

А.С. Астраханцева¹, Е.В. Александрова¹

¹Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, Российская Федерация

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные вопросы развития предприятий общественного питания в контексте современной российской экономики. Особое внимание уделено взаимосвязи пищевой промышленности и сферы общепита, а также её роли в обеспечении продовольственной безопасности, занятости населения и поддержки малого бизнеса. Проведен анализ производства основных категорий продуктов питания в России за 2022-2024 годы, выявлены ключевые тенденции потребления и смещения спроса. Подчёркивается значение общественного питания как драйвера развития сопутствующих отраслей логистики и маркетинга. Выделены особенности функционирования предприятий общественного питания, включая их многофункциональность, ориентацию на непосредственного потребителя и высокие санитарно-гигиенические требования. Отдельное внимание уделено сегменту кейтеринга как наиболее динамично развивающемуся направлению, особенно в контексте расширения государственных заказов и доставки питания. Отмечена ключевая роль маркетингово-логистических решений для повышения эффективности управления сбытом и адаптации к изменениям спроса. Представлен сравнительный анализ объёмов рынка общественного питания и кейтеринга, что позволяет оценить динамику отрасли, её устойчивость и перспективы дальнейшего роста.

Ключевые слова: общественное питание, пищевая промышленность, логистика, кейтеринг, сбыт, рынок, потребление.

A.S. Astrakhantseva¹, E.V. Alexandrova¹

¹ Irkutsk State Transport University, Irkutsk, Russian Federation

CURRENT ISSUES OF CATERING COMPANY DEVELOPMENT

Abstract. The article discusses current issues of the development of catering enterprises in the context of the modern Russian economy. Special attention is paid to the relationship between the food industry and the catering sector, as well as its role in ensuring food security, employment and support for small businesses. The analysis of the production of the main categories of food products in Russia for 2022-2024 has been carried out, key consumption trends and demand shifts have been identified. The importance of public catering as a driver of the development of related industries of logistics and marketing is emphasized. The peculiarities of the functioning of public catering enterprises are highlighted, including their versatility, orientation to the direct consumer and high sanitary and hygienic requirements. Special attention is paid to the catering segment as the most dynamically developing area, especially in the context of expanding government orders and food delivery. The key role of marketing and logistics solutions for improving the efficiency of sales management and adapting to changes in demand is noted. A comparative analysis of the volumes of the catering and catering market is presented, which makes it possible to assess the dynamics of the industry, its stability and prospects for further growth.

Keywords: catering, food industry, logistics, catering, sales, market, consumption.

Введение

Сфера общественного питания занимает одно из ключевых мест в системе современной экономики России, играя важную роль в обеспечении продовольственной безопасности, занятости населения и развитии малого и среднего бизнеса. Современные реалии требуют от предприятий общепита высокой гибкости, способности оперативно адаптироваться к изменениям спроса, внедрять цифровые технологии, улучшать логистику и качество сервиса. Особое значение приобретает развитие таких направлений, как кейтеринг и доставка питания, что обусловлено ростом корпоративных заказов, участием в государственных программах и изменением форматов потребления.

Актуальность и роль общественного питания в секторе экономики пищевой промышленности

Сфера общественного питания является одной из ключевых отраслей пищевой промышленности и занимает значимое место в экономике страны. Актуальность её развития обусловлена растущими потребностями населения в качественном и доступном питании, ускоренном ритме жизни, а также внедрением инновационных технологий в сферу услуг.

Общественное питание выполняет не только базовую функцию удовлетворения физиологических потребностей человека, но и способствует решению социальных задач: улучшению здоровья населения, поддержанию уровня занятости, развитию малого и среднего бизнеса. Также сектор общественного питания активно участвует в культурной, туристической и образовательной сферах, формируя целые экосистемы современного городского и регионального пространства.

