47, Boulevard Stroiteley, Kemerovo, 650056, Russia

**Tatyana V. Krapiva**

Cand.Sci.(Eng.), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Catering Technology and Organization, Kemerovo Institute of Food Science and Technology (University), 47, Boulevard Stroiteley, Kemerovo, 650056, Russia, phone: +7 (3842) 39-68-56 e-mail: t.krapiva@mail.ru

