vinetur

Инфляция привела к снижению реальных продаж ресторанов США в октябре на 0,3%

Номинальные продажи выросли на 0,2%, до $92,9 млрд, продлив серию роста до девяти месяцев благодаря повышению цен в меню

среда, 18 ноября 2026 г.



В октябре продажи ресторанов и баров США снова выросли, однако весь прирост был обусловлен повышением цен в меню: с учетом инфляции расходы сократились.

По предварительным данным Бюро переписи населения США, на которые ссылается Национальная ассоциация ресторанов США в отчете от 17 ноября, сезонно скорректированные продажи предприятий общественного питания в октябре составили $92,9 млрд. Это на 0,2% больше пересмотренного в сторону понижения показателя за сентябрь — $92,7 млрд.

Как сообщила ассоциация, октябрь стал девятым месяцем подряд, когда продажи в секторе росли. Это самая продолжительная серия ежемесячного роста с начала восстановления после пандемии. В годовом выражении продажи были на 7,0% выше, чем в октябре 2025 года. По данным ассоциации, это максимальный прирост за 12 месяцев с 2023 года.

Однако рост номинальных показателей не означал реального увеличения продаж за месяц. Индекс потребительских цен на питание вне дома в октябре вырос на 0,5% — больше, чем продажи ресторанов и баров, прибавившие 0,2%. С учетом этой разницы продажи с поправкой на инфляцию снизились по сравнению с сентябрем на 0,3%.

Несмотря на месячное снижение в реальном выражении, общая динамика была лучше, чем на более ранних этапах восстановления. С учетом инфляции цен в меню продажи предприятий общественного питания выросли на 3,2% с октября 2025-го по октябрь 2026 года. По данным ассоциации, этот показатель сравнялся с сентябрьским и стал максимальным приростом реальных продаж за 12 месяцев почти за четыре года.

В отчете рынок труда назван одним из ключевых факторов поддержки спроса в ресторанах. За предыдущие три месяца в экономике США появилось более 400 000 рабочих мест, что, как отмечается в документе, повысило возможности домохозяйств тратить деньги на товары и услуги необязательного характера, например на посещение ресторанов. Устойчивость рынка труда помогает поддерживать посещаемость и продажи, несмотря на то что потребители по-

прежнему сталкиваются с высокими ценами.

Вместе с тем, по оценке отраслевой ассоциации, перспективы потребителей остаются неоднозначными. Ускорение роста занятости может поддержать дальнейшее увеличение расходов в ближайшие месяцы, а снижение цен на бензин — несколько облегчить положение домохозяйств, если эта тенденция сохранится. Однако ассоциация также предупредила, что в последнее время зарплаты не поспевают за ростом цен, из-за чего многие потребители расходуют сбережения, чтобы поддерживать прежний уровень трат. Еще один риск — недавнее падение фондового рынка, особенно для домохозяйств с высокими доходами, на которые до сих пор приходилась значительная часть роста расходов.

В октябре продажи ресторанов и баров менялись в соответствии с общей динамикой розничной торговли. По тем же данным Бюро переписи населения США, совокупные розничные продажи в стране также выросли за месяц на 0,2%. За этой неизменной на первый взгляд общей динамикой скрывались заметные различия между категориями.

Один из самых значительных приростов зафиксировали автозаправочные станции: продажи выросли на 1,5% на фоне высоких цен на топливо в октябре. Продажи магазинов товаров для здоровья и личной гигиены также увеличились на 1,5%, а онлайн- и прочие продажи вне магазинов — на 1,2%. В то же время продажи магазинов мебели и товаров для дома снизились на 2,3%. Сократились и продажи дилеров автомобилей и запчастей — на 1,6%, магазинов спортивных товаров и товаров для хобби — на 0,7%, магазинов одежды — также на 0,7%.

Эти данные важны не только для ресторанного бизнеса: предприятия общественного питания составляют основную часть более широкого сектора ресторанных услуг и общепита, обеспечивая, по данным ассоциации, около 72% совокупных продаж отрасли. Для производителей напитков и дистрибьюторов изменения реальных расходов в барах и ресторанах могут служить полезным индикатором потенциального спроса в канале продаж для потребления на месте, в том числе на пиво, вино и крепкие напитки, даже если номинальные продажи

продолжают расти.

Октябрьские данные показывают, что потребители продолжают тратить деньги в ресторанах и барах, однако часть видимого роста объясняется повышением цен, а не увеличением объемов продаж. Это различие, вероятно, останется важным для операторов и поставщиков при оценке того, сохранится ли недавняя динамика до конца года.