

Влияние пандемии COVID-19 на рынок кейтеринга в России

1-е издание
2020 RBC Moscow



 РБК
ИССЛЕДОВАНИЯ
РЫНКОВ

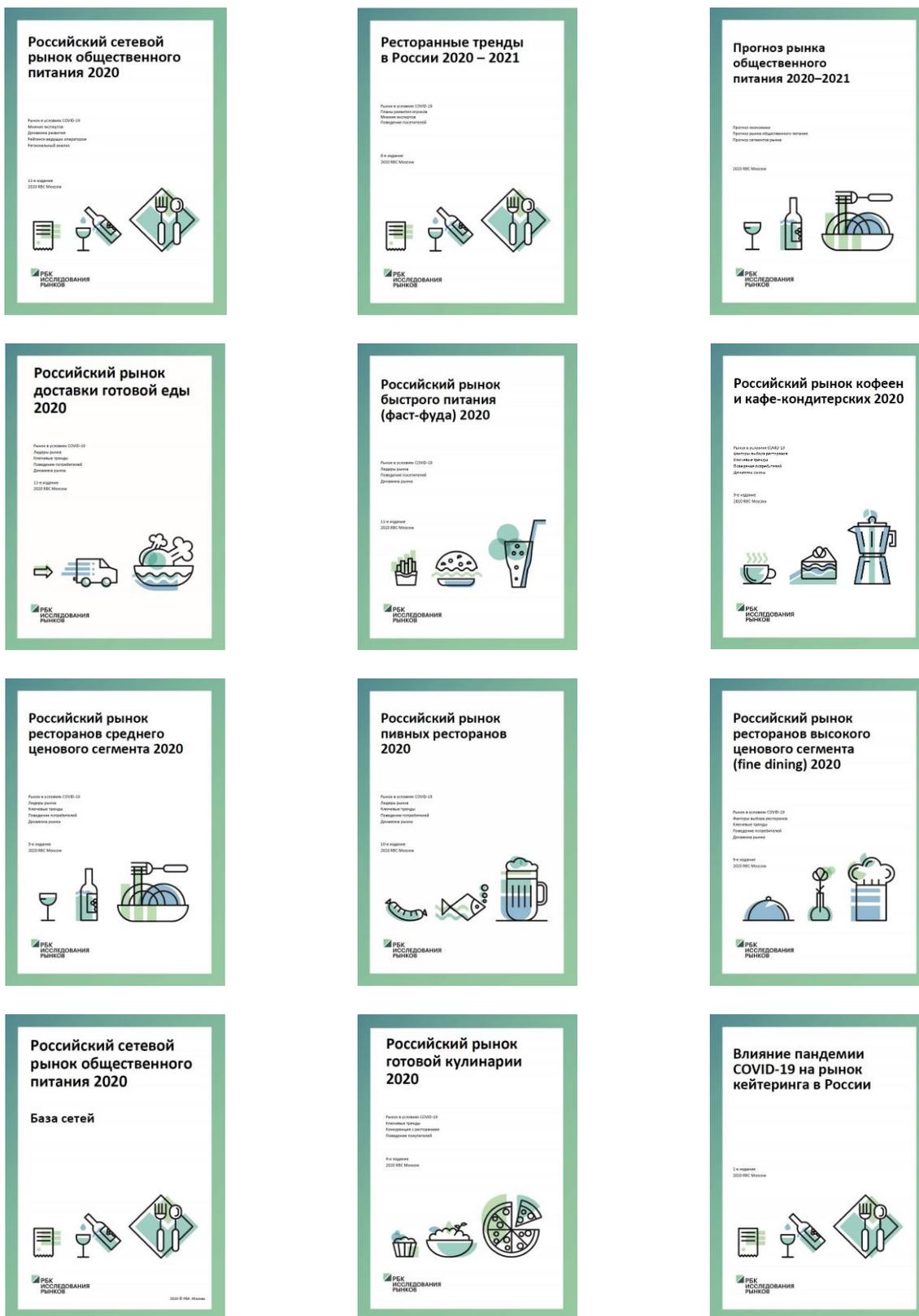
ПАРТНЕР-ИССЛЕДОВАНИЯ:

