

УДК 642.5

Д.А. Попов,

д-р ист. наук,

профессор Хабаровского государственного университета экономики и права

Г.С. Парыгина,

администратор кафе «Стамбул» ИП Нариманов

## ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: УТРАТЫ И ПРИОБРЕТЕНИЯ

*В статье рассматриваются фундаментальные и институциональные организационно-экономические изменения в общественном питании в постсоциалистический период (1990–2016 гг.), в частности тенденции развития, форматы, динамика, структура, показатели, экономическая и территориальная доступность общепита в России, на Дальнем Востоке, в Хабаровском крае.*

**Ключевые слова:** общественное питание, оборот, структура, типы предприятий, тенденции, доходы, расходы.

*The article considers the fundamental and institutional organizational and economic changes in public catering in the post-socialist period (1990-2016). It examines the development trends, formats, dynamics, structure, indicators, economic and territorial availability of public catering in Russia, in the Far East and Khabarovsk Krai.*

**Keywords:** public catering, turnover, structure, types of enterprises, trends, income, expenses.

Современный этап в развитии общественного питания как и всей торговой деятельности начался с принятия правовых актов – Указа Президента РСФСР от 3 декабря 1991 г. «О мерах по либерализации цен», затем Указа Президента РСФСР от 29 января 1992 г. «О свободе торговли». Эти документы определяли либерализацию цен, переход к свободной

торговле, отмену монополии внешней торговли, введение свободного обменного курса.

Современный этап в развитии общественного питания в России продолжается более 25 лет. За это время общепит претерпел кардинальные изменения, о которых свидетельствуют приведённые ниже показатели.

Таблица 1 – Основные показатели организаций общественного питания в России 1990–2015 гг.[1]

Показатели	1990	2000	2010	2015	Изменения в 2015 г. к 1990 г.
1. Количество предприятий (тыс. единиц):	182,0	28,9	50,1	91,6	в 2 раза
– государственных %	80	4,0	1,3	1,2	
– негосударственных %	20	94,0	98,7	98,8	
2. Оборот млрд рублей в текущих ценах	20, 2	83,3	181,3	1304,7	в 64,5 раза
3. Оборот на душу населения, руб./год в текущих ценах	136,0	573	5470	8912	в 65,5 раза
4. Оборот млрд руб. в сопоставимых ценах	20,2	6,6	13,7	15,9	78,7 %
5. Оборот на душу населения, руб./год в сопоставимых ценах	136,0	44,7	92,2	105,0	77,2 %
6. Численность занятых, тыс. чел.	1329,0	564,0	606,2	622,3	46,8 %
7. Производительность труда, тыс. руб./чел. в сопоставленных ценах	15,2	11,8	22,8	25,6	в 1,7 раза
8. Количество посадочных мест, тыс. единиц	84,0	14,0	23,0	41,4	49,3 %

Показатели таблицы свидетельствуют о сокращении предприятий общественного питания в 2 раза – со 182 тыс. единиц (1990 г.) до 91,6 (2015 г.), причем доля государственных предприятий снизилась с 80 % (1990 г.) до 12 % (2015 г.). Общий объём услуг общественного питания в сопоставимых ценах составил 78, 7 % (2015 г.) к уровню 1990 г (100 %), а каждый житель страны в 2015 г. пользовался

услугами общепита меньше на 22 %, чем в 1990 году. Резко, более чем в два раза, сократилось количество посадочных мест и количество занятых.

Приведённые показатели свидетельствуют не просто об утрате достигнутых результатов, а о разрушении отлаженной советской социалистической системы общественного питания, созданной за предшествующие 70 лет.

Таблица 2 – Структура организаций общественного питания России (1990–2015 гг.) [2]

Типы предприятия	РСФСР 1990 г.		РФ 2015 г.	
	Количество, тыс. единиц	Процент	Количество, тыс. единиц	Процент
1. Всего предприятия	182,0	100	91,6	100
2. Столовые, буфеты при предприятиях, учебных заведения	142,0	78,0	9,5	10,4
3. Рестораны, кафе, бары	40,0	22,0	82,1	89,6

Масштабному разрушению подверглась система общественного питания на промышленных, строительных, транспортных, сельскохозяйственных предпри-

ятиях и в других организациях. Из некогда 142 тыс. (1990 г.) предприятий питания сегодня осталось только 9,5 тысяч. Кардинально изменилась структура пред-

приятий общепита. Если в 1990 г. доля предприятий коммерческого сектора (рестораны, кафе, бары) в общей численности составляла 22 %, то в 2015 г. – 90 %. Сегодня этот открытый коммерческий сектор общепита, в силу дисбаланса цен на питание и личных доходов населения, стал недоступным широким слоям населения. Если в 1990 г. средний чек посещения ресторана, кафе составлял 1,5–2 % от средней зарплаты, то сегодня он составляет 5–7 %. В коммерческом секторе сформировался тонкий слой общепита (рестораны, бары, кафе) премиум-класса, доступный только узкому кругу лиц, обладающих сверхдоходами.

