

УДК 338.001.36

ТЕНДЕНЦИИ ПО ИЗМЕНЕНИЮ СПРОСА В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ В 2020 ГОДУ

© **Куликов В. И., 2020**

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассматривается ситуация, которая сложилась на рынке общественного питания в текущем году — в условиях непредвиденных ограничений, вызванных пандемией COVID-19, и последовавших за этим новых вызовов. Положение последних месяцев выявило изменения спроса на рынке и определило новые тренды — приоритет Fast food, системы онлайн-заказов и доставки, бурное развитие форматов пекарен/булочных и кофеен.

Ключевые слова: общепит, пандемия, онлайн-заказы, доставка, Fast food

В XXI веке точным индикатором ситуации в экономике — в российской в том числе — являются автомобильный рынок и сфера продуктового ритейла. Авторынок в период с 2012 по 2015 года, по данным Ассоциации Европейского бизнеса (АЕБ), сократился вдвое. В последующие годы рынок заметно вырос (в январе 2020 года лидеры — бренды Лада, Kia, Hyundai, Renault показали значительный рост, от 40 % до 65 %, — по сравнению с цифрами января 2016 года, данные АЕБ).

Что касается продуктового ритейла, он сталкивается с вынужденной экономией потребителей. Доля расходов на продукты питания в структуре семейного бюджета россиян довольно велика — по итогам 2019 года она составляла 30,2 % (данные агентства РИА Рейтинг), а по итогам 2015 года достигала и вовсе 43 %. Это вынуждает потребителей следить за ценами и быть более экономными.

При этом сфера общепита реагирует на экономические пертурбации иначе. В последние годы рынок находился в лучшем положении, чем тот же авторынок.

По оценке INFOLine, по итогам 2019 года оборот вырос на 4,5–4,8 %.

В первые два месяца 2020 года, еще до начала масштабной пандемии COVID-19, рост также имел место быть.

То есть несмотря на стагнацию или падение доходов, россияне, корректируя расходы в других сферах, от трат на питание вне дома не отказывались — спрос на услуги общепита сохранялся.

У этого есть ряд очевидных причин. Во-первых, отсутствие времени на то, чтобы готовить дома, во-вторых, необходимость тратиться на питание вне дома в рабочее время.

Еще одна глобальная причина — заимствование, особенно в крупных городах, западной модели потребления. После спада, случившегося в середине десятилетия, рынок стал расти. В первые 11 месяцев 2018 года, например, рост трат на питание вне дома составил 2 % (данные NPD Group) — не слишком большое значение, но само по себе показательное.

По итогам десяти месяцев 2019 года (цифры Росстата) объем рынка общественного питания вырос на 4,7 %. Рост обеспечили форматы fast food (в 2019 году — 51 % всего рынка) и fast casual, пекарни (идущие в спайке с кафе) и сети grab&go — ключевые тренды на рынке.

Главным же трендом за счет мощного роста спроса стало развитие онлайн-заказов. Этот рынок рос уже в 2019-м: у платформы Delivery Club

выручка в третьем квартале на 191 % превысила показатели того же периода 2018 года. «Яндексда» и вовсе показала 600 % роста выручки во втором квартале 2019 года (по сравнению с тем же периодом 2018-го).

Более того, траты на онлайн-заказы обогнали расходы на посещение заведений. Nilsen в исследовании, проведенном в ноябре 2018 года, фиксировало превышение среднего чека на заказ еды над чеком в ресторане/кафе — 1 250 рублей против 1 240 рублей. Разница незначительная, но подобное произошло впервые — прежде лидером был общепит. Причина смены приоритетов — в росте цен в заведениях общественного питания, прежде всего, в кафе и ресторанах. Основная часть онлайн-заказов — это все тот же фастфуд, где средний чек чуть выше, чем стоимость бизнес-ланчей. Такую еду заказывают и на дом, и в офис в течение рабочего дня.

Ситуация, возникшая весной 2020 года — введение ограничительных мер из-за пандемии — серьезно ударила по рынку общепита: он заметно просел. В мае рынок обвалился на 52,1 %, в июне — на 42,9 % (данные Росстата).

