

БЕЛОРУССКИЙ РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС

Соколовская Т.О.

Научный руководитель – Дашкевич Н.В.

Чтобы сделать полный анализ экономического развития Республики Беларусь, необходимо уделить особое внимание такому сегменту экономики Беларуси, как ресторанный бизнес. По мнению западных бизнес-стандартов это наиболее «динамичная» отрасль белорусской экономики.

Как самостоятельный сектор национальной экономики, белорусский ресторанный бизнес определился в 1993 - 1994 годах. В данный период появляются отличительные для того времени заведения: проекты Александра Пархимчика («Стейкхауз»), Маурицио Дзанини («Бергамо»), «Вестфалия» и «Испанский куток». Появление именно этих заведений задало новое направление в эволюции ресторанного бизнеса. Была сформирована новая кухня, формат и качество обслуживания. Последующий этап развития национального общепита начался 1996 году, в это время в Минске были открыты заведения сети американского происхождения McDonald's. В стране появился фаст-фуд. Период времени с конца 1990-х до начала 2000-х годов характеризуется появлением новых компаний отечественных и иностранных бизнесменов. На данный момент в Беларуси насчитывается более 30 успешных ресторанных бизнесов.

Особенностью белорусского ресторанного бизнеса является то, что данный сектор находится на начальной стадии развития. Как правило, собственные бизнес-проекты не разрабатываются, а происходит копирование зарубежных аналогов ресторанов. Впоследствии интерьер, меню, обслуживание адаптируются под белорусский менталитет. К особенностям также можно отнести тот факт, что на данный момент элитный ресторанный бизнес в республике обречен на провал. Сказывается нехватка состоятельных людей, которые смогли бы заполнить и обеспечить оборачиваемость ресторанов данного типа. У начинающего ресторатора больше шансов достичь успеха в области фастфуда и сегменте средних цен ресторанного бизнеса, так как инвестиции в данный сектор более привлекательны благодаря своей окупаемости и условной застрахованности от провала.

Ресторанный бизнес Беларуси отличается интенсивной и достаточно свободной динамикой движения собственности. На данном рынке совершается огромное количество сделок купли-продажи. В среднем ресторан в Беларуси окупается в течение 5 лет, далее необходимо проводить либо его ремонт, либо рестайлинг, либо ребрендинг, что подразумевает новые инвестиции и ожидание возврата вложенных ресурсов.

Вспомогательную динамику, во всяком случае, минскому ресторанному рынку, создает интерес к этой области зарубежных инвесторов. Так, в десятке наиболее успешных ресторанных бизнесов Беларуси первые три места занимают российские и литовские бизнесы (таблица 1). В свою очередь пристальное внимание иностранцев к этой области критикуется национальными предпринимательскими объединениями. Эту критику можно как принимать, так и отрицать. Иностранные инвестиции в национальный ресторанный бизнес достаточно разнообразны по своему происхождению: россияне, литовцы, латыши, ливанцы, болгары, тибетцы.

На сегодняшний день в Беларуси не хватает ресторанов, следовательно, не хватает конкуренции, которая создавала бы условия для качественного роста рынка. Белорусский бизнес испытывает нехватку ресурсов, например, на приобретение и обслуживание франшиз, а также профессиональных навыков.

Таблица 1 – Топ-5 успешных ресторанных бизнесов в РБ

Место	Бизнес	Инвестиции
1	McDonald's	Россия
2	«Росинтер»	Россия
3	«Темпо»	Литва
4	А.Пархимчик	Беларусь
5	П.Полонский	Беларусь

Следует отметить, что за последние годы, невзирая на нестабильную экономическую ситуацию в стране, появились новые бизнесы, форматы и бренды, набрал силу процесс концентрации бизнеса. Несомненно, мировой экономический кризис временно «заморозил» развитие действующих и приток новых зарубежных проектов в белорусский ресторанный бизнес. В свою очередь, это создает необходимые условия национальному бизнесу для самостоятельной и относительно спокойной разработки собственных проектов. Уступить место иностранному капиталу или конкурировать с ним – это вопрос собственника бизнеса. Тем не менее, главное – наличие динамики рынка, так как она необходима как владельцам, государству, так и клиентам.