

АНАЛИЗ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В УСЛОВИЯХ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ

ANALYSIS OF THE PUBLIC CATERING MARKET IN THE CONTEXT OF CORONAVIRUS INFECTION

Аннотация. Актуальность темы обусловлена сильным влиянием экономического кризиса, возникшего в условиях коронавирусной инфекции. В статье анализируется рынок общественного питания в условиях пандемии на примере Москвы. Приведена статистика по численности ресторанов, их финансовым показателям, численности посетителей. Показано, какие сегменты рынка общественного питания пострадали больше, а какие меньше. Рассмотрены рекомендации Роспотребнадзора и их влияние на отрасль. Показано влияние снижения туристического потока в России. Рассмотрены меры по восстановлению отрасли. Отмечаются тенденции в развитии общественного питания, к которым привел коронавирус. Также отмечается изменение отношения людей к предприятиям общественного питания и их причины.

Abstract. The topic is relevant due to the strong influence of the economic crisis that arose in the context of coronavirus infection. The article analyzes the public catering market in a pandemic, Moscow case. Statistics on the number of restaurants, their financial indicators, and the number of visitors are presented. The article shows which segments of the public catering market suffered more and which less. The recommendations of Rospotrebnadzor and their impact on the industry are considered. The influence of a decrease in the tourist flow in Russia is shown. Industry recovery measures are considered. Trends in the development of public catering, to which the coronavirus has led, are noted. Also, the article states a change in the people's attitude towards catering enterprises and the reason for it.

Ключевые слова. Рынок общественного питания, влияние коронавируса, пандемия, ресторанный бизнес, перспективы развития.

Keywords. Public catering market, coronavirus impact, pandemic, restaurant business, development prospects.

Введение. Предприятия общественного питания являются важной составляющей современного общества. Многим людям по ряду причин не всегда получается питаться дома, и тогда они прибегают к походам в данные заведения, которые выполняют следующие функции: изготовление пищи, организация мест для потребления. Также они выполняют социальные и общественные функции. В связи с этим, предприятия общественного питания должны учитывать интересы разных категорий потребителей, уровни их дохода, а

также ритм и режим жизни. Рынок общественного питания можно классифицировать по интересам клиентов: спорт-бары, кафе, рестораны, столовые, рестораны быстрого питания.

Предприятия общественного питания являются одной из важнейших сфер потребительского рынка России. На протяжении последних 5 лет, не считая 2020 год, рынок общественного питания постоянно увеличивался на 2-3% в год. Факторами роста являлись: повышение доходов у людей, измене-

Барышев Иван Юрьевич – аспирант кафедры экономики и управления, Российский университет кооперации (г. Мытищи, Московская обл., Российская Федерация); e-mail: baryivan@yandex.ru.

Ivan Yu. Baryshev – Post-graduate Student, the Department of Economics and Management, Customs Affairs, Russian University of Cooperation (Mytishchi, Moscow region, Russian Federation).

ние культуры питания у населения, повышение уровня сервиса обслуживания клиентов.

В 2020 году произошел коронакризис, который сильно повлиял на мировую экономику. В первую очередь пострадали отрасли, деятельность которых предусматривает одновременное присутствие большого количества людей. Одна из таких отраслей – сфера общественного питания.

В данной работе автором была поставлена следующая цель – исследовать влияние коронавирусной инфекции на отрасль общественного питания в России на примере Москвы и Московской области.

Материалы и методы исследования.

Методологическую основу исследования составили общенаучные методы, труды зарубежных и российских ученых, исследующих отрасль общественного питания и доходы в этой отрасли.

При изучении и обосновании получения доходов использовались общенаучные методы исследования: диалектический, сравнительный анализ, синтез и комплексный метод.

Результаты исследования. В 2020 году произошел коронакризис, из-за которого в России закрылось на 46% больше ресторанов, чем в 2019. Больше всего пострадал средний демократичный сегмент рынка, он уменьшился на 40%. Заведения фастфуда и дорогие рестораны пострадали меньше, она упали на 20% и 33% соответственно. Согласно данным Росстата, в Москве за 2020 закрылось 208 заведений общественного питания, что на 35% больше аналогичного показателя в 2019 году. Динамика числа ресторанов и кафе с 2016–2020 года представлены в таблице 1 [1, 2].

