

# Влияние пандемии COVID-19 на рынок кейтеринга в России 2021

2-е издание  
2021 RBC Moscow



 РБК  
ИССЛЕДОВАНИЯ  
РЫНКОВ

ПАРТНЕР-ИССЛЕДОВАНИЯ:

 **АКБС**  
АССОЦИАЦИЯ КЕЙТЕРИНГОВ  
И БАНКЕТНЫХ СЛУЖБ

## ОГЛАВЛЕНИЕ

---

<b>Оглавление</b> .....	<b>2</b>
<b>Все исследования ресторанного рынка</b> .....	<b>3</b>
<b>Исследование влияния пандемии COVID-19 на рынок кейтеринга в России</b> .....	<b>4</b>
Структура рынка кейтеринга .....	4
Конкуренция на рынке кейтеринга .....	6
Финансовые показатели кейтеринговых компаний: итоги 2020, ожидания от 2021 года .....	7
Опыт пандемии COVID-19.....	12
<b>Список диаграмм</b> .....	<b>16</b>

# ВСЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕСТОРАННОГО РЫНКА



Ознакомиться с исследованиями можно по ссылке: <https://marketing.rbc.ru/landings/103/>

## ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РЫНОК КЕЙТЕРИНГА В РОССИИ

В 2021 году пандемия COVID-19 продолжает оказывать значительное влияние как на мировую, так и на российскую экономику. В условиях затяжной пандемии ресторанный бизнес и кейтеринг оказались в числе наиболее пострадавших сегментов потребительского рынка. С одной стороны, компании столкнулись с падением спроса из-за постоянных ограничений и сокращения доходов россиян. С другой стороны, операторы рынка оказались в ситуации постоянного роста издержек из-за высоких показателей потребительской инфляции, а также роста расходов на соблюдение санитарных норм в своих заведениях и во время выездного обслуживания.

Для оценки степени влияния коронавируса на рынок кейтеринга в России «РБК Исследования рынков» совместно с «Ассоциацией Кейтерингов и Банкетных Служб» провели второй ежегодный опрос экспертов. Наряду с текущей ситуацией, проведенное исследование позволило отразить текущие настроения, а также оценить направления, в котором движутся игроки рынка. Опрос проводился в сентябре 2021 года. В исследовании участвовали свыше 50 представителей высшего руководства российских кейтеринговых компаний.

Сроки проведения опроса: 30 августа – 27 сентября 2021 г.

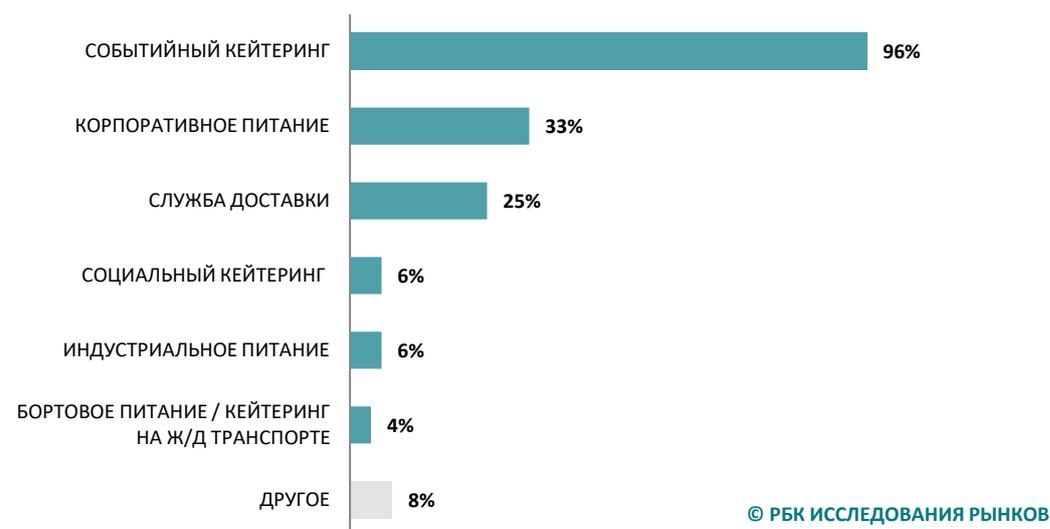
Объем выборки – 51 эксперт.

### Структура рынка кейтеринга

Согласно результатам исследования 2021 года, почти все компании на российском рынке кейтеринга занимаются событийным обслуживанием клиентов. Наиболее частыми услугами в этой сфере являются частные мероприятия, например, организация выездного ресторанного обслуживания для свадеб, праздников, торжеств, юбилеев, а также корпоративные мероприятия для сотрудников или клиентов компаний-заказчиков.

33% опрошенных кейтеринговых компаний работают в сегменте корпоративного питания, а 25% также представлены на рынке доставки готовой еды. В прошлом году доля подобных компаний была выше и составляла более 30%. Тем не менее, по итогам опроса 2021 года число кейтеринговых компаний, занимающихся доставкой, сократилось. Это связано с высокой конкуренцией на рынке доставки готовой еды с классическими ресторанами и кафе, а также со специализированными сервисами.

