

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2026-5-11>

УДК 640.4



Attribution

cc by

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РОССИИ

Лаврова А.П.

Санкт-Петербургский государственный аграрный университет

Аннотация. В современных условиях деятельность заведений общественного питания сталкивается с вызовами и новыми тенденциями, такими как трансформация потребительских предпочтений, необходимость внедрения инновационных технологий, рост значимости онлайн-репутации и т. д. В данной статье автором представлена классификация предприятий индустрии питания по различным признакам, обозначены важные аспекты для жизни населения. Проведен анализ состояния рынка общественного питания в России на основе статистических показателей, отражены ключевые тенденции в индустрии питания, выделены основные проблемные зоны функционирования и обозначены направления развития. Отмечено, что владельцы бизнеса и управляющие, принимая своевременные и обоснованные управленческие решения, обеспечивают быстрое и гибкое реагирование на изменения внешней рыночной среды и запросы целевой аудитории, в том числе за счёт обновления ассортимента, улучшения качества предлагаемой продукции и оказываемых услуг, которые, в свою очередь, способствуют повышению устойчивости и сохранению конкурентоспособности компании.

Ключевые слова: общественное питание, потребности, клиенты, оборот общественного питания, тенденции развития, ресторанный бизнес, технологии.

Финансирование: инициативная работа.

Original article

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE CATERING MARKET IN RUSSIA

Alevtina P. Lavrova

Saint-Petersburg State Agrarian University

Abstract. In modern conditions, the activities of catering establishments are faced with challenges and new trends, such as the transformation of consumer preferences, the need to introduce innovative technologies, the growing importance of online reputation, etc. In this article, the author presents a classification of food industry enterprises according to various criteria, identifies important aspects for the life of the population. The analysis of the state of the catering market in Russia is carried out on the basis of statistical indicators, key trends in the food industry are reflected, the main problem areas of functioning are highlighted and the directions of development are outlined. It is noted that business owners and managers, making timely and informed management decisions, ensure a quick and flexible response to changes in the external market environment and the needs of the target audience, including by updating the assortment, improving the quality of products and services offered, which, in turn, contribute to increasing the sustainability and maintaining the competitiveness of the company.

Keywords: public catering, needs, customers, public catering turnover, development trends, restaurant business, technology.

Funding: Independent work.

Введение.

Сфера общественного питания играет существенную роль в экономической системе любой страны, обеспечивая занятость населения, развитие туристической отрасли, удовлетворение потребностей клиентов в качественных продуктах питания, досуге и общении и т. д.

Необходимость постоянного совершенствования деятельности предприятий индустрии питания и внедрения новых видов продукции и услуг также обусловлена ускоренным темпом жизни современного общества и возрастающим осознанием ценности свободного времени.

Целью настоящей статьи является анализ тенденций развития рынка общественного питания и выделение его особенностей. В ходе исследования были

применены как эмпирические, так и теоретические методы научного познания.

Вопросы развития рынка общественного питания в России нашли отражение в научных статьях, авторами которых являются: Долженко Р.А. [1], Мартынов К.В. [2], Неуструева А.С., Черепко Е.Д. [3] и др. [4, 5, 6, 7].

Термин «общественное питание (индустрия питания)», согласно [8], трактуется как «самостоятельная отрасль экономики, состоящая из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры, организующая питание населения, а также производство и реализацию готовой продукции и полуфабрикатов, как на предприятии общественного питания, так и вне его, с возможностью оказания широкого перечня услуг по организации досуга и других дополнительных услуг».

Предприятием общественного питания является «объект хозяйственной деятельности, предназначенный для изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и покупных товаров (в т. ч. пищевых продуктов промышленного изготовления), как на месте изготовления, так и вне его по заказам, а также для оказания разнообразных дополнительных услуг, в том числе по организации досуга потребителей» [8].

Исходя из вышесказанного можно выделить, что предприятия питания выполняют три взаимосвязанные функции:

- производственную (изготовление продукции);
- торговую (реализация продукции);
- сервисную (организация непосредственного потребления продукции и досуга). Для обеспечения ритмичной работы заведения необходима координация деятельности всех его подразделений.

По своей природе, продукт сферы общепита является комплексным, включающим материальную часть (блюдо, напиток) и нематериальную – услугу (сервис, атмосфера, эмоциональные впечатления).