Оборот предприятий общепита в России на душу населения в текущих ценах в 2015 г. составил 8 912 руб. в год, а в месяц – 743 рубля. Образно говоря, услуги общепита каждый житель страны может воспользоваться в пределах 25 рублей в день.

Доля общепита в ВВП страны колеблется в пределах 1,5–1,9 %, что не оказывает существенного влияния на его объём и динамику.

Наряду с отмеченными разрушительными процессами, связанными с глубокой трансформацией плановой системы в рыночную, выявились и неоспоримые позитивные сдвиги в общественном питании последних лет. Сформировался рынок услуг коммерческого питания с плотной конкуренцией за потребителя посредством ценовых и неценовых факторов. Существенно возросло качество пищи и качество предоставляемых услуг. Карди-

нально изменилась материально-техническая база предприятий общепита за счёт реконструкции и нового строительства, внедрения новейшего оборудования и прогрессивных технологических процессов. Появились предприятия с высокой кухней различных национальных направлений и специализаций. На рынке общепита активно внедряются предприятия различных форматов национальных и международных сетей с жёсткими стандартами логистики ресурсов, качества производства и качества обслуживания. Осуществляется индустриализация школьного питания путём создания мощных централизованных комбинатов и конечных (школьных) пунктов приёма пищи, сбалансированной в соответствии с научно обоснованными нормативами. Модернизируется сеть социального (коллективного) питания (больницы, санатории, профилактории) в соответствии с новыми стандартами питания.

Укрепляется персонал общепита посредством корпоративной и государственной профессиональной подготовки, тщательного отбора, мотивации к труду, материальных и моральных стимулов.

Кардинально меняется облик зданий, внутренний интерьер ресторанов, кафе, баров, оборудование залов функциональной мебелью, аудио-, видеоаппаратурой, формируется индустрия гостеприимства.

Все эти позитивные процессы отразились на повышении эффективности общественного питания. Так, за последние двадцать пять лет (1991–2015 гг.) при сокращении численности персонала в 2,2

раза производительность труда увеличилась в 1,7 раза. Наметилась тенденция роста рентабельности предпринимательской деятельности.

Предпринимательство в сфере общественного питания – сложный, исключительно ответственный вид бизнеса. Эти сложности и ответственность, в отличие от других форм предпринимательства, обусловлены его родовой спецификой, которая генетически воспроизводится на всех этапах эволюции этого вида деятельности в единстве и совместимости экономического, социального и культурного элементов в пространстве и времени.

*Экономический элемент специфики* проявляется в единстве процесса производства, реализации (обращения) и потребления, в единстве производства и обслуживания, в организации производства и обслуживания, непосредственно связанными с индивидуальными потребностями посетителей, несении непосредственной ответственности перед конкретным потребителем, технологической непрерывности процесса производства и обслуживания, реализации готовой продукции непосредственно потребителю, минуя склад, определении оптимальных пропорции производства собственной продукции и покупных товаров, коротком производственном цикле и обороте капитала.

*Социальный элемент* проявляется в неформальном общении людей, их социализации в процессе коллективного потребления пищи и отдыха, в добровольном «подчинении» общепринятым стандартам поведения (спорт-кафе, арт-кафе,

интернет-кафе), в свободном проявлении позитивных или негативных суждений об обществе, людях, процессах, событиях, фактах, личностях; в поведенческой открытости, где проявляются естественные черты характера посетителей; в воспроизводстве позитивных и негативных традиций и обычаев.

*Культурно-нравственный элемент.* Общественное питание – это не просто учреждения для приёма пищи, это институт отдыха, культуры и общения людей. Здесь раскрываются такие индивидуальные и коллективные параметры, как этикет и эстетика блюд; культура индивидуального и коллективного потребления, эмоциональность, новизна знакомств и отношений; характеры индивидов и демократичность; наслаждение и возвышенное чувство «гостя»; реализация культурных пристрастий в общении, музыке, танцах, играх, забавах.