**Рис. 1. Основные профили бизнеса среди российских кейтеринговых компаний, 2021 г., % опрошенных компаний**

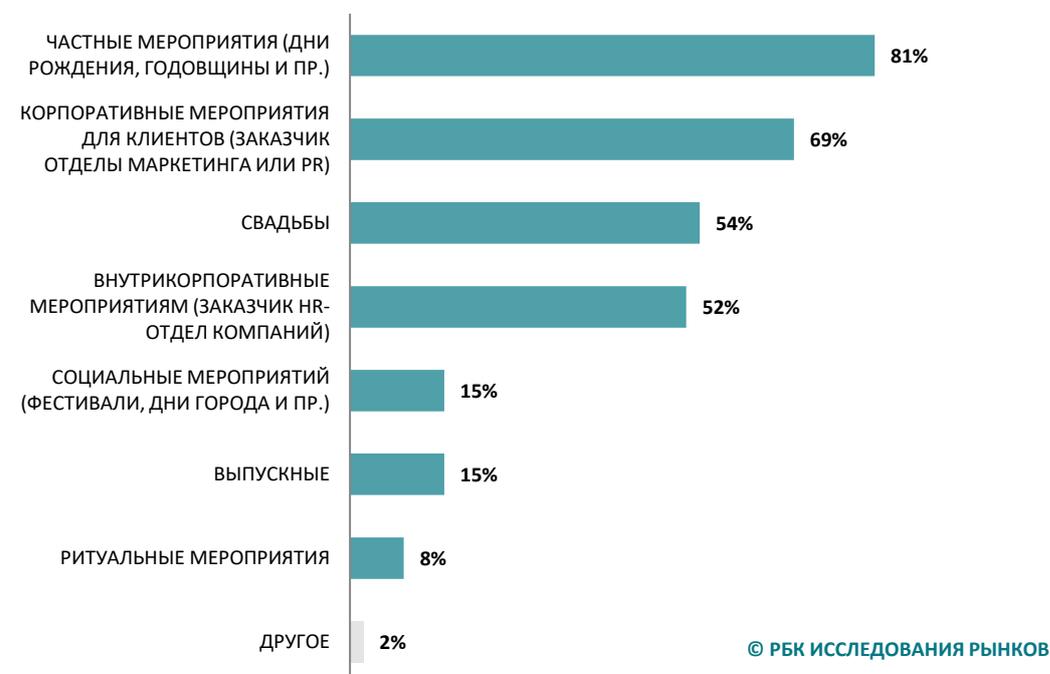


Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2021 года

Сумма не равна 100%, поскольку эксперты могли выбрать несколько вариантов ответа

Остальные сегменты суммарно занимают не более 10-12% от общего объема рынка. Как и в прошлом году, можно с уверенностью утверждать, что российский рынок кейтеринга крайне уязвим к эпидемии коронавирусной инфекции, поскольку участники рынка сосредоточены прежде всего на обслуживании больших групп людей, собирающихся вместе.

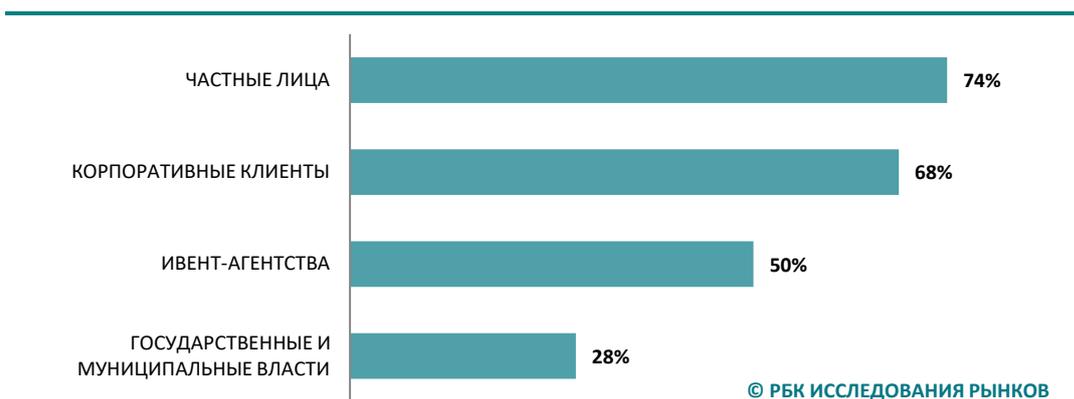
**Рис. 2. Наиболее востребованные виды событийного кейтеринга на российском рынке, 2021 г., %**



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2021 года

Сумма не равна 100%, поскольку эксперты могли выбрать несколько вариантов ответа

**Рис. 3. Основной профиль клиентов кейтеринговых организаций в России, 2021 г., %**



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2021 года

Сумма не равна 100%, поскольку эксперты могли выбрать несколько вариантов ответа

## Конкуренция на рынке кейтеринга

В условиях сложной ситуации с пандемией COVID-19, тормозящей массовой вакцинации населения и введения новых ограничений на деятельность розницы кейтеринговые компании не отмечают снижения уровня конкуренции на рынке. В 2020-2021 гг. более половины опрошенных экспертов уверены, что количество конкурентов на рынке как минимум не уменьшилось. Подобные ответы экспертов обусловлены сложной экономической ситуацией, в которой на рынке кейтеринга разворачивается борьба буквально за каждого клиента.

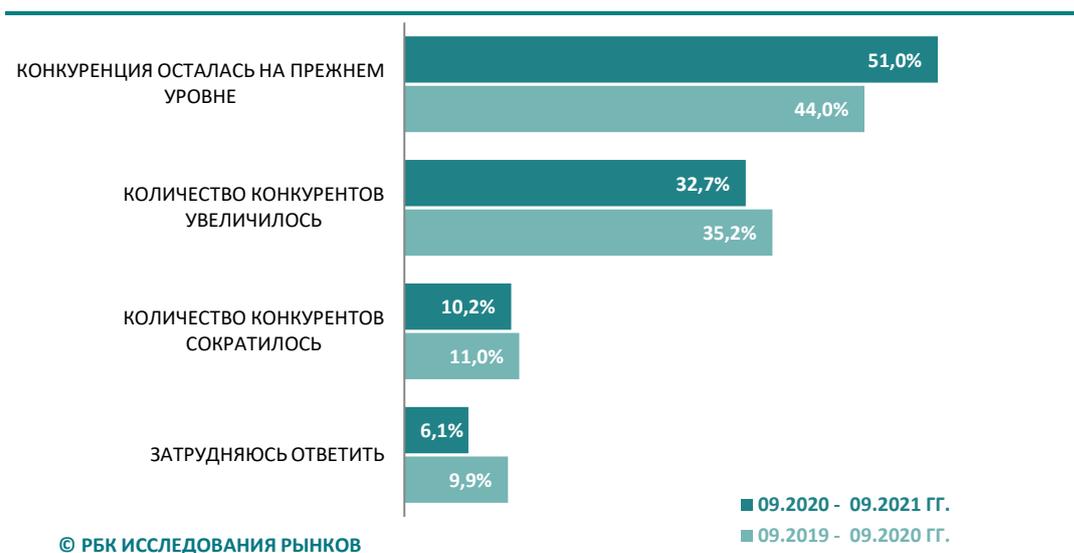
Если острая фаза пандемии продлится еще как минимум год, то это приведет к существенному очищению рынка кейтеринга, с которого будут вынуждены уйти те компании, у кого практически не осталось запаса финансовой прочности. По состоянию на конец октября 2021 года сценарий продолжения пандемии на протяжении 2022 года видится наиболее вероятным, однако ситуация может достаточно быстро измениться в лучшую сторону в случае естественных процессов жизненного цикла вирусных инфекций и решительных действий Правительства по «принудительной» вакцинации населения.