Среди ключевых особенностей услуги как товара выделяют неосвязаемость, недолговечность, неразделимость процессов производства и потребления, непостоянство качества.

Обсуждение. Результаты.

Предприятия общественного питания занимают значимое место в жизни общества, которое заключается в следующих аспектах:

1) Социальный аспект состоит в обеспечении населения доступом к пищевым ресурсам и создании благоприятных условий для потребления готовой еды (рациональное и полноценное питание, особенно в образовательных и медицинских учреждениях, является фундаментом для сохранения и укрепления здоровья нации; организация питания для населения значительно сокращает затраты времени на приготовление

пищи, тем самым облегчая бытовой труд и т. п.); организации досуга и проведение тематических мероприятий; интеграция личности в социум (совместное потребление еды способствует укреплению чувства общности, обмену информацией и развитию межличностных отношений).

2) Экономический аспект проявляется во вкладе отрасли в валовой внутренний продукт страны, создании рабочих мест и расширении занятости, а также в стимулировании развития смежных отраслей экономики, таких как сельское хозяйство, пищевая промышленность, транспортно-логистическая сфера и туризм, формируя устойчивый спрос на продукцию и услуги.

3) Культурный аспект выражается в сохранении и развитии национальных кулинарных традиций и популяризации многообразия кухонь мира. Они выступают хранителями рецептов и технологий, передавая их из поколения в поколение, поддерживая использование местных продуктов. Тем самым обеспечивается сохранение элементов культурного наследия и расширение гастрономического опыта людей за счет знакомства их с разнообразием кулинарных практик.

4) Экологический аспект связан с внедрением принципов ответственного потребления и снижением негативного воздействия на окружающую среду. Он включает меры по минимизации пищевых отходов, более рациональному использованию сырья, применению локальных и сезонных продуктов, а также внедрению энерго- и ресурсосберегающих технологий.

Предприятия общественного питания классифицируются по разным признакам (рис. 1), а также могут оказывать услуги по организации кейтеринга (в т. ч. выездного обслуживания).

В свою очередь, виды кейтеринга различаются по месту, способу оказания услуг и их стоимости: событийный кейтеринг, питание на транспорте (в т. ч. бортовое питание), социальное питание (образовательные и медицинские учреждения, корпоративное питание, исправительные заведения, армия и т. д.) [8].



Рисунок 1 – Классификация предприятий общественного питания, составлено автором по [9].

Таким образом, на российском рынке индустрии питания представлен широкий спектр заведений с разными типами и уровнями обслуживания гостей. Несомненно, процессы оказания услуг потребителям на предприятиях общественного питания должны отвечать общим требованиям: точности и своевременности исполнения заказа и обслуживания в целом; соблюдению обслуживающим персоналом стандартов внешнего вида и правил поведения; стабильности обслуживания, включая превосходящие ожидания потребителей.

Официальные данные Федеральной службы государственной статистики свидетельствуют о том, что на территории России по состоянию на конец 2024 г. действовало 38207 общедоступных столовых и закусочных, что на 13% больше по сравнению с 2018 г. Количество столовых учебных заведений, организаций, промышленных предприятий в 2024 г. по сравнению с 2018 г. сократилось на 0,9% и составило 63151 единицу. За рассматриваемый период наблюдается значительный рост числа ресторанов, кафе и баров: в 2024 г. их общее количество достигло 105076 единиц, что превысило показатель 2018 г. на 23% (табл. 1).

Таблица 1 – Наличие объектов общественного питания в России (на конец года) [10].

Объекты	2018 г.	2020 г.	2022 г.	2024 г.	2024 г. к 2018 г., в %
Общедоступные столовые, закусочные	33809	33544	34825	38207	113,0
в них мест, тыс. мест	1102,5	1024	966,9	1040,5	94,4
площадь зала обслуживания посетителей, тыс. м ²	2300,7	2212,1	34,825	2396,7	104,2
Столовые учебных заведений, организаций, промышленных предприятий	63737	63057	62227	63151	99,1
в них мест, тыс. мест	5295,3	5277,5	5127,3	5410,2	102,2
площадь зала обслуживания посетителей, тыс. м ²	7858,1	7853,2	7635,1	7951,0	101,2
Рестораны, кафе, бары	85408	89735	93147	105076	123,0
в них мест, тыс. мест	4534,1	4559,3	4431,6	5157,9	113,8
площадь зала обслуживания посетителей, тыс. м ²	10923,5	11097,4	10634,2	12524,9	114,7

Оборот общественного питания – это выручка от продажи собственной кулинарной продукции и покупных товаров без кулинарной обработки, проданных населению для потребления, главным образом, на месте, а также организациям и индивидуальным предпринимателям для организации питания различных контингентов населения.

