

по итогам полугодия. Относительно стабильным остается спрос на добровольное медицинское страхование. Несмотря на то, что стоимость медицинских услуг в этом году увеличилась в среднем на 10–15% (закономерно, что это отразилось и на предложениях по страхованию), крупные компании не торопятся отказываться от ДМС для своих сотрудников. По итогам первого полугодия 2015 года сборы по добровольному медицинскому страхованию в СЗФО составили 8,9 млрд рублей (+4,5%), — рассказывает Николай Клишин.

Заметное снижение продемонстрировали продукты, связанные в первую очередь с банковским страхованием, — за счет снижения объемов кредитования. Так, страхование от несчастных случаев и болезни сократилось почти на 28%, сборы составили 2,4 млрд рублей.

Сборы по автокаско, по словам господина Клишина, снизились на 6%, до 15,5 млрд рублей. На 11% снизился спрос на добровольное страхование автогражданской ответственности (ДСАГО), что объясняется главным образом тем, что государство более чем в три раза увеличило лимиты страховых выплат для возмещения вреда имуществу, жизни и здоровью пострадавших в рамках обязательной «автогражданки».

Господин Клишин добавляет: «На розничном страховом рынке появилось большое количество недорогих и простых в оформлении и покупке коробочных предложений по страхованию имущества, в частности, по страхованию недвижимости». Страховщики стали активнее предлагать страховые продукты с франшизой, том числе, и в добровольном автостраховании, а также программы «умного каско» с использованием телематических устройств».

Директор по страхованию компании Intouch Василий Бусаров говорит: «Среди недавно появившихся на рынке продуктов можно отметить каско с телематикой. При покупке такого полиса на автомобиль клиента устанавливается телематическое устройство, которое отслеживает стиль вождения человека на дороге и пробег — сбор этих показателей дает возможность страховым компаниям более точно оценивать риски конкретного клиента. Данный продукт позволяет аккуратным водителям и клиентам с небольшими пробегами сэкономить на страховке, благодаря возврату части оплаченной премии или более выгодному предложению на пролонгацию».

«Из последних нововведений, которые в обозримом будущем могут иметь популярность, можно отметить новый технологичный продукт „Автострахование каско“, представленный рынку компанией „АльфаСтрахование“. Это программа с использованием страховой телематики, позволяющая клиентам экономить на каско в зависимости от качества эксплуатации автомобиля, при этом получать скидку при страховании заранее — за установку оборудования в автомобиль. Оно дарится страховщиком, а также открывает для клиентов сервисы урегулирования без справок, за счет автоматизированной системы фиксации аварий. Безусловно, такие технологичные продукты будут дальше распространяться и могут вполне заместить классические предложения», — рассказал Тимур Кузеев, заместитель генерального директора по страховой телематике Meta System. ■

РЕСТОРАНЫ МЕНЯЮТ ФОРМАТ

КРИЗИС ВНЕС КОРРЕКТИВЫ КАК В ФОРМАТЫ ОТКРЫВАЮЩИХСЯ ЗАВЕДЕНИЙ, ТАК И В РАЗМЕРЫ ТРЕБУЕМЫХ ПЛОЩАДЕЙ. НО КРУПНЫЕ СЕТЕВИКИ ПРОДОЛЖАЮТ ЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ УВЕРЕННО БЛАГОДАря ЧЕТКО ВЫСТРОЕННОЙ, А ГЛАВНОЕ, ДОСТУПНОЙ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКЕ. ЛУЧШЕ ВСЕХ СЕБЯ ЧУВСТВУЮТ ЛОУКОСТЕРЫ, ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ. ДЕНИС КОЖИН

Ресторанный рынок одним из первых отреагировал на кризис, добавили ему нестабильности и санкции на продукты питания, импортозамещение, запрет на курение. Несмотря на появление новых концепций, в течение года в России закрылось гораздо больше ресторанов, чем открылось. По некоторым оценкам, с рынка ушло от 20 до 30% ресторанов, в первую очередь с чеком выше среднего.

По данным комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга, по состоянию на первое января 2015 года сеть предприятий общественного питания насчитывает более 7,4 тыс. предприятий.

По оценкам аналитиков ИХ «Финам», объем рынка общественного питания в РФ в 2014 году составил около 950 млрд рублей. «На фоне снижения реальных зарплат (Минэкономразвития в 2015 году из-за резкого увеличения инфляционного давления и негативной экономической конъюнктуры прогнозирует падение на 9,6% год к году) и изменения структуры потребления в 2015 году можно ожидать сокращения общероссийского рынка общепита на 10–15%. Скорее всего, с рынка так или иначе уйдут слабые игроки с неэффективными собственниками. Тем не менее я не вижу предпосылок для того, чтобы ситуация в сфере услуг (в том числе в сегменте развлечений) была существенно хуже, чем в других отраслях. Ситуация в Петербурге, скорее всего, будет более или менее сопоставима с общероссийской тенденцией», — рассуждает Тимур Нигматуллин, финансовый аналитик ИХ «Финам».

