

УДК 641.6

ПРИЧИНЫ РОСТА СПРОСА К ПРОДУКЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА В РОССИИ

REASONS FOR INCREASING DEMAND FOR PUBLIC FOOD PRODUCTS DURING THE CORONAVIRUS PANDEMIC IN RUSSIA

Чочаева Т. Ж.

студентка 3 курса биотехнологического факультета,
направление пищевая биотехнология

ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»

*Научный руководитель: Лосевская Светлана Александровна
кандидат с.-х. наук, доцент кафедры пищевых технологий и*

товароведения

ФГБОУ ВО Донской ГАУ

Аннотация: В данной статье рассмотрены приемы для быстрого роста спроса к продукции общественного питания в период пандемии коронавируса.

Одним из распространённых приемов для быстрого роста спроса к продукции общественного питания, являются скидки и акции. Потребители положительно реагируют на подобные предложения, охотно приобретая продукцию по акции. У каждого заведения в ресторанном бизнесе есть свои блюда, которые являются визитными карточками заведения. Будет целесообразно разработать акции именно для этих блюд. Таким образом, заведение сможет увеличить объёмы выручки, а также повысить уровень бренда.

Ключевые слова: Коронавирус, пандемия, COVID-19, общепит, Роспотребнадзор, рестораны, ограничения, сокращения объектов ОП, специализированные сервисы доставки еды.

Abstract: This article discusses techniques for the rapid growth of demand for public catering products during the coronavirus pandemic. Discounts and promotions are one of the common methods for the rapid growth of demand for public catering products. Consumers respond positively to such offers, willingly purchasing products for the promotion. Each institution in the restaurant business has its own dishes, which are the hallmarks of the institution. It will be advisable to develop promotions specifically for these dishes. Thus, the establishment will be able to increase its revenue, as well as raise the brand level.

Key words: *Coronavirus, pandemic, COVID-19, catering, Rospotrebnadzor, restaurants, restrictions, reduction of OP facilities, specialized food delivery services.*

Первые случаи заболевания коронавирусом в России были выявлены 31 января 2020 года [4]. 2 февраля коронавирусная инфекция была внесена в перечень заболеваний, представляющих опасность для окружающих.

Для борьбы с распространением вируса российское правительство закрыло участки границы с КНР на Дальнем Востоке, ограничило пересечение границы с Монгoliей, отменило рабочие визы для китайских граждан, из провинции Хубэй вывезли находившихся там россиян. На ресторанный бизнес коронавирус оказал огромное влияние. В условиях карантина предприятия общепита в прежнем режиме работать не смогли, из-за чего понесли огромные убытки.

Общественное питание - это та отрасль, основу которой составляют предприятия, характеризующиеся единством форм организации производства и обслуживания потребителей. Одна из самых популярных - индустрия питания. С введением карантина, большинство заведений переориентировалось на доставку блюд. Например, если в феврале услугу оказывали немногим более 40% ресторанов, то месяцем спустя их доля увеличилась на 18%. Ещё 9% предприятий планировали запустить доставку в ближайшее время.

Если смотреть по регионам, то в столице количество заведений, оказывающих такие услуги, в марте увеличилось с 51% до 66% (причём большинство из них для доставки пользуется помощью агрегаторов), а в других городах — с 40% до 58%. Там превалирует доставка блюд собственными силами. Некоторые заведения используют оба варианта: еду доставляют как сотрудники привлечённых служб доставки, так и свои курьеры.

Также изучались: оборот в ресторанах в период с 16 по 22 марта (оказалось, что его падение на себе ощутили 84% заведений, причём у большинства из них оборот уменьшился в среднем на 45%); запас прочности (около 25% респондентов отметили, что их сбережений хватит на 30 дней, у 13% — на 60 дней, у 2% — на 6 месяцев); планы собственников ресторанов (так, 23% из них планировали замораживать бизнес, 9% — закрываться, почти треть респондентов на тот момент ещё не определились со своими планами).

Таким образом, пока в России не прекратится пандемия коронавируса, многие заведения должны приложить максимум усилий, чтобы организовать оперативную доставку еды на дом. Во-первых, ненужно рисковать, выходя из дома за продуктами. Во-вторых заказав блюдо в любимом заведении, вы поднимите себе настроение. В условиях карантина, заказ готовой еды многим облегчает жизнь. Для ресторанов доставка - это возможность сохранить персонал. Сотни тысяч людей останутся без работы, тысячи предпринимателей разорятся. Уже сейчас в России общепит внесен в перечень 9 наиболее пострадавших от эпидемии коронавируса отраслей экономики, которым будет оказана дополнительная поддержка государства. Роспотребнадзор подготовил рекомендации для поэтапного запуска работы кафе и ресторанов, которые были закрыты для посетителей. [1] Конечно, общепит всего мира находится в глубочайшем кризисе, и чем дольше продлится карантин, тем меньше у людей будет средств на доставку еды.

Если рестораны и кафе не придумают для доставки каких-то специальных предложений, им будет очень сложно, потому что заказывать доставку просто так, чтобы поужинать, не многие могут себе позволить. Поэтому предприятия общепита должны оптимизировать расходы, пересмотреть маркетинговую политику, быть социально направленными. Они должны разработать план, который поможет поддержать бизнес изнутри. [2]. Для этого предприятия общепита расширяет меню: пекут пиццу, вводят куличи и другую сдобу, хачапури, предлагают пасту, сэндвичи.

В случае готовых блюд из ресторанов общественного питания должна присутствовать информация об используемых ингредиентах, способах обработки продуктов, сроки годности и масса. Также на упаковке обязательны сведения об изготовителе и нормативных документах, в соответствии с которыми продукция сделана. Если была оформлена доставка еды из магазина или супермаркета, то на пачке или контейнере должны присутствовать такие сведения: дата изготовления и срок годности товара; адрес производителя; особенности хранения.

Чтобы стабилизировать ситуацию, руководству нужно принимать управленические решения и предпринимать локальные меры в рамках каждой точки продаж, чтобы сориентировать свой бизнес под особенности спроса и предложения своей аудитории граждан.

Поэтому услуги питания и обслуживания должны быть в любой момент конкурентоспособными и при любых ситуациях выдержать натиск пандемии коронавируса.

Список литературы:

1. Как эпидемия коронавируса отразилась на сетях общепита. URL:<https://blog.burocrat.ru/business/609-kak-epidemiya-koronovirusa-otrazilas-na-setyah-obshchepita.html> (Дата обращения 14.03.2022).
2. Как коронавирус отразился на общепите в Узбекистане. URL:<https://themag.uz/post/kak-koronavirus-otrazilsja-na-obshhepite-uzbekistana-mnenija> (Дата обращения 15.03.2022).
3. Ресторанный бизнес и коронавирус-<https://bbooster.online/stati/restorannyj-biznes-i-koronavirus.html> (Дата обращения 15.03.2022)
4. Первые случаи заражения коронавирусом в России: <https://ren-tv.turbopages.org/turbo/ren.tv/s/news/v-rossii/655216-vyjavleny-pervye-sluchai-zarazheniya-koronavirusom-v-rossii> (Дата обращения 15.03.2022)