УДК 338.46

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В КРЫМУ И СЕВАСТОПОЛЕ

Нестругина В.А.

Студентка бакалавриата,

Севастопольский Государственный университет,

Севастополь, Россия

Митус А.А.

К.э.н., доцент кафедры «ЭП»,

Севастопольский государственный университет,

Севастополь, Россия

Аннотация.

Рассмотрены тенденции развития отрасли общественного питания в Республике Крым и городе Севастополе. На основе официальной статистики и отраслевых публикаций выявлены особенности спроса, сезонности и конкуренции. Определены перспективы заведений, сочетающих питание с досуговыми и интерактивными форматами.

Ключевые слова: общественное питание, ресторанный бизнес, бар, потребительский спрос, сезонность, досуговые услуги, интерактивные форматы, конкурентоспособность.

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE FOOD SERVICE INDUSTRY IN CRIMEA AND SEVASTOPOL

Nestrugina V.A.

Undergraduate student,

Sevastopol State University,
Sevastopol, Russia

Mitus A.A.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Electronic Engineering,
Sevastopol State University,
Sevastopol, Russia

Abstract. The article examines trends in the food service industry in the Republic of Crimea and Sevastopol. Based on official statistics and industry publications, it identifies features of demand, seasonality and competition, and outlines opportunities for venues combining food service with leisure and interactive formats.
Keywords: food service, restaurant business, bar, consumer demand, seasonality, leisure services, interactive formats, competitiveness.

Введение

Общественное питание является значимой частью сферы услуг, формируя рабочие места, потребительскую инфраструктуру и условия развития внутреннего туризма. Современное заведение конкурирует не только качеством блюд и уровнем цен, но и общей ценностью посещения: атмосферой, удобством, сервисом и возможностью получить новый опыт. Поэтому в отрасли усиливается значение концепции заведения и эмоциональной составляющей потребления.

Для Республики Крым и Севастополя развитие общественного питания связано с сочетанием постоянного локального спроса и туристического потока. При этом сезонность, изменение покупательной способности, рост издержек и насыщенность отдельных локаций требуют от предприятий гибких моделей

управления. По данным Крымстата, оборот общественного питания в Республике Крым в январе–феврале 2026 г. составил 5,1 млрд руб., что в сопоставимых ценах соответствовало 117,5% уровня аналогичного периода предыдущего года [1]. В Севастополе за тот же период оборот составил 2,33 млрд руб., или 140,1% к январю–февралю 2025 г. в сопоставимых ценах [2, 21]. Эти предварительные показатели не означают автоматического роста прибыли.

Цель статьи — выявить ключевые тенденции развития отрасли общественного питания в Крыму и Севастополе. Рассматриваются динамика отрасли, влияние сезонности, изменение потребительских предпочтений и развитие форматов, объединяющих питание и досуг.

