

Бурденко Елена Викторовна

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-5073-5062

e-mail: burdenko-ev@yandex.ru

Королёв Григорий Вячеславович

студент магистратуры, ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0003-4038-8217

e-mail: queen1511@mail.ru

ПОЗИТИВНЫЕ ПРАКТИКИ ИНДУСТРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Аннотация. Новизна исследования заключается в обобщении и анализе статистических данных, полученных в результате различных социологических и научных изысканий по влиянию пандемии COVID-19 на деятельность сферы общественного питания в Российской Федерации. Проведено исследование позитивных практик, позволивших предприятиям отрасли продолжать работать в условиях самоизоляции и улучшить финансовые результаты при смягчении ограничений. Среди них упрощенные условия аренды помещений; сбыт готовой продукции путем доставки непосредственному потребителю или самовывоз; нестандартные форматы предприятий общественного питания; восстановление спроса на кейтеринг; применение новых технологий в процессе приготовления блюд; внедрение вендинговых автоматов в индустрию общественного питания; сотрудничество предприятий общественного питания с туристическим бизнесом.

Ключевые слова: индустрия общественного питания, аренда помещений, нестандартный формат, восстановление спроса, доставка готовой продукции, пандемия COVID-19, кризис, банкротство, возрождение отрасли, перспективы, возможности, вендинговые автоматы, новые технологии, сотрудничество с туристическими компаниями, пиццерии

Для цитирования: Бурденко Е.В., Королёв Г.В. Позитивные практики индустрии общественного питания Российской Федерации в условиях пандемии COVID-19//Вестник университета. 2021. № 5. С. 101–108.

Elena V. Burdenko

Cand. Sci. (Econ.), Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-5073-5062

e-mail: burdenko-ev@yandex.ru

Grigory V. Korolev

Graduate student, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0003-4038-8217

e-mail: queen1511@mail.ru

POSITIVE PRACTICES OF THE CATERING INDUSTRY OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract. The novelty of the study is the generalization and analysis of statistical data obtained as a result of various sociological and scientific studies on the impact of the COVID-19 pandemic on the activities of the public catering sector in the Russian Federation. The authors carried out a study of positive practices that allowed the industry enterprises to continue to operate in self-isolation and improve financial results with the easing of restrictions. Among them are simplified terms for renting premises; sale of finished products by delivery to the direct consumer or pickup; non-standard formats of catering enterprises; restoration of demand for catering; application of new technologies in the process of cooking; introduction of vending machines in the catering industry; cooperation of catering enterprises with the tourism business.

Keywords: catering industry, rental of premises, non-standard format, demand recovery, delivery of finished products, COVID-19 pandemic, crisis, bankruptcy, industry revival, prospects, opportunities, vending machines, new technologies, cooperation with travel companies, pizzerias

For citation: Burdenko E.V., Korolev G.V. (2021) Positive practices of the catering industry of the Russian Federation in the COVID-19 pandemic. *Vestnik universiteta*, no. 5, pp. 101–108. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-5-101-108

Введение

Пандемия COVID-19 оказала влияние на весь мировой бизнес в целом и на бизнес Российской Федерации (далее – РФ) в частности. Как следствие, пострадали сферы туризма, дополнительного образования, бытовых услуг и общественного питания [2; 4]. В данной статье будет рассмотрено текущее состояние отрасли

© Бурденко Е.В., Королёв Г.В., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Burdenko E.V., Korolev G.V., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



общественного питания. Ранее авторами уже проводились исследования по данной теме [6; 18]. В настоящей работе предпринята попытка более детального анализа влияния пандемии COVID-19 на предприятия общественного питания в России.

Новизна статьи заключается в обобщении и анализе статистических данных, полученных в результате различных социологических и научных изысканий по влиянию пандемии COVID-19 на деятельность сферы общественного питания в России, а также в предложениях по выводу отрасли из кризисного состояния. Цель – проанализировать деятельность российской сферы общественного питания в период кризиса COVID-19 и обозначить перспективы вывода отрасли из кризиса.

