

УДК 338.46

Т. Н. Байбардина (bibardina@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

Л. В. Мищенко (Ludmila.v.m@mail.ru),
канд. экон. наук, доцент

А. Ю. Баринова (nurabar84@mail.ru),
магистрант

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС КАК ИМИДЖЕВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье отражены тенденции и особенности развития белорусского рынка ресторанных услуг. Определены приоритетные направления в развитии ресторанного бизнеса в Республике Беларусь.

The article reflects trends and peculiarities of the development of the Belarusian restaurant services market. Priority directions in the development of restaurant business in the Republic of Belarus are determined.

Ключевые слова: ресторанный бизнес; рынок ресторанных услуг; ресторан; сервис; общественное питание; туризм; национальная кухня.

Key words: restaurant business; restaurant services market; restaurant; service; catering; tourism; national cuisine.

Туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира. По данным Всемирной туристской организации, вклад туризма в мировую эко-

ному эквивалентен 11–12% от мирового валового национального продукта. Бурное развитие массового туризма в мире вызвало адекватное развитие индустрии туризма и смежных отраслей деятельности, включая сферу общественного питания.

Сегодня индустрию туризма можно определить как сложную интегральную систему взаимодействия предприятий организованного питания (рестораны, кафе, буфеты, бистро), объектов размещения и временного проживания (гостиницы, отели, мотели, пансионаты, базы отдыха и др.), транспортных организаций и организаций, осуществляющих туристскую деятельность (операторы, агентства и др.).

Современные тенденции развития туризма в целом и его важной составляющей сектора общественного питания наглядно демонстрируют, что ресторанный бизнес в современном мире является одним из самых перспективных видов деятельности, ведь с каждым годом количество постоянных клиентов ресторанов растет пропорционально росту благосостояния наших граждан.

Ресторанный бизнес является динамично развивающейся сферой экономики, определяющей имиджевую составляющую туристического сектора Республики Беларусь. Ресторанный рынок сегодня – один из привлекательных в сфере социально-культурного сервиса и туризма. Его доля увеличивается ежегодно на 15–17%. Однако развивается этот бизнес весьма неравномерно, без учета дифференциации потребностей индивидов, что порождает массу проблем и неравномерность распределения ресторанов на локальном рынке.

Структурные изменения в экономике страны привели к необходимости возрождения белорусского ресторанного рынка. Ресторанный бизнес страны, оказавшись под действием законов спроса и предложения, стал постепенно возрождаться. На смену грубым административным запретам в процессе регулирования ресторанного рынка постепенно пришли цивилизованные и правовые методы, возникла соответствующая нормативно-правовая база [1].

В настоящее время рынок ресторанного сервиса Республики Беларусь переживает этап активного развития. Ежегодно открывается 7–9 новых ресторанов и кафе, причем более половины заведений, которые открываются, – это рестораны среднеценового класса. Среднеценовые рестораны в республике составляют до 70% от общего числа кафе и ресторанов. По оценке Министерства торговли Республики Беларусь социальную направленность имеют 37,6% объектов общественного питания республики, в которых на продукцию общественного питания установлены предельно низкие наценки, позволяющие обеспечить доступность услуг питания для всех категорий населения [2].

Развивается сетевой ресторанный бизнес, в котором четко прописаны стандарты качества продукции и обслуживания, которые направлены на достижение единого результата на каждом объекте сети. На данный момент в стране открыты рестораны таких известных брендов как McDonald's, TGI Friday's, Планета суши, LIDO, готовятся к открытию точки KFC, Papa John's [3].

По состоянию на 1 декабря 2016 г. в республике функционировало 14 тыс. 234 объекта общественного питания, в которых одновременно могло разместиться 803 тыс. посетителей. В настоящее время на 1 тыс. чел. в Беларуси приходится 1,4 объекта общественного питания. В Китае – 6, в Италии – 5, в России – менее 1. Наибольшее количество расположено в г. Минске, Гомельской и Минской областях. Сеть объектов общественного питания постоянно развивается, в основном за счет привлечения частных инвестиций к открытию объектов ресторанного бизнеса. За счет нового строительства, переспециализации, возобновления работы только в 2016 г. открыто более 500 ресторанов, кафе, баров, закусочных и других объектов. Наиболее активно открываются объекты питания в г. Минске и Минской области (150 и 89 соответственно) [4].