В целом за время самоизоляции (с апреля по июнь) убытки рынка общепита составили от 60% до 100 % (данные первого вице-президента Опоры России Павла Сигала) [1]. При этом спрос на услуги общепита сохранился, просто он не мог быть удовлетворен в полной мере. Ситуацию спасали онлайн-заказы. Правда, наладить доставку смогла только четверть всех заведений. Лидерами оказались, опять же, фастфуд-сети, которые оказались готовы к росту заказов онлайн, так как в последние годы активно вкладывались в развитие доставки.

В апреле-мае доставка из заведений фуд-сервиса в восьми крупных городах России выросла в полтора раза — если сравнивать с началом года (информация NPD). Например, число заказов Delivery Club в мае выросло втрое по сравнению с маем 2019-го. В апреле-мае к Delivery Club подключились 4500 новых ресторанов, а общее количество заведений-партнеров превысило 20 тысяч.

Рынок очень серьезно вырос и по итогам года может показать удвоение. Такие прогнозы делал в марте глава Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) Артем Соколов — по его мнению, оборот в 2020 году составит 248 млрд. рублей против 124 млрд рублей в 2019 году [2]. Послабление весенне-летних эпидемиологических ограничений не вернет рынок онлайн-заказов

продуктов питания и готовой еды на прежние позиции.

Согласно проведенным в мае исследованиям Роскачества и Аналитический центр НАФИ, 71 % потребителей заявляли о намерениях и дальше, невзирая на снятие ограничений, пользоваться этими сервисами.

В период самоизоляции в крупных городах выявилась интересная тенденция — рост спроса и Похожая ситуация складывалась в других российских городах.

числа заказов в заведениях общепита на окраинах и снижение показателей в центральных заведениях. Потребитель, вынужденно переведенный на удалённую работу или просто отправленный в отпуск, заказывал ланч там, где ближе, быстрее и дешевле. В апреле объем заказов в центральных районах столицы снизился на 15 % и на ту же величину прирос на окраинных округах Москвы [3].

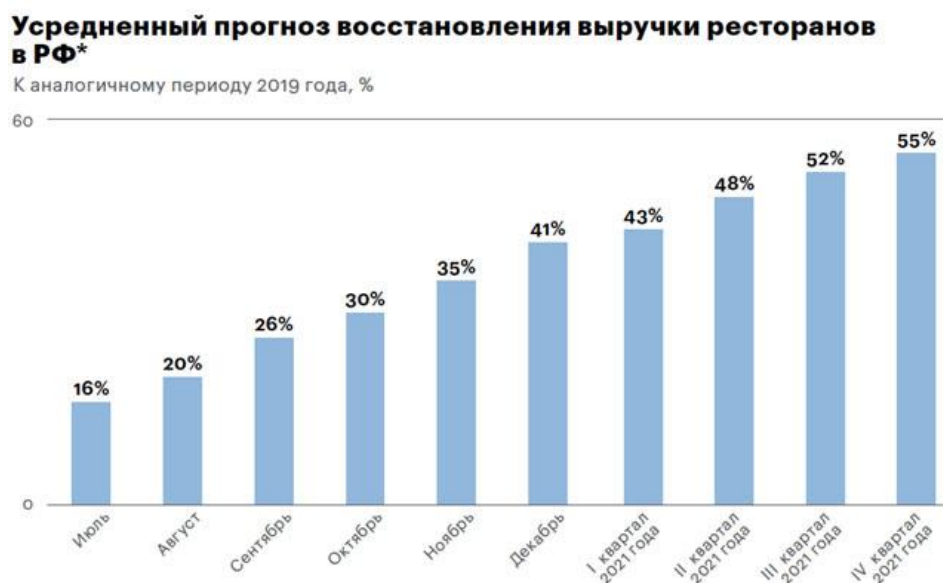


Рис. 1. Усредненный прогноз восстановления выручки ресторанов в РФ (к аналогичному периоду 2019 года)

В Петербурге (данные Delivery Club) доля заказов в Центральном районе снизилась почти на 2 %, тогда как на окраинах зафиксирован 20-процентный (в сравнении с докарантинным периодом) рост.

По окончании жестких карантинных мер спрос на рынке общепита начал расти, средний чек также стал по своим показателям приближаться к докарантинным, однако до прежних значений рынок не добрался. Новых заведений стало открываться в пять раз меньше, чем прежде (данные за первое полугодие 2020). На восстановление докарантинного уровня спроса уйдет полгода-год. Тем временем будет расти спрос на фастфуд, булочные/пекарни и кофейни — сервисы, где меньше чек и время на приготовление-доставку.