В экономическом контексте предприятия общественного питания служат важным каналом сбыта продукции агропромышленного комплекса, переработанных пищевых продуктов и полуфабрикатов. Тем самым они способствуют увеличению внутреннего товарооборота, стимулируют спрос на продукты местного производства и способствуют развитию смежных отраслей, таких как логистика, маркетинг, производство упаковки и ИТ-сервисов.

Современные тренды, такие как цифровизация, доставка, мультиканальность, использование CRM-систем, а также спрос на здоровую и локальную пищу, делают индустрию общественного питания одной из самых динамично развивающихся в секторе услуг. После пандемии устойчивость и гибкость предприятий общественного питания становится важным фактором экономической стабильности. Их способность адаптироваться к изменениям спроса, экономическим условиям и технологическим вызовам делает этот сектор не только актуальным, но и стратегически значимым для развития пищевой промышленности в целом. [1]

Пищевая промышленность занимает особое место среди отраслей экономики благодаря своей направленности на удовлетворение базовых потребностей населения в питании. Её отличительные особенности включают:

Прямую связь с сельским хозяйством: пищевая промышленность тесно интегрирована с аграрным сектором, используя сельскохозяйственное сырьё в качестве основного ресурса. Это отличает её от других отраслей, которые могут опираться на минеральные или синтетические материалы.

Сезонность и скоропортящийся характер большинства продукции: многие виды сырья и готовой продукции имеют ограниченные сроки хранения, что требует особого подхода к логистике и производственному планированию.

Повсеместное размещение предприятий: в отличие от некоторых отраслей, предприятия пищевой промышленности часто располагаются ближе к потребителям для обеспечения свежести продукции и снижения транспортных издержек.

Широкий ассортимент и массовое потребление: пищевая промышленность производит разнообразные продукты, ориентированные на массового потребителя, что требует гибкости в производстве и маркетинге. [2]

Общественное питание и его особенности

Сфера общественного питания – важная часть экономики России, обеспечивающая продовольственную безопасность, занятость и развитие малого бизнеса. Она тесно связана с пищевой промышленностью, стимулируя внутренний товарооборот и поддерживая смежные отрасли. Анализ производства за 2022-2024 годы показал устойчивый рост, несмотря на внешние вызовы. Особенно заметен рост в мясной, молочной и зерновой продукции, что подтверждает адаптивность отрасли. Ключевые особенности общепита – ориентация на потребителя, гибкость и высокие стандарты качества. Развитие кейтеринга

и других форматов питания усиливает конкуренцию, требуя модернизации логистики и сервиса.

Общественное питание, являясь частью пищевой отрасли, обладает своими уникальными характеристиками, отличающими его от других видов производств.

Многофункциональность: предприятия общественного питания не только производят кулинарную продукцию, но и реализуют её, а также организуют процесс потребления, обеспечивая сервисное обслуживание клиентов. Необходимо отметить, что многофункциональностью отличаются не только предприятия, относящиеся к сектору общественного питания, но и многие другие виды отечественного бизнеса. [3]

Ориентация на непосредственного потребителя: в отличие от пищевой промышленности, которая может производить продукцию для последующей переработки или продажи через торговые сети, общественное питание напрямую взаимодействует с конечным потребителем, адаптируя ассортимент и качество блюд под его предпочтения.

Гибкость и адаптивность: предприятия общественного питания должны быстро реагировать на изменения спроса, сезонные колебания и вкусовые предпочтения клиентов, что требует высокой степени гибкости в управлении и производстве.

Высокие требования к санитарии и качеству обслуживания: из-за непосредственного контакта с потребителем, общественное питание обязано строго соблюдать санитарно-гигиенические нормы и обеспечивать высокий уровень сервиса. [4]

В сфере общественного питания существует несколько типов организаций, которые различаются по формату, уровню обслуживания, ассортименту и целевой аудитории.

Рассмотрим основные из них:

1. Рестораны – заведения с полным циклом обслуживания, широким меню и акцентом на качество блюд и сервиса.

