

6. Mamoshko, A. Belarusian society in the era of digital transformation //The Youth of the 21st Century: Education, Science, Innovations / A. Mamoshko // Proceedings of VII International Conference for students? Postgraduates and Young Scientists // Vitebsk. – 2021. – P. 76–79.

Н. И. Виршиц,
А. Д. Левчук

Белорусский государственный экономический университет
(г. Минск, Республика Беларусь)

Актуальность открытия заведения китайской кухни в Республике Беларусь в современных экономических условиях

Аннотация. В статье рассмотрена актуальность открытия заведения китайской кухни в Республике Беларусь в современных экономических условиях. Для исследования была выбрана сфера общественного питания города Минска, а именно сегмент тематических кафе. Были проведены кабинетные исследования: анализ рынка общественного питания, PEST- анализ (Politics, Economics, Socio-Culture, Technology), метод «фокус-группа» и глубинное интервью, а также полевое исследование – опрос потенциальных потребителей.

Ключевые слова: китайская кухня; полевые и кабинетные исследования; конкуренция; кафе; PEST-анализ; анализ рынка; общественное питание.

The relevance of opening a Chinese cuisine establishment in the Republic of Belarus in modern economic conditions

Abstract. The article considers the relevance of opening a Chinese cuisine establishment in the Republic of Belarus in modern economic conditions. For the study, the sphere of public catering in Minsk, namely the segment of thematic cafes, was chosen. As desk research, the market analysis of public catering, PEST (Politics, Economics, Socio-Culture, Technology) analysis, focus group and in-depth interviews were conducted. This included a field survey of potential consumers.

Keywords: Chinese cuisine; field and desk research; competition; café; PEST analysis; market analysis; catering.

Развитие отношений с Китайской Народной Республикой, одной из самых быстрорастущих стран в мире, является приоритетом внешней политики Республики Беларусь. Перспективы сотрудничества между двумя странами очевидны, как и очевидны те выгоды, которые они получают: для КНР – это новые рынки сбыта выпускаемой продукции, для РБ – это инвестиции. Предметом исследования являются белорусско-китайские отношения, а именно актуальность открытия заведения китайской кухни в Республике Беларусь в современных экономических условиях. Объектом исследования выступает экономический аспект двусторонних отношений.

В последние несколько лет в Минске массовому открытию кафе и кофеен способствовало несколько факторов. Во-первых, относительно низкий барьер входа в плане финансовых затрат по сравнению с другими форматами и типами сферы общественного питания. Во-вторых, не требуется крупных площадей, что увеличивает варианты выбора помещений и позволяет избежать конкуренции за помещения с более крупными операторами. В-третьих, наблюдается запрос со стороны общественности.

Китайская кухня является одной из самых популярных в мире. Она отличается разнообразием блюд, яркими вкусами и ароматами. В последние годы интерес к китайской кухне в Республике Беларусь также растет. Это связано с несколькими факторами, в том числе:

- с расширением культурных связей между Республикой Беларусь и Китаем. В Республику Беларусь приезжает все больше туристов и бизнесменов из Китая, которые знакомят белорусов с традиционной китайской кухней;

- популяризацией азиатской кухни в целом. В последние годы в Республике Беларусь растет интерес к азиатской кухне, в том числе китайской. Это связано с тем, что азиатская кухня считается более здоровой и полезной, чем традиционная европейская кухня;

- возрастанием уровня жизни населения. В Республике Беларусь растет число людей, которые могут позволить себе посещать рестораны и кафе. Это создает спрос на новые и экзотические кухни, в том числе и на китайскую.

В современных экономических условиях открытие кафе китайской кухни может быть достаточно прибыльным бизнесом. Это связано с тем, что китайская кухня пользуется спросом у широкого круга потребителей.

В данной статье мы рассмотрим основные аспекты открытия кафе китайской кухни в Республике Беларусь в современных экономических условиях.

Для того чтобы учесть все факторы, которые могут повлиять на открытие кафе китайской кухни, целесообразно провести полевые и кабинетные исследования.

В первую очередь, группой студентов 4-го курса специальности «международный маркетинг» были проведены кабинетные исследования – анализ собранных ранее из внутренних и внешних источников данных для целей, отличных от маркетинговых исследований.