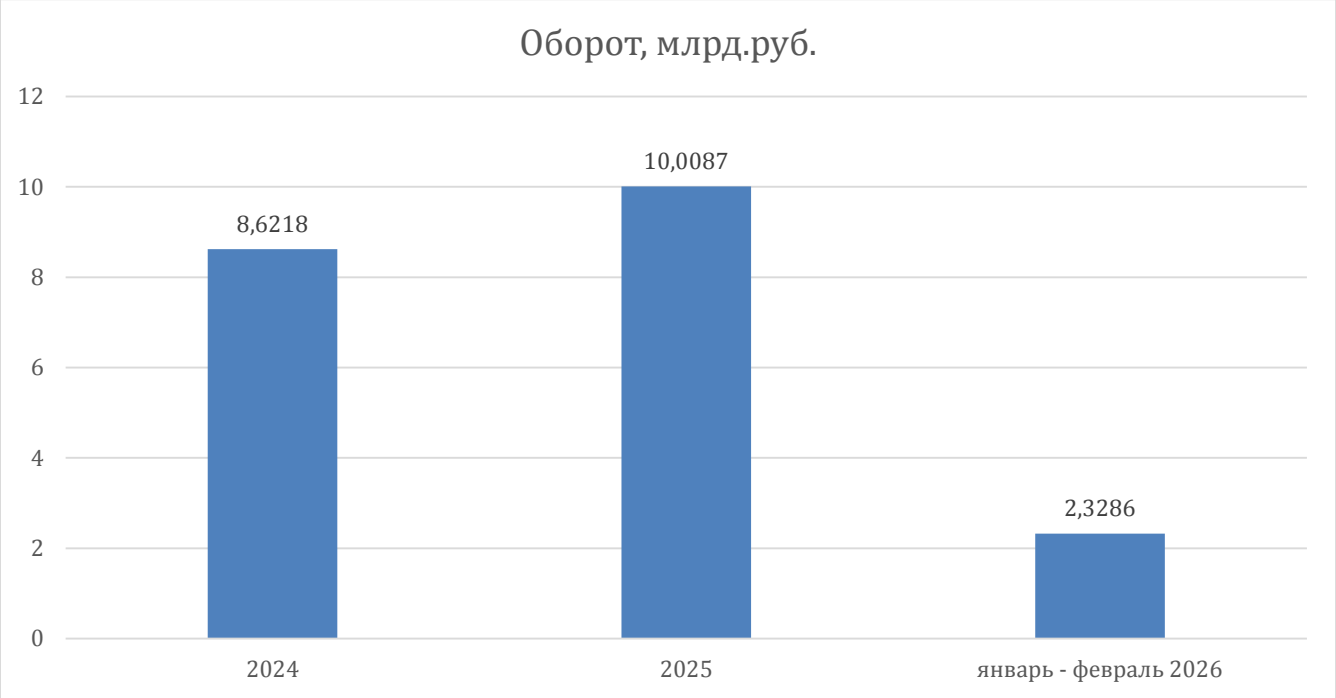
Методы

Исследование основано на анализе официальных статистических материалов Управления Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и г. Севастополю, отраслевых обзоров и сравнительном анализе форматов общественного питания. Региональные показатели используются для описания общей динамики, а выводы о поведении потребителей рассматриваются как аналитические обобщения, требующие дополнительной проверки опросами посетителей и данными конкретных предприятий.

Результаты

Первая тенденция — сохранение экономической активности отрасли при усложнении условий ведения бизнеса. Оборот общественного питания Севастополя за 2025 г. составил около 10 млрд руб., однако в сопоставимых ценах достиг лишь 99,3% уровня предыдущего года (рис.1) [2, 21]. Это показывает важность различения номинального роста выручки и реального изменения объёма услуг: рост цен сам по себе не свидетельствует об увеличении числа посетителей или рентабельности. Для сравнения, в целом по Российской Федерации, по данным Финансового университета при Правительстве РФ, оборот общественного питания

в 2025 году вырос вверх в номинальном показателе на 8,7% [5], что свидетельствует о том, что крымские показатели не являются исключением из общероссийской динамики, но требуют осторожной интерпретации с учётом эффекта низкой базы и ценового фактора.



Составлено авторами по данным [2, 21]

Рисунок 1 - Динамика оборота общественного питания Севастополя

Вторая тенденция — высокая значимость сезонного фактора. Для туристических территорий спрос распределяется неравномерно в течение года и зависит от отпускного сезона, праздничных периодов, погоды и событийной активности. В периоды повышенного спроса предприятия могут увеличивать выручку, но одновременно сталкиваются с дополнительной нагрузкой на персонал, снабжение и качество обслуживания. В межсезонье ключевой задачей становится формирование устойчивого спроса со стороны местных жителей. Подтверждением сезонной неравномерности служит тот факт, что за январь—сентябрь 2025 года оборот общественного питания Севастополя составил 6 997,2 млн руб., или 96,1% к аналогичному периоду 2024 года в сопоставимых ценах [2, 21], тогда как за весь

год показатель составил 99,3%. Это означает, что четвёртый квартал частично компенсировал отставание первых девяти месяцев, что согласуется с гипотезой о повышенной деловой активности в конце года.