 **АКБС**
АССОЦИАЦИЯ КЕЙТЕРИНГОВ
И БАНКЕТНЫХ СЛУЖБ

ОГЛАВЛЕНИЕ

Оглавление	2
Все исследования ресторанного рынка	3
Исследование влияния пандемии COVID-19 на рынок кейтеринга в России	4
Структура рынка кейтеринга	4
Конкуренция на рынке кейтеринга	5
Финансовые показатели кейтеринговых компаний до и после COVID-19.....	6
Опыт пандемии COVID-19.....	9
Список диаграмм	12

ВСЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕСТОРАННОГО РЫНКА



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

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РЫНОК КЕЙТЕРИНГА В РОССИИ

Пандемия коронавируса оказала огромное влияние как на мировую, так и на российскую экономику. В связи с карантином многие компании были вынуждены временно закрыться, произошло сокращение совокупного спроса и увеличилась доля безработных. Последствия коронавируса для российской экономики имеют долгосрочный характер, поэтому несмотря на то, что ограничительные меры постепенно отменяются, перед бизнесом по-прежнему стоит вопрос принятия решений в условиях кризиса. Для оценки степени влияния коронавируса на рынок кейтеринга в России «РБК Исследования рынков» провели опрос экспертов. Опрос проводился в сентябре-октябре 2020 года. В исследовании участвовали около 100 представителей высшего руководства российских кейтеринговых компаний.

Сроки проведения опроса: 17 сентября – 8 октября 2020 г.

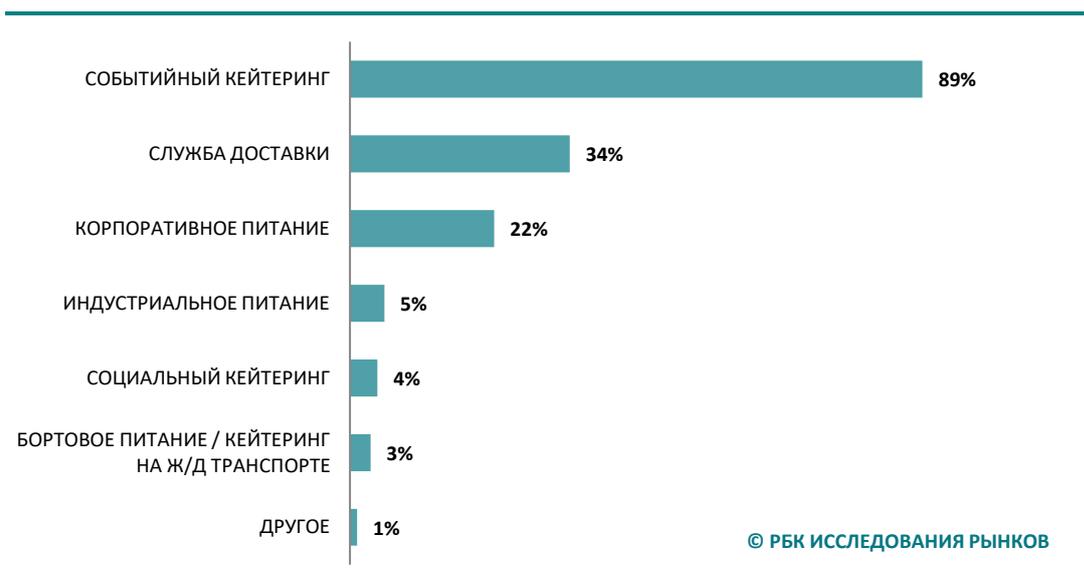
Объем выборки – 97 экспертов.

Структура рынка кейтеринга

Согласно результатам исследования, большинство компаний на российском рынке кейтеринга занимаются событийным обслуживанием клиентов. Наиболее частыми услугами при этом являются корпоративные мероприятия для сотрудников или клиентов компании, а также частные мероприятия, например, организация выездного ресторанного обслуживания для свадеб, праздников, торжеств, юбилеев и т.д.

34% опрошенных кейтеринговых компаний работают также на рынке доставки готовой еды. Причем учитывая фактор пандемии COVID-19, количество подобных услуг в 2020 году по сравнению с прошлыми периодами увеличилось как минимум в полтора раза. Кроме того, еще 22% опрошенных экспертов заявили, что их компании заняты в сфере корпоративного питания.