**Рис. 4. «Как Вы оцениваете динамику уровня конкуренции на рынке кейтеринга за последний год?», сентябрь 2020 г. – сентябрь 2021 г., % от опрошенных компаний**



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2021 года

**Рис. 5. Динамика ответов на вопрос: «Как Вы оцениваете динамику уровня конкуренции на рынке кейтеринга за последний год?», сентябрь 2020 г. – сентябрь 2021 г., % от опрошенных компаний**



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2021 года

## Финансовые показатели кейтеринговых компаний: итоги 2020, ожидания от 2021 года

Опрос российских кейтеринговых компаний позволил оценить финансовое состояние отрасли до начала пандемии COVID-19, во время острой фазы локдауна, а также на протяжении остатка 2020 года и в 2021 году.

По итогам 2019 года выручка российских компаний, работающих на рынке кейтеринга, увеличилась на 18%. Поскольку основной бизнес кейтеринговых компаний связан с выездным ресторанным обслуживанием, а заказчиками подобных услуг являются как бизнес, так и частные лица, то подобные результаты свидетельствовали о продолжении тренда по восстановлению всей российской экономики в целом.

Однако во время фазы локдауна в начале пандемии COVID-19 в 2020 году ситуация перевернулась на противоположенную. Рынок кейтеринга оказался в числе наиболее пострадавших сегментов российского общественного питания. За период апреля-июля 2020 года выручка кейтеринговых компаний сократилась практически на две трети – на 63%, что превышает пиковое падение всего рынка общественного питания, которое было отмечено во II квартале 2020 года и составляло около 50%.

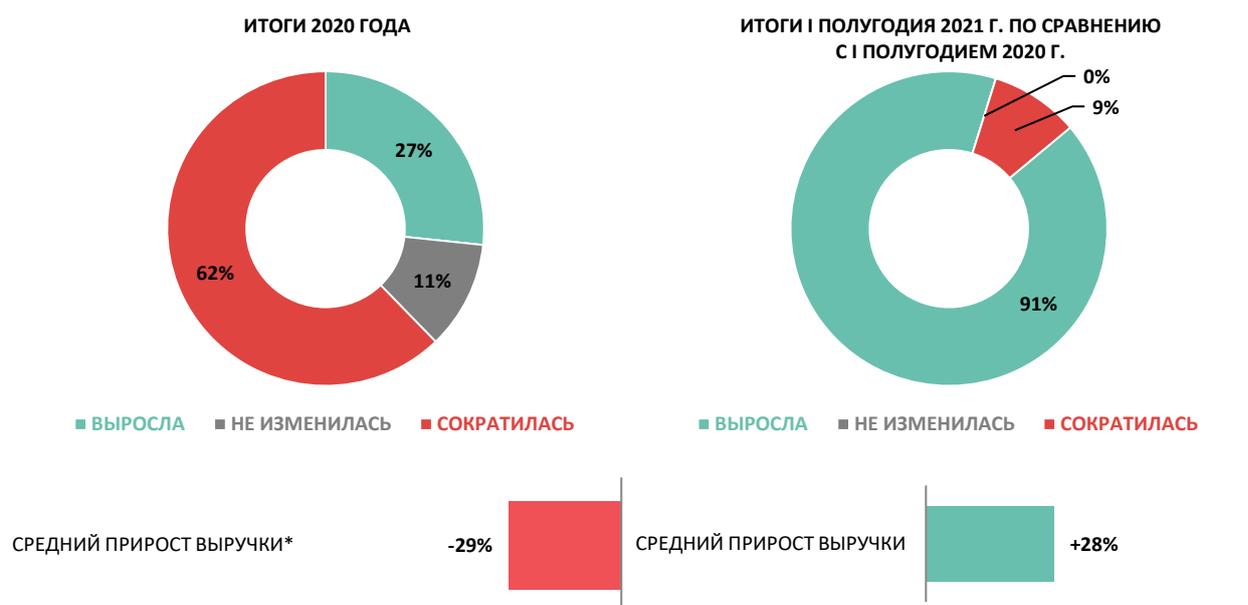
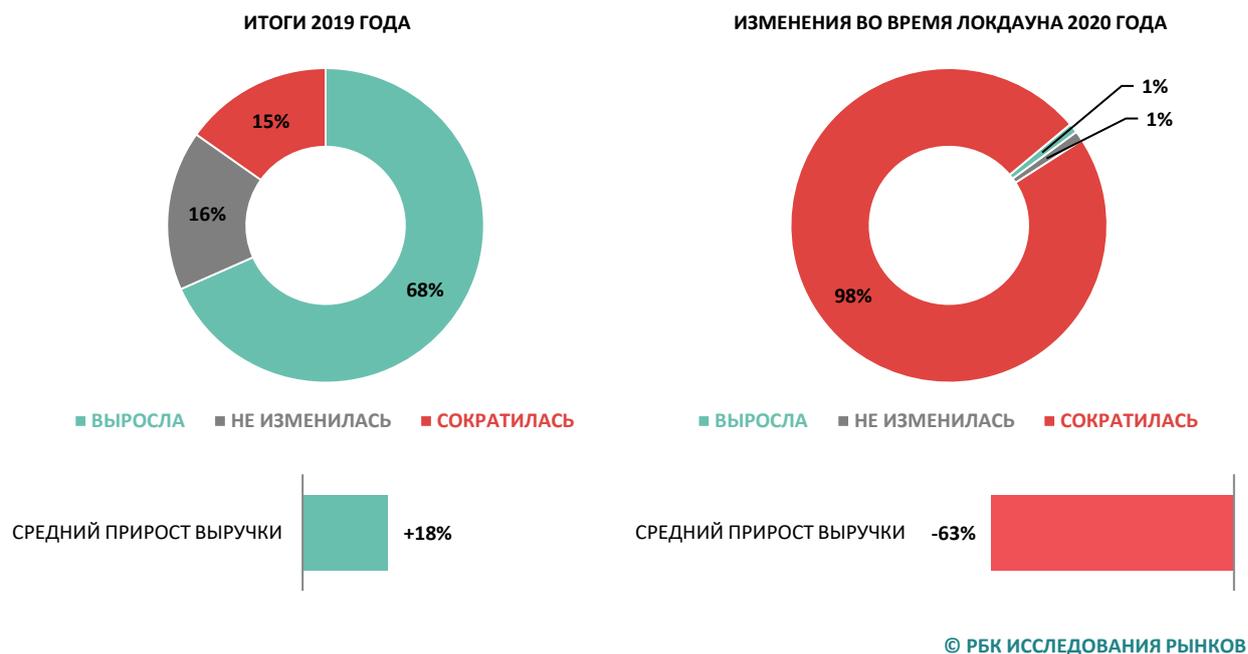
В целом согласно опросу представителей рынка кейтеринга в 2020 году падение выручки составило 18%. По оценкам «РБК Исследований рынков», оборот кейтеринговых организаций упал сильнее – на 29%, что близко к значениям сокращения всего рынка общественного питания в 2020 году, которое составило 22,5%. Главной причиной сокращения оборота сегмента стало обвальное сокращение спроса на событийный кейтеринг. В условиях отмены массовых мероприятий и опасений граждан за свое здоровье весной-летом 2020 года количество подобных заказов сократилось практически до нуля.

