

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Гостинично-ресторанный бизнес Беларуси сильно пострадал в 2020 г. из-за коронакризиса. В 2022 г. отрасль также работает в непростых условиях. Во многих ресторанах пришлось пересматривать отдельные позиции меню: продукты или были недоступны, или цены на них оказались столь завышенными, что оставлять блюдо в меню было просто нерентабельно, так как стоимость для клиента получалась уже некомфортной.

В ресторанном бизнесе возникли некоторые ограничения: влияние оказывали колебания курсов валют, усложнение логистики и приостановка работы на рынке ряда алкогольных поставщиков. Кроме продуктов в зоне риска оказалось и профессиональное оборудование. Например, зависимость хлебопекарных производств в крупных городах от импортного оборудования, прежде всего ввозимого из стран ЕС, достигает 80–90 %, в регионах — 50–70 % [1]. Выросли на 10–30 % закупочные цены на разные продукты: в среднем кофе подорожал примерно на 30 %, молоко — на 10–20 %, винные изделия — на 15–20 % [2].

Ежемесячно в Беларуси публикуются данные о товарообороте сети общественного питания. За январь–май 2022 г. товароборот общепита составил 1541,6 млн руб. (в текущих ценах) [3]. По сравнению с аналогичным периодом 2021 г. объем товарооборота в отрасли вырос на 2,3 % (в сопоставимых ценах): товароборот организаций общепита по итогам пяти месяцев прошлого года увеличился на 18,7 % (с учетом инфляции).

В I квартале 2022 г. общепит показывал прирост реального товарооборота на 5,8 % к январю–марту 2021 г. Однако эта прибавка в объемах продаж была продемонстрирована относительно I квартала 2021 г., в котором товароборот в сопоставимых ценах сократился на 5,2 %. Таким образом, прибавка по сравнению с I кварталом 2020 г., когда в стране уже развернулась эпидемия коронавируса, выглядит весьма скромно — в пределах долей процента.

Общественное питание в II квартале 2022 г. растеряло позитивную динамику относительно прошлого года. За апрель товароборот в реальном выражении упал на 3 % к сопоставимому месяцу 2021 г., за май — на 1,6 %. Действовал фактор внушительной базы сравнения: в апреле 2021 г. продажи выросли к ковидному 2020 г. на 87,9 %, а в мае — на 66,5 % [3].

В заключение хотелось бы обратить внимание на то, что во время коронакризиса ресторанный бизнес научился выходить из различных ситуаций. Торговые предприятия постепенно переходят на реализацию белорусской продукции, в основном сыров, колбас. Этот процесс является стимулом для белорусских предприятий производить и импортозамещающую продукцию.

Источники

1. *Щуренков, Н.* Хлебу ищут комплектующие [Электронный ресурс] / Н. Щуренков, Д. Андрианова // Коммерсантъ. — 2022. — 16 апр. — Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5315204>. — Дата доступа: 20.11.2022.
2. *Липанова, Л.* Что происходит с ресторанным бизнесом в условиях санкций [Электронный ресурс] / Л. Липанова // Тинькофф Журнал. — Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/kak-dela-u-restoranov/>. — Дата доступа: 20.11.2022.
3. *Круглов, М.* Гостинично-ресторанный бизнес оптимизирует персонал [Электронный ресурс] / М. Круглов // Экономическая газета. — 2022. — 15 июля. — Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/gostinichno-restorannyy-biznes-optimiziruet-personal/>. — Дата доступа: 20.11.2022.