Практика показывает, что наибольший удельный вес в структуре субъектов общественного питания составляют частные организации, на которые приходится более 65% от всех субъектов общественного питания в республике.

Проведенные исследования подтверждают, что в сфере ресторанного бизнеса Республики Беларусь преобладают «демократичные» рестораны, рассчитанные на публику со средним доходом. Появляется все большее количество объектов смешанного типа, таких как ресторан-кафе, ресторан-клуб, ресторан-пиццерия. Для республики на современном этапе характерно развитие пунктов быстрого обслуживания [1]. В Республике Беларусь появились новые объекты общественного питания рестораны быстрого обслуживания («Ростикс», «Лидо», «Патио пицца»). Активно развивается сеть общественного питания при магазинах розничной торговли (фуд-корты), таким образом, углубляется интеграция объектов розничной торговли и общественного питания. Получили развитие специализированные детские и молодежные кафе, пельменные, блинные, пирожковые, объекты общественного питания типа «Белорусское бистро»,

«Хутка, смачна» и др. Внедрены новые технологии приготовления пищи и формы обслуживания (организация питания по типу «шведского стола», приготовление питания рабочим в кредит и др.), расширена номенклатура услуг (обслуживание детских мероприятий, доставка обедов в офисы, открытие сезонных площадок).

В крупных городах на месте существующих столовых и кафе появились элитные рестораны. По мнению экспертов, перспективность дорогих ресторанов связана, в первую очередь, с увеличением количества потенциальных клиентов за счет развития иностранных представительств, фирм и привлечения иностранных туристов на основе безвизового режима. Эффективность высококлассных ресторанов в столице составляет 25–30%.

В настоящее время приоритетное внимание уделяется открытию объектов общественного питания, основанных на традициях белорусской национальной кухни. Успешными брендами являются сеть ресторанов «Талака», «Камяница», сеть кафе «Васильки», кафе «Карчма Будзьма», ресторан «Печерское предместье», кафе «Сябрына» и др.

Проводятся дни белорусской кухни, выставки-продажи и дегустации, мастер-классы по приготовлению блюд. В г. Минске традиционной стала неделя белорусской кухни, когда в ресторанах и кафе предлагаются блюда, приготовленные по единым технологическим документам (рецептурам) и одинаковым ценам независимо от типа и класса объекта [2].

Кроме того, в Республике Беларусь представлено большое количество национальных кухонь мира: украинская, китайская, французская, индийская, грузинская, узбекская, еврейская, сербская, армянская, итальянская, американская, азиатская и др. Самое большое количество ресторанов насчитывается в сфере европейской кухни. Например, ресторан «Радзивилловский» на данный момент является единственным столичным рестораном, предлагающим креативную кухню (de-fusion), которая соединяет в себе элементы азиатской и европейской кухни.

Развивается сеть специализированных объектов общественного питания, предназначенных для реализации пива отечественного производства. Особой популярностью среди жителей республики и туристов пользуются ресторан «История пива» в г. Минске, кафе «Чисто пивной ресторанчик» и ресторан «Жигули» в г. Гомеле, кафе «Хаус паб» в г. Бобруйске, закусочная «Пивной дворик» в г. Малорите, рестораны «Лямус» в г. Витебске и «YorkPub» в г. Мозыре и др. [4].

Появились кафе для проведения мероприятий по заказам, востребованы кофейни, количество которых увеличилось на 93 объекта и составило 354 ед. От общего количества введенных объектов 50% составляют объекты быстрого обслуживания. Всего, согласно данным Торгового реестра, в Беларуси работает 3 тыс. 208 таких объектов, их удельный вес составляет 40%, в том числе более 40 работают под мировыми брендами на основе франчайзинга [4].

Практика показывает, что наличие различных ценовых ниш наряду с неудовлетворенным спросом платежеспособного населения привело к возникновению различных по направленности ресторанов. Так, например, в г. Минске открыто значительное количество заведений различного типа, например, ресторан «HOLLYWOOD», кафе «LAVKA» и «Nightcity», кафе-бар «Монасо», рок-бар «Tarantino», арт-кафе «Anyway Cafe», паб «Underground», кофейни «Coffee LAB» и «Dream Cafe», кофе-шоп «WAKE UP» и др.