В исследовании использована следующая методология:

- теоретическая (изучение и обобщение): выявлены и изучены теоретические основы исследуемой темы, рассмотрено фактическое состояние российской сферы общественного питания с 2020 г. по настоящее время; сформулированы основные проблемы, которые возникли в отрасли из-за введения локдауна и последующих коммуникативных ограничений;
- аналитическая (анализ и синтез): проанализирован значительный объем теоретической, правовой, статистической и фактической информации по вышеназванной теме;
- описательная: результаты проведенного исследования описаны в данной работе.

Обзор литературы

Вопросы последствий влияния кризиса из-за пандемии COVID-19 (далее – коронакризис) на сферу общественного питания с самого начала пандемии активно обсуждаются в сети «Интернет» и профильной экономической литературе. Кроме ученых-экономистов в дискуссию вступили и ведущие рестораторы страны. Так, о снижении среднего чека и необходимости подушки безопасности для профессиональной деятельности говорит кандидат экономических наук, создатель проектов GQ Bar, Tatler Club, «Магадан» А. Г. Соркин [11]. Президент Торгово-промышленной палаты РФ, член Экономического совета при Президенте РФ С. Н. Катырин отмечает незначительность возможного набора мер, способных «минимизировать потерю доходов в сфере общепита» [11]. На необходимости «новых субсидий и налоговых отчислений» для ресторанного бизнеса настаивает советник уполномоченного при президенте РФ по защите прав предпринимателей А. Ю. Свириденко [11]. Потери «оборота ресторанов, кафе и баров» проанализировал доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник отдела экономики Института научной информации по общественным наукам Российской академии наук (ИНИОН РАН) С. Н. Смирнов [14]. Высокий риск потери доходов в период коронакризиса в ресторанном бизнесе отмечает доктор экономических наук, профессор Л. Г. Батракова [3]. Падение спроса на услуги предприятий общественного питания прослеживает кандидат экономических наук, доцент А. В. Зимовец [5].

Теоретические аспекты и концепция исследования

После введения в России ограничений на фоне локдауна в марте 2020 г. официального запрета на функционирование предприятий общественного питания не было. Однако в связи с массовой самоизоляцией населения и запретом на массовые мероприятия предприятия общественного питания оказались на грани банкротства. Среди бизнесменов, занятых в данной отрасли, росли и множились панические настроения. Большая часть из них были уверены, что бизнес будет потерян. Общее мнение можно выразить фразой основательницы сети кафе «Андерсон» А. Татуловой, озвученной ею на встрече В. В. Путина с бизнес-сообществом в марте 2020 г.: «Мы находимся в ситуации, когда приходится принимать решение: нам сейчас обанкротиться или дальше побарахтаться» [10].

Сегодня можно подвести промежуточные итоги. Промежуточные они потому, что пандемия COVID-19 в мире еще продолжается. Многие страны (ФРГ, Франция, Италия, Норвегия, Чехия, Словения, Словакия, Польша и др.) находятся в режиме локдауна [12]. В России опять наметился подъем общего числа случаев заболевания COVID-19. Следовательно, не стоит исключать новых ограничений, которые могут повлечь за собой снижение рентабельности деятельности предприятий общественного питания.

Гипотеза настоящего исследования заключается в следующем: несмотря на определенные сложности у предприятий, общественного питания имеются предпосылки и возможности для вывода отрасли из кризисного состояния. Первые результаты данного предположения уже прослеживаются, и это нашло отражение в проведенном исследовании.

Краткий анализ состояния отрасли общественного питания в период пандемии COVID-19

В настоящее время индустрия общественного питания является одной из активно развивающихся отраслей российской экономики. На 2021 г. 87 % предприятий общественного питания являются частной собственностью. Рост оборота индустрии общественного питания с 2015 г. по 2019 г. составил 27 %. Предприятия общественного питания работают во всех субъектах РФ. По сведениям Росстата за 2020 г., оборот общественного питания имеет следующие показатели (табл. 1).