Рис. 1. Основные профили бизнеса среди российских кейтеринговых компаний, 2020 г., % опрошенных компаний



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

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

Остальные сегменты суммарно занимают не более 10-12% от общего объема рынка. Таким образом, главным выводом исследования можно считать крайне высокую уязвимость российского кейтеринга 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, 2020 г., %



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

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

Конкуренция на рынке кейтеринга

Несмотря на пандемию COVID-19 кейтеринговые компании в целом не отмечают снижения уровня конкуренции на рынке. Более половины опрошенных экспертов уверены, что за последний год 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.

Тем не менее, кризис приведет к существенному очищению рынка кейтеринга, с которого будут вынуждены уйти прежде всего небольшие, а также сильно закредитованные и финансово неустойчивые компании. Однако после стабилизации ситуации с пандемией COVID-19 в условиях роста спроса оставшиеся кейтеринговые компании смогут быстро отыграть собственные потери.

Рис. 3. «Как Вы оцениваете динамику уровня конкуренции на рынке кейтеринга за последний год?», сентябрь 2019 г. – сентябрь 2020 г., % от опрошенных компаний



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

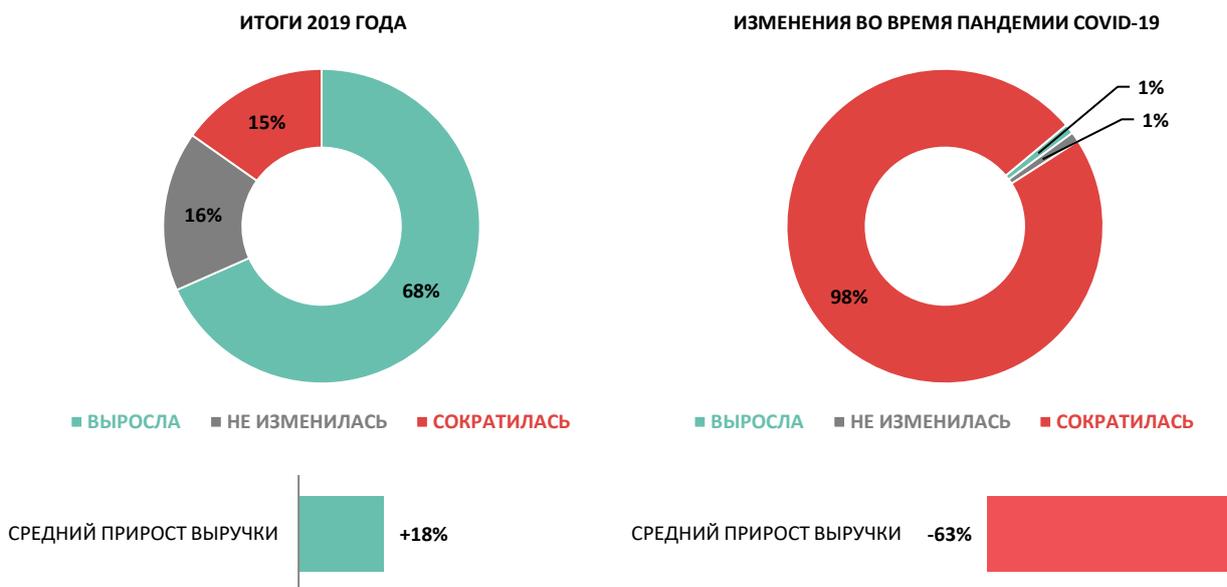
Финансовые показатели кейтеринговых компаний до и после COVID-19

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 российский бизнес, так и частные лица, то подобные результаты свидетельствовали о продолжении тренда по восстановлению всей российской экономики в целом.

Однако во время пандемии COVID-19 ситуация перевернулась на противоположную. Рынок кейтеринга оказался в числе наиболее пострадавших сегментов российского общественного питания. За период с начала эпидемии 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 составило менее 50%.

Главной причиной столь слабых показателей стало обвальное сокращение спроса на событийный кейтеринг. В условиях отмены массовых мероприятий и опасений граждан за свое здоровье количество подобных заказов сократилось практически до нуля. При этом риски для рынка сохраняются как минимум до конца 2020 года на фоне роста количества заболевших во время второй волны пандемии COVID-19.