За первое полугодие 2021 года опрошенные участники рынка кейтеринга отмечали устойчивое восстановление спроса. Например, суммарный оборот компаний вырос за первое полугодие в среднем на 28% по сравнению с I полугодием 2020 года. Главными причинами роста выручки эксперты отмечали активизацию потребительского спроса со стороны населения, а также собственные действия по стимулированию

данного спроса, включая активную работу в социальных сетях, улучшение ассортимента предложения блюд и напитков, а также запуск собственной доставки.

Однако поскольку именно в I полугодии 2020 года наблюдались серьезные антиковидные ограничения, связанные с массовым закрытием объектов розничной торговли, заведений общественного питания и сферы услуг, говорить о полноценном восстановлении рынка кейтеринга до уровня 2019 года преждевременно. Кроме того, начиная с конца октября 2021 года в России возвращаются суровые карантинные ограничения в виде закрытия объектов торговли и услуг, а также повсеместное введение QR-кодов на посещение ресторанов и кафе. Это связано со сложным течением пандемии COVID-19 на фоне проблем с массовой вакцинацией населения.

**Рис. 6. Финансовые результаты кейтеринговых компаний в 2019 – I половине 2021 г. (согласно результатам опроса экспертов), % от опрошенных компаний**

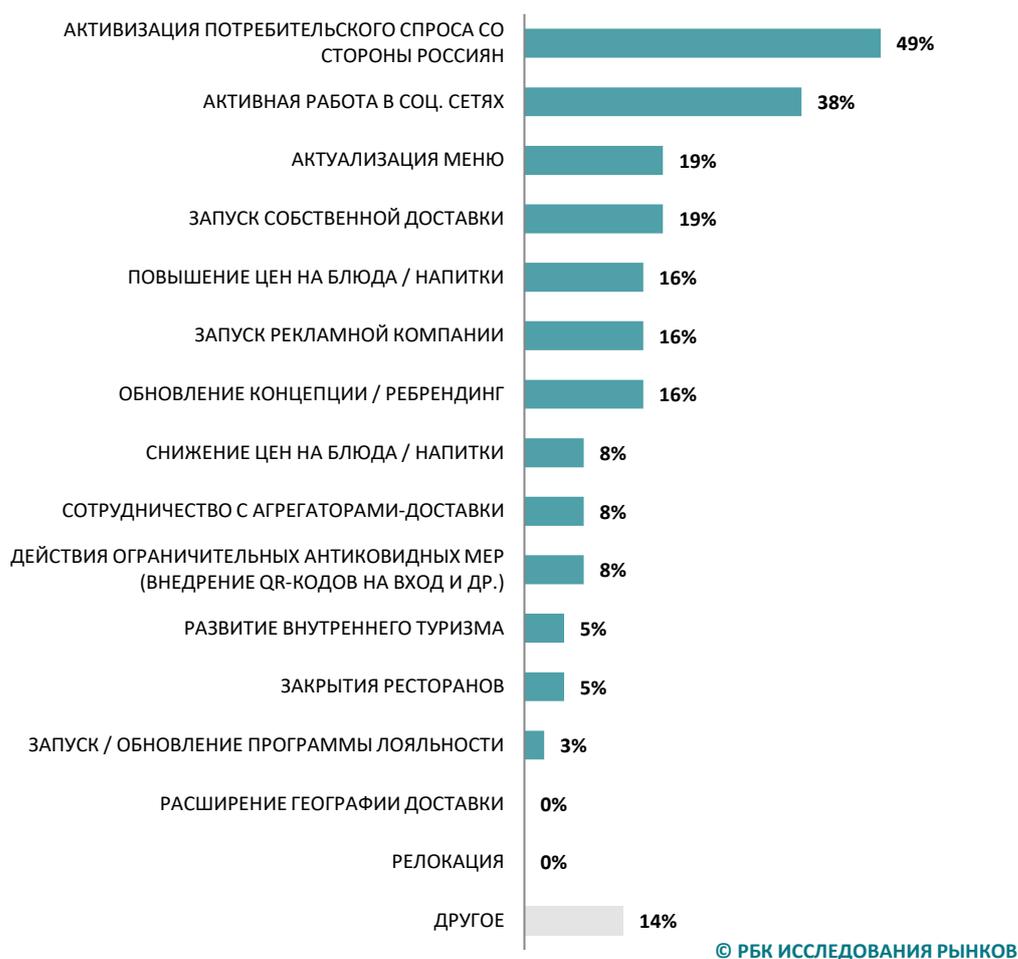


Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2021 года. \* – оценка «РБК Исследований рынков»

Тем не менее, мы ожидаем, что полноценный локдаун вряд ли продлится продолжительное время, тогда как введение QR-кодов может стать постоянной мерой до тех пор, пока не будут достигнуты целевые показатели по вакцинации россиян (то есть не менее 80-90% от взрослого населения).

В таких условиях 2022 год также ожидается сложным для российского рынка общественного питания в целом и для сегмента кейтеринга в частности. Прогнозировать ситуацию с развитием пандемии сейчас крайне затруднительно, но очевидно, что 2022 год скорее всего станет определяющим для однозначного понимания будущего течения эпидемии как в России, так и в мире в целом.

