

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОФЕЕН В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Уже не первый год популярность кофе с собой увеличивается. Все больше открывается кофеен разного формата. На вынос кофе готовят во многих ресторанах, кафе, фастфудах и других заведениях общественного питания. Тенденция говорит, что в ближайшее время ожидать спада популярности не стоит. Значит ли это, что кофейный бизнес однозначно будет прибылен?

По итогам прошлого года Беларусь занимала 31-е место в Европе по количеству брендовых кофеен. Сейчас в нашей стране работает 98 точек, из которых 74 специализируются именно на кофе, остальные ориентированы на еду. Такие данные содержатся в исследовании информационной платформы Allegra Project Café Europe 2023 [1].

Рост достигнут в основном благодаря развитию международной сети Соfх, которая увеличила свое присутствие на рынке Беларуси до 47 точек. Сейчас Соfх занимает 48 % рынка. В планах сети — нарастить количество точек к концу 2023 г. до 50.

Бренд Соfх появился в Израиле в 2013 г., на международный рынок сеть вышла в 2016 г., открыв точку в России. В Беларуси первые кофейни этой сети заработали в 2019 г.

Также в тройку вошли две белорусские кофейные сети — Paragaph и Smile Coffee (по 9,2 % рынка у каждой). Наиболее узнаваемая в Минске региональная сеть — сеть стильных кофеен Paragaph. Эта сеть родом из Бреста. Первый объект в столице открылся еще в 2020 г., а в 2022 г. — уже четыре кофейни этого бренда, две из которых как раз и начали работать в недавний период. Оставшуюся долю делят несколько российских сетей и итальянская Lavazza.

В последние несколько лет в Минске наиболее массово открывались кофейни. Такая структура открытий была характерна и для I полугодия 2022 г. Лишь несколько выросла доля кофеен. Это может быть как погрешность названия заведения при внесении в торговый реестр, так и может соответствовать действительности: в Минске в период с 2017 г. начался бурный рост кофеен. Этому способствовало несколько факторов:

- во-первых, относительно низкий барьер входа в плане финансовых затрат по сравнению с другими форматами и типами общепита;
- во-вторых, не требуются крупные площади, что увеличивает варианты выбора помещений и позволяет избегать конкуренции за помещения с более сильными операторами крупных форматов;

- в-третьих, запрос со стороны общественности. Для тех же миллениалов и зумеров «кофе под интернет» и кофе на вынос стали частью их жизни. А следом и старшее поколение оценило привлекательность этой услуги, которая гораздо более привлекательна, нежели стояние с туркой у плиты. Тем более что это демократичный формат, и его могут себе позволить даже пенсионеры, для которых недоступны рестораны и кафе [2].

Как и всегда, востребованным остается бизнес, ориентированный на обычного потребителя, в число которых и входят кофейни. Это объекты в ценовой категории 10–15 тыс. долл. США в эквиваленте, которые может позволить себе даже начинающий предприниматель.

Источники

1. Кто и как делит рынок кофеен в Беларуси? [Электронный ресурс] // Виртуальный Брест. — Режим доступа: <https://virtualbrest.ru/news115142.php>. — Дата доступа: 20.11.2023.

2. Nai Belarus: Обзор рынка общепита города Минска [Электронный ресурс] // Информационный портал Commercial Real Estate. — Режим доступа: <https://cre.ru/analytics/87338>. — Дата доступа: 20.11.2023.