Таблица 1

Оборот общественного питания в РФ за 2020 г.

2020 г.		декабрь 2020 г. (в % к)	
млн руб.	в % к 2019 г.	декабрь 2019 г.	ноябрь 2020 г.
1 350,3	79,3	79,1	108,8
Южный Федеральный округ (лучшие показатели по стране)			
155 333,1	88,9	91,9	104,2
Северо-Кавказский Федеральный округ (худшие показатели по стране)			
105 872,7	73,5	60,3	121,4

Составлено авторами по материалам [15]

Из приведенных данных становится очевидным, что итоговое (годовое) состояние отрасли не столь катастрофично, как было в период непосредственного действия ограничений в РФ: в апреле 2020 г. оборот предприятий общественного питания снизился на 52,6 % по отношению к апрелю 2019 г., а в мае – на 52,9 % по отношению к маю 2019 г. [14]. После отмены локдауна отрасль стала активно восстанавливаться. Это авторское утверждение на исследованиях, проведенных Data Insight совместно с Delivery Club сначала в апреле, а затем в июле 2020 г. Так, в апреле были уверены, что заморозят бизнес, 30 % представителей отрасли, а еще 9 % планировали закрыть предприятия [8]. Но уже в июле настроения поменялись:

- 59 % опрошенных были уверены в том, что восстановят прибыль не ниже уровня 2019 г. до конца 2020 г.;
- 14 % предполагали, что смогут сделать это весной 2021 г.;
- 27 % ожидали возвращения показателей после снятия всех ограничений [13].

Но при этом ни один респондент из «переживших» локдаун уже не планировал «закрываться», что говорит о положительной тенденции в отрасли и подтверждает вышеозвученное авторское утверждение.

Позитивные практики, способствующие выводу отрасли общественного питания из кризисной ситуации

Рассмотрим, за счет каких практик стало возможным продолжение работы предприятий в условиях жесткого локдауна и последующее возрождение отрасли при смягчении ограничительных мер.

Упрощенные условия аренды помещений. Необходимо отметить, что на фоне закрытия предприятий общественного питания, по информации 2ГИС, в городах-миллионниках общее количество точек увеличилось на 9 %. Только в Москве за 2020 г. открыли почти 300 заведений, большая доля из которых приходится на пекарни, пиццерии и суши-бары). Президент профессионального ресторанный альянса, основатель Группы компаний HURMA, управляющей несколькими ресторанами в Москве, Д. А. Левицкий объясняет это явление упрощенными условиями как по аренде помещений, так и по сотрудничеству с поставщиками. Д. А. Левицкий видит единственный недостаток в долгосрочных вложениях. «Нужно иметь некий запас прочности, чтобы понимать, что первое время будет непросто», – отмечает он [7].

Использование единственного разрешенного канала сбыта – доставка готовой продукции потребителю или самовывоз. Большая часть предприятий реформатировали свою деятельность на форматы «Еда на вынос» и «Доставка еды» (исключение, по объективным причинам, составили бары). Надо отметить, что не все

заведения индустрии питания могли сразу перестроиться на подобный формат: некоторые блюда не подходили для транспортировки и приходилось пересматривать их рецептуру; кто-то докупал оборудование (например, для шоковой заморозки), после чего стали готовить пельмени, вареники, пиццу, котлеты и другие блюда. При этом, например, у оператора Food service уже в апреле – мае 2020 г. количество заказов увеличилось в два раза по сравнению с январем – февралем того же года.

Можно говорить о выходе на рынок нового тренда для крупных и/или сетевых кафе и ресторанов в 2020 г. – развитие собственной фабрики-кухни, мощности которой направлены не только на приготовление еды для индивидуальных заказов, но и на поставку готовых блюд и/или полуфабрикатов в ритейл. Кроме кафе и ресторанов на рынок готовой еды активно продвигаются торговые сети, располагающие собственными цехами для приготовления готовых блюд.

