

# Россияне поменяли ресторанный еду на одежду

Спрос на услуги общепита снизился на 10%

Павел Чернышов



Фото: РИА НОВОСТИ/Сергей Симов

Выручка ресторанов и аптек существенно сократилась во второй половине 2016 года, зато у продавцов одежды и бытовых услуг оборот вырос. Об этом говорят данные исследования компании «Магазин Магазинов», с которым ознакомились «Известия». Эксперты связывают изменения в потребительском поведении с лучшей маркетинговой стратегией продавцов и неизбежностью трат на ту же одежду — в отличие от походов в ресторан.

По данным исследования, за второе полугодие 2016 года спрос на услуги ресторанов и кафе в России упал на 10%.

«Рестораторам не удалось компенсировать это даже ростом цен. В результате ритейлеры данного сегмента фиксировали падение выручки в рублях на фоне роста цен», — отмечено в исследовании.

Также сократились на 8% продажи товаров медицинского назначения. Во всех остальных сегментах ритейла спрос начал расти. При этом в восьми сегментах («одежда», «обувь», «продукты питания», «товары для детей», «товары для дома», «бытовая техника и электроника», «парфюмерия и косметика» и «услуги») происходил как рост цен, так и рост объемов продаж (в единицах продукции). Больше

всего спрос вырос на услуги (например, маникюр, бытовые услуги и т.п.) и одежду (+18 и +5% соответственно).

Член Совета гильдии маркетологов Анастасия Пуха сказала, что заметный прирост выручки может наблюдаться только относительно второго полугодия 2015-го, однако в целом о восстановлении спроса до докризисного уровня говорить не приходится.

— Работают скидочные истории вроде «Черной пятницы» или «Киберпонедельника», в эти дни действительно заметно поднимались продажи. Кроме того, есть некоторая потребность людей в вещах, а вот рестораны — необязательная трата, — объяснила Анастасия Пуха.

Количество новых ресторанов и кафе при этом ощутимо выросло. По данным "Магазина Магазинов", во втором полугодии 2016-го участниками исследования было открыто 105 новых торговых точек и закрыто всего 19. Аптек было открыто 99, причем ни одну из уже работающих не закрыли. Для сравнения: в сегменте «одежда» было открыто 139 новых магазинов против 91 закрытого. Точек по профилю «услуги» было открыто 336, а закрыто 121.

По оценке международной консалтинговой компании CBRE, в 2016 году спрос на подбор помещений для ресторанов и кафе в России вырос. По данным на конец года, на заведения общепита приходилось 11% общего объема сделок, тогда как в 2015-м — 9%. Аналитик отдела исследований рынка CBRE Магомед Ахкуев уточнил, что ряд ресторанных сетей в текущей ситуации продолжает развиваться. В первую очередь — фастфуд.

Как пояснили авторы исследования, во второй половине 2016 года покупательская способность продолжала падать и на этом фоне востребованы были в первую очередь бюджетные заведения.

— Средний чек действительно уменьшился, поэтому заведения были вынуждены адаптироваться под потребности и возможности населения, что и привело к открытию множества новых ресторанов с более низкими ценами, — уточнили представители компании.

Прирост площадей обеспечили в первую очередь заведения мини-формата и стрит-фуд, добавили в компании.

Вице-президент Ассоциации рестораторов и отельеров Вадим Прасов признал, что за последние несколько лет доходы ресторанов, особенно с высоким средним чеком, заметно упали. На смену им пришли заведения с демократичными ценами, чья экономика строится на интенсивном потоке посетителей, а не на высоких ценах. Такие проекты оказались достаточно успешными в сегодняшних реалиях, поэтому удачный опыт многие хотят повторить.

— Тучные времена в ресторанном бизнесе позади. Последние несколько лет, не самых удачных для российской экономики, отразились и на бюджетах, которые гости готовы тратить. Такие расходы попадают в семейном бюджете под сокращение первыми, если возникают какие-то финансовые проблемы, — описал ситуацию Вадим Прасов.

Продавцы медицинских товаров также сообщили о заметном падении продаж. Как признался директор сети «Интероптика» Евгений Веселов, последний квартал прошлого года стал крайне болезненным для отрасли — рост продаж практически прекратился.

— И в крупных городах, и в регионах все стонали, удивлялись: где люди, где деньги? Ситуация кризисная, люди начинают тратить меньше денег на продукты не первой необходимости, выбирают более дешевые товары. Говорят, что на здоровье не экономят. Оказалось, что экономят, но несколько меньше, чем на отдыхе и походах в рестораны, — сообщил эксперт.

Директор направления стрит-ритейл компании Knight Frank Виктория Камлюк рассказала, что основной спрос на аренду новых площадей в последнее время шел от продуктовых операторов.

— Также крайне востребованы небольшие помещения площадью до 50 кв. м. Таких объектов на рынке немного, поэтому многие собственники сами стали нарезать свои помещения на небольшие блоки, — рассказала она.

Как уточнила Виктория Камлюк, спрос на малые площади возник потому, что у арендаторов сократился бюджет.

При этом в целом, по оценке авторов исследования, ритейлеры стали смотреть в будущее с большим оптимизмом. 60% ритейлеров ожидают в первом полугодии 2017 года изменений в лучшую сторону, 35% считают, что ситуация не изменится, и только 5% ожидают ухудшения ситуации.