Данный показатель приводится в фактических продажных ценах, включающих наценку общественного питания, налог на добавленную стоимость и аналогичные обязательные платежи. Денежный оборот российского рынка общественного питания в 2024 г. по сравнению с 2018 г. вырос на 1848,9 млрд. руб. и составил 3532,2 млрд. руб. (табл. 2).

Таблица 2 – Оборот общественного питания по субъектам Российской Федерации [10].

Субъекты России	2018 г.		2020 г.		2022 г.		2024 г.	
	млрд. руб.	%	млрд. руб.	%	млрд. руб.	%	млрд. руб.	%
Российская Федерация	1683,3	100	1447,4	100	2350,1	100	3532,2	100
Центральный федеральный округ	579,9	34,4	484,3	33,5	777,1	33,1	1211,1	34,3
Северо-Западный федеральный округ	170,4	10,1	154,5	10,6	298,0	12,7	490,5	13,9
Южный федеральный округ	161,1	9,6	156,8	10,8	230,2	9,8	316,8	8,9
Северо-Кавказский федеральный округ	138,1	8,2	106,1	7,3	163,7	7,0	239,5	6,8
Приволжский федеральный округ	242,1	14,4	199,4	13,8	300,6	12,8	451,3	12,8
Уральский федеральный округ	155,8	9,3	135,3	9,4	224,2	9,5	321,3	9,1
Сибирский федеральный округ	134,2	8,0	117,1	8,1	198,8	8,5	296,5	8,4
Дальневосточный федеральный округ	101,6	6,0	93,9	6,5	157,5	6,7	205,2	5,8

Из данных, представленных в таблице 2, видно, что наибольший удельный вес оборота общественного питания в России приходился на Центральный федеральный округ – 579,9 млрд. руб. в 2018 г. и 1211,1 млрд. руб. в 2024 г. (34,4% и 34,3% соответственно), а наименьший – на Дальневосточный федеральный округ – 101,6 млрд. руб. в 2018 г. и 205,2 млрд. руб. в 2024 г. (6,0% и 5,8% соответственно).

Развитию отрасли общественного питания главным образом способствует увеличение платежеспособного спроса населения, который определяется ростом реальных располагаемых денежных доходов (рис. 2).

Стоит заметить, если в 2019 г. доля затрат на общественное питание в структуре потребительских расходов домашних хозяйств составила 3,2%, то в 2020 г. она снизилась до 2,1%, а в 2023 г. выросла до 2,8%.