2. Кафе – более демократичные заведения с ограниченным меню. Часто ориентированы на неформальное общение, встречи, кофе и десерты.

3. Бары – специализируются на алкогольных напитках и закусках.

4. Столовые – предприятия самообслуживания, ориентированные на массовое, недорогое питание.

5. Заведения быстрого обслуживания (fast food) – фокус такого бизнеса ориентирован на скорость, стандартное меню, низкие цены, например, «Вкусно – и точка», «ROSTIC'S», «Burger King» и др.

6. Буфеты – небольшие заведения с минимальным ассортиментом (чаще всего закуски, чай, кофе). Часто встречаются в учреждениях или на транспорте. [5]

Оценка доли доходов от питания в общей выручке отеля является ключевым показателем, позволяющим определить эффективность работы заведений общественного питания и их влияние на общую рентабельность гостиничного бизнеса. Этот показатель может существенно различаться в зависимости от уровня отеля, его целевой аудитории, перечня предоставляемых гостиничных услуг и расположения.

Рассмотрим более подробно имеющуюся в нашей стране шкалу комфортности отелей и гостиниц в соотношении с доходом от производства блюд и напитков, составляющих сектор общественного питания. [6]

Эконом-класс 1–2 звезды: доход от питания составляет приблизительно 10-20% от общего объема показателя выручки. Обычно такие гостиницы ограничиваются предоставлением завтрака, а гости предпочитают обедать и ужинать вне отеля.

Отели среднего сегмента, 3 звезды: выручка от питания в таких гостиницах составляет от 20 до 30%. Как правило, на территории такого рода гостиниц работают кафе или рестораны, предлагающие полноценное питание в течение дня: завтрак, обед и ужин.

Бизнес-отели 4 звезды: заведения общественного питания в такого рода отелях приносят около 30-40% выручки. В этом сегменте распространено наличие нескольких ресторанов и баров, а также услуг по доставке еды в номер. Необходимо понимать, что

особое место в структуре такого бизнеса занимают различные виды рисков, учет которых непосредственно влияет на его доходность. [7]

Пятизвёздочные и курортные гостиницы: доля дохода от питания может достигать 50% и выше. Здесь питание является важной частью сервиса – часто предлагается формат «всё включено» и разнообразие ресторанов и баров, способствующее высокому уровню обслуживания и удовлетворения различных потребностей гостей. [8]

Как уже упоминалось ранее, сфера общественного питания в России представляет собой важную и динамично развивающуюся отрасль народного хозяйства, играющую значительную роль в обеспечении занятости, развитии малого бизнеса, поддержке внутреннего спроса и формировании современной городской инфраструктуры. Несмотря на серьёзные вызовы, такие как пандемия COVID-19 и экономические ограничения, отрасль демонстрирует высокую адаптивность и устойчивость. [9]

С 2017 по 2019 год число предприятий общественного питания стабильно росло, достигнув почти 195 тыс. организаций. Хотя в 2020 году в результате пандемии наблюдался спад, уже в 2021-2022 гг. началось уверенное восстановление. [10] По итогам 2022 года оборот предприятий общественного питания составил 2282,9 млрд рублей, что значительно превысило докризисные показатели. Это свидетельствует о высокой устойчивости отрасли и её способности адаптироваться к новым условиям. [11]

Дальнейший рост общественного питания в России во многом будет зависеть от следующих направлений:

1. Поддержка предпринимательства, включая малые предприятия.
2. Совершенствование правового регулирования и сокращение административных барьеров.
3. Развитие цифровой инфраструктуры, включая платформы аналитики, системы управления заказами.
4. Рост сегмента доставки.
5. Экологизация бизнеса – сокращение отходов, переход на биоразлагаемую упаковку и локальные продукты.
6. Культурное разнообразие кухни, способствующее укреплению межнациональных связей и развитию гастрономического туризма. [12]

Невзирая на высокую степень популярности у потребителей можно выделить ряд проблем характерных для деятельности предприятий общественного питания: строгие требования СанПиН, скоропортящийся характер продукции, значительная текучесть кадров и несложных барьеров входа на этот рынок, что, как следствие, влечет значительный уровень конкуренции в каждом из его сегментов.