По мнению Марка Карена, генерального директора «Макдоналдс» в России, кризис, вызванный, в том числе пандемией, ударив по доходам большего числа российских семей, «приведет к повышенной ценовой чувствительности». Как следствие, в сфере общепита классические рестораны будут терять позиции, а заведения формата Fast food — свои позиции укреплять [4].

Рост рынков быстрого питания и доставки стимулирует внедрение технологических новаций в

этих сферах. Отечественный потребитель в этом смысле демонстрирует гибкость и открытость, с готовностью используя новые упрощающие жизнь и экономящие время сервисы. Например, POS-терминалы. В Москве и Петербурге, как следует из исследования Poster, 50 % чеков в заведениях общественного питания закрывается с помощью именно POS-терминалов.

Отдельный тренд — бурное развитие булочных/пекарен и кофеен. Рост начался несколько лет назад. Именно пекарни были лидерами в наращивании объемов на рынке общепита в последние пару лет. Причины такого роста — удобство расположения (заведений много, в том числе в шаговой доступности от мест проживания клиентов), скорость обслуживания.

Потребить хочет «получить качественный продукт за минимальное количество времени», писал «Деловой Петербург» в ноябре 2019-го: «Новое поколение больше рассматривает еду как топливо, нежели культ питания» [5].

То же касается и кофеен, предлагающих напитки быстро и недорого, и что ценно в условиях пандемии, навывнос, с минимальным контактом между продавцом и клиентом. Кроме того, сыграла свою роль и специфика отечественных кофеен, где есть не только напитки, но и еда. Доля еды как

таковой в обороте кофеен сегодня составляет в среднем треть [6].

Выигрышное в некоторой степени — по сравнению с ресторанами и кафе — положение пекарен и кофеен в любом случае не гарантирует этим бизнесам спокойной жизни в посткарантинную эру: они, как и все остальные участники рынка, должны отвечать на множественные вызовы. Снижение доходов потребителей, более тщательный, более экономный выбор в процессе заказа, ставят и их перед необходимостью быть более гибкими, искать способы сохранить себя в новых непростых условиях. ■

1. «Не заработали на обед: ресторанный бизнес продолжает нести убытки». <https://expert.ru/2020/07/31/ne-zarabotali-na-obed-restorannyij-biznes-prodolzhaet-nesti-ubyitki/>

2. «Эксперты считают, что оборот рынка доставки продуктов и еды может удвоиться» <https://tass.ru/ekonomika/8068259>

3. «В центре не осталось едоков» <https://www.kommersant.ru/doc/4323729>

4. «Учиться заново: «Макдоналдс» — о будущем индустрии общественного питания». <https://pro.rbc.ru/demo/5ea96a7b9a7947345642975e>

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

«Не заработали на обед: ресторанный бизнес продолжает нести убытки». <https://expert.ru/2020/07/31/ne-zarabotali-na-obed-restorannyij-biznes-prodolzhaet-nesti-ubyitki/>

2. «Эксперты считают, что оборот рынка доставки продуктов и еды может удвоиться» <https://tass.ru/ekonomika/8068259>

3. «В центре не осталось едоков» <https://www.kommersant.ru/doc/4323729>

4. «Учиться заново: «Макдоналдс» — о будущем индустрии общественного питания». <https://pro.rbc.ru/demo/5ea96a7b9a7947345642975e>

5. «Сладкого много не бывает» https://www.dp.ru/a/2019/11/14/Sladkogo_mnogo_ne_bivaet

5. «Сладкого много не бывает» https://www.dp.ru/a/2019/11/14/Sladkogo_mnogo_ne_bivaet

6. «Кто испечет круассан» <https://expert.ru/expert/2020/38/kto-ispechet-kruassan>

6. «Кто испечет круассан» <https://expert.ru/expert/2020/38/kto-ispechet-kruassan/>

Demand trends in catering in 2020

© **Kulikov V., 2020**

The article describes the situation on the catering market this year, which arose as a result of unforeseen restrictions caused by the COVID-19 pandemic and some of its consequences. The situation in recent months has revealed changes in market demand and identified new trends, such as the priority of fast food, online ordering and delivery systems, the rapid development of bakeries/bakerie shops and coffee houses.

Keywords: catering, pandemic, online orders, delivery, Fast food, COVID-19 trends