Значительную долю товарооборота сети общественного питания формируют организации, зарегистрированные в Минске. По итогам I квартала 2023 г. на долю столицы в продажах общепита пришлось 48 %, что в стоимостном выражении эквивалентно 530,1 млн руб. За январь – март товарооборот общепита Минска в сопоставимых ценах вырос на 8,8 % к уровню 2022 г. Количество объектов общепита в Минске на конец 2022 г. составило около 3 870, из которых 657 являются кафе [1].

Стоит отметить препятствия входа на данный рынок. Во-первых, большое количество конкурентов усложняет привлечение клиентов, во-вторых, на данный момент в Беларуси наблюдается тенденция на всем экономить. Так, по данным статистики, 27 % белорусов отказались от походов в кафе и рестораны. Среди трудностей выявлены также маленькое количество предложений подходящих для аренды помещений и высокие проценты за кредит. Кроме того, рост цен на импортные пищевые продукты, изменение логистических цепочек и задержки с поставками могут негативно повлиять на ведение ресторанного бизнеса.

В силу того, что высококонкурентная среда является одним из препятствий входа на рынок, рассмотрим их подробнее. К конкурентам кафе китайской кухни можно отнести кафе азиатской кухни и кафе других кухонь (Артель, Камяница, Моя английская бабушка, Джомолунгма, Бастион, Товарищ, Восточный экспресс). Вторичными конкурентами являются другие категории объектов общепита (рестораны, бары, кофейни, фастфуд, пиццерии) и сервисы доставки еды (Delivio.by, Яндекс.Еда, Eda.by, e-dostavka, Cityfood, Menu.by).

В ходе анализа рынка была выделена целевая аудитория заведений китайской кухни. К ней относятся любители азиатской кухни, желающие попробовать что-то новое, ценители вкусной еды и напитков. Трудности работы с целевой аудиторией заключаются в том, что под данное описание подходит широкий круг клиентов, которых необходимо сегментировать, а также это повлечет за собой высокие затраты на маркетинговую стратегию для каждого сегмента. К положительным сторонам наличия широкой целевой аудитории стоит отнести

возможность привлечь большое количество людей различных демографических групп с разными интересами.

В качестве особенностей целевой аудитории можно отметить сезонные колебания спроса (наибольшее число посетителей зимой, осенью) и колебания спроса по дням недели и времени суток (наибольшее число посетителей наблюдается с пятницы по воскресенье в 17:00–20:00).

Для получения мнения потенциальных потребителей были проведены опрос, фокус-группы и интервью. Анализ результатов этих исследований позволил выявить основные потребности и предпочтения потребителей.

Для того чтобы учесть все факторы для ведения ресторанного бизнеса в Республике Беларусь, был проведен PEST-анализ – анализ политических, экономических, социальных и технических факторов среды.

Таким образом, самым значимым из анализируемых политических факторов является то, что развитие отношений с Китаем является стратегическим направлением внешней политики Республики Беларусь [2]. Действия, направленные на установление долгосрочного сотрудничества с КНР, оказывают значительное влияние на развитие и процветание бизнеса в различных аспектах. Благодаря укреплению отношений между Китаем и Беларусью, возможно увеличение импорта китайских продуктов и ингредиентов для кафе китайской кухни. Это позволит предлагать более широкий ассортимент аутентичных блюд китайской кухни, привлекая больше клиентов.

Сотрудничество между Китаем и Беларусью приводит к увеличению числа китайских туристов, посещающих Беларусь, а также студентов по обмену. На данный момент в белорусских вузах обучается более 7 тыс. китайских студентов [3]. Это создает дополнительный спрос на китайскую кухню.

Укрепление сотрудничества между Китаем и Беларусью способствует политической стабильности в регионе, что создает благоприятную среду для ведения бизнеса, обеспечивая надежность и предсказуемость в отношении законодательства и правил, регулирующих деятельность.

Для оценки экономической среды были выбраны такие показатели, как спрос на заведения общественного питания, индекс потребительских цен, эффективность затрат на ведение бизнеса.

Согласно данным Белстата, розничный товарооборот за январь – сентябрь 2023 г. вырос на 6,7 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составляет 121,5 %. Такая динамика свидетельствует о росте потребительской активности населения, что позволяет

ритейлерам с оптимизмом смотреть в будущее. Товарооборот общественного питания в январе – сентябре 2023 г. составил 3,7 млрд руб., или 111,2 %, в сопоставимых ценах к уровню января – сентября 2022 г. [4].