Сфера общественного питания в России, несмотря на изменяющиеся тенденции и экономические колебания показывает устойчивый рост. Её развитие поддерживается цифровизацией, расширением форматов обслуживания и государственной поддержкой. В то же время, отрасль сталкивается с рядом проблем, включая жёсткие санитарные требования, высокую конкуренцию и кадровую специфику, что требует системного подхода к регулированию и модернизации. Таким образом, развитие такого рода бизнеса не возможно без систематического поиска новых решений по управлению такого рода бизнесом в целом, и сбытом, в частности.

Сбытовая логистика, как способ развития предприятий общественного питания в настоящее время

В современных условиях высоко конкурентного рынка сбытовая логистика становится неотъемлемым элементом стратегии развития предприятий общественного питания. Она обеспечивает эффективное продвижение готовой продукции от производства до конечного потребителя, позволяя выстраивать устойчивые и экономически выгодные каналы сбыта. Интеграция логистических процессов с маркетинговой деятельностью – так называемая маркетинговая логистика – позволяет повысить ценность услуги для клиента за

счёт синхронной работы всех этапов: от закупки сырья и приготовления блюд до доставки и сервиса.

Особую значимость сбытовая логистика приобретает для предприятий, ориентированных на доставку готовой еды и кейтеринг, где важны скорость, точность поставки и сохранение качества. Недостаточное внимание к логистическим процессам может негативно сказаться на уровне обслуживания, ассортименте и способности конкурировать на рынке. Синергия логистики и маркетинга обеспечивает оперативное реагирование на изменения спроса, адаптацию к рыночным условиям и минимизацию затрат, что делает логистизацию ключевым фактором устойчивости и роста в общественном питании.

Развитие сбытовой логистики и построение интегрированной маркетингово-логистической системы является важнейшим направлением повышения конкурентоспособности предприятий отрасли. Это позволяет не только улучшить клиентский сервис, но и укрепить финансовую самостоятельность за счёт рационального управления материальными потоками, оптимизации затрат и повышения гибкости бизнес-процессов. [12]

Существуют различные инструменты управления сбытом в производственных предприятиях в части общественного питания, например, такой как кейтеринг.

Кейтеринг

Кейтеринг в общественном питании всё чаще выходит за рамки традиционных форматов стационарных заведений. Одним из самых динамично развивающихся направлений становится кейтеринг – комплекс услуг по организации питания вне постоянного места расположения предприятия: на мероприятиях, в офисах, на выездных точках и т. д. Кейтеринг включает не только доставку готовых блюд, но и полное сервисное обслуживание, что требует высокого уровня логистической координации и гибкости бизнес-процессов. [13,14]

Логистика в кейтеринге охватывает всю цепь: от закупки продуктов и планирования меню до транспортировки и организации сервиса на месте. Важно учитывать краткий срок хранения скоропортящихся продуктов, сезонность спроса, особенности маршрутов доставки и точность временных окон. Именно логистика обеспечивает выполнение маркетинговых обещаний и поддержание высокого уровня качества услуг, что особенно критично в условиях выездного обслуживания. [15,16]

В России кейтеринг получает распространение не только в городах, но и в сельской местности, особенно корпоративного питания, школьных и социальных программ. В таких условиях важно выстраивать гибкие логистические цепочки, ориентированные на местных поставщиков и с учётом ограниченной транспортной и складской инфраструктуры. [15, 17]

Сбытовая логистика в сельской местности выполняет ещё одну функцию – связующего звена между производителем и потребителем. За счёт логистизации можно сократить издержки, снизить потери при транспортировке, обеспечить поставку свежей продукции и стимулировать развитие местных хозяйств. [18]