**Рис. 7. Основные причины роста оборота кейтеринговых компаний, 2021 г., % от опрошенных компаний**

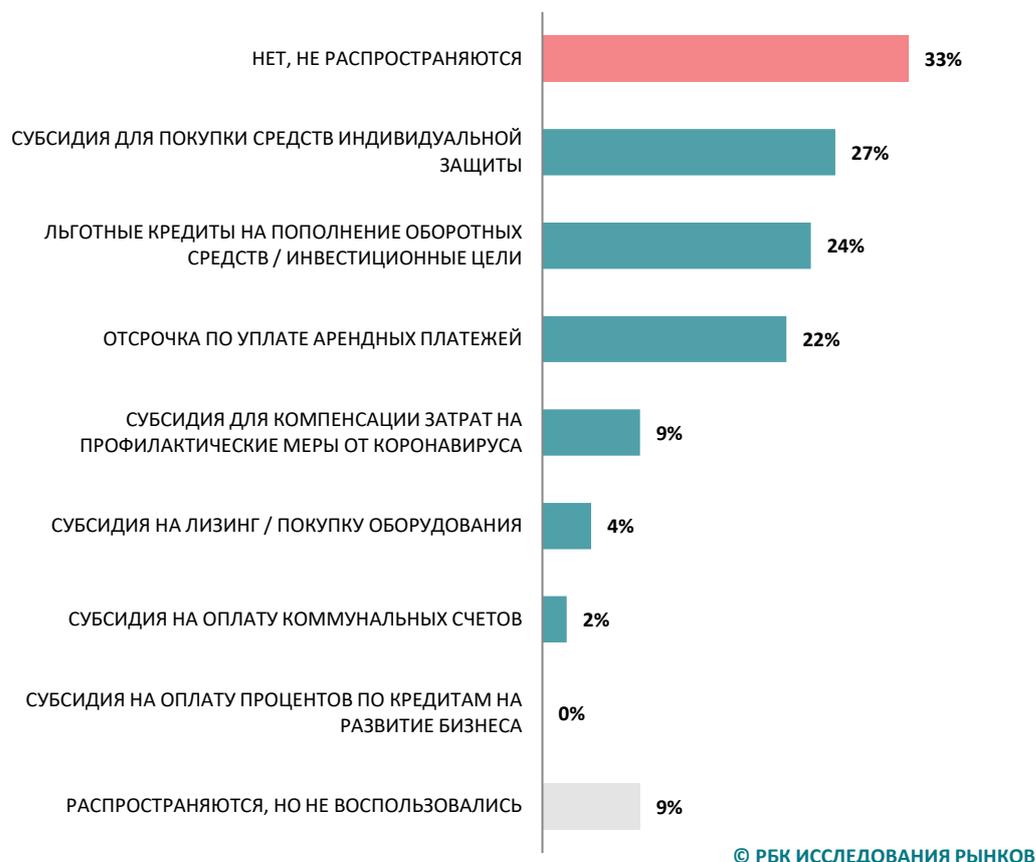


Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2021 года

На вопрос о том, распространяются ли на их бизнес какие-либо из анонсированных мер государственной поддержки, большинство респондентов ответили нет, в отличие, например, от ситуации с опросом представителей ресторанной индустрии, проведенного в сентябре 2021 года «РБК Исследованиями рынков» совместно с ФРИО<sup>1</sup>. Тем не менее, более 20% экспертов отметили, что они смогли получить льготы по отсрочке арендных платежей, а также льготные кредиты и субсидии на покупку средств индивидуальной защиты для посетителей и собственных сотрудников.

<sup>1</sup> <https://marketing.rbc.ru/research/34073/>

**Рис. 8. «Распространяются ли на Ваш бизнес какие-либо из анонсированных мер государственной поддержки? Если да, то какими из них Вы воспользовались?», 2021 г., % от опрошенных компаний**



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2021 года

Сумма не равна 100%, поскольку эксперты могли выбрать несколько вариантов ответа

Также в процессе проведения опроса экспертам задавался вопрос о том, насколько повлияет на их бизнес новый закон, который освобождает от НДС рестораны и кафе с оборотом менее ₽2 млрд. Однозначного отношения к будущей налоговой льготе не было выявлено. Треть опрошенных экспертов ответила, что данный закон не окажет какого-либо значимого влияния, также треть – что влияние будет положительным, а оставшаяся треть экспертов затруднилась с ответом. Важным результатом исследования является отсутствие негативных вариантов ответа на поставленный вопрос. Тем не менее, далеко не все игроки на рынке кейтеринга смогут воспользоваться новой льготой, так как многие представители не крупного кейтерингового бизнеса в России работают по схемам УСН или ЕНВД, что нивелирует преимущество предлагаемого закона для их бизнеса.

Тем не менее, закон будет стимулировать рестораны переходить на учет по ОСН, что поможет сэкономить часть налоговых отчислений даже по сравнению с альтернативными системами налогообложения.

Рис. 9. «С 1 января 2022 года вступает в силу закон, который освобождает от НДС рестораны и кафе с оборотом менее  $\text{R}2$  млрд. Как обнуление НДС скажется на рынке кейтеринга?», % от опрошенных компаний

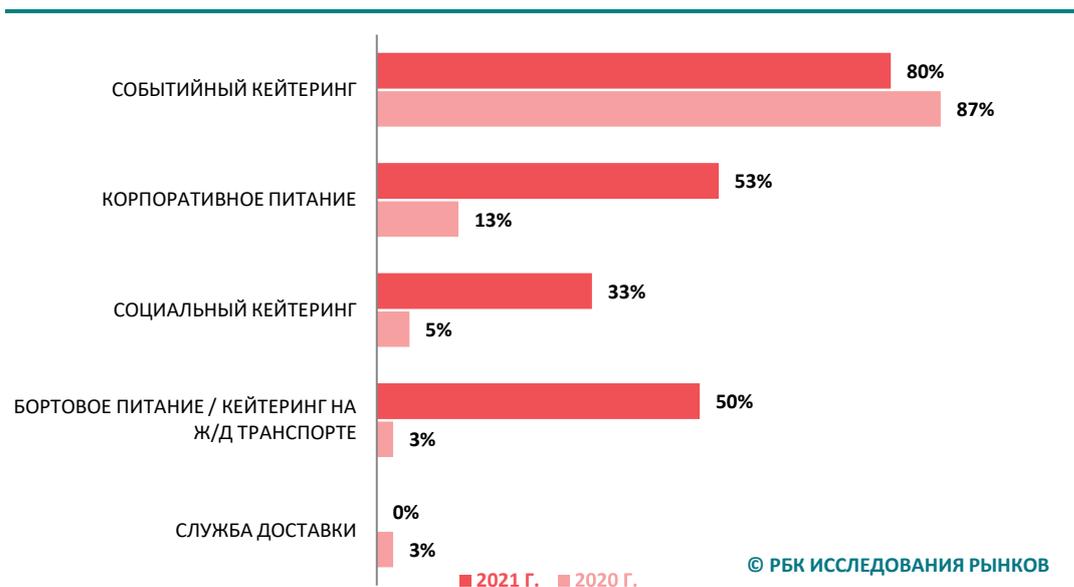


Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2021 года

По результатам исследования 2021 года очевидно, что опрошенные эксперты считают, что от последствий эпидемии COVID-19 пострадали все основные сегменты российского рынка кейтеринга. В сравнении с результатами прошлого года видна значительная разница в ответах. В первую очередь, в прошлом году эксперты указывали на то, что пострадал прежде всего сегмент событийного кейтеринга.