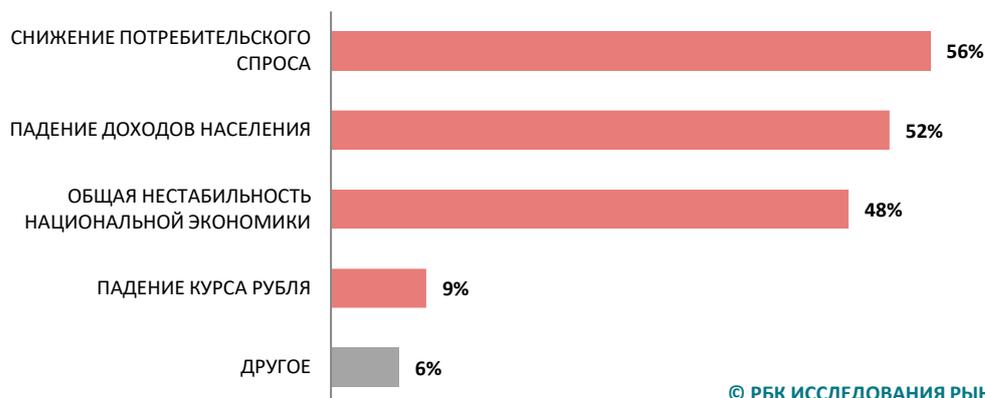
Рис. 4. Финансовые результаты кейтеринговых компании в 2019 году и в условиях пандемии COVID-19, 2020 г. (согласно результатам опроса экспертов)



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

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

Рис. 5. Основные причины снижения оборота кейтеринговых компании (помимо ввода ограничений, связанных с COVID-19), 2020 г. % от опрошенных компаний

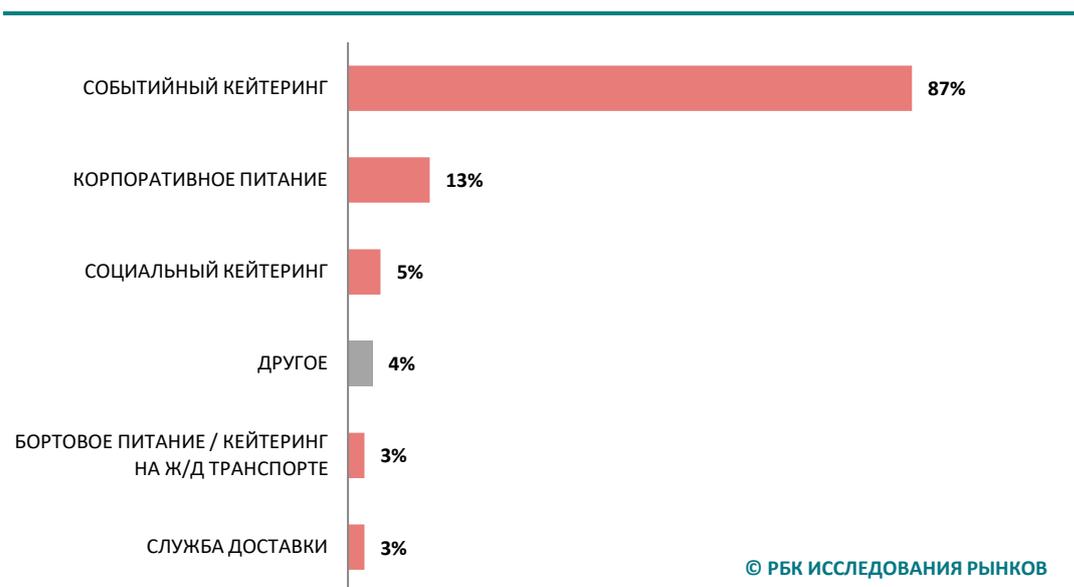


© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

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

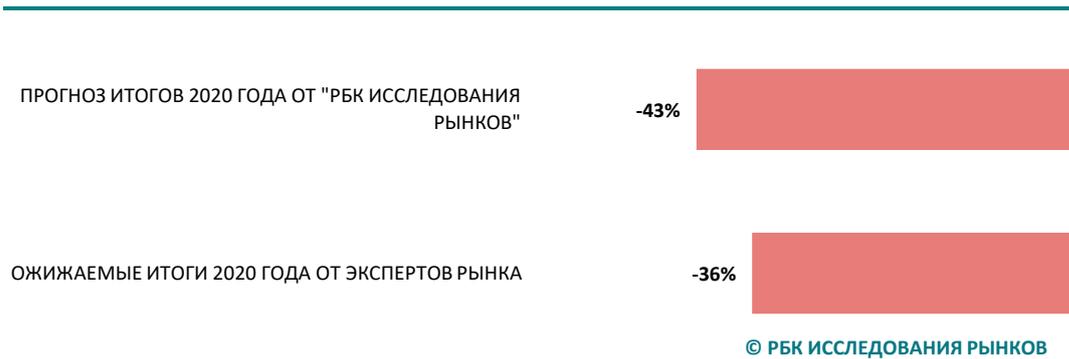
Сумма не равна 100%, поскольку эксперты могли выбрать несколько вариантов ответа