Значительно возросло общее число заведений, подписавших договора на доставку с платформами-агрегаторами. Так, агрегатор Delivery Club реализовал более 5,5 млн заказов в мае 2020 г., превзойдя собственные показатели мая 2019 г. более, чем в три раза. Агрегатор «Яндекс.Еда» с последних чисел марта 2020 г. ежедневно подключал по 200 заведений в разных российских городах, что в шесть раз превзошло показатели февраля 2020 г. и позволило агрегатору только в апреле расширить свое присутствие еще в 32 регионах РФ.

Но доставкой занимались (и продолжают заниматься в настоящее время) не только платформы-агрегаторы. Это связано с тем, что они (агрегаторы) доступны не во всех населенных пунктах. В этом случае роль курьеров на собственных автомобилях стали исполнять сотрудники предприятий, включая шеф-поваров и директоров.

Необходимо отметить, что, запустив сервисы доставки, рестораторы не ограничились формальной доставкой: одни добавляют дополнительное (бесплатное) блюдо, другие информируют клиентов, что на пятый заказ будет 50 % скидка, а десятый обойдется бесплатно (в пределах определенной суммы, обычно это средний чек предыдущих заказов) или присовокупляют к заказу скидочные купон или карту и т. д. Кроме того, признаком хорошего тона стала личная благодарность клиентам за заказ от администратора заведения или его хозяина (благодарственное письмо на почту/мессенджер; открытка, вложенная в заказ; онлайн-связь и т. д.) [6].

Из новых форматов стоит отметить онлайн-эфирные кулинарные шоу с широким форматом возможностей: от мастер-классов признанных шеф-поваров до состязаний поваров-любителей (желающим заранее доставляется определенный ассортимент продуктов, рассчитанный на приготовление конкретного блюда и снабженный детальной инструкцией; блюда готовятся в прямом эфире; победителя выбирают большинством голосов из числа участвующих в сессии). Кроме того, некоторые заведения стали готовить и доставлять еду в формате ланчбокса (от англ. lunch box – коробка для ланча/обеда) в больницы, пенсионерам, многодетным семьям. Осуществляли эту деятельность в качестве благотворительности на собственные средства или на пожертвования. В последствии отдельные субъекты федерации стали субсидировать подобную деятельность из собственных резервных фондов.

Нестандартные форматы предприятий общественного питания. В связи с жесткой конкуренцией в отрасли клиентов стали привлекать нестандартными форматами заведений. Так, появились кафе и рестораны, столики которых расположены внутри стеклянных куполов (как правило, они расположены на уличных террасах или крышах), что позволяет одним посетителям не контактировать с другими (соблюдается условие социальной дистанции), а также открывает прекрасный вид на окрестности. Обогрев внутри сферы происходит при помощи кондиционера или биокамина. Официанты входят только с разрешения гостей. Подобные форматы позволяют создать дополнительные рабочие места, а в случае введения новых ограничений предоставляют возможность заведению не прерывать свою деятельность. Предполагается, что за счет камерной обстановки и прекрасного внешнего обзора они будут пользоваться повышенным спросом у посетителей не только в текущий период, но и после окончания пандемии.

Другой необычный формат предлагает, например, гастронаб «Крендель» (Москва). Все блюда в нем подаются без столовых принадлежностей и есть их принято руками (для соблюдения гигиены возле каждого столика смонтированы небольшие раковины). Абсолютно все блюда преподносятся клиентам необычным образом: супы в рожках из теста, салаты, закуски и горячие блюда – в тарталетках или листьях салата.

Нельзя не упомянуть о ресторане For The Krasota, представляющем из себя гастрономический театр с эффектом полного присутствия. Высокая кухня иллюстрируется интерактивным действием на исторические темы из прошлого России. При смене сюжетов происходит смена блюд (гастрономический сет составляют

блюда девяти наименований). Одновременно допускается присутствие не больше 20 человек. Как правило, данное заведение посещают компаниями, что создает камерность обстановки, исключая лишние контакты.