В данной работе будет рассмотрен объём рынка кейтеринга и общественного питания в России за период 2022-2023 гг. В таблице 1 представлены данные об объёме рынка кейтеринга и общественного питания в России за обозначенный период. Анализ включает сравнение абсолютных и относительных показателей, оценку изменений в рублях и долевом соотношении. Полученные данные позволят определить текущее состояние рынка и перспективы его дальнейшего развития. [19,20]

Таблица 1 – Объём рынка кейтеринга и общественного питания в России 2022–2024 гг.

Наименование показателя	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Отклонение 2023/2022	Отклонение 2024/2023

Объём рынка кейтеринга, млрд руб.	754,7	800	840	45,3	40
Объём рынка общественного питания, трлн руб.	2,35	2,826	3,1	0,476	0,274
Доля кейтеринга в общепите, %	32,1	28,3	27	– 3,8	– 1,3

Объём рынка кейтеринга в 2023 году составил 800 млрд рублей, увеличившись по сравнению с 2022 годом 754,7 млрд руб., на 45,3 млрд рублей. Рост кейтеринга обусловлен рядом факторов:

1. Увеличением корпоративных и деловых мероприятий.
2. Расширением сегмента доставки питания, если раньше кейтерингом считалась только выездная подача еды с обслуживанием официантами, то теперь многие предприятия, доставляющие обеды в термобоксах без сервировки, тоже учитываются в статистике как кейтеринговые.
3. Активным участием кейтеринговых компаний в госзакупках (например, школьное питание, кейтеринг в больницах и для госорганов), то есть кейтеринговые компании участвуют и выигрывают тендеры на оказание услуг по организации питания для государственных и муниципальных учреждений. Это направление в последние годы стало значительным источником стабильного дохода и масштабного сбыта.

Общий объём рынка общественного питания в России в 2023 году достиг 2,826 трлн руб., что на 476 млрд руб. больше, чем в 2022 году 2,35 трлн руб. Это прирост на около 20%, что указывает на общее восстановление отрасли после пандемийного спада, рост потребительского спроса и увеличение числа заведений.

Факторы роста:

1. Восстановление очного формата питания.
2. Активное развитие фастфуда и кофеен.
3. Увеличение числа посетителей торгово-развлекательных центров.

Несмотря на абсолютный рост, доля кейтеринга в общей структуре общественного питания снизилась с 32,1% в 2022 году до 28,3% в 2023 году, то есть на 3,8 процентных пункта. Это свидетельствует о том, что другие форматы (фастфуд, кафе, рестораны и др.) росли быстрее.

Причинами снижения доли рынка отечественного кейтеринга могут являться:

1. Насыщение сегмента кейтеринга в крупных городах.
2. Вытеснение небольших кейтеринговых компаний более крупными сетями.
3. Рост заказов на фуд-кортах, которые формально не входят в кейтеринг.

За 2024 год рынок кейтеринга вырос на 40 млрд руб. (+5%), но темп прироста замедлился по сравнению с предыдущим годом.

Рынок общественного питания увеличился более существенно – на 274 млрд руб. (примерно +9,7%), что говорит о более активном восстановлении индустрии питания в целом.

Доля кейтеринга в структуре рынка продолжила снижаться: с 28,3% до 27%, что указывает на определенное опережающее развитие других сегментов рынка общественного питания.

Рынок кейтеринга продолжает расти, но его темпы отстают от роста других секторов общественного питания. Уменьшение доли кейтеринга в структуре рынка говорит о росте конкуренции и необходимости модернизации логистики, сервиса и ассортимента. Предприятиям кейтеринга необходимо активнее использовать маркетингово-логистические решения, чтобы удерживать позиции и расширяться на новых рынках (например, регионы и сельские территории).