Успех предпринимательства в общественном питании в значительной степени определяется тем, как учитывается родовая, генетически предопределённая его специфика. Органическое единство экономического, социального и культурного содержания общественного питания – фундаментальная черта общепита и основа его прогресса и роста его социальной полезности.

В основе развития общественного питания лежат базовые закономерности общественного прогресса, а именно: возрастание потребностей человека в пище и способах её удовлетворения; развитие орудий труда и технологий в производ-

стве продуктов питания и приготовления из них пищи; углубление общественного разделения труда и на его основе выделение производства пищи в самостоятельный вид предпринимательской деятельности; спецификация и воспроизводство обычаев, традиций, культуры и эстетики; развитие спроса на услуги, обеспечивающие не только удовлетворение и наслаждение пищей, но и усиление полезности коллективного времяпровождения, общения, отдыха, что социализирует человека, формирует его общественной и индивидуальной статус.

В процессе современной практики указанные закономерности проявляются как тенденции с нарастающей или ослабевающей интенсивностью. Опираясь на анализ современного исследовательского материала мы выделяем следующие основные тенденции в развитии общественного питания:

1. Непрерывное и усложняющееся развитие организационно-технологических форматов предприятий общественного питания от столовой, ресторана, кафе, бара к современным *street-foodam* – уличным пунктам питания, *fast-foodam* – предприятиям быстрого питания, *casual-dinning* – ресторанам демократического питания, *quick-casual* – демократическим ресторанам быстрого питания, *free-flow* и *fast-casual* – точкам быстрого самообслуживания в неожиданных местах, *fine-dinning* – элитным ресторанам.

2. Концентрация и централизация питания на крупных и крупнейших предприятиях от единоличного, партнёрского,

корпоративного к сетевой организации общепита. В 2011 г. на российском рынке общепита действовало 344, а в 2015 г. – более 500 сетевых структур пяти типов: *глобальные сети* – Subway, Mc.Donalds, Backin Robins, Burger King, всего более 30; *сети стран СНГ* – «Евразия», «Шоколадница», «Гаштар-пицца» и др.; *федеральные* – «Чайная ложка», «Теремок», «Япоша», «Восточный Базар», «Елки-Палки» и др.; *региональные* – «Visa La Pizza», «Му-Му», «Рис», «Подорожник».

Международные сети включают тысячи современных ресторанов: 2014 г. – 13,9 тыс., в 2015 г. – 15,4 тыс., в 2016 г. – 15,9 тыс., доля которых в общей численности ресторанов составляла почти 22 % (2016 г.). Эти рестораны располагают качественной недвижимостью, квалифицированными кадрами, современными высокоэффективными технологиями гостеприимства, электронным меню, терминалами для заказа пищи, интегральными барными стойками, мобильными программами лояльности, использованием социальных сетей (ВКонтакте) для создания устойчивой клиентской базы [3];

3. Рост доли затрат на питание вне дома, то есть на предприятиях общепита, что связано с ростом доходов населения и центров доступности общепита. Так, в странах Западной Европы и Северной Америки затраты на питание вне дома колеблются от 30 – до 50 % общих затрат на питание. Например, в США этот показатель составлял – 47%, в Канаде – 39% (2015 г.).

Таблица 3 – Затраты на питание в организациях общепита в 2015 г. в руб. [4]

	Оборот общепита, трлн рублей	Среднедушевые затраты в общепите, руб. в месяц
США	43,5	11 100
Великобритания	4,5	5 700
Канада	3,6	8 300
Германия	3,4	3 500
Россия	1,3	741

В нашей стране на питание «вне дома» тратится всего 2,4 % от среднедушевых доходов, что свидетельствует о неразвитости общепита на предприятиях, учреждениях и о ценовой недоступности учреждений общепита коммерческого сегмента, в силу низких доходов абсолютного большинства населения.

4. Совершенствование организации деятельности предприятий общепита от единоличного концепта через товарищество, общество (ЗАО, ПАО) к сети стандартизированных предприятий, которые оснащаются высокопроизводительным оборудованием, применяют инновационные технологии в процессе приготовления пищи и предоставляют сопутствующие услуги. Материальные потоки и запасы ресурсов осуществляются с использованием современных логистических принципов и программных продуктов информационных систем. Осуществляется сквозной контроль качества с использованием автоматизированных элементов. Усиливается значение общественного питания в системе показателей жизненного уровня населения и развития общества.