В связи с переходом большого количества россиян на удаленный формат деятельности, сократилась их физическая активность. А это повлекло переосмысление пищевых пристрастий в пользу сбалансированного здорового питания. Особой популярностью среди клиентов стали пользоваться блюда с добавлением имбиря, куркумы, семян чиа, цинка, меда, зеленого чая, а также целебных трав, способствующих повышению иммунитета. Следовательно, дополнительный стимул к развитию получили заведения, специализирующиеся на здоровой пище.

Заведения, предлагающие необычный формат, имеющие неповторимую атмосферу, понятную кухню, имеющие нестандартную подачу, будут востребованы всегда, считает С. Безуглый (проектный менеджер по открытию ресторанов) [16]. Это дополнительные конкурентные преимущества для нестандартных предприятий индустрии питания в условиях кризиса, вызванного пандемией COVID-19.

Восстановление спроса на кейтеринг. Наметился тренд на восстановление спроса на кейтеринг. При этом наблюдается смена формата: обслуживание «Под ключ» заменяется на «Доставку готовых фуршетных закусок без сопровождения мероприятий обслуживающим персоналом». Данный факт объясняется желанием клиентов минимизировать контакты с посторонними лицами, что совершенно оправдано в условиях пандемии.

Новые технологии в процессе приготовления блюд. Технологии пришли и на помощь поварам. В условиях новых реалий слова «бесконтактный», handsfree (рус. «громкая связь») и «приготовлено роботами» обретают новый, подразумевающий дополнительную безопасность для здоровья клиентов, смысл. Так, производитель Chowbotics представил свою новинку – робота Салли, который может самостоятельно готовить салаты. Это является очевидным преимуществом по скорости приготовления и неоспоримым достоинством в плане гигиены приготовляемого блюда.

Другое ключевое технологическое изменение – отказ от традиционных бумажных меню и переход на QR-коды. Данное нововведение актуально и для предпринимателей: экономят на печати, и для посетителей: заказы немедленно поступают на кухню, минуя официантов (сокращение контактов). При помощи же QR-кодов производится и оплата счетов (также сокращение контактов). Для облегчения передачи заказов уже разрабатываются программы, которые позволят формировать заказ при помощи голоса, что избавит потребителя от необходимости нажимать на клавиши смартфона. Увеличение количества роботов на кухне – тренд ближайшего будущего.

Роботы пришли на помощь не только на кухне, но и в сервис доставки. В декабре 2020 г. «Яндекс» объявил о запуске пилотного проекта по доставке при участии «Ровера». В данный момент эта услуга доступна частично на территории Москвы и Иннополиса. Вес доставки может достигать 20 кг. Оформляется заказ через приложения «Яндекс.Еда» и «Яндекс Go». Сообщается, что роботы осуществили уже свыше 1,5 тыс. доставок [17].

Искусственный интеллект способствует и организации коммуникаций между клиентами и представителями предприятий общественного питания. Отзывы и/или оценки на сайтах, посты в социальных сетях о приобретенных блюдах, посещении заведений, обслуживающем персонале – это реалии современной жизни. Квалифицированный подход к этой стороне деятельности со стороны менеджеров подскажет обоснованность направления деятельности, вовремя укажет на недостатки и позволит их скорректировать.

Внедрение вендинговых автоматов в индустрию общественного питания. Вызывает интерес внедрение вендинговых автоматов в сферу общественного, причем полноценного, питания. Сегодня, кроме привычных автоматов с кофе и другими напитками, набором продуктов для перекуса, они представлены салатоматами, предлагающих готовые салаты), а также аппаратами с дополнительной функцией разогрева, предлагающих полноценные обеды (ужины), состоящие из нескольких блюд, в форме как стандартизированных наборов (комплектация поставщиков), так и индивидуальных (клиент самостоятельно осуществляет выбор блюд). Подобные аппараты – многообещающее направление для фабрик-кухонь, крупных ретейлеров, сетевых кафе и/или ресторанов. Авторы видят перспективу их активного внедрения в бизнес-центрах, помещениях средних и высших учебных заведений, студенческих общежитиях и т. д.