Вместе с уменьшением количества открытых предприятий общественного питания

упал и их оборот. К началу июля 2020 года, по данным Росстата, объем рынка сократился на 50%, но к сентябрю, после того как произошло частичное восстановление экономики и снятие ограничений, падение замедлилось до 14%. Так, предприятия, пережившие весеннее закрытие, продолжили работу, но уже с соблюдением рекомендаций Роспотребнадзора и с учетом новых мер, таких как работа заведений до 23:00, социальное дистанцирование, организация мест обработки рук кожаным антисептиком, применение в закрытых помещениях устройств, обеззараживающих воздух. Вследствие данных требований, у ресторанов выросли расходы на хозяйственные нужды. В начале пандемии от государства можно было получить субсидию на средства защиты: перчатки, маски, антисептики. Но данная акция была единоразовая. Также ресторанам пришлось пересмотреть перепланировку помещений из-за социальной дистанции.

В 2019 году оборот предприятий общественного предприятия составлял 131 130,5 млн руб, а в 2020 году упал до 101 663,7 млн руб. Динамика оборота ресторанов и кафе 2016–2020 гг. представлена в таблице 2 [1].

Коронакризис изменил отношение россиян к предприятиям общественного питания. Если до пандемии люди ходили в кафе и рестораны для времяпрепровождения, то локдаун и социальное дистанцирование сделали это недоступными. Вследствие чего рестораны и кафе начали активно развиваться в сфере доставки. В 1 квартале 2021 доставка еды выросла на 40% по сравнению с первым кварталом 2020 г. В 1 квартале 2021 уже 20% всех расходов в индустрии общественного питания приходились на доставку, причем каждый третий заказ был из офиса или дома. Доставка стремительно развивалась и до пандемии. Согласно исследованию The NPD

Таблица 1

Численность ресторанов и кафе РФ, 2016–2020 гг.

	2016	2017	2018	2019	2020
Число ресторанов и кафе	78 700	80 600	82 400	84 900	86 500
Прирост к прошлому году (%)		2,5	2,3	3	1,9

Источник: [1 – Численность предприятий общественного питания в 2020 г.].

Таблица 2

Оборот ресторанов и кафе РФ, 2016–2020 гг.

	2016	2017	2018	2019	2020
Оборот ресторанов и кафе (млрд. руб.)	87,4	100,6	113,3	131,1	101,6
Прирост к прошлому году		10%	9,9%	13,8%	-22,4%

Источник: [1 – Оборот предприятий общественного питания в 2020 г.].

Group, в 2018 году доставка выросла на 11% относительно 2017, а в 2019 на 23% по сравнению с 2018 г. [3].

По данным ТАСС [4], из-за отсутствия иностранных туристов в связи с пандемией в 2020 году российские бизнесы потерял 600 млрд рублей. Также россияне стали менее охотно тратить собственные сбережения на развлечения. Согласно исследованию, проведенному Сбербанком [5], зарплаты россиян с начала пандемии сократились на 30% и скорого повышения зарплатного фонда не планируется. При условии всех факторов сохранить прежний средний чек для ресторана будет достаточно проблематично. Вследствие чего, докризисный уровень выручки и поток клиентов в ближайшее время восстановлены не будут.

В 2021 году индустрия общественного питания не смогла вернуться к доковидным показателям, так, в 1 квартале 2021 года показатели были на 8% ниже уровня 2020 года и на 7% ниже уровня 2019 года. В таблице 3 представлены изменения потребительских расходов 1 квартала 2021 года по отношению к 1 кварталу 2020 года [1].

Фастфуд в течение 2020 г. лучше справлялся с кризисом благодаря низким ценам, доставке, а также прилавкам для автомобилистов. Также, розничные магазины хорошо справились с коронакризисом, увеличивая ассортимент готовых блюд, благодаря этому

они смогли увеличить продажи в 2021 году на 4% относительно 2020 года. Рестораны, кафе, пекарни, а также столовые пока еще сильно ниже докризисного уровня. Согласно оценке The NPD Group, общие потери предприятий общественного питания за 2020 год оцениваются в 22% относительно 2019 года [3].

