

## АНАЛИЗ ОТРАСЛИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ВО ВРЕМЕНА НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Никулина С.И. студент 4 курса факультета агротехнологий,  
земельных

ресурсов и пищевых производств

Научный руководитель – Ерисанова О.Е., доктор

сельскохозяйственных наук, профессор

ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ

***Ключевые слова:** индустрия питания, экономическая нестабильность, цена, бизнес-ланч*

*В статье представлен анализ проблем в общественном питании во времена самоизоляции и экономической нестабильности. Представлен один из способов выхода из сложившейся обстановки, такой как совершенствование гибких цен на «бизнес-ланч» и его состав блюд.*

Российские эксперты в области ресторанной индустрии прогнозируют в ближайшее время падение оборотов на ресторанном рынке на 15-20% [1]. Времена пандемии и экономической нестабильности в связи с международными санкциями в стране влияет на сферу досуга и развлечений, к которой относятся кафе и рестораны. В России серьезно «просел» сегмент дорогих ресторанов. Демократичные сети (Гуд-ланч, Му – Му, Шоколадница), пострадали чуть меньше. В лучшем положении пекарни и кулинарные лавки. Эксперты ресторанного бизнеса отмечают снижение посещаемости примерно на 10 процентов. Можно сказать, что различные заведения общественного питания – это своего рода индикатор платежеспособности рынка. Если у людей нет денег, они не могут позволить полноценно питаться вне дома. Все это отражается на посещаемости заведений и выручке. Организация доставки и продажи еды на вынос во время самоизоляции осталась для заведений практически единственным способом хоть как-то легально работать и покрыть основные затраты. Таким образом, главная цель предприятий общественного питания, на современном этапе развития рынка услуг

гостеприимства – не потерять качество, не потерять клиентов, продолжать оказывать услуги.

Как свидетельствует анализ литературных источников по теме «Современные проблемы общественного питания» - принципиальных различий в посещаемости ресторанов в период «бизнес-ланч» до экономического спада и во время него как в обеих столицах, так и в регионах не наблюдается [2]. Дело в том, что кризис в основном отразился на вечернем заполнении и среднем чеке в это время, а за частую и полного отсутствия клиентов в связи с режимом самоизоляции. Сейчас же посетители возвращаются в систему общественного питания. Люди как обедали, так и обедают, благо большинство ресторанов оперативно отреагировало на изменившиеся экономические условия в мире (введение в оборот продуктов от местных фермерских хозяйств, организация дистанцирования клиентов и конечно сокращение штатов, как не прискорбно об этом упоминать). Многим заведениям пришлось пересмотреть свои предложения в обеденное время, например снизить себестоимость или увеличить (уменьшить) порции. Заведения общепита, которые в принципе не делали подобных предложений своим гостям, были вынуждены их сформировать и оперативно внедрять в своё производство.

«Бизнес-ланч» давно приобрёл широкую популярность и стал неотъемлемой частью жизни современного человека. Такое название время обеда (с 12.00 -до 15.00) пришло к нам из англоязычных стран., и представляет собой набор нескольких блюд, как правило, супа, салата, горячего с гарниром и напиток. В России еще в начале 2000-х годов популярные столичные рестораны и кафе начали предлагать своим посетителям «деловые меню» в обеденное время [3].

На сегодняшний день оптимальные цены на «бизнес – ланч» еще формируются, так как экономический кризис ещё продолжается. Цены будут корректироваться постоянно, так как меняются курсы валют (которые влияют на стоимость закупки товаров), меняется психология потребителя (покупатель начинает более внимательно относиться к своим расходам, исключая из них ненужные или неважные) и так далее. Необходимо помнить, что оптимальная цена на определенный момент времени – это та цена, которую сегодня потребитель психологически готов платить за некоторый набор товаров или услуг.

Следовательно, необходимо поддерживать, изучать и развивать систему «бизнес – ланч» в сегменте общественного питания с целью привлечения посетителей в рестораны и кафе. Если подводить итог, то бизнес-ланч действительно может стать заявкой на победу во времена экономического спада, но ресторатору стоит соблюдать нехитрые правила: предлагать разнообразие блюд, хорошие цены и быстро обслуживать гостей.

### **Библиографический список:**

1. Гаврилов, Д.Е. Особенности антикризисного управления на предприятиях общественного питания / Д.Е. Гаврилов, С.Т. Далаатказин // Сборник научных статей международной интернет-конференции. – 2022. –С. – 104-112.

2. Седельников, В.М. Результаты исследования пространственной трансформации рынка общественного питания России / В. М. Седельников // Материалы VI Международного симпозиума по региональной экономике «Межтерриториальное неравенство: проблема или драйвер развития». – 2021. –С. - 121- 126.

3. Австриевских, А.Н. Управление качеством на предприятиях пищевой и перерабатывающей промышленности / А.Н. Австриевских, В.М. Кантаре, И.В. Сурков. Новосибирск: СУ. - 2011. - 268 с.

## **ANALYSIS OF THE CATERING INDUSTRY IN TIMES OF UNSTABLE ECONOMIC SITUATION**

**Nikulina S.I.**

**Keywords:** *food industry, economic instability, price, business lunch*

*The article presents an analysis of problems in public catering in times of self-isolation and economic instability. One of the ways out of the current situation is presented, such as improving flexible prices for "business lunch" and its composition of dishes.*