Заключение

Таким образом, современная сфера общественного питания в России демонстрирует устойчивый рост, высокую адаптивность и стратегическую значимость в системе национальной экономики. На основе анализа данных за 2022-2024 годы можно констатировать позитивную динамику производства пищевых продуктов, особенно в мясной, молочной и зерновой категориях, что свидетельствует о возрастающей интеграции пищевой промышленности с сектором общепита. Особое значение приобретают сбытовая логистика и маркетингово-логистические стратегии, обеспечивающие эффективное взаимодействие между производителями и конечными потребителями.

Развитие кейтеринга как гибкой формы организации общественного питания подчёркивает необходимость модернизации бизнес-процессов, особенно в условиях растущей конкуренции и смещения потребительских предпочтений. Диверсификация форматов обслуживания, внедрение цифровых решений и ориентация на локальные ресурсы позволяют предприятиям общественного питания успешно адаптироваться к экономическим вызовам и повышать свою устойчивость.

Таким образом, будущее отрасли напрямую зависит от способности предприятий оперативно реагировать на изменения, оптимизировать внутренние процессы и выстраивать эффективные каналы сбыта. Поддержка малого бизнеса, цифровизация и логистическая гибкость остаются ключевыми условиями устойчивого развития общественного питания в России.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Удилова Е.Н., Акбердина В.В. Актуальные тренды рынка общественного питания в России и факторы, оказывающие на него влияние / Е.Н. Удилова, В.В. Акбердина // Вестник Академии знаний. 2024. № 1 (60). URL: <https://academiyadt.ru/wp-content/uploads/vaz/vaz-60.pdf> (дата обращения: 15.04.2025)
2. Астраханцева А.С., Кириллова Т.К. Инновационные формы управления развитием экономики: пространственно локализованные экономические системы / А.С. Астраханцева, Т.К. Кириллова // Фундаментальные исследования. 2016. № 5-2. С. 298-302.
3. Русакова О.И., Головань С.А. Влияние киберпреступлений на банковскую систему России / О.И. Русакова, С.А. Головань // Baikal Research Journal. 2021. Т. 12. №1. URL: <https://brj-bguen.ru/reader/archive.aspx?id=887> (дата обращения: 15.04.2025)
4. Новости Росстата. Динамика промышленного производства в 2022 году URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/196621> (дата обращения 15.04.2025)
5. Новости Росстата. Динамика промышленного производства в 2023 году URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/231621?utm> (дата обращения 15.04.2025)
6. О промышленном производстве в 2024 году URL: http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/10_05-02-2025.html (дата обращения 15.04.2025)
7. Хаустов Д.С., Бородавко Л.С. Место финансовых рисков в структуре общеэкономических рисков: проблемы классификации / Д.С. Хаустов, Л.С. Бородавко // Экономика и предпринимательство. 2019. №6 (107). С. 1006-1013.
8. Новости Иркутскстата. Итоги экономического развития Иркутской области. URL: <https://38.rosstat.gov.ru/new/document/197501?utm> (дата обращения 16.04.2025)
9. Meatinfo. ООО «Инлайн» Иркутская область: Рекордный рост производства мяса птицы в 2024 году. URL: <https://irkutsk.meatinfo.ru/news/irkutskaya-oblast-rekordniy-rost-proizvodstva-myasa-ptitsi-v-2024-godu-474922?utm> (дата обращения 16.04.2025)
10. Известия iz. Производство яиц выросло в 2024 году в Иркутской области. URL: <https://iz.ru/1728190/2024-07-16/proizvodstvo-iaitc-vyroslo-v-2024-godu-v-irkutskoi-oblasti?utm> (дата обращения 16.04.2025)
11. Сиддиков А.А. Классификация предприятий общественного питания / А.А. Сиддиков // Экономика и социум. 2022. №6 (97). URL: <https://www.iupr.ru/6-97-2022> (дата обращения 16.04.2025)

