

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Предприятия ресторанного бизнеса являются важной составляющей сферы услуг, которая динамично развивается, усиливает свою роль и значение в экономике страны. Это одна из наиболее перспективных, быстро растущих отраслей туристической индустрии. Так, по данным Белстата, на конец 2014 г. на территории нашей страны были зарегистрированы 12 179 объектов общественного питания, которые предоставляют 763 200 мест, в том числе 2327 объектов в г. Минске (на 151 400 мест) [5]. Большую часть среди них занимают столовые — 4649 объектов (38,2 % от общего числа). Это связано, вероятно, с тем, что значительная часть учреждений имеют в своем составе данный тип объекта питания. Если рассмотреть классификацию по формам собственности, то видно, что преобладают частные объекты — 7685 заведений, или 63,1 %. Частные предприятия, как правило, эффективнее, так как мотивируют на более продуктивное развитие через конкуренцию. Следовательно, учреждения должны бороться за клиента, и поэтому, чтобы улучшить качество сервиса, вынуждены использовать новейшие технологии, что положительно сказывается на развитии общества и экономики в целом.

К сожалению, вес иностранных предприятий питания в Беларуси невелик — всего 292 объекта (2,4 %), франчайзинговые сети неразвиты. Это связано с недостаточно проработанным законодательством в этой области. Владельцы франшизы не уверены в том, что смогут контролировать свой бренд в нашей стране и что все условия будут соблюдены. Например, франчайзи должен купить оборудование, ингредиенты и полуфабрикаты только у франчайзера. В нашем случае после растаможки и уплаты всех налогов это может быть просто невыгодно, так как цены на продукцию в данных заведениях будут очень большими.

Из всего вышесказанного можно заметить, что ресторанный бизнес в Беларуси находится в развивающемся положении. Поэтому, если думать о том, какой сегмент является наиболее привлекательным для инвестиций, следует сказать, что элитный ресторанный бизнес сегодня обречен на провал. У нас слишком мало богатых людей, которые могли бы обеспечить заполняемость и оборачиваемость таких ресторанов [4]. Так, из общего количества ресторанов (543 единицы) заведения класса люкс составляют лишь 20 [5]. При нынешнем спросе срок окупаемости такого проекта будет превышать все разумные пределы. Больше шансов на успех в сегменте фаст-фуда и среднеценового ресторанного бизнеса. Такие инвестиции наиболее привлекатель-

ны ввиду быстрой окупаемости (по статистическим данным в среднем равны одному году) и относительной застрахованности от неудач [4].

В заключение следует отметить, что большинство ресторанов в Беларуси — это копии зарубежных аналогов с адаптированным меню, интерьером и обслуживанием под национальные особенности и рыночные условия страны [4]. Поэтому для того, чтобы сфера ресторанного хозяйства развивалась и привлекала гостей, необходимо разрабатывать новые форматы, которые будут существенно отличаться от существующих в мире.

Литература

1. *Воробьева, С. А.* Деловой английский язык для ресторанного бизнеса / С. А. Воробьева. — М. : Филоматис, 2006.
2. Food and beverage service // School of distant education. — Bharathiar University, 2008.
3. *Шаратута, О.* Рестораны Мишлен — о звездах и их сиянии [Электронный ресурс] / О. Шаратута // Ресторатор. — Режим доступа: <http://restorator.by/news/4-restorany-mishlen.html>. — Дата доступа: 20.02.2016.
4. Элитный ресторанный бизнес в Беларуси [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://restcons.by/content/view/80/79/>. — Дата доступа: 22.02.2016.
5. Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2015.

А.Ю. Дергач
БГЭУ (Минск)

ТЕХНОЛОГИЯ СЦЕНАРНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ОБОСНОВАНИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОБЪЕКТА, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩЕГОСЯ НА БЕЛОРУССКОЙ КУХНЕ

В Концепции реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011–2015 гг. особое внимание уделялось открытию объектов, основанных на традициях белорусской национальной кухни, отражающих колорит и самобытность белорусской культуры, комплексному подходу в развитии туристической индустрии [1]. Есть основания полагать, что данный политический вектор в сфере общественного питания не только сохранится в будущем, но и получит дальнейшее развитие.