Рис. 6. Сегменты рынка кейтеринга, наиболее пострадавшие в результате пандемии COVID-19, 2020 г., в % от ответов экспертов из опрошенных компаний



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

Рис. 7. Прогнозы показателей российского рынка кейтеринга на 2020 год



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

Большинство опрошенных представителей компаний рынка кейтеринга пессимистично настроены и относительно итогов 2020 года. В целом они ожидают падения рынка на 36%. Тем не менее, поскольку опрос проводился в период начала второй волны эпидемии коронавируса, большинство экспертов оценивали ситуацию более позитивно. Кроме того, на их ответы мог повлиять излишний оптимизм, связанный с отсутствием со стороны Правительства планов по введению широких карантинных ограничений по аналогии с весной 2020 года. Однако, как показывают наблюдения, даже при условии отсутствия ограничений, россияне предпочтут больше времени проводить дома, сократив по возможности походы в магазины и ТЦ для минимизации количества близких контактов. И конечно же, такое социально-экономическое поведение будет способствовать продолжению спада на всех розничных потребительских рынках, включая и рынок кейтеринговых услуг.

Соответственно в этих условиях полученные результаты экспертного опроса смещаются в сторону завышения ожидаемых финансовых показателей. В свою очередь, в соответствии с прогнозом «РБК Исследования рынков» можно говорить о достижении худших итогов от 2020 года – спад рынка кейтеринга прогнозируется на уровне 43%.

В целом по результатам исследования российский бизнес ожидает выйти на докризисные показатели развития не раньше марта 2021 года. Эксперты РБК подтверждают данные выводы, однако восстановление вполне может начаться быстрее при условии затухания эпидемии COVID-19 к концу 2020 года в силу вакцинации населения, а также естественных причин жизненного цикла вируса. Тем не менее, полученные результаты показывают печальную картину, поскольку даже по самым оптимистичным прогнозам, российская экономика так и не начнет полноценное восстановление в 2020 году.

Рис. 8. Ожидаемые сроки выхода на докризисные показатели выручки среди кейтеринговых компаний, 2020 г., % от опрошенных компаний



© РБК ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ

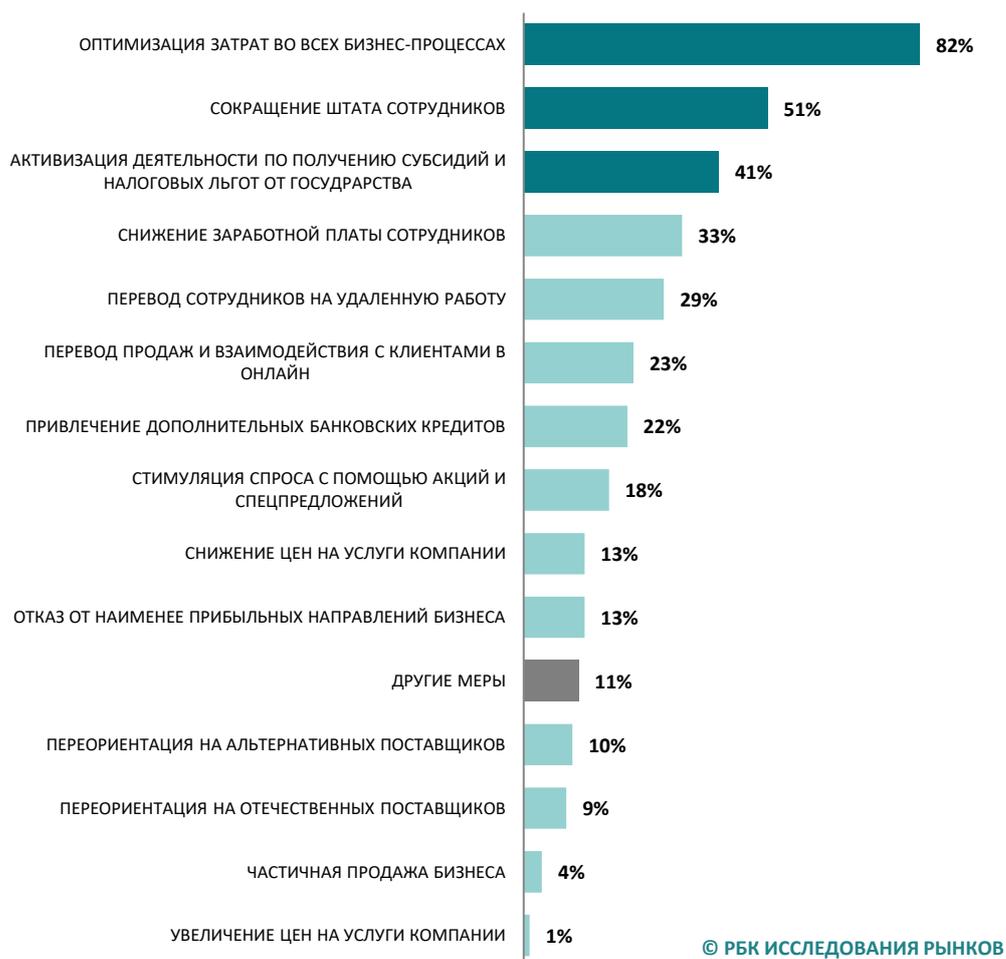
Источник: РБК Исследования рынков, дата актуализации – октябрь 2020 года