Третья тенденция — дифференциация форматов и замедление общего темпа роста рынка. Наряду с ресторанами традиционного типа развиваются кафе, бары, заведения быстрого обслуживания и пространства, где питание дополняется культурными или развлекательными мероприятиями. Отраслевые обзоры фиксируют замедление общего темпа роста при усилении давления затрат. Согласно исследованию Контур.Фокуса, за 2025 год российская отрасль общепита выросла на 4,62%, тогда как годом ранее рост составлял 5,52% [3]. В первом полугодии 2026 года темп прироста числа организаций составил 1,58% против 2,79% за аналогичный период 2025 года и 3,45% за первое полугодие 2024 года [3]. При этом структура рынка остаётся стабильной: на рестораны приходится около 79,6% организаций, на кафе — 15,23%, на бары — 5,17% [3]. Для региональных предприятий это повышает значимость четкого позиционирования: заведение должно отвечать конкретной потребности аудитории и отличаться от конкурентов не только меню.

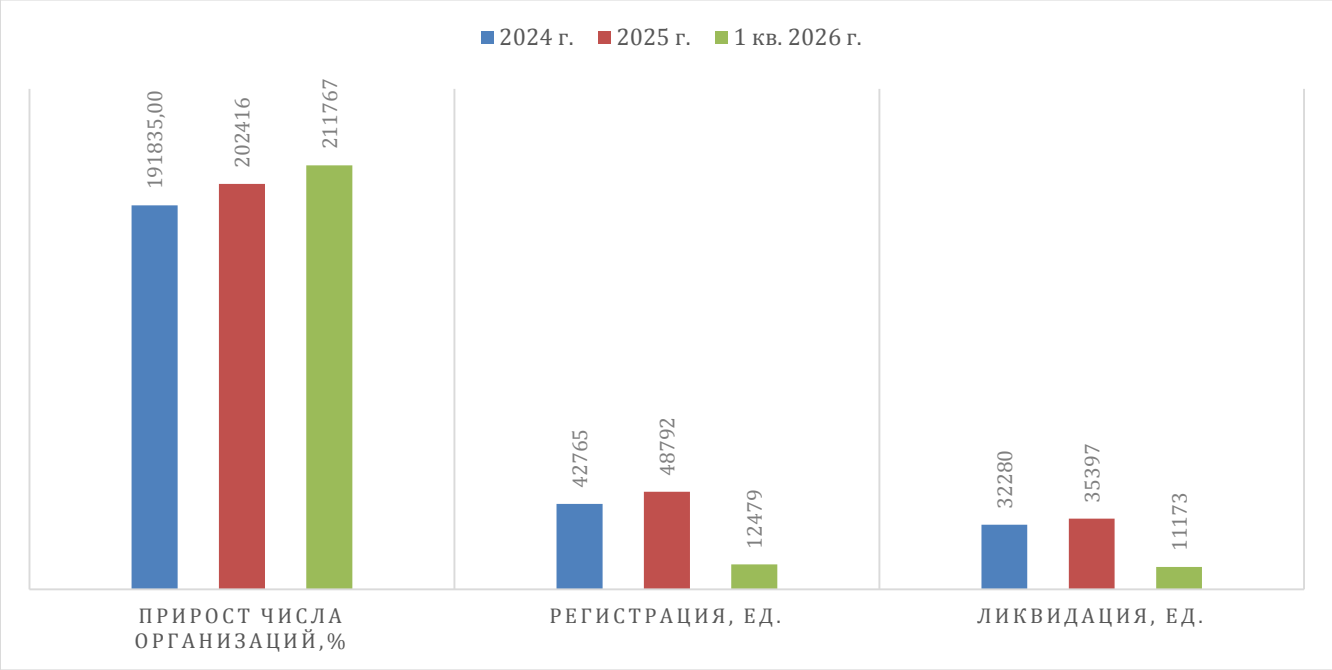
Четвертая тенденция — переход от продажи продукта к продаже впечатления. Тематические вечера, музыкальные программы, викторины, квизы и музыкальное лото могут создавать дополнительный повод для посещения, увеличивать продолжительность пребывания гостей и стимулировать повторные визиты. Развлекательная программа должна быть связана с концепцией заведения и не ухудшать качество основного сервиса. Важны регулярность мероприятий, понятное расписание, предварительное бронирование и баланс между стоимостью программы и средним чеком. Согласно данным РБК [4] рынок общественного питания в 2024 г. вырос на 9%, несмотря на инфляцию и кадровый голод, что

