

МЕЖДУ ПАНДЕМИЕЙ И ГЕОПОЛИТИКОЙ

ЧАСТИЧНО ВОССТАНОВИВШАЯСЯ ОТ КОВИДНЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ РЕСТОРАННАЯ ИНДУСТРИЯ ПЕТЕРБУРГА НАЧИНАЕТ ИСПЫТЫВАТЬ НОВЫЕ ТРУДНОСТИ. УЧАСТНИКИ РЫНКА СЧИТАЮТ: ЧТОБЫ СПРАВИТЬСЯ С НИМИ, НУЖНА ПОДДЕРЖКА ОТ ГОСУДАРСТВА.

АРТЕМ АЛДАНОВ

Ресторанная отрасль и общепит Петербурга тяжело пережили пандемию коронавируса. Большинству игроков рынка сложно было адаптироваться к введенным ограничениям деятельности, некоторым его участникам пришлось и вовсе прекратить работу. Из-за последних политических и экономических событий «выжившему» ресторанному бизнесу придется теперь пройти новые испытания, связанные с существенным ростом цен на закупаемую продукцию и оборудование, сбоями в логистике и снижением доходов граждан.

НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ Исполнительный директор объединения «Рестоград» Александр Ружинский сравнивает рынок с состоянием водолаза, который выбрался на поверхность после затяжной работы на дне, а ему говорят, что надо еще потерпеть, а лучше вообще научиться дышать под водой. «Всем казалось, что придет весна, уйдет ковид и рынок начнет мучительно отрабатывать падение осени-зимы, но наступил март — и мы проснулись в новой реальности. Основные трудности, с которыми столкнулись, сейчас очевидны: цены на продукты, сложная логистика по многим позициям. Но гораздо страшнее то, что все понимают: все испытания еще впереди. Нас ждет дефицит комплектующих на оборудование и невозможность закупать новое. Нас ждет рост цен на все, не только на продукты. И самое главное: нас ждет отсутствие у народа денег для того, чтобы ходить в рестораны и вообще есть вне дома», — сокрушается глава неформального объединения петербургского ресторанного бизнеса.

Неоптимистичен и генеральный директор компании «Теремок» в Петербурге Виталий Свидовский: «Петербургский общепит, как и другие сферы бизнеса, ощутил на себе и рост закупочных цен, и проблемы с логистикой. Дорожают все категории товаров, причем некоторые — в очень значительных масштабах: ценник на сахар взлетел практически в два раза, красная рыба стала дороже на 80%. Введенные против нашей страны санкции привели к разрыву логистических цепочек и серьезным рискам по поставкам. При этом наша рентабельность уже и так сильно пострадала: в марте при среднем росте закупочных цен в 20–30% мы подняли цены для гостей всего на 1,5%. В апреле были вынуждены поднять еще на 5–7%, поскольку никакой обратной динамики по закупке в связи с укреплением рубля мы не увидели», — отметил он.

Статистика сервиса оператора фискальных данных «Контур.Маркет» уже свидетельствует о продолжающемся росте цен в общепите Петербурга. Специалисты сравнили данные за март в 2020, 2021 и текущем 2022 году. По словам эксперта «Контур.Маркета» для автоматизации общепита Жанны Шебаршовой,



МНОГИЕ СРАВНИВАЮТ ЗАВЕДЕНИЯ ПЕТЕРБУРГА ПО «ИНДЕКСУ ЦЕЗАРЯ» ИЛИ «ИНДЕКСУ ФИЛАДЕЛЬФИИ». ПОПУЛЯРНЫЙ САЛАТ В РЕСТОРАНАХ ГОРОДА ПОДАЮТ НА 26% ДОРОЖЕ, ЧЕМ В 2020-М, А РОЛЛЫ — НА 14%

рестораны Северной столицы в этом году увеличили выручку на 18% по сравнению с 2021-м, а кафе и кофейни выручили на 41% больше. «Можно сделать косвенный вывод, что гости предпочитают заведения, которые более доступны по цене. Средний чек в ресторанах вырос на 20% с 2020 года и теперь составляет 544 рубля. Схожий тренд в кафе и кофейнях: чек увеличился на 18%, с 162 до 192 рублей. Выросли цены и на отдельные блюда. Не секрет, что многие сравнивают заведения по «индексу Цезаря» или «индексу Филадельфии». Популярный салат в заведениях Петербурга подают на 26% дороже, чем в 2020-м, а роллы — на 14%. Однако Петербург — знакомое место для любителей вкусной еды, необычного антуража и высокого сервиса. Поэтому в среде рестораторов чувствуется не паника, а желание действовать быстро и слаженно. Сказалась антикризисная закалка со времен пандемии», — считает эксперт.