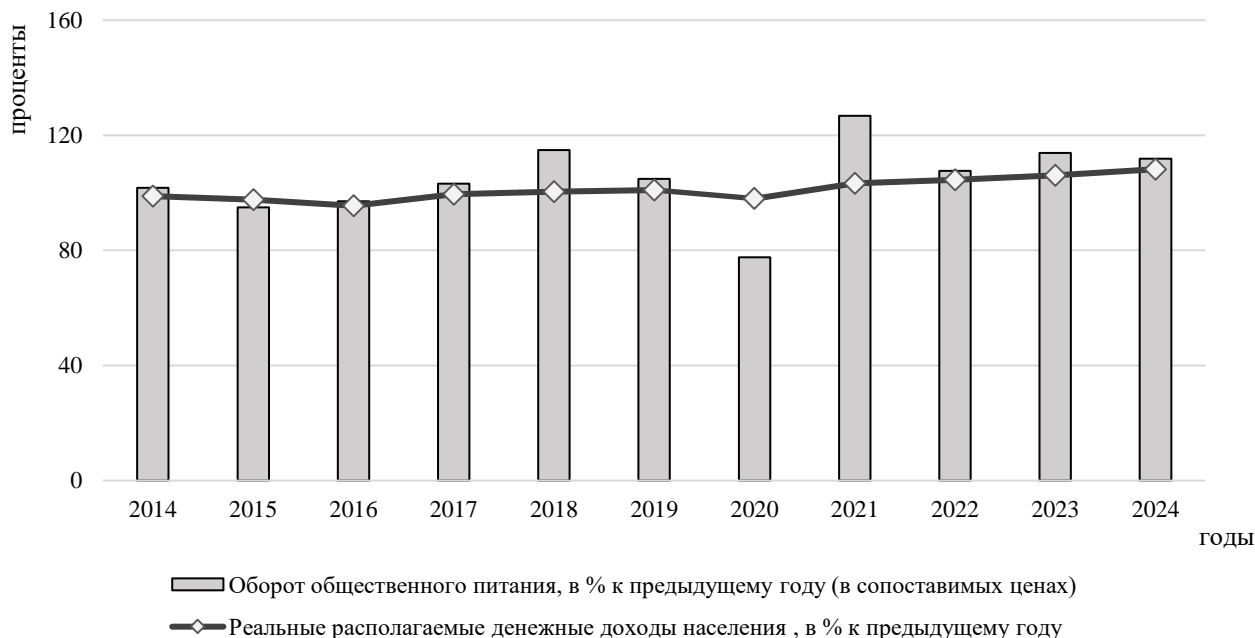


Рисунок 2 – Динамика оборота общественного питания и реальных располагаемых денежных доходов населения России, составлено автором по [10].

В настоящее время в структуре предприятий общественного питания выделяют организации, не относящиеся к субъектам малого и среднего предпринимательства, средние, малые предприятия и индивидуальные предприниматели.

Динамика оборота по этим типам хозяйствующих субъектов за 2010–2024 гг. по Российской Федерации представлена на рисунке 3.

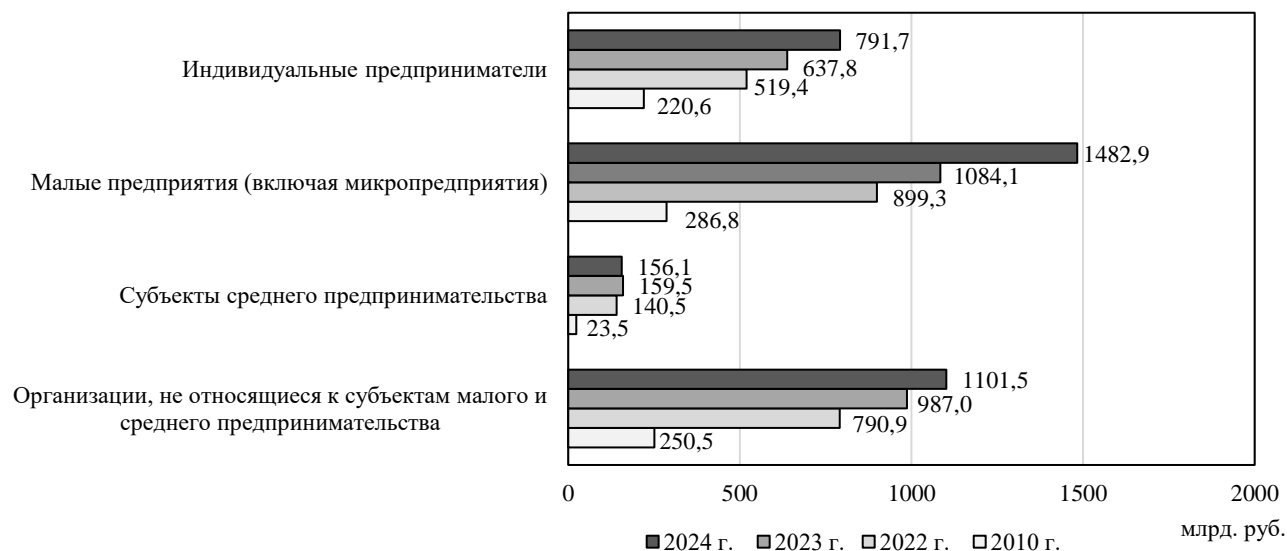


Рисунок 3 – Динамика оборота предприятий общественного питания по типам хозяйствующих субъектов в России (в фактически действовавших ценах), составлено автором по [10].

Как видно из рисунка 3, в 2010 г. и в 2024 гг. максимальную долю (36,7% и 42% соответственно) в обороте общественного питания составили малые предприятия (включая микропредприятия), а наименьшую – субъекты среднего предпринимательства (3% и 4,4% соответственно).