косвенно подтверждает: даже в условиях давления затрат потребитель готов платить за дополнительные впечатления и опыт, а не только за базовую услугу питания.

Пятая тенденция — повышение роли цифровых каналов коммуникации. Социальные сети, карты, системы бронирования и программы лояльности позволяют сообщать о мероприятиях, собирать обратную связь и поддерживать связь с постоянными посетителями. Эффективность продвижения целесообразно оценивать не только по охватам публикаций, но и по бронированиям, фактической посещаемости, среднему чеку и доле повторных гостей. По данным Росстата, в разделе статистики туризма аккумулируются сведения о ресторанах, кафе и барах по Российской Федерации [6], что создаёт основу для сопоставления региональных показателей с общероссийскими и выявления отклонений, требующих маркетингового анализа на уровне отдельных заведений.

Шестая тенденция — необходимость контролировать операционные расходы на фоне роста ротации заведений. Для баров и кафе существенны аренда, закупочные цены, списания, фонд оплаты труда, коммунальные расходы и сезонная загрузка. Устойчивость предприятия зависит от контроля себестоимости меню, планирования запасов, обучения персонала и выбора расписания мероприятий с учетом прогнозируемого спроса. Однако в 2025–2026 гг. проблема издержек перестаёт быть «фоновой»: она напрямую связана с выживаемостью заведений, и это видно как на федеральном, так и на региональном уровне. В целом по России, по данным Контур.Фокуса [3], если в 2024 году отношение ликвидаций к регистрациям составляло менее 10%, то в первом квартале 2026 года число ликвидаций выросло на 31,28% по сравнению с аналогичным периодом 2025 года (рис.2). В регионах Юга и Северного Кавказа за девять месяцев 2026 года на 100 открытий приходилось уже 80 закрытий против 62 годом ранее [3]. При этом

общероссийские сведения о числе ресторанов, кафе и баров, публикуемые Росстатом [6], показывают, что ротация носит системный, а не локальный характер.



Составлено авторами по данным [3]

**По регионам РФ, в том числе Республике Крым и Севастополю открытые сопоставимые данные о регистрациях и ликвидациях за 2024–2026 гг. отсутствуют*

Рисунок 2 - Динамика числа организаций общественного питания по России в целом

Для Крыма и Севастополя эта тенденция проявляется в более жёсткой форме из-за сезонности. Подтверждением служит региональный обзор, в котором отмечается, что в Крыму и Севастополе давление затрат усиливается именно в межсезонье, когда загрузка падает, а арендные и кадровые расходы сохраняются [7]. Это согласуется с общероссийской картиной, где, по данным Финансового университета при Правительстве РФ, оборот общественного питания в 2025 году вырос на 8,7% [5], однако рост номинальной выручки не отменяет необходимости контролировать себестоимость: в условиях ротации [3] и сезонных провалов [2, 21] именно издержки становятся тем фактором, который определяет, сохранит ли заведение место на рынке.