Опыт пандемии COVID-19

Пандемия коронавируса COVID-19 помогла российским компаниям из многих сегментов рынка оперативно начать перестройку организации бизнеса в сторону цифровизации. Тем не менее, поскольку деятельность кейтеринговых компаний по большей части связана с офлайн-обслуживанием, развитие цифровых технологий не являлось первоочередной задачей. По сути все действия менеджмента кейтеринговых компаний были направлены на оптимизацию бизнеса и повсеместное сокращение затрат. Кроме того, в условиях падения спроса многие компании были вынуждены пойти на сокращения штата сотрудников, либо снижения их заработной платы, а также активизировать деятельность по получению субсидий и налоговых льгот от государства.

Опять же, учитывая специфику ведения бизнеса, доля компаний, которая смогла перевести часть своих сотрудников на удаленную работу, не превышает 30% от общего объема выборки. Данные показатели значительно ниже, чем в других отраслях российской экономики.

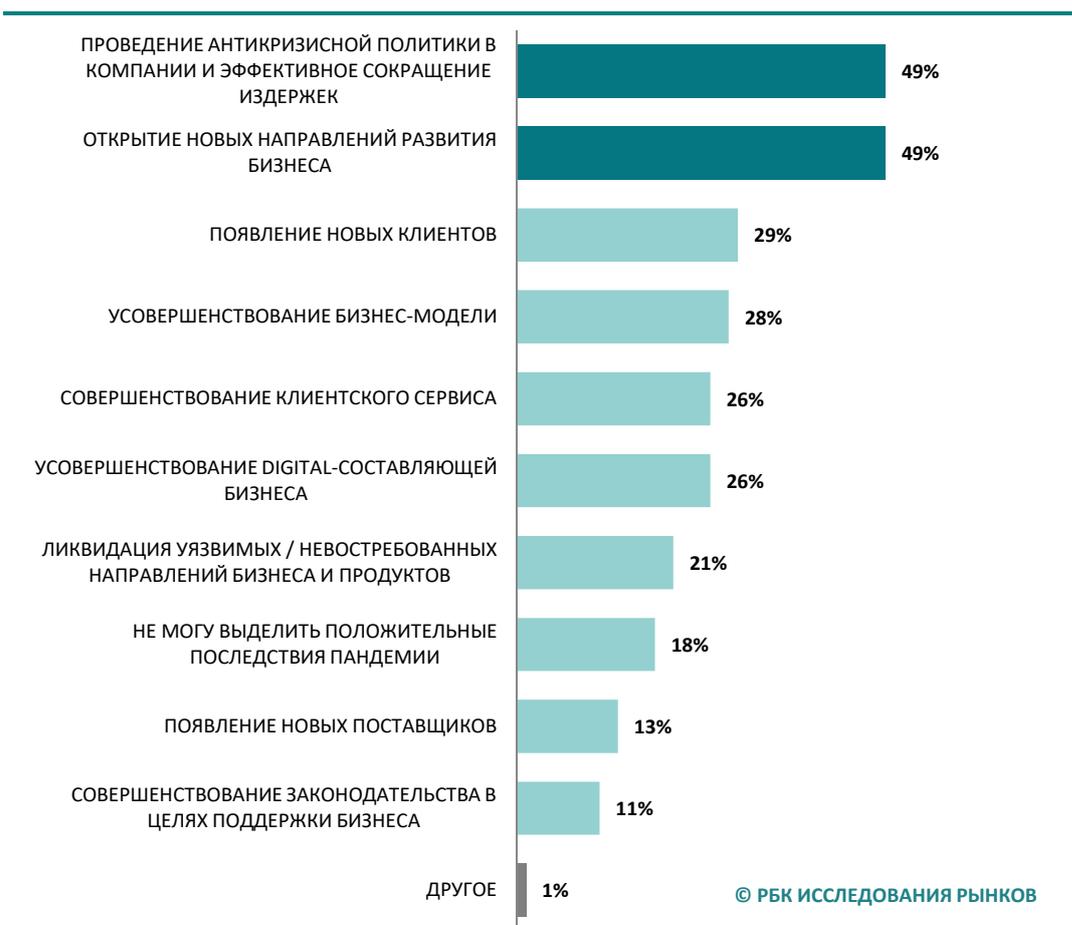
Рис. 9. «Какие антикризисные меры Ваша компания применила в связи с падением выручки в период пандемии?», 2020 г., % от опрошенных компаний