Необходимым условием получения прибыли является определенная степень развития производства, обеспечивающая превышение выручки от реализации продукции над затратами по ее производству и сбыту.

Таблица 3 – Основные экономические показатели деятельности организаций общественного питания России [10].

Показатели	Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания		Деятельность предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий и прочим видам организации питания		Подача напитков	
	2022 г.	2024 г.	2022 г.	2024 г.	2022 г.	2024 г.
Выручка (нетто) от продажи продукции, млн. руб.	383313	649099	322519	379288	167	17
Себестоимость проданных продукции, млн. руб.	266617	472375	257174	291021	101	4
Валовая прибыль, млн. руб.	116696	176724	65345	88267	66	13
Коммерческие и управленческие расходы, млн. руб.	105195	118584	46624	73203	48	12
Прибыль (убыток) от продаж, млн. руб.	11501	58140	18721	15064	18	1
Сальдо прочих доходов и расходов, млн. руб.	-17410	-12897	-159	1604	-19	0
Сальдированный финансовый результат (прибыль (убыток) до налогообложения), млн. руб.	-5909	45243	18562	16668	-1	1
Сумма прибыли, полученная прибыльными организациями, млн. руб.	14843	49950	20669	24982	4	1
Удельный вес прибыльных организаций в общем числе организаций, процентов	56,9	62,6	79,8	76,1	50,0	66,7
Рентабельность проданных продукции, процентов	3,1	9,8	6,2	4,1	11,7	1,7

Представленные показатели таблицы 3 свидетельствуют о динамичном развитии сегмента «Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания», в котором рост выручки в 2024 году по сравнению с 2022 г. составил более чем в 1,6 раза, с 383313 млн. руб. до 649099 млн. руб., а рентабельность про-

данных продукции за рассматриваемый период повысилась на 6,7 п.п. Важно отметить, что удельный вес прибыльных организаций в этом сегменте также увеличился: с 56,9% в 2022 г. до 62,6% в 2024 г., что является позитивным сигналом, свидетельствующим об эффективности бизнеса в этом направлении.

Таблица 4 – Структура затрат на производство и продажу продукции организаций общественного питания России, в фактически действовавших ценах, (в процентах к итогу) [10].

Показатели	2010 г.	2020 г.	2022 г.	2024 г.
Всего	100	100	100	100
в том числе:				
расходы на приобретение сырья, материалов, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий для производства и продажи продукции	39,8	41,6	46,7	45,8
расходы на приобретение топлива и энергии	1,8	1,5	1,1	1,1
расходы на оплату труда	25,5	21,7	21,3	21,0
страховые взносы в Социальный фонд России	5,6	5,9	5,7	5,7
амортизация основных средств	2,3	3,7	3,1	2,7
амортизация нематериальных активов	0,0	0,1	0,1	0,3
расходы, связанные с арендой	7,8	6,6	5,1	4,3
обязательные страховые платежи	0,5	0,2	0,1	0,2
добровольные страховые платежи	0,2	0,1	0,1	0,1
суточные и подъемные	0,1	0,0	0,0	0,0
налоги и сборы, включаемые в себестоимость продукции	1,0	0,1	0,1	0,1
расходы по оплате работ и услуг сторонних организаций	9,5	12,7	14,1	17,0
другие расходы, связанные с производством и продажей продукции	5,9	5,8	2,5	1,7

Анализ данных в таблице № 4 показывает, что в течение рассматриваемого периода основную долю в структуре затрат на производство и продажу продукции организаций общественного питания занимают расходы на приобретение материальных средств: если в 2010 г. их удельный вес составил 39,8%, то в 2024 г. – 45,8%. При этом удельный вес расходов на оплату труда имеет тенденцию к уменьшению – с 25,5% в 2010 г. до 21,0% в 2024 г. Доля расходов, связанных с арендой, снизилась с 7,8% в 2010 г. до 4,3%, а удельный вес

расходов по оплате работ и услуг сторонних организаций, наоборот, увеличился с 9,5% в 2010 г. до 17,0% в 2024 г.

Отрасль общественного питания сохраняет инвестиционную привлекательность. Наибольшая сумма привлеченного объема инвестиций в основной капитал наблюдается в деятельности предприятий по обслуживанию торжественных мероприятий и прочим видам организации питания: в 2024 г. по сравнению с 2022 г. она увеличилась на 27717,7 млн. руб. и составила 41180,6 млн. руб. (рис. 4).