Заключение

Таким образом сопоставление Крыма и Севастополя показывает, что перспективы отрасли нельзя оценивать только по общему обороту. Необходимо учитывать структуру спроса, динамику в сопоставимых ценах, сезонность и особенности конкретной локации. Высокие показатели отдельных периодов могут отражать сезонный эффект и не гарантируют стабильной загрузки в течение года.

Для заведений, ориентированных на досуг, перспективной представляется комбинированная модель: основная услуга питания дополняется календарем мероприятий и сообществом постоянных гостей. Такой подход способен поддерживать спрос в будние дни и межсезонье, но требует тестирования форматов, оценки расходов на организацию программы и соблюдения требований к безопасности, шуму и продаже алкогольной продукции. Отраслевые данные не доказывают, что интерактивный формат гарантированно прибыльнее традиционного: результат зависит от аудитории, местоположения, ценовой политики и качества исполнения.

Ограничением исследования является отсутствие открытых сопоставимых данных о выручке, посещаемости и рентабельности отдельных типов заведений в Крыму и Севастополе. Поэтому выводы о перспективах тематических баров следует рассматривать как направления для дальнейшего исследования, а не как доказательство гарантированной коммерческой эффективности.

Ключевыми тенденциями развития общественного питания в Крыму и Севастополе являются изменение структуры спроса, сезонная неравномерность, дифференциация форматов, развитие событийных услуг, цифровое продвижение и повышенное внимание к контролю издержек. Официальные данные подтверждают значительный масштаб отрасли в обоих регионах, но одновременно показывают необходимость анализировать реальные объемы услуг в сопоставимых ценах.

Повышение конкурентоспособности заведений возможно за счет ясной концепции, качественного сервиса и адаптации к локальной аудитории. Форматы, сочетающие питание с интерактивными и музыкальными мероприятиями, могут стать способом выделения на рынке и стимулирования повторных посещений при условии грамотного финансового планирования. Дальнейшее исследование целесообразно направить на опросы посетителей, сравнение форматов и оценку влияния событийных программ на загрузку и средний чек.

Библиографический список

1. Управление Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и г. Севастополю. Социально-экономическое положение Республики Крым в январе–феврале 2026 года. [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: https://82.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Пресс-релиз%20Соц-эк.%20положение%20РК%20январь-февраль%202026%20г..pdf (Дата обращения: 18.10.2026).

2. Управление Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и г. Севастополю. Социально-экономическое положение г. Севастополя в январе–феврале 2026 года. [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: https://82.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Доклад%200226.pdf (Дата обращения: 18.10.2026).

3. Контур.Фокус. Общепит растет, но не так быстро, как прежде. 20.01.2026. [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: https://kontur.ru/press/news/83181-obshhepit_rastet_no_ne_tak_by_stro (Дата обращения: 18.10.2026).

4. РБК Исследования рынков. Рынок общественного питания в 2024 г. вырос на 9%, несмотря на инфляцию и кадровый голод. 14.03.2025. [Электронный ресурс]. —

Режим доступа — URL: https://marketing.rbc.ru/articles/15629/ (Дата обращения: 18.10.2026).

5. Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. Оборот общественного питания в России в 2025 году вырос на 8,7%: анализируем предпосылки и региональные особенности. 20.02.2026. [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2026/02/20/oborot-obschestvennogo-pitaniya-v-rossii-v-2025-godu-viros-na-87-analiziruem-predposilki-i-regionalnie-osobennosti (Дата обращения: 18.10.2026).

6. Росстат. Туризм: сведения о ресторанах, кафе, барах по Российской Федерации. [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm (Дата обращения: 18.10.2026).

7. Эксперт ЮГ. Регистрации общепита в Крыму почти вдвое опережают ликвидации. 13.07.2026. [Электронный ресурс]. — Режим доступа — URL: https://expertsouth.ru/news/registratsii-obshchepita-v-krymu-pochti-vdvoe-operezhayut-likvidatsii/ (Дата обращения: 18.10.2026).