Сотрудничество предприятий общественного питания с туристическим бизнесом. Актуальной представляется ниша сотрудничества заведений общественного питания с туристическими компаниями. В период, когда турпоток активно переориентируется на внутренние путешествия, необходимо скооперировать их действия для обеспечения туристов полноценным питанием. Данная услуга будет востребована

у путешественников, которые размещаются не в крупных отелях, имеющих собственную кухню, а на турбазах, в гостевых домах, мотелях и другом экономичном сегменте.

Пиццерии. Отдельно необходимо отметить сектор пиццерий. Данные заведения практически не потеряли своей прибыли за 2020 г. Это объясняется развитой, еще до начала пандемии, доставкой продукции данного сегмента, особой популярностью пицц у россиян, а также возможностью регистрации пиццы в качестве хлебобулочного изделия, что позволяет реализовывать ее как гастрономическое ресторанное блюдо. В этом случае, согласно статье 164. «Налоговые ставки» Налогового кодекса РФ, НДС со стандартных 20 % снижается до 10 %, а это приносит дополнительные финансовые выгоды производителям пиццы [1].

Необходимо отметить, что сегодня, в качестве эксперимента, до 10 % уже снижена ставка НДС на основные продовольственные товары, поставляемые в предприятия общественного питания. Кроме того, Министерство финансов РФ рассматривает вопрос о снижении ставки НДС для всей отрасли, вплоть до ее полного обнуления на весь период восстановления данной сферы деятельности [9].

Заключение

Суммируя все вышесказанное, можно утверждать, что в текущий момент состояние сферы общественного питания не демонстрирует отрицательной динамики. Существуют определенные, объективные трудности, которые стали понятны и управляемы. В связи с этим происходит коррекция деятельности внутри отрасли. Новые реалии влекут за собой новые тренды. В дальнейшем функционировать «как раньше» не сможет ни одна отрасль. Необходимо приспосабливаться к имеющимся условиям, используя перспективные тенденции, технологии и передовой опыт. Предприятия общественного питания, использующие позитивные практики, смогут пережить кризисную ситуацию, сложившуюся в отрасли, и будут динамично развиваться в будущем.

Авторы ожидают, что данное исследование будет интересно представителям сферы общественного питания, экономистам-практикам, а также студентам экономических вузов.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 17.02.2021) // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/35cc6698564adc4507baa31c9cfdbb4f2516d068/ (дата обращения: 10.04.2021).
2. Постановление Правительства РФ от 03.04.2020 № 434 (ред. от 16.10.2020) «Об утверждении перечня отраслей российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_349344/ (дата обращения: 10.04.2021).
3. Батракова, Л. Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в регионах России // Социально-экономические исследования. – 2020. – № 2 (7). – С. 48–65. <https://doi.org/10.20323/2658-428X-2020-2-7-48-65>
4. Дробот, Е. В., Макаров, И. Н., Назаренко, В. С., Манасян, С. М. Влияние пандемии COVID-19 на реальный сектор экономики // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Т. 10, № 8. – С. 2135–2150. <http://doi.org/10.18334/epp.10.8.110790>
5. Зимовец, А. В., Сорокина, Ю. В., Ханина, А. В. Анализ влияния пандемии COVID-19 на развитие предприятий в Российской Федерации // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Т. 10, № 5. – С. 1337–1350. <https://doi.org/10.18334/epp.10.5.110126>
6. Казакова, Н. А., Королёв, Г. В. Исследование влияния пандемии на кризис бизнеса и развитие технологий менеджмента // Менеджмент в России и за рубежом. – 2021. – № 2. – С. 27–36.
7. Баландина, А. Кризис каждый день: как открывают рестораны в пандемию // Газета.Ru. – 2021. – 24 января [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/social/2021/01/23/13452320.shtml> (дата обращения: 10.04.2021).
8. Исследование «Значение доставки для ресторанного бизнеса» // Data Insight [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.datainsight.ru/Delivery_2020 (дата обращения: 10.04.2021).
9. Минфин планирует снизить НДС для общепита // Food Newsweek. – 2021. – 30 марта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.foodnewsweek.ru/horeca/obshhepit-tut-u-nas/minfin-planiruet-snizit-nds-dlya-obshhepita.html> (дата обращения: 10.04.2021).
10. «Нам банкротиться или барахтаться?» Как предприниматель поспорила с Путиным за весь бизнес // Деловой квартал ДК.RU. – 2020. – 27 марта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ekb.dk.ru/news/nam-bankrotitsya-ili-barahtatsya-kak-predprinimatel-posporila-s-putinyim-za-ves-biznes-237134022> (дата обращения: 10.04.2021).