Комитет по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга подсчитал, что за январь — сентябрь 2015 года оборот рынка общественного питания составил 41,4 млрд рублей и уменьшился относительно аналогичного периода 2014 года на 5,2%.

«Спрос на питание вне дома нельзя назвать первоочередным, поэтому подобные статьи расходов сегодня закономерно сокращаются. Средний чек в заведениях общественного питания снизился на 10–30% вслед за снижением покупательной способности населения. Поэтому повышение цен на меню сегодня вряд ли спасет положение — напротив, может привести к закрытию бизнеса вследствие отсутствия посетителей», — полагает Антон Щербаков, эксперт информационного агентства «Крединформ». В текущем году, по его словам, максимальный оборот заведения питания показали в мае — 4,8 млрд рублей. «Затем в „высокий сезон“ мы наблюдали падение рынка, что нехарактерно для летних месяцев, когда в городе много туристов», — отметил аналитик.



ОСНОВНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ РЫНКА, КОТОРАЯ СТАЛА ОТЧЕТЛИВО ПРОЯВЛЯТЬСЯ В СЕГОДНЯШНИХ УСЛОВИЯХ, В ПЕРИОД КРИЗИСА, — ЭТО ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ К СЕТЯМ ФАСТФУДА, ТАК КАК ОПРЕДЕЛЕННАЯ ДОЛЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ БОЛЕЕ ДОРОГИХ РЕСТОРАНОВ ПЕРЕКЛЮЧИЛАСЬ НА ДЕМОКРАТИЧНЫЕ ЗАВЕДЕНИЯ

Основная тенденция рынка, которая стала отчетливо проявляться в сегодняшних условиях, в период кризиса, — это повышение лояльности к сетям фастфуда, так как определенная доля посетителей более дорогих ресторанов переключилась на демократичные заведения. «Таким образом, как и во многих отраслях экономики, на рынке общественного питания происходит не столько падение спроса, сколько его перемещение в более низкий ценовой сегмент. При этом люди стали меньше заказывать, усмирять свой аппетит», — говорит господин Щербаков.

«В новых реалиях выживают только рестораны со средним чеком не выше тысячи рублей на человека. Весной и летом нынешнего года в крупных россий-

ских городах, включая Москву и Санкт-Петербург, появились удачные концепции со средним чеком 500–700 рублей, которые стали очень популярны. Что касается премиального сегмента, то в ближайшей перспективе открытия больших дорогих ресторанов в России не ожидается», — уверен Александр Пахомов, исполнительный директор «Джинджер Бренд Мен» (развивает в России международную сеть Tutti Frutti Frozen Yogurt и пиццерию «Раз два пицца»).

Эксперты считают, что частичное сокращение игроков в секторе общественного питания, наблюдавшееся в начале 2015 года, было связано с более расчетливым подходом клиентов к выбору ресторанов в соотношении «цена-качество». «Здесь на первое место по важности вышел показатель цены, поэтому на рынке наблюдался переход потребителей из сегмента со средним чеком 1500 рублей в сегмент со средним чеком 1000 рублей. Такая же тенденция наблюдалась и на рынке доставки еды: для удержания клиентов рестораны пересматривали свою политику и становились более гибкими и лояльными к ожиданиям пользователей», — говорит Алексей Теплов, директор по маркетингу Delivery Club. Несмотря на кризис, крупные сетевые все так же продолжают чувствовать себя уверенно благодаря четко выстроенной, а главное, доступной ценовой политике.

Большой импульс к развитию ресторанного рынка дал франчайзинг, за счет которого растут и развиваются как отечественные, так и иностранные сети. Открылось большое количество небольших заведений, в основном являющихся дочерними компаниями крупных сетевиков, но, в отличие от последних, им труднее снижать стоимость на продукцию и доставку. В сегменте доставки лидерами Петербурга по-прежнему являются рестораны, специализирующиеся на японской кухне. → 22



МВА Практика
успешного управления
Проверено временем
и яркими карьерами выпускников



СТАРТ
25.11.15

Бизнес-школа ИМИСП, Санкт-Петербург, В.О., 9-я линия, д. 50

На правах рекламы. 18+

ЗАПИСЬ ☎ 8 (812) 325 19 19 ✉ mba@imisp.ru www.imisp.ru