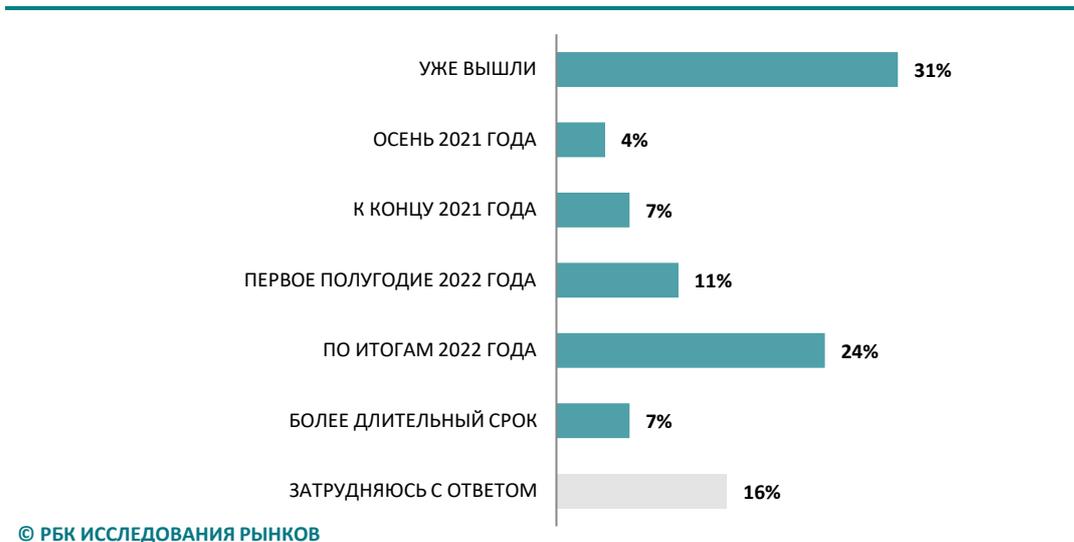
Подобные результаты объясняются скорее тем, что год назад практически никто не ожидал, что пандемия COVID-19 продлится так долго. В медицинском и экспертном сообществе прогнозировали быстрое угасание эпидемии с началом массовой вакцинации населения, а также по ряду естественных причин течения пандемии. Тем не менее, данные прогнозы, к сожалению, пока не оправдываются и для многих участников рынка теперь очевидно, что эпидемия окажет более существенное негативное влияние на ряд динамику восстановления и развития большинства розничных рынков, к которым напрямую относится и сегмент кейтеринга.

**Рис. 10. Сегменты рынка кейтеринга, наиболее пострадавшие в результате пандемии COVID-19 в 2020 и 2021 гг., в % от ответов экспертов из опрошенных компаний**



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2021 года. Сумма не равна 100%, поскольку эксперты могли выбрать несколько вариантов ответа

**Рис. 11. «По Вашему мнению, когда Ваша компания выйдет на докризисные показатели выручки», 2021 г., % от опрошенных компаний**



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2021 года

Большинство опрошенных представителей компаний рынка кейтеринга в целом оптимистично настроены и относительно итогов 2021 года. Несмотря на то, что 31% экспертов отметили, что уже достигли доковидных показателей выручки, большинство все-таки не ожидают положительных изменений как минимум до середины 2022 года. Полученные результаты показывают печальную картину, которая к тому же подтверждается негативным течением эпидемии COVID-19 в России.