5. Рост общего объема оборота обще-

ственного питания сопровождается изменением его структуры. Доля продукции собственного производства в общем объеме оборота увеличивается быстрее, чем доля покупных товаров. Так, в 1950 г. продукция собственного производства в объеме товарооборота общественного питания РСФСР составляла 28 %, а в 1985 г. – 72,5 %, тогда как доля покупных товаров соответственно снизилась с 72 % (1950 г.) до 28 % (1985 г.) [5].

6. Возрастает присутствие государства в такой жизненно важной сфере обеспечения достойных условий жизни населения. Это присутствие заключается в выработке политики в области питания, институализации хозяйственной жизни, принятии социальных актов и непосредственном участии государства в регулировании предпринимательской деятельности в общественном питании.

В начале 90-х гг. (1994 г.) введен ГОСТ Р-50647 – 94 «Общественное питание. Термины и определения», дополненный в 1995 г. ГОСТ Р.50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий». В 2015 г. ввели ГОСТ 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения».

Правительство Российской Федерации 10 августа 1998 г. утвердило Концепцию государственной политики в области здорового питания населения Российской Федерации на период до 2005 года. Указом Президента Российской Федерации от 30 января 2010 г. утверждена Доктрина продовольственной безопасности, распоряжением Правительства РФ утверждены Основы государственной политики в области здорового питания населения Российской Федерации на период до 2020 года, Правительством России в 2010 г. разработана Концепция развития производства отечественных пищевых продуктов для обеспечения организованных коллективов (детей дошкольного и школьного возраста, студентов, военнослужащих, граждан, находящихся на лечении в учреждениях здравоохранения

и социальной защиты, осуждённых и др.).

Развитие общественного питания находится в центре внимания региональных властей. Практически во всех субъектах Российской Федерации разрабатываются и реализуются программы по торговле, общественному питанию, производству продовольствия и его переработке, качеству и безопасности пищевых продуктов. Так, например, правительство Хабаровского края приняло постановление от 11 октября 2005 г. № 3123 «О состоянии и об основных направлениях развития общественного питания в Хабаровском крае до 2010 года». Проанализировав итоги выполнения этого документа, правительство края 26 января 2012 г. утвердило Основные направления развития потребительского рынка в Хабаровском крае на период 2012–2015 годов.

Таблица 4 – Оборот общественного питания в субъектах Дальневосточного федерального округа (млн руб.) [6]

	2005	2010	2015	2016	Изменения 2016 г. к 2005 г.
Российская Федерация (млрд руб.)	323,4	781,4	1 304,8	1 352	В 4,2 раза
Дальний Восток	16 508	37 471	66 478	69 596	4 раза
Республика Саха (Якутия)	4 456	9 007	14 786	16 092	3,3 раза
Камчатский край	1 213	3 096	4 171	5 510	3,4 раза
Приморский край	3 639	7 338	16 878	15 727	4,6 раза
Хабаровский край	3 612	7 683	15 567	16 404	4,3 раза
Амурская область	1 194	3 420	5 882	5 721	4,9 раза
Магаданская область	373	1 234	1 807	2 059	4,8 раза
Сахалинская область	1 597	4 951	6 062	6 785	3,8 раза
Еврейская автономная область	291	582	883	804	3,0 раза
Чукотский автономный округ	133	161	441	494	3,3 раза

Динамика развития общественного питания в России, на Дальнем Востоке и в субъектах Федерации за последние 11 лет примерно одинакова, что свидетельствует

об относительной стабильности данного сегмента потребительского рынка. Важным для понимания этой динамики является показатель объёма оборота обще-

ственного питания на душу населения и показатель доли денежных доходов, затраченных на питание вне дома. В 2016 г. месячные затраты на питание вне дома составляли от среднемесячных доходов: по России 2,45 %, по Дальнему Востоку – 2,5 %, в том числе Республика Саха (Якутия) – 2,46 %, Камчатский край – 2,7 %, Приморский край – 2,3 %, Хабаровский край – 2,6 %, Амурская область – 2,0 %, Магаданская область – 2,8 %, Сахалинская область – 2,9 %, Еврейская автономная область – 1,8 %, Чукотский автономный округ – 1,2 %.