Что касается индекса потребительских цен, в 2023 г. в результате положительного влияния внешних факторов наблюдалось снижение цен как на импортные продовольственные товары, так и на отечественные товары. Однако наблюдается рост цен на некоторые группы продовольственных товаров, например овощи и фрукты [5].

Еще одним подтверждением актуальности открытия кафе является рейтинг fDi Intelligence 2022/2023, согласно которому Минск занял 1 место среди стран Европы по эффективности затрат на ведение бизнеса [6].

Среди социальных факторов в рамках PEST-анализа важно отметить рост популярности fast casual-ресторанов. Реальные доходы населения не возрастают, однако желание получать качественную, здоровую еду и сервис, приближенный к ресторанному, остается актуальным [7].

Рассматривая социальные факторы, важно учесть текущие тренды в маркетинге. На данный момент видеоконтент – наиболее востребованный вид коммуникаций, популярный среди всех категорий населения. Таким образом, для современной компании важно продвигаться при помощи таких площадок, как YouTube и TikTok, публиковать видео на всех страницах в социальных сетях, на сайте.

Не теряет актуальности тренд на бережное отношение к окружающей среде. Компанией Ernst & Young было проведено исследование, в результате которого было определено, что 98 % инвестиционных фондов и крупных частных инвесторов отслеживают ESG-рейтинг компании. Большинство компаний РБ имеют невысокую степень проникновения ESG-принципов в деятельность. Но отдельные игроки рынка начинают процесс активной переориентации бизнеса [8].

При выходе на рынок важно использовать современные технические средства и методы работы. В ходе исследования был составлен список наиболее актуальных технологий в ресторанном бизнесе, а именно: технология интенсивного охлаждения и шоковой заморозки (уменьшает потери влаги, минимизируются нежелательные биохимические изменения, что приводит к сохранению питательной ценности продукта); автоматический управленческий учет; технология приготовления Sous-vide (обеспечивает улучшение вкусовых качеств и сохранение насыщенного аромата, уменьшение усушки и потерь массы продуктов); ресурсосберегающая технология ультрабыстрого двухстадийного охлаждения свинины (обеспечивает высокое

качество сырья, снижение потерь массы от усушки, уменьшение доли PSE свинины).

После проведения кабинетных исследований были проделаны полевые исследования – опрос, фокус-группа, глубинное интервью.

В ходе анкетирования, которое длилось 4 недели, было опрошено 219 человек. В результате было выявлено отношение потребителей к китайской кухне в целом, а также к открытию кафе китайской кухни с отделенными от основного зала комнатами. Основные выводы опроса: 39,7 % опрошиваемых предпочитают кафе другим форматам заведения общественного питания; главными источниками информации при выборе заведения питания для респондентов оказались Instagram-аккаунты заведений (57 %), реклама в Instagram (54 %), рекомендации знакомых (53 %), Яндекс-карты (31 %); при выборе вида китайской кухни вкусы респондентов разделились почти поровну: 51,1 % выбирают здоровое питание: натуральный вкус, минимум специй; насыщенный острый вкус – 48,9 %; 39,7 % готовы потратить 10–20 руб. в кафе китайской кухни, 31,5 % – 20–30 руб.; для кафе китайской кухни 56,6 % считают подходящим привычный интерьер с элементами традиционного китайского стиля, 33,8 % – интерьер в китайском традиционном стиле; важными факторами при выборе кафе опрошенные назвали музыку (89 %), освещение (80 %), работу персонала (68 %), запах (60 %); 83,1 % воспользовались бы отделенными от зала комнатами, а также 58,9 % респондентов готовы к дополнительной плате за них [9].

Фокус-группа была проведена в формате онлайн-конференции. Участники фокус-группы – люди в возрасте от 24 до 30 лет. Всего было отобрано 5 человек.

Было выявлено, что 75 % респондентов посещают различные кафе с целью встречи с друзьями, разнообразить рутину, отвлечься от забот. В основном опрошиваемые находят информацию о кафе от знакомых, в Instagram или Tik Tok.

Для всех респондентов важны дизайн, атмосфера в кафе и приветливый персонал, что касается музыки, то группа не считает данный элемент атмосферы важным. В акциях респонденты оказались в том числе не заинтересованы, но подчеркнули, что это могло бы стать стимулом для первого посещения кафе. Опрошиваемые лояльно относятся к азиатской культуре в целом и больше половины участников пробовали паназиатскую кухню, могут с легкостью назвать несколько заведений данной тематики. По мнению некоторых участников, китайская кухня специфическая. В среднем респонденты готовы заплатить за блюда исследуемой кухни 23 руб. на человека. Все респонденты заинтересованы в новом формате кафе с отделенными от основного

зала комнатами. Опрашиваемые готовы использовать данные комнаты для встреч с друзьями и различных мероприятий, например чайная церемония, празднование дня рождения.