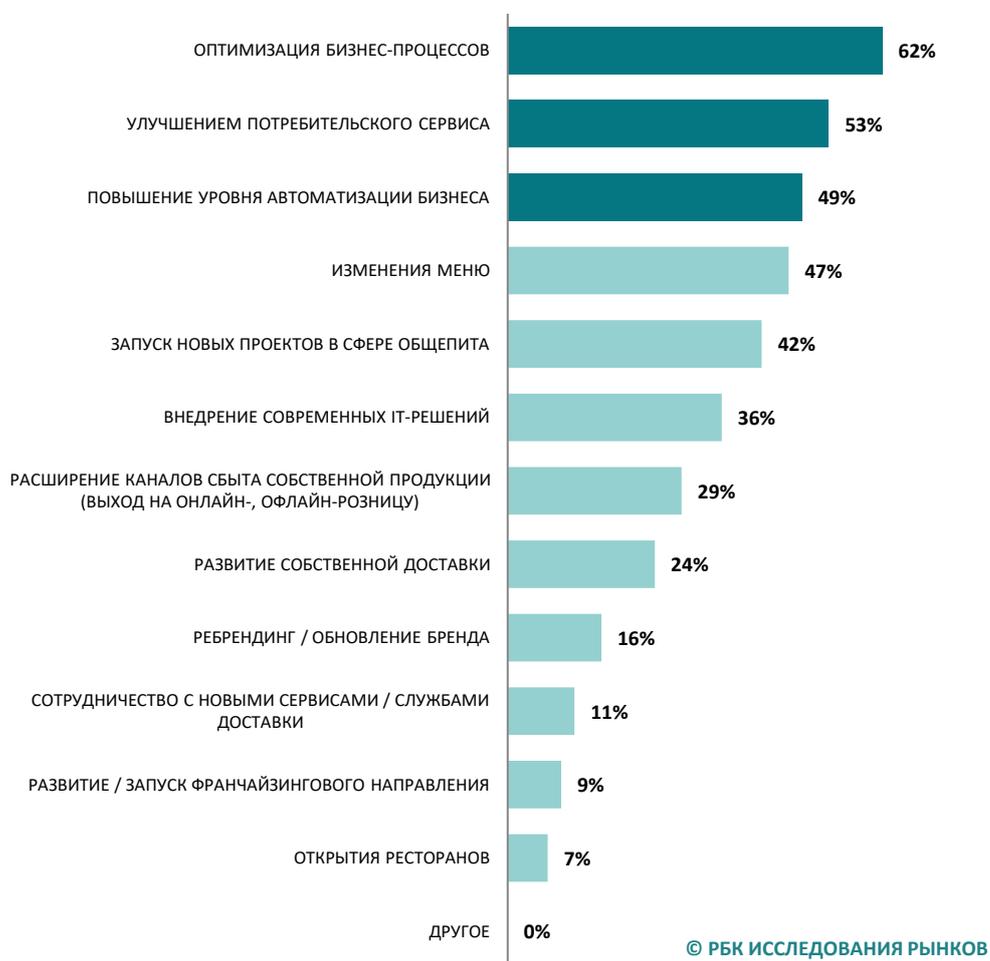
## Опыт пандемии COVID-19

По итогам аналогичного опроса прошлого года эксперты отмечали, что пандемия коронавируса COVID-19 помогла российским компаниям из многих сегментов рынка оперативно начать перестройку организации бизнеса в сторону цифровизации. Тем

не менее, поскольку выход из кризиса затянулся дольше ожиданий, бизнес столкнулся с существенным недостатком средств для инвестирования в инновационное развитие. Поэтому на первых местах по результатам опроса представителей кейтеринговых компаний в 2021 году оказались такие варианты ответов, как оптимизация бизнеса и улучшение потребительского сервиса. Повышение уровня автоматизации бизнеса заняло третью строчку, но в комментариях эксперты отмечали, что речь здесь идет скорее о номинальных аспектах функционирования, поскольку значительных инвестиций в данную сферу сейчас не осуществляется. О работе с более финансово затратными статьями речи пока не идет. Например, развитием франчайзинга планируют заняться не более 9% опрошенных экспертов, открывать рестораны планируют не более 7%. Также низка доля ответов по таким пунктам, как расширение каналов сбыта, развитие собственной доставки, ребрендинг.

Подобные результаты в целом говорят о том, что российские кейтеринговые компании в непростых условиях пандемии COVID-19 ищут способы максимально сократить затраты, что может негативно отразиться на будущем развитии всей отрасли.

**Рис. 12. «В каких направлениях намерена развиваться ваша компания в 2021 – 2022 гг.?», 2021 г., % от опрошенных компаний**



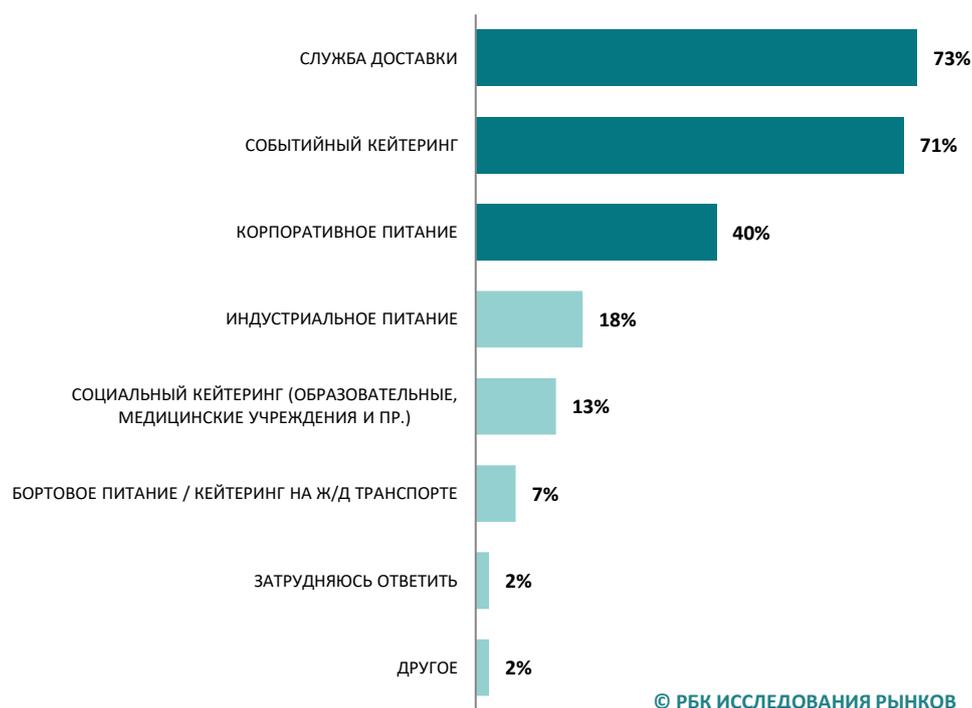
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2020 года. Сумма не равна 100%, поскольку эксперты могли выбрать несколько вариантов ответа

При этом опрошенные эксперты видят будущее своей отрасли в виде развития доставки, а также восстановления спроса на услуги событийного кейтеринга. Таким образом, большинство экспертов отмечает, что им придется развиваться в крайне конкурентном сегменте российского рынка общественного питания (речь о доставке), на

котором уже давно работает огромное количество игроков, включая глобальные ресторанные сети. В таких условиях кейтеринговым компаниям будет крайне затруднительно выдерживать сильную конкуренцию.

Однако важно также понимать, что данные ответы получены от экспертов в условиях сложной ситуации с пандемией COVID-19 и безусловно сейчас являются главными трендами всего ресторанного рынка. Тем не менее, однозначное продолжение тренда на развитие рынке кейтеринга именно в области доставки после окончания пандемии неочевидно, однако не означает, что представители индустрии не должны принимать меры по росту «цифровизации» собственного бизнеса, чтобы не стать жертвами конкурентной борьбы на сложном рынке.