Вывод, к сожалению, неутешительный. Современные великолепные рестораны, кафе, бары, которые готовы принять гостя в любое время и обслужить по

высшему разряду, недоступны для людей со среднедушевыми доходами, не говоря о людях с низкими доходами. Поэтому такие заведения общественного питания из-за низкого спроса на их услуги существуют на грани выживания.

Большинство занятого населения обедает в своих офисах, учреждениях пищевой, приготовленной в домашних условиях.

В 2015 г. правительство Хабаровского края утвердило Основные направления развития потребительского рынка в Хабаровском крае на 2016–2020 гг., в котором утверждены контрольные цифры по объёму услуг общепита; развитию материальной базы; качеству и безопасности; размещению предприятий; развитию сегмента питания [7].

Таблица 5 – Основные показатели общественного питания Хабаровского края в 2016 г. [8]

Край, города, районы	Количество предприятий (единиц)	Количество посадочных мест (тыс.)	Оборот организаций (млн руб.)	Оборот на душу населения (руб.)	Население тыс. чел. на 01.01.2018 г.
Хабаровский край	1 632	96,7	16 404	12 298	1 333,3
Хабаровск	748	43,0	11 855	19 317,7	618
Камсомольск	225	15,7	2 589	10 334,6	249
Амурский	83	4,9	173,6	2 852,4	60
Аяно-Майский	6	0,3	94,7	48 022,3	2
Бикинский	28	1,5	89,8	3 993,6	22
Ванинский	52	3,1	175,8	5 152,9	33,9
Верхнебуренский	36	1,8	94,9	3 703,5	25,1
Вяземский	36	1,6	44,6	2 107,4	21,1
Комсомольский	33	2,6	52,5	1 883,5	27,8
Им. Лазо	55	3,8	175,7	4 199,8	41,4
Нанайский	35	1,7	76,9	4 737	16
Николаевский	41	2,6	156,9	5 616,4	27,5
Охотский	15	0,6	228,3	34 202,2	6,6
Им. П. Осипенко	6	0,3	109,6	23 857,2	4,6
Советскогаванский	34	2,9	126,8	3 193,4	39,4
Солнечный	72	3,8	78,4	2 559,7	30,4
Тугуро-Чумиканский	6	0,2	2,8	1 424,2	2
Ульчский	31	1,7	40,5	2 546,8	15,8
Хабаровский	90	4,6	237,7	2 625,7	90,9

Общественное питание Хабаровского края по основным объёмным показателям развивается устойчиво. По общему объёму оборота – 16 404 млн руб. в 2016 г. край вышел на первое место в Дальневосточном федеральном округе. На предприятиях общепита занято 9 тыс. человек, функционирует 1 632 предприятия на 97 тыс. посадочных мест, что составляет 35 мест на одну тысячу человек при рекомендованном нормативе 40 мест.

Расширение сети осуществляется в основном за счёт открытия общедоступных предприятий общественного питания. Социальная сеть предприятий общественного питания насчитывает 593 единицы, или 36 процентов от общего количества предприятий, в том числе 453 столовых на 41,6 тыс. мест при образовательных организациях, 140 предприятий на 4,7 тыс. мест, организующих корпоративное питание. В 2014–2015 учебном году в крае осуществляли деятельность 263 общеобразовательных учреждения, в котором обучалось 125,6 тыс. учащихся, в том числе с 1-го по 4-й классы – 55,9 тыс. учащихся, с 5-го по 11-й классы – 69,7 тыс. учащихся. Общий охват обучающихся питанием по краю составляет 96,3 %, охват горячим питанием – 90,0 %. Формирование

рынка услуг общественного питания на территории края происходит с учётом географического расположения и особенностей экономического развития каждого муниципального образования. В городах и крупных населённых пунктах края перспективным направлением является открытие предприятий в торгово-деловых, культурно-развлекательных центрах, в зонах комплексного гостиничного обслуживания. Открываются гастрономические рестораны, городские кафе, столовые, предлагающие жителям и гостям краевого центра широкий ассортимент блюд домашней кухни. На рынке массового питания продолжают открываться демократичные предприятия быстрого питания – кофейни, бистро, кафетерии.