11. «Нас кризисом не испугаешь» // РБК. – 2020. – 15 декабря [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/partners/5fcfa3817a8aa90db3c6a553> (дата обращения: 10.04.2021).
12. Пилюте, Ю. Третья волна COVID-19: какие ограничения вводятся в мире // Клопс. – 2021. – 1 апреля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://klops.ru/collections/2021-04-01/230932-nakanune-pashi-i-ramadana-gde-v-mire-vvelilokdaun-iz-za-pandemii-koronavirusa> (дата обращения: 10.04.2021).
13. Ресторанный рынок России // TAdviser. – 2021. – 30 апреля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Ресторанный_рынок_России (дата обращения: 10.04.2021).
14. Смирнов, С. Н. Влияние пандемии COVID-19 на потребительский рынок России: статистический анализ // Социальные новации и социальные науки. – 2020. – № 2 (2). – С. 149–159. <https://doi.org/10.31249/snsn/2020.02.09>
15. Социально-экономическое положение России – 2020 г. // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gks.ru/bgd/regl/b20_01/Main.htm (дата обращения: 10.04.2021).
16. Токманцева, И. Рестораны не вернутся на докризисный уровень в 2021 году // Ведомости. – 2021. – 11 февраля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2021/02/10/857472-restorani-vernutsya> (дата обращения: 10.04.2021).
17. «Яндекс» начал доставлять из магазинов заказы роботами-курьерами // РБК. – 2021. – 8 апреля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://quote.rbc.ru/news/article/606ee0549a7947177bc526ea?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&nw=1618071755000 (дата обращения: 10.04.2021).
18. Burdenko, E. V., Bykasova, E. V., Mudrova, S. V. State support of Russian small and medium-sized business in the COVID-19 pandemic and development prospects // Handbook of Research on Sustaining SMEs and Entrepreneurial Innovation in the Post-COVID-19 Era / Edited by N. Vaporikar. – Hershey, PA, USA. IGI Global, 2021. – Pp. 438–464. <http://doi:10.4018/978-1-7998-6632-9.ch021>