Вследствие коронакризиса было выявлено, что потребители изменили свое отношение к ресторанам, и сегодня они посещают данные заведения с целью просто поесть и сэкономить время на готовке. Среди таких заведений стоит выделить: кофейни, рестораны быстрого питания, уличную еду. На рисунке 1 представлен график распределения одиночных и групповых визитов от времени суток, из которого видно, что группами теперь собираются преимущественно вечерами и ходят в рестораны, тематические кафе, бары [4].

Обсуждение и заключение. Сфера общественного питания начинает восстанавливаться, но медленными темпами, так как выручка по отрасли до сих пор критически мала. Про полное восстановление сейчас говорить достаточно сложно. В период ослабления ограничений востребованность предприятий общественного питания постепенно возрастает, но все равно в меньших объемах. Люди стали меньше посещать общественные места и больше питаться в домашних условиях или пользоваться доставкой еды. Вследствие чего снизились средний чек в заведениях и продол-

Таблица 3

Процентное изменение расходов в 1 квартале 2021 года по отношению к 2020 году

Каналы продаж	Рынок в целом	Фастфуд	Рестораны и кафе	Кофейни и пекарни	Столовые	Розница
Прирост к прошлому году	-8%	+3%	-24%	-19%	-26%	+4%

Источник: [1 – Оборот предприятий общественного питания в 2021 г.].

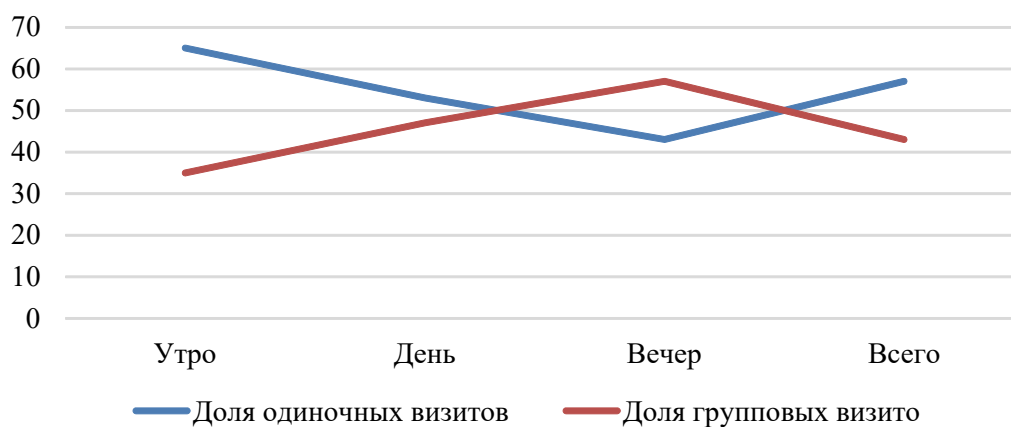


Рис. 1. Распределение визитов в течение суток

жительность посещения. Также у многих людей значительно сократился уровень доходов, а при низком спросе существующее количество заведений рынка попросту не требуется.

Скорее всего, многие коронавирусные ограничения исчезнут после пандемии, такие как ношение масок, социальное дистанцирование, временные ограничения. Другие меры, такие как частое мытье рук, санитайзеры для гостей, регулярная дезинфекция, с большей вероятностью, останутся, но не в качестве требований государства, а в целях личной безопасности. В целом, индустрия будет относиться

к чистоте более серьезно, принимая проактивный подход к профилактике заболеваний.

Также в борьбе с коронавирусом стоит выделить современные технологии, которые оказались незаменимым ресурсом в условиях пандемии – начиная с приложений-агрегаторов доставки, меню на основе QR-кодов и заканчивая бронированием и заказом через приложения. Эти инструменты будут продолжать работать в ресторанах и после окончания пандемии, вследствие чего отрасль будет все больше ориентироваться на современные технологии.