Для более детального изучения заинтересованности потребителей в открытии кафе китайской кухни с отдельными комнатами было принято решение о проведении глубинного интервью

По результатам глубинного интервью было установлено, что для потенциальных посетителей кафе большое значение имеет интерьер. Он является практически определяющим фактором при выборе заведения. В общем интервьюент имеет положительное мнение о китайской кухне и с удовольствием попробовал бы блюда данной кухни в кафе с отделенными от основного зала комнатами. Также было отмечено, что формат кафе будет интересен не только белорусам, но и людям других национальностей.

В настоящее время конкуренция в Минске в сфере общественного питания очень высокая – 3 870 объектов. Из них 21 являются ресторанами китайской кухни. Интерес к заведениям азиатской кухни продолжает расти и количество игроков на рынке это подтверждает. Чтобы выделиться среди конкурентов необходимо предложить клиентам новое уникальное заведение с доступными ценами, способное заинтересовать их широкую аудиторию своей концепцией.

В целом актуальность открытия заведения китайской кухни в Республике Беларусь в современных экономических условиях достаточно высока. При грамотном подходе к бизнесу заведение китайской кухни может стать успешным проектом, приносящим стабильный доход.

Таким образом, находя схожие особенности потребительских моделей поведения, Китай и Беларусь имеют большой потенциал в выстраивании и развитии общего рынка в аспекте межкультурных коммуникаций. Для обеих стран любого рода коммуникации, в том числе и межкультурные, являются экономически выгодными и важными. Уважение традиций, культуры, социальных норм и ценностей является важным фактором, во многом определяющим потребительское поведение в рамках межкультурных коммуникаций Беларуси и Китая.

Литература

1. Объекты общественного питания. Национальный статистический комитет [Электронный ресурс] // Информационный портал belstat.gov.by. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=214114>. – Дата доступа: 14.11.2023.

2. О политических отношениях Беларуси и Китая [Электронный ресурс] // Информационный портал china.mfa.gov.by/ru/. – Режим доступа: <https://china.mfa.gov.by/ru/bilateral/>. – Дата доступа: 10.11.2023.

3. Посол КНР: в Беларуси обучается более 7 тыс. китайских студентов [Электронный ресурс] // Информационный портал belta.by. – Режим доступа: <https://www.belta.by/society/view/posol-knr-v-belarusi-obuchaetsja-bolee-7-tys-kitajskih-studentov-552694-2023/>. – Дата доступа: 10.11.2023.

4. Розничный товарооборот в Беларуси [Электронный ресурс] // Информационный портал belretail.by. – Режим доступа: <https://belretail.by/news/roznichnyiy-tovarooborot-v-belarusi-naraschivaet-tempyi-rosta>. – Дата доступа: 14.11.2023.

5. О ценовой ситуации на потребительском рынке в марте 2023 г. [Электронный ресурс] // Информационный портал mart.gov.by. – Режим доступа: <https://mart.gov.by/news/novost/j-wty/>. – Дата доступа: 13.11.2023.

6. Не только доставка: 9 трендов в ресторанном бизнесе в 2022 году [Электронный ресурс] // Информационный портал place.lemma.ru. – Режим доступа: <https://place.lemma.ru/article/9-trendov>. – Дата доступа: 13.11.2023.

7. The article of European Cities and Regions of the Future 2022/2023 – Winners by Jacopo Dettoni [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.fdiintelligence.com/content/rankings-and-awards/european-cities-and-regions-of-the-future-20222023-winners-80707>. – Date of access: 17.11.2023.

8. Стандарты ESG: дань моде или долгосрочное конкурентное преимущество [Электронный ресурс] // Информационный портал neg.by. – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/marketing/trendy-marketing-a-v-2022-godu/>. – Дата доступа: 18.11.2023.

9. Анкета: Исследование спроса на кафе китайской кухни “MUSHU” [Электронный ресурс] // Информационный портал docs.google.com. – Режим доступа: <https://docs.google.com/forms/d/1mnpjmeSaamGjUIzlpuzbllsp0rBSw09utXI5fjua-uM/edit>. – Дата доступа: 18.11.2023.