References

1. Tax Code of the Russian Federation (Part Two) No. 117-FZ dated on August 5, 2000 (as amended, dated on February 17, 2021), *Legal reference system "ConsultantPlus"*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/35c-c6698564adc4507baa31c9cfdbb4f2516d068/ (accessed 10.04.2021).
2. Resolution of the Government of the Russian Federation No. 434 dated on April 3, 2020 “On the Approval of the List of the Branches of the Russian Economy Most Affected by the Deterioration of the Situation as a Result of the Spread of a New Coronavirus Infection”, *Legal reference system "ConsultantPlus"*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_349344/ (accessed 10.04.2021).
3. Batrakova L. G. The development of small and medium enterprises in the regions of Russia, *Sotsial'no-ekonomicheskie issledovaniya*, 2020, no. 2 (7), pp. 48–65. (In Russian). <https://doi.org/10.20323/2658-428X-2020-2-7-48-65>
4. Drobot E. V., Makarov I. N., Nazarenko V. S., Manasyan S. M. Impact of the COVID-19 pandemic on the real economy, *Journal of Economics, Entrepreneurship and Law*, 2020, no. 10 (8), pp. 2135–2150. (In Russian). <http://doi.org/10.18334/epp.10.8.110790>
5. Zimovets A. V., Sorokina Yu. V., Khanina A. V. Analysis of the impact of the COVID-19 pandemic on the development of enterprises in the Russian Federation, *Journal of Economics, Entrepreneurship and Law*, 2020, no. 10 (5), pp. 1337–1350. (In Russian). <https://doi.org/10.18334/epp.10.5.110126>
6. Kazakova N. A., Korolev G. V. Researching the impact of pandemic on the business crisis and development of management technologies, *Management in Russia and Abroad*, 2021, no. 2, pp. 27–36. (In Russian).
7. Balandina A. Crisis every day: how to open restaurants in a pandemic, *Gazeta.Ru*, 2021, January 24. Available at: <https://www.gazeta.ru/social/2021/01/23/13452320.shtml> (accessed 10.04.2021). (In Russian).
8. The study “The value of delivery for the restaurant business”, *Data Insight*. Available at: https://www.datainsight.ru/Delivery_2020 (accessed 10.04.2021). (In Russian).
9. The Ministry of Finance plans to reduce Value Added Tax for public catering, *Food Newsweek*, 2021, March. Available at: <http://www.foodnewsweek.ru/horeca/obshhepit-tut-u-nas/minfin-planiruet-snizit-nds-dlya-obshhepita.html> (accessed 10.04.2021). (In Russian).
10. “Should we go bankrupt or flounder?” As a business woman argued with Putin for the whole business, *Delovoi kvartal DK.Ru*, 2020, March 27. Available at: <https://ekb.dk.ru/news/nam-bankrotitsya-ili-barahtatsya-kak-predprinimatel-posporila-s-putinyim-za-ves-biznes-237134022> (accessed 10.04.2021). (In Russian).
11. “We are not afraid of the crisis”, *RBC*, 2020, December 15. Available at: <https://plus.rbc.ru/partners/5fcfa3817a8aa90db3c6a553> (accessed 10.04.2021). (In Russian).

12. Pilyute Yu. The third wave of COVID-19: what restrictions are being introduced in the world, *Klops*, 2021, April 1. Available at: <https://klops.ru/collections/2021-04-01/230932-nakanune-pashi-i-ramadana-gde-v-mire-vveli-lokdaun-iz-za-pandemii-korona-virusa> (accessed 10.04.2021). (In Russian).
13. Russian restaurant market, *TAdviser*, 2021, April 30. Available at: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Ресторанный_рынок_России (accessed 10.04.2021). (In Russian).
14. Smirnov S. N. The impact of the COVID-19 pandemic on the Russian consumer market: statistical analysis, *Social novelties and Social sciences*, 2020, no. 2, pp. 149–159. (In Russian).
15. Socio-economic situation of Russia – 2020, *Federal State Statistics Service*. Available at: https://gks.ru/bgd/regl/b20_01/Main.htm (accessed 10.04.2021). (In Russian).
16. Tokmantseva I. Restaurants will not return to pre-crisis levels in 2021, *Vedomosti*, 2021, February 11. Available at: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2021/02/10/857472-restorani-vernutsya> (accessed 10.04.2021). (In Russian).
17. “Yandex” began to deliver orders from stores by robot couriers, *RBC*, 2021, April 8. Available at: https://quote.rbc.ru/news/article/606ee-0549a7947177bc526ea?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&nw=1618071755000 (accessed 10.04.2021). (In Russian).
18. Burdenko E. V., Bykasova E. V., Mudrova S. V. State support of Russian small and medium-sized business in the Covid-19 pandemic and development prospects, *Handbook of Research on Sustaining SMEs and Entrepreneurial Innovation in the Post-COVID-19 Era*, Edited by N. Baporikar, Hershey, PA, USA. IGI Global, 2021, pp. 438–464. <http://doi:10.4018/978-1-7998-6632-9.ch021>