**Рис. 13. «По Вашему мнению, какие направления кейтеринга БУДУТ НАИБОЛЕЕ АКТИВНО развиваться в 2021 – 2022 гг.?», % от опрошенных компаний**



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2021 года. Сумма не равна 100%, поскольку эксперты могли выбрать несколько вариантов ответа

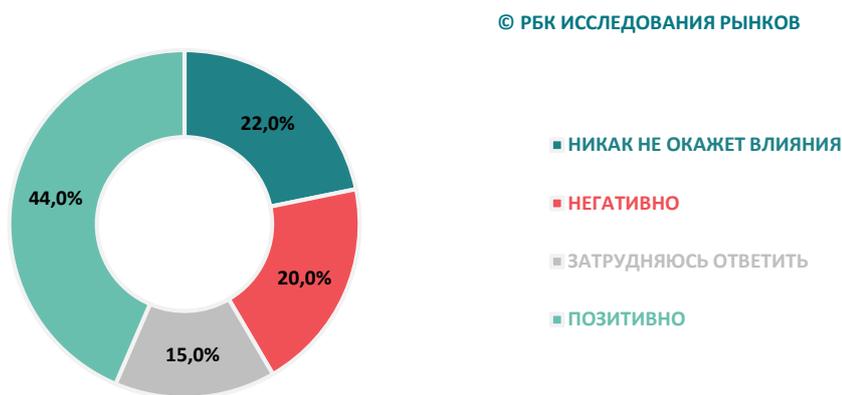
Тем не менее, внедрение услуг доставки помогла кейтеринговым компаниям начать основание новых сегментов рынка по время пандемии COVID-19. Данное направление бизнеса является близким для кейтеринговых компаний, поскольку они как раз специализируются на выездном обслуживании клиентов. Однако бизнес-процесс по организации работы в сегменте доставки все-таки существенно отличаются. Главным отличием является необходимость учета индивидуальных потребностей большого количества клиентов при существенно меньших объемах заказов. Кроме того, отпадает необходимость организации выездного обслуживания, но появляются дополнительные сложности, связанные с логистикой и новыми маркетинговыми задачами по привлечению и удержанию клиентов.

Во время опроса 2020 года большинство опрошенных экспертов считали, что изменения, вызванные пандемией COVID-19 и проявившиеся в взрывном росте рынка доставки готовой еды, позитивно скажутся на российском рынке кейтеринга. Однако уже в 2021 году мнение части опрошенных значительно изменилось. Количество экспертов, которые считают, что развитие рынка доставки позитивно скажется на сег-

менте кейтеринга сократилось более, чем на 10 п.п., тогда как доля тех, кто опасается, что развитие рынка доставки будет отражаться на российском рынке кейтеринга негативно – наоборот, увеличилось на почти на 8 п.п.

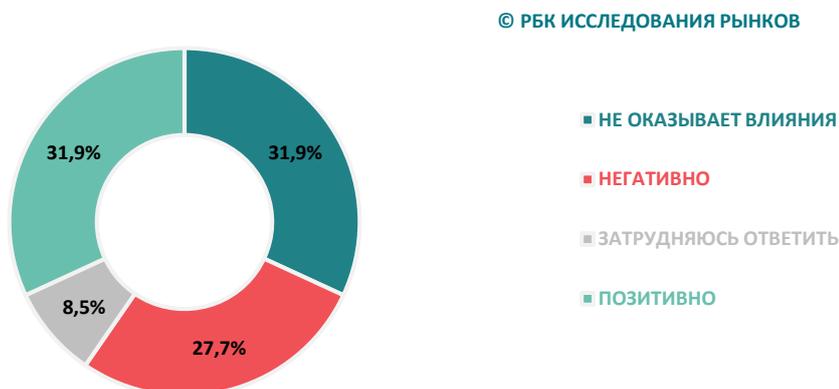
Согласно экспертному мнению аналитиков «РБК Исследования рынков», в случае продолжения пандемии за пределами 2022 года рынку кейтеринга придется очень непросто, поскольку его игроки не смогут выжить в конкурентной борьбе с ресторанными сетями в сегменте доставки. Впрочем, скорее всего, в 2022 году все-таки следует ожидать окончательной стабилизации ситуации с эпидемией COVID-19 в результате массовой вакцинации населения во всем мире, в том числе и в России.

**Рис. 14. «Как скажется динамичное развитие доставки продуктов и готовой еды на рынке кейтеринга после стабилизации ситуации с COVID-19?», 2020 г., % от компаний**



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2020 года

**Рис. 15. «Какое влияние на рынок кейтеринга оказывает динамичное развитие доставки продуктов питания и готовой еды?», 2021 г., % от опрошенных компаний**



Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2021 года

## СПИСОК ДИАГРАММ

Рис. 1. Основные профили бизнеса среди российских кейтеринговых компаний, 2021 г., % опрошенных компаний.....	5
Рис. 2. Наиболее востребованные виды событийного кейтеринга на российском рынке, 2021 г., %.....	5
Рис. 3. Основной профиль клиентов кейтеринговых организаций в России, 2021 г., % .....	6
Рис. 4. «Как Вы оцениваете динамику уровня конкуренции на рынке кейтеринга за последний год?», сентябрь 2020 г. – сентябрь 2021 г., % от опрошенных компаний.....	6
Рис. 5. Динамика ответов на вопрос: «Как Вы оцениваете динамику уровня конкуренции на рынке кейтеринга за последний год?», сентябрь 2020 г. – сентябрь 2021 г., % от опрошенных компаний.....	7
Рис. 6. Финансовые результаты кейтеринговых компаний в 2019 – I половине 2021 г. (согласно результатам опроса экспертов), % от опрошенных компаний.....	8
Рис. 7. Основные причины роста оборота кейтеринговых компаний, 2021 г., % от опрошенных компаний.....	9
Рис. 8. «Распространяются ли на Ваш бизнес какие-либо из анонсированных мер государственной поддержки? Если да, то какими из них Вы воспользовались?», 2021 г., % от опрошенных компаний.....	10
Рис. 9. «С 1 января 2022 года вступает в силу закон, который освобождает от НДС рестораны и кафе с оборотом менее ₹2 млрд. Как обнуление НДС скажется на рынке кейтеринга?», % от опрошенных компаний.....	11
Рис. 10. Сегменты рынка кейтеринга, наиболее пострадавшие в результате пандемии COVID-19 в 2020 и 2021 гг., в % от ответов экспертов из опрошенных компаний.....	12
Рис. 11. «По Вашему мнению, когда Ваша компания выйдет на докризисные показатели выручки», 2021 г., % от опрошенных компаний.....	12
Рис. 12. «В каких направлениях намерена развиваться ваша компания в 2021 – 2022 гг.?», 2021 г., % от опрошенных компаний.....	13
Рис. 13. «По Вашему мнению, какие направления кейтеринга БУДУТ НАИБОЛЕЕ АКТИВНО развиваться в 2021 – 2022 гг.?», % от опрошенных компаний.....	14
Рис. 14. «Как скажется динамичное развитие доставки продуктов и готовой еды на рынке кейтеринга после стабилизации ситуации с COVID-19?», 2020 г., % от компаний.....	15
Рис. 15. «Какое влияние на рынок кейтеринга оказывает динамичное развитие доставки продуктов питания и готовой еды?», 2021 г., % от опрошенных компаний.....	15