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

Тем не менее, пандемия коронавируса COVID-19 помогла российским кейтеринговым компаниям начать освоение новых сегментов рынка. Прежде всего здесь идет речь о развитии услуг по доставке готовой еды и напитков. 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. При этом очевидно, что для кейтеринговых компаний описываемые выше процессы будут иметь долгосрочные последствия и не остановятся после окончания пандемии COVID-19.

Рис. 10. «Какие положительные последствия пандемии COVID-19 для бизнеса Вашей компании Вы можете выделить?», 2020 г., % от опрошенных компаний



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

Уже сейчас большинство опрошенных экспертов считают, что изменения, вызванные пандемией COVID-19 и проявившиеся в взрывном росте рынка доставки готовой еды, позитивно скажутся на российском рынке кейтеринга. Однако данное утверждение представляется верным только лишь в том случае, если игроки рассматриваемого рынка сами активно включатся в процесс развития нового вида бизнеса.

Рис. 11. «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

СПИСОК ДИАГРАММ

Рис. 1. Основные профили бизнеса среди российских кейтеринговых компаний, 2020 г., % опрошенных компаний.....	4
Рис. 2. Наиболее востребованные виды событийного кейтеринга на российском рынке, 2020 г., %.....	5
Рис. 3. «Как Вы оцениваете динамику уровня конкуренции на рынке кейтеринга за последний год?», сентябрь 2019 г. – сентябрь 2020 г., % от опрошенных компаний.....	6
Рис. 4. Финансовые результаты кейтеринговых компании в 2019 году и в условиях пандемии COVID-19, 2020 г. (согласно результатам опроса экспертов).....	7
Рис. 5. Основные причины снижения оборота кейтеринговых компании (помимо ввода ограничений, связанных с COVID-19), 2020 г. % от опрошенных компаний.....	7
Рис. 6. Сегменты рынка кейтеринга, наиболее пострадавшие в результате пандемии COVID-19, 2020 г., в % от ответов экспертов из опрошенных компаний.....	8
Рис. 7. Прогнозы показателей российского рынка кейтеринга на 2020 год.....	8
Рис. 8. Ожидаемые сроки выхода на докризисные показатели выручки среди кейтеринговых компаний, 2020 г., % от опрошенных компаний.....	9
Рис. 9. «Какие антикризисные меры Ваша компания применила в связи с падением выручки в период пандемии?», 2020 г., % от опрошенных компаний.....	10
Рис. 10. «Какие положительные последствия пандемии COVID-19 для бизнеса Вашей компании Вы можете выделить?», 2020 г., % от опрошенных компаний.....	11
Рис. 11. «Как скажется динамичное развитие доставки продуктов и готовой еды на рынке кейтеринга после стабилизации ситуации с COVID-19?», 2020 г., % от компаний.....	11