Список используемых источников:

1. Росстат – федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (Дата обращения: 28.05.2021).
2. Jones Lang LaSalle (JLL) – консалтинговая компания [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.jll.ru/> (Дата обращения: 28.05.2021).
3. NPD Group – аналитическая компания [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/worldwide/russia/russian-language/> (Дата обращения: 28.05.2021).
4. ТАСС – государственное информационное агентство [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/9759227> (Дата обращения: 28.05.2021).
5. РБК – ведущая российская компания, работающая в сферах масс-медиа и информационных технологий. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/10/07/2020/5f085bc89a794796d50c3017> (Дата обращения: 28.05.2021).
6. Левада-центр – аналитический центр [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.levada.ru/> (Дата обращения: 28.04.2021).
7. Давыдова О.А. Организационно-экономические механизмы развития транспортной инфраструктуры города Москвы. Диссертация кандидата экономических наук. Москва 2021
8. Madeira A., Palzo T., Mendes A.S. The Impact of Pandemic Crisis on the Restaurant Business // *Sustainability* 2021, 13, 40. Available online: <https://doi.org/10.3390/su13010040> (accessed on 28 May 2021).
9. Muller C. Will Dine-In Restaurants Survive the Pandemic? *Futurity*. 19 May 2020. Available online: <https://www.futurity.org/restaurants-after-covid-19-pandemic-2369632/> (accessed on 28 May 2021).
10. Alonso-Almeida M.d.M., Bremser K., Llach J. Proactive and reactive strategies deployed by restaurants in times of crisis: Effects on capabilities, organization and competitive advantage. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* 2015, 27, 1641–1661. Available online: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-03-2014-0117/full/html> (accessed on 28 May 2021).
11. Барышев И.Ю., Каурова О.В. Анализ социальных сетей, продвигающих предприятия общественного питания в Москве и Московской области // *OpenScience*. 2021. Т. 3. № 3. С. 12–17.
12. Малиновский Д.А., Малолетко А.Н. К вопросу о цифровизации рабочих мест // *OpenScience*. 2021. Т. 3. № 3. С. 4–11.
13. Романенко М.А., Стришко Д., Кирьянова Г.П. Мир в эпоху пандемии коронавируса // *OpenScience*. 2020. Т. 2. № 2. С. 71–77.

References:

1. Rosstat – Federal State Statistics Service. Available online: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (accessed on 28 May 2021).
2. Jones Lang LaSalle (JLL) – consulting company. Available online: <https://www.jll.ru/> (accessed on 28 May 2021).
3. NPD Group – analytical company. Available online: <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/worldwide/russia/russian-language/> (accessed on 28 May 2021).
4. TASS – state news agency. Available online: <https://tass.ru/ekonomika/9759227> (accessed on 28 May 2021).
5. RBC – leading Russian media and information technology company. Available online: <https://www.rbc.ru/economics/10/07/2020/5f085bc89a794796d50c3017> (accessed on 28 May 2021).

6. Levada Center – analytical center. Available online: <https://www.levada.ru/> (accessed on 28 April 2021).

7. *Davydova O.A.* Organizational and economic mechanisms for the development of the transport infrastructure of the city of Moscow. Dissertation of the Candidate of Economic Sciences. Moscow 2021

8. *Madeira A., Palrzo T., Mendes A.S.* The Impact of Pandemic Crisis on the Restaurant Business // *Sustainability* 2021, 13, 40. Available online: <https://doi.org/10.3390/su13010040> (accessed on 28 May 2021).

9. *Muller C.* Will Dine-In Restaurants Survive the Pandemic? *Futurity*. 19 May 2020. Available online: <https://www.futurity.org/restaurants-after-covid-19-pandemic-2369632/> (accessed on 28 May 2021).

10. *Alonso-Almeida M.d.M., Bremser K., Llach J.* Proactive and reactive strategies deployed by restaurants in times of crisis: Effects on capabilities, organization and competitive advantage. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* 2015, 27, 1641–1661. Available online: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-03-2014-0117/full/html> (accessed on 28 May 2021).

11. *Baryshev I.Yu., Kaurova O.V.* Analysis of social networks to promote a catering company in Moscow and the Moscow region // *OpenScience*. 2021. Vol. 3. No. 3. Pp. 12–17.

12. *Malinowski D.A., Maloletko A.N.* The issue of digitalization jobs // *OpenScience*. 2021. Vol. 3. No. 3. Pp. 4–11.

13. *Romanenko M.A., Strizhko D., Kir'yanova G.P.* the World in the age of pandemic of coronavirus // *OpenScience*. 2020. Vol. 2. No. 2. Pp. 71–77.

Материал поступил в редакцию: 10.07.2021.