12. Акимова Р.А. Состояние и перспективы развития сферы общественного питания в России / Р.А. Акимова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2023. №2 (68). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-sfery-obschestvennogo-pitaniya-v-rossii/viewer> (дата обращения 16.04.2025)
13. Александрова Л.Ю., Мунши А.Ю. Развитие системы маркетинговой логистики на предприятии общественного питания / Л.Ю. Александрова, А.Ю. Мунши // Вестник Российского университета кооперации. 2020. № 2(40). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sistemy-marketingovoy-logistiki-na-predpriyatii-obschestvennogo-pitaniya/viewer> (дата обращения 16.04.2025)
14. Калугина Е.О. Общественное питание как сфера применения логистики // Вестник СГТУ. 2011. №3. Вып. 1. С. 31-42.
15. Левкин Г.Г., Скиба А.А. Особенности логистического подхода в сфере общественного питания // От синергии знаний к синергии бизнеса: сб. ст. и тезисов докл. Междунар. науч.-практ. конф. Студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей. Омск: Полиграфический центр КАН, 2015. С. 221-224.
16. Александрова Л.Ю., Зиновьев Д.Н. Логистизация управления потоковыми процессами // Сб. ст. VII Междунар. науч.-практ. конф. – Чебоксары, 2016. – С. 32-38.
17. Мунши А.Ю., Мунши Ш.Мд., Александрова Л.Ю. Международная маркетинговая деятельность предприятий малого и среднего бизнеса региона // Материалы Чаяновских чтений. – Воронеж: Канцлер, 2009. – С. 473-475.
18. Анализ российского рынка кейтеринга: итоги 2023 г., прогноз до 2027 г. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/15315/?utm> (дата обращения 18.04.2025)
19. Оборот общественного питания в России в 2023 году вырос на 12,3% URL: <https://tass.ru/ekonomika/19926091?utm> (дата обращения 18.04.2025)
20. Анализ российского рынка кейтеринга: итоги 2023 г., прогноз до 2027 г. URL: <https://p-reliz.ru/reliz/2024-05-29-analiz-rossijskogo-ryinka-kejteringa-itogi-2023-g-prognoz-do-2027-g--30466.html?utm> (дата обращения 18.04.2025)

REFERENCES

1. Udilova E.N., Akberdina V.V. Current trends in the public catering market in Russia and factors influencing it / E.N. Udilova, V.V. Akberdina // Bulletin of the Academy of Knowledge. 2024. No. 1 (60). URL: <https://academiyadt.ru/wp-content/uploads/vaz/vaz-60.pdf> (accessed: 15.04.2025)
2. Astrakhantseva A.S., Kirillova T.K. Innovative forms of economic development management: spatially localized economic systems / A.S. Astrakhantseva, T.K. Kirillova // Fundamental research. 2016. No. 5-2. P. 298-302.
3. Rusakova O.I., Golovan S.A. The Impact of Cybercrime on the Russian Banking System / O.I. Rusakova, S.A. Golovan // Baikal Research Journal. 2021. Vol. 12. No. 1. URL: <https://brj-bguep.ru/reader/archive.aspx?id=887> (accessed: 15.04.2025)
4. Rosstat News. Dynamics of Industrial Production in 2022 URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/196621> (accessed: 15.04.2025)
5. Rosstat News. Dynamics of Industrial Production in 2023 URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/231621?utm> (date of access 15.04.2025)
6. On Industrial Production in 2024 URL: http://ssl.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/10_05-02-2025.html (date of access 15.04.2025)
7. Khaustov D.S., Borodavko L.S. The Place of Financial Risks in the Structure of General Economic Risks: Classification Problems / D.S. Khaustov, L.S. Borodavko // Economy and Entrepreneurship. 2019. No. 6 (107). P. 1006-1013.
8. Irkutskstat News. Results of Economic Development of the Irkutsk Region. URL: <https://38.rosstat.gov.ru/new/document/197501?utm> (date of access 16.04.2025)