Белорусский рынок ресторанных услуг можно признать активно развивающимся, перспективным и способным принести значительную прибыль их владельцам.

Вместе с положительными тенденциями, имеющими место в развитии рынка общественного питания в Беларуси, существует и ряд вопросов, требующих своего решения. К недостаткам сферы общественного питания, по нашему мнению, следует отнести ограниченный выбор продуктов на внутреннем рынке, дефицит квалифицированного персонала и не всегда соответствующий мировым стандартам уровень качества обслуживания.

В связи с этим, приоритетными направлениями в развитии ресторанного бизнеса Республики Беларусь являются следующие:

- создание реальной конкурентной среды на рынке услуг питания за счет развития сети объектов общественного питания и совершенствования ее структуры, дальнейшей либерализации условий ведения ресторанного бизнеса;
- внедрение современных технологий приготовления пищи на основе высокотехнологического и энергосберегающего оборудования, применения технологии шокового охлаждения кулинарной продукции;
- развитие инфраструктуры торговых объектов придорожного сервиса, в том числе за счет создания сетевых объектов общественного питания придорожного сервиса, имеющих свой

бренд, ориентированных на средний ценовой диапазон и предоставляющих комплекс услуг участникам дорожного движения;

- открытие объектов, основанных на традициях белорусской национальной кухни, отражающих колорит и самобытность белорусской культуры;

- создание специализированных объектов, в том числе детских кафе, кофеен, блинных и других, ориентированных на организацию обслуживания молодежи, посетителей с детьми;

- развитие сети общественного питания в зонах комплексного торгового обслуживания в форме фуд-корт, предусматривающих открытие в торговых центрах с постоянным потоком посетителей, объектов питания различных концепций, не дублирующих одна другую;

- открытие ресторанов, кафе, в которых приготовление блюд осуществляется «на глазах» у посетителей (фри-фло), как наиболее популярных, а также объектов ресторанного бизнеса с авторской кухней;

- ориентация на перспективные форматы в направлении «еда – отдых»: кофейни, пивные бары, пабы, которые в зависимости от выбранной концепции (дорогое или недорогое) будут определять не только ассортимент выбранной продукции, но и форму обслуживания, круг потребителей, цену и другие концептуальные критерии [4].

Решение поставленных задач в развитии ресторанного бизнеса позволит поднять престиж объектов данной сферы бизнеса, не теряя достижений и традиций национальной кухни Республики Беларусь. Таким образом, сегодня ресторанный бизнес как имиджевая составляющая туристического сектора будет способствовать максимизации прибыли не только в этом сегменте, но и в сфере туризма Республики Беларусь в целом.

Список использованной литературы

1. **Байбардина, Т. Н.** Современные аспекты развития ресторанного бизнеса Республики Беларусь / Т. Н. Байбардина, Е. Н. Демиденко, К. П. Бережнова // Трансформація фінансової системи України: тенденції та перспективи розвитку : матеріали I Всеукр. наук.-практ. конф., Миколаїв ; 20–21 лист. 2017 р. – Миколаїв : МНАУ, 2017. – С. 52–53.

2. **Сфера** общественного питания в Беларуси: либерализация рынка и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belta.by/roundtable/view/sfera-obschestvennogo-pitanija-v-belarusi-liberalizatsija-rynka-i-perspektivy-razvitija-890/>. – Дата доступа : 05.09.2018.

3. **Байбардина, Т. Н.** Тенденции и перспективы развития ресторанного бизнеса в Республике Беларусь / Т. Н. Байбардина, Н. К. Подвительская, Д. И. Пасовец // Перспективы науки : сб. докл. III междунар. конкурса науч.-исслед. работ, 29 апр. 2016 г. / науч. ред. : д-р экон. наук, проф. А. В. Гумеров. – Казань : Ракета Союз, 2016. – С. 12–18.

4. **Современные** аспекты развития ресторанного бизнеса в Республике Беларусь / Т. Н. Байбардина [и др.] // Обліково-аналітичні фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: національні, глобалізаційні та євроінтеграційні аспекти : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Миколаїв, 23–25 лист. 2016 р. – Миколаїв : МНАУ, 2016. – С. 356–359.