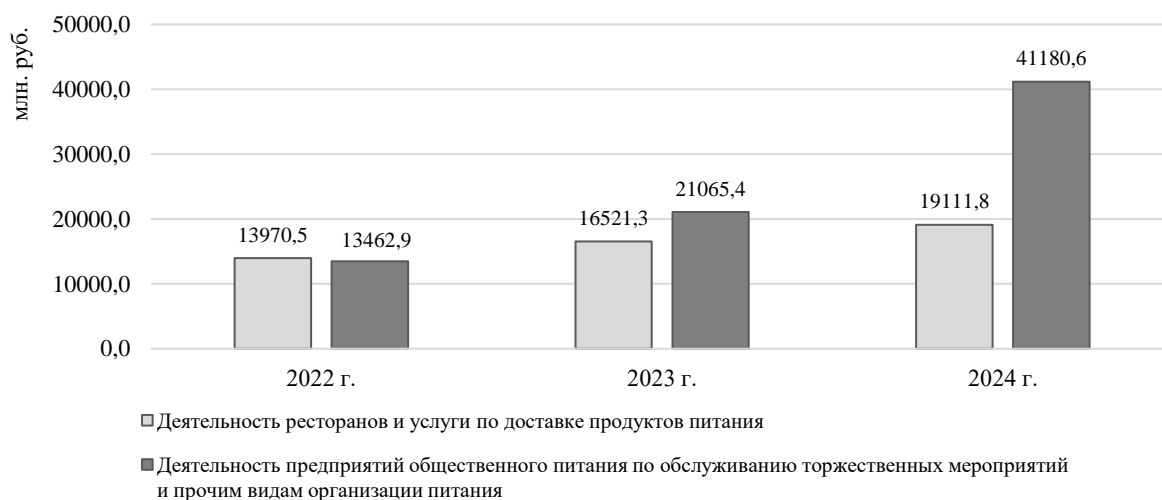


Рисунок 4 – Инвестиции в основной капитал предприятий общественного питания России (в фактически действовавших ценах), млн руб., составлено автором по [10]

На современном этапе на российском рынке общественного питания можно выделить несколько ключевых тенденций, определяющих перспективы его развития.

1. Рост востребованности и популярности новых форматов:

- Dark Kitchen (известная как «темная кухня», «облачная кухня», ресторан без посадочных мест) – заведение, работающее исключительно на доставку еды и не имеющее залов для обслуживания посетителей. Прибыльность таких заведений зависит от грамотного выбора ассортимента, качества продукта, скорости выполнения заказа и доставки через собственные курьерские службы или агрегаторы. Наблюдается эволюция потребительских привычек, в частности, сервис по доставке готовой еды уже не является атрибутом особых случаев, а стал повседневной практикой.

Это обстоятельство стимулирует расширение данного сегмента.

- Кулинарии при супермаркетах. Отмечается явное смещение потребительского спроса от полуфабрикатов к упакованной продукции с максимальной степенью готовности.

- Заведения сегмента fast casual («быстрый и повседневный») – сочетание скорости приготовления блюд и обслуживания, демократичных цен, качественных продуктов и уютной атмосферы на доступных условиях.

- Кейтеринг (англ. event catering, где event – «событие», «мероприятие», а catering – «снабжать провизией», «поставлять», «обслуживать») – это комплексная услуга по организации выездного питания, охватывающая весь цикл – от приготовления и транспортировки до сервировки и подачи блюд в выбранном заказчиком месте. Данный подход может функционировать как самостоятельное направление, так и в сочетании с любым форматом заведения.

2. Локализация концепций. Усиление интереса к аутентичной и традиционной кухне способствует не только сохранению гастрономического наследия, но и формированию уникального ресторанного предложения в разных регионах страны. Все больше заведений, специализирующихся на национальной кухне, ориентируются на использование локальных и сезонных продуктов, оказывая существенную поддержку местным производителям и одновременно укрепляя кулинарные традиции.

3. Внедрение цифровых технологий. Онлайн-заказы через собственные веб-платформы и мобильные приложения, бесконтактные способы оплаты, включая NFC, QR-коды, электронные кошельки, меню с элементами дополненной реальности, встроенные в столы голосовые помощники, позволяющие быстро оформить заказ, рассказать о блюдах или вызвать персонал при необходимости – все это становится нормой для рынка. Совокупность данных инноваций минимизирует личные контакты, повышает эффективность обслуживания, что позитивно отражается на росте выручки.

4. Автоматизация и облачные решения. Становясь неотъемлемой частью управления, они позволяют повышать операционную эффективность и предоставлять более глубокое понимание потребностей гостей. ERP-системы объединяют все ключевые бизнес-процессы – от управления складом, закупками и персоналом, финансового учёта, контроля качества продукции до обслуживания гостей и аналитики продаж. Такая комплексная интеграция сводит к минимуму количество ошибок и сокращает издержки.

Кроме того, внедрение программ лояльности и аналитических платформ становится ключевым инструментом для привлечения и удержания клиентов. CRM-системы, в том числе с модулями искусственного интеллекта, тщательно собирают и анализируют данные о предпочтениях гостей, что позволяет персонализировать предложения, улучшать клиентский опыт и оперативно реагировать на рыночные изменения.

Расширение доступности облачных решений позволяет полностью автоматизировать работу заведений через интернет, без установки локальных серверов, что дает возможность дистанционного управления бизнесом и обеспечивает быструю интеграцию новых функций и снижение затрат на инфраструктуру информационных технологий.

5. Маркетинг впечатлений. Для большинства людей посещение ресторана – это не только возможность удовлетворить потребность во вкусной еде, но и получить уникальный опыт, насладиться комфортной обстановкой и испытать приятные эмоции. Заведения, предлагающие качественный сервис и выстраивающие доверительные отношения с клиентами, формируют конкурентные преимущества и занимают более устойчивые позиции на рынке.

Наряду с положительными тенденциями, наблюдаемыми в развитии рынка общественного питания, сохраняется ряд актуальных проблем, требующих внимания: рост операционных расходов, связанный в основном инфляционными процессами в экономике, высокий уровень ключевой ставки, сдерживающий инвестиционную активность в отрасль, изменения в налоговом законодательстве, создающие неопределенность для бизнеса, замедление роста реальных доходов населения, негативно сказывающееся на покупательной способности, дефицит квалифицированного персонала и не всегда соответствующий мировым стандартам уровень качества обслуживания.

Одним из главных препятствий в данной сфере остается нехватка профессионалов, обладающих глубокими знаниями. Компании традиционно испытывают высокий уровень текучести кадров, что обусловлено сложными условиями труда, небольшим размером заработной платы и слабой мотивацией персонала. Кроме того, многие владельцы бизнеса игнорируют необходимость повышения квалификации сотрудников, что ограничивает их возможности в применении современных технологий. Часто консервативный подход руководства и недостаточное финансирование

сдерживают внедрение инновационных решений в процесс совершенствования деятельности предприятия, затрудняя адаптацию к нынешним рыночным условиям и вызовам.

Ключевыми направлениями государственной поддержки индустрии общественного питания в настоящее время являются следующие: предоставление налоговых льгот по НДС, субсидий на обновление оборудования и повышение квалификации персонала, а также грантов молодым предпринимателям и стартапов. Данные программы помогут преодолеть временные трудности и будут способствовать созданию благоприятных условий для функционирования и расширения сети заведений общепита.

Заключение.

Таким образом, отрасль общественного питания в России остается динамичной.

Постепенное восстановление после пандемии, активизация потребителей, меры поддержки малого и среднего предпринимательства, внедрение инновационных технологий, оптимизация бизнес-процессов и улучшение клиентского опыта создают благоприятные условия для дальнейшего развития этой сферы экономики.

Руководители предприятий общественного питания понимают, что обеспечение стабильного роста, удержание постоянных клиентов и привлечение новых требуют регулярного мониторинга рыночных тенденций и своевременного принятия управленческих решений.

Приоритетное значение в этом деле имеет гибкая адаптация к изменениям внешней среды, а также к вкусам и предпочтениям целевой аудитории посредством совершенствования ассортимента предлагаемых блюд и повышения качества предоставляемых услуг.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Список источников:

1. Долженко Р.А. Рынок общественного питания в РФ: текущее состояние и перспективы развития // *Индустрия питания*. - 2025. - Т. 10, № 2. - С. 83-91. DOI: 10.29141/2500-1922-2025-10-2-9 EDN: WSZUSD
2. Мартынов К.В. Проблемы и перспективы развития индустрии общественного питания в России // *Инновации и инвестиции*. - 2025. - №5. - С. 496-498. EDN: KUADMH
3. Неуструева А.С., Черепко Е.Д. Анализ рынка общественного питания через призму статистического наблюдения: текущие тенденции и возможности для роста бизнеса // *Дневник науки*. - 2024. - № 5(89). EDN: SAFMYU
4. Теплая Н.А., Абдурагимов И.А., Шигапов И.И., Михалев А.П., Горбатко Е.С. Статистический анализ основных показателей деятельности системы общественного питания в федеральных округах Российской Федерации // *Инновации и инвестиции*. - 2023. - № 6. - С. 344-350. EDN: ZGWSAG
5. Стахно Н.Д., Плугарь Е.В. Экотенденции и тренды предприятий общественного питания // *Геополитика и экогеодинамика регионов*. - 2024. - Т. 20, № 1. - С. 121-127. EDN: CXYRSM
6. Удилова Е.Н., Акбердина В.В. Актуальные тренды рынка общественного питания в России и факторы, оказывающие на него влияние // *Вестник Академии знаний*. - 2024. - №1(60). - С. 621-627. EDN: FVMZHZ
7. Холина П.В., Горашчук И.А., Сотников Г.А., Фролова А.В. Современные тенденции развития сферы общественного питания в России // *Успехи в химии и химической технологии*. - 2022. - Т. 36, № 1(250). - С. 94-96. EDN: LBSYKJ
8. ГОСТ 31985-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Термины и определения. - URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200103471>.
9. ГОСТ 30389-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. - URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_124542.
10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. - URL: <https://rosstat.gov.ru>.

References:

1. Dolzhenko R.A. The catering market in the Russian Federation: current state and development prospects // *Food industry*. - 2025. - Vol. 10, No. 2. - pp. 83-91. DOI: 10.29141/2500-1922-2025-10-2-9 EDN: WSZUSD
2. Martynov K.V. Problems and prospects of development of the catering industry in Russia // *Innovations and investments*. - 2025. - No.5. - pp. 496-498. EDN: KUADMH
3. Neustrueva A.S., Cherepko E.D. Analysis of the catering market through the prism of statistical observation: current trends and business growth opportunities // *Diary of science*. - 2024. - № 5(89). EDN: SAFMYU
4. Teplaya N.A., Abdulragimov I.A., Shigapov I.I., Mikhalev A.P., Gorbatko E.S. Statistical analysis of the main indicators of the public catering system in the federal districts of the Russian Federation // *Innovations and investments*. - 2023. - No. 6. - pp. 344-350. EDN: ZGWSAG
5. Stakhno N.D., Plugar E.V. Ecotrends and trends of catering enterprises // *Geopolitics and ecogeodynamics of regions*. - 2024. - Vol. 20, No. 1. - pp. 121-127. EDN: CXYRSM
6. Udilova E.N., Akberdina V.V. Current trends in the catering market in Russia and factors influencing it // *Bulletin of the Academy of Knowledge*. - 2024. - №1(60). - Pp. 621-627. EDN: FVMZHZ
7. Kholina P.V., Gorashchuk I.A., Somikov G.A., Frolova A.V. Modern trends in the development of public catering in Russia // *Advances in chemistry and chemical technology*. - 2022. - Vol. 36, No. 1(250). - pp. 94-96. EDN: LBSYKJ
8. GOST 31985-2013. The interstate standard. Catering services. Terms and definitions. - URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200103471>.

9. GOST 30389-2013. The interstate standard. Catering services. Catering establishments. Classification and general requirements. - URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_124542

10. The official website of the Federal State Statistics Service. - URL: <https://rosstat.gov.ru>.

Информация об авторе:

Лаврова Алевтина Петровна, кандидат экономических наук, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный аграрный университет», alevtina-lavrova@inbox.ru

Alevtina P. Lavrova, candidate of economic sciences, Saint-Petersburg State Agrarian University, St. Petersburg, Russia.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 22.03.2026;

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 11.04.2026;

Принята к публикации / Accepted for publication 20.05.2026.

Автором окончательный вариант рукописи одобрен.