Ежегодно в крае растёт количество предприятий, предлагающих этническую кухню. В 2016 г. эту услугу оказывали более 200 ресторанов и кафе. Жители и гости краевой столицы могут познакомиться с гастрономической культурой разных народов мира, отведать блюда русской, узбекской, армянской, украинской, азербайджанской, корейской, японской, китайской, испанской, итальянской, французской, немецкой и других кухонь.

Эффективной средой предпринима-

тельской деятельности в муниципальных районах является организация предприятий общественного питания на объектах дорожного сервиса вдоль основных транспортных магистралей. В крае насчитывается 50 таких предприятий на 2,2 тыс. посадочных места, в том числе в Бикинском муниципальном районе – 1, Вяземском районе и районе им. Лазо – 12, Хабаровском – 12, Нанайском – 9, Комсомольском – 2, Солнечном – 5, Ульчском – 3 предприятия [9].

Общие показатели общественного питания в Хабаровском крае вполне благоприятные. Однако показатели его качественной стороны ещё далеки от требований современного уровня, на который воздействуют как объективные факторы (природно-географическая и экономическая конфигурация края), так и субъективные факторы (степень ответственности и заботы муниципальных и государственных органов власти, институциональная среда).

Более важным является показатель объёма услуг общественного питания на душу населения, который свидетельствует о доступности этих услуг. Здесь выявляется резкая территориальная дифференциация по городам и районам края. В трёх северных районах – Аяно-Майском,

Охотском и П. Осипенко среднедушевое потребление услуг общепита в два – три раза превышает средний показатель по краю, а по отдельным районам – в десять – двадцать раз (таблица 8). «Лидерство» указанных районов по объёму услуг общепита на душу населения в статистическом измерении напрямую связано с наличием вахтовых работников на крупных золотодобывающих предприятиях, где заработная плата составляет 75–80 тыс. рублей. Вахтовики питаются преимущественно в столовых при этих предприятиях, оборот которых учитывается в районной и краевой статистке. Что же касается постоянных жителей этих районов (27 тыс. человек), они пользуются услугами общепита на душу населения на уровне других районов края, в пределах двух – трёх тысяч рублей.

Доступность услуг общественного питания точнее оценивается экономически, а именно по среднедушевым доходам, дифференцированным по пяти группам. Общий коэффициент дифференциации в 2016 г. между высоким и низким доходом составил 16 раз. Первые три группы с низкими и средними доходами, охватывающие 60 % населения, располагают 30 % общих доходов, а две последние с высокими доходами – 70%, поэтому для

60 % населения страны услуги общепита мало или совсем недоступны [10].

Таким образом, оценивая приобретения и утраты в общественном питании современной России, мы констатируем: работники отраслей материального производства и среды услуг оказались в проигрыше от новой рыночной модели организации общепита; выигрыш обрели владельцы высоких доходов.

#### **Список использованных источников**

- 1 Народное хозяйство РСФСР в 1990 году. М., 1991. С. 183–185; Российский статистический ежегодник. М., 2001. С. 480, 487; Российский статистический ежегодник. М., 2011. С. 513, 527; Российский статистический ежегодник. М., 2016. С. 477, 490.
- 2 Народное хозяйство РСФСР в 1990 году. М., 1991. С. 183–185; Российский статистический ежегодник. М., 1991. С. 480, 487; Российский статистический ежегодник. М., 2011. С. 513, 527; Российский статистический ежегодник. М., 2016. С. 477, 490.
- 3 Аналитический обзор РБК research 2016. [altabank.rbk.ru/медиа\\_research/file/](http://altabank.rbk.ru/медиа_research/file/)
- 4 Аналитический обзор РБК research 2016. [altabank.rbk.ru/медиа\\_research/file/](http://altabank.rbk.ru/медиа_research/file/)
- 5 Народное хозяйство РСФСР за 70 лет. М., 1987. С. 314
- 6 Регионы России (социально-экономические показатели). М., 2017. С. 929–930.
- 7 Об утверждении Плана комплексного развития потребительского рынка Хабаровского края на 2018–2022 годы : распоряжение правительства Хабаровского края от 10.11.2017 г. № 788-рн.
- 8 Торговля и общественное питание в Хабаровском крае : стат. сборник. Хабаровск : Хабаровскстат, 2017. С. 30–34.
- 9 Распоряжение комитета потребительского рынка, пищевой и перерабатывающей промышленности правительства Хабаровского края от 25.12.2015 г. № 2.
- 10 Российский статистический ежегодник. 2016. М., 2017. С. 156.