ДАВАЙ, ДО СВИДАНИЯ! Стоит отметить, что из-за последних политических событий с российского рынка решили уйти такие международные ресторанные сети, как McDonald's и KFC. В настоящее время в Петербурге, как и в целом по стране, продолжают функционировать их заведения, работающие только по франшизе.

Участники рынка относительно спокойно оценивают уход «монстров» общепита. «Если говорить о закрытии нескольких фастфуд-сетей, я бы не стал драматизировать. Конечно, мы потеряли ориентир, благодаря которому многие сетевые компании отстраивали свои процессы. Но мне кажется, сейчас самое время для того, чтобы построить свои стандарты и научиться работать

так же или лучше, чем ушедшие игроки. Кроме того, большой вопрос, уйдут ли они, как обещали, насовсем. Мое мнение — все эти компании возобновят свою деятельность в мае, упаковав свое возвращение в красивую PR-обертку. Ну а отечественный рынок в такой ситуации упустит возможность оборвать пуповину зависимости от иностранных стандартов», — полагает Александр Ружинский.

Поставщики McDonald's, отмечает Виталий Свидовский, лишившись огромных объемов заказов, уже стали предлагать сотрудничество «Теремку». «Часть продуктов нам подходит, например салат Айсберг, — закупки таких позиций мы будем увеличивать. Гости точек McDonald's, закрывшихся на фуд-кортах, перераспределились между оставшимися операторами. Однако гостей в торговых центрах стало ощутимо меньше из-за ухода многих якорных арендаторов и роста цен в магазинах, поэтому фактически мы работаем с тем же количеством гостей, что и раньше», — признается он.

«Главная проблема сейчас — это внешнеполитическая ситуация и ее влияние на ценовую политику поставщиков и покупательскую способность граждан. Для нас потеря таких участников рынка незаметна. Я как считал McDonald's пережитком 90-х и нулевых, так и считаю. Это если мы говорим о заведениях. Не считаю их потери критичными — долой фастфуд», — категоричен основатель федеральной сети Nebar и «Руки Вверх Бар» Павел Чесноков.

Если зарубежные сети уйдут совсем, думаю, что у российских компаний есть шанс занять освободившийся рынок, полагает операционный директор сервиса по доставке еды в офис и на ме-

роприятия Catery Андрей Черепанов. «Соответствующий опыт у нас есть: к примеру, до 2005 года у нас не было KFC, был „Ростик's“. Но это не произойдет быстро: замещение будет непростым и долгим процессом, который потребует больших инвестиций. В любом случае, на мой взгляд, без крупных игроков не обойтись. Новую нишу можно занять только при наличии ресурсов и уже отлаженной схемы производства, которая готова к масштабированию. В целом, — добавляет он, — ресторанный бизнес Петербурга всегда был и остается самобытным: низкий порог входа на рынок по сравнению с Москвой, есть много небольших мест, где шефам предоставлена полная свобода действий».

По мнению управляющего партнера IPG.Estate Ивана Починщикова, реальная приостановка деятельности, о которой заявило незначительное число ресторанных сетей, заметна лишь на фоне всеобщей паники. «Наиболее яркий уход с петербургского рынка принадлежит McDonald's. Сеть обладала наиболее широким потребительским портретом, оставаясь лидером низких цен и качественной продукции на рынке быстрого питания. С учетом лидерских позиций „Макдака“ и всеобщей любви к бренду ни одна сеть не сможет занять его нишу», — считает он.

ТРЕБУЕТСЯ ПОДДЕРЖКА В чем единодушны как участники рынка, так и отраслевые эксперты, так это в необходимости поддержки ресторанного бизнеса и общепита государством. Она в текущей ситуации, уверен Александр Ружинский, нужнее, чем еще «вчера». Причем, поддержка необходима для всех слоев рынка. «Она может быть связана не только с прямыми финансовыми выплатами и субсидиями. Это может быть льготное кредитование, снижение административной нагрузки, налоговые каникулы. Надо сказать, что все эти меры объявлялись в той или иной степени на федеральном уровне. Теперь важно, чтобы они не забуксовали на региональном», — подчеркивает глава «Рестограда».

В любой кризис основные силы государства направлены на помощь системообразующим предприятиям и малоимущим слоям населения, отмечает Иван Починщиков. «Малый и средний бизнес, находясь между двумя этими крайностями, получает значительно меньше поддержки. На текущий момент власти приняли закон о параллельном импорте, что, очевидно, поможет ресторанному бизнесу. Но многие инструменты, отработанные за время пандемии, сегодня не смогут быть применены: прогнозировать сроки санкционных послаблений в текущих условиях невозможно, а значит, к тратам из собственного бюджета государство будет относиться крайне сдержанно», — полагает эксперт. ■