9. Meatinfo. ООО "Inline" Irkutsk Oblast: Record growth in poultry meat production in 2024. URL: <https://irkutsk.meatinfo.ru/news/irkutskaya-oblast-rekordniy-rost-proizvodstva-myasa-ptitsi-v-2024-godu-474922?utm> (date of access 16.04.2025)
10. Izvestia iz. Egg production increased in 2024 in Irkutsk Oblast. URL: <https://iz.ru/1728190/2024-07-16/proizvodstvo-iaitc-vyroslo-v-2024-godu-v-irkutskoi-oblasti?utm> (date of access 16.04.2025)
11. Siddikov A.A. Classification of catering establishments / A.A. Siddikov // Economy and Society. 2022. No. 6 (97). URL: <https://www.iupr.ru/6-97-2022> (date of access 16.04.2025)
12. Akimova R.A. State and prospects for the development of the public catering sector in Russia / R.A. Akimova // Innovative economy: prospects for development and improvement. 2023. No. 2 (68). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-sfery-obschestvennogo-pitaniya-v-rossii/viewer> (date of access 16.04.2025)
13. Aleksandrova L.Yu., Munshi A.Yu. Development of the marketing logistics system at a catering enterprise / L.Yu. Aleksandrova, A.Yu. Munshi // Bulletin of the Russian University of Cooperation. 2020. No. 2 (40). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sistemy-marketingovoy-logistiki-na-predpriyatii-obschestvennogo-pitaniya/viewer> (date of access 16.04.2025)
14. Kalugina E.O. Catering as a sphere of application of logistics // Bulletin of SSTU. 2011. No. 3. Issue 1. Pp. 31-42.
15. Levkin G.G., Skiba A.A. Features of the logistic approach in the field of public catering // From knowledge synergy to business synergy: Coll. articles and abstracts of reports. Int. scientific-practical. conf. of Students, Master's students, postgraduates and teachers. Omsk: Printing center of the KAS, 2015. Pp. 221-224.
16. Aleksandrova L.Yu., Zinoviev D.N. Logistics management of flow processes // Coll. articles. VII Int. scientific-practical. conf. - Cheboksary, 2016. - Pp. 32-38.
17. Munshi A.Yu., Munshi Sh.Md., Aleksandrova L.Yu. International Marketing Activities of Small and Medium-Sized Enterprises in the Region // Materials of the Chayanov Readings. - Voronezh: Kanzler, 2009. - P. 473-475.
18. Analysis of the Russian catering market: results of 2023, forecast until 2027. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/15315/?utm> (date of access 18.04.2025)
19. Public catering turnover in Russia in 2023 increased by 12.3% URL: <https://tass.ru/ekonomika/19926091?utm> (date of access 18.04.2025)
20. Analysis of the Russian catering market: results of 2023, forecast until 2027. URL: <https://p-reliz.ru/reliz/2024-05-29-analiz-rossijskogo-ryinka-kejtinga-itogi-2023-g-prognoz-do-2027-g--30466.html?utm> (date of access 18.04.2025)

Информация об авторах

Астраханцева Арина Сергеевна – к.э.н., доцент кафедры «Финансовый и стратегический менеджмент», Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, e-mail: arina.personal@gmail.com

Александрова Елизавета Вячеславовна – студент 3 курса, направление подготовки Менеджмент, профиль «Логистика и управление цепями поставок», Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, email: lizaaleksandrova386@gmail.com

Information about the authors

Astrakhantseva Arina Sergeevna – Candidate of Economic Sciences, associate professor, Finance and Strategic Management Department, Irkutsk State Transport University, Irkutsk city, e-mail: arina.personal@gmail.com

Aleksandrova Elizaveta Vyacheslavovna – 3th year student, Management, «Logistics and Supply Chain Management», Irkutsk State Transport University, Irkutsk city, e-mail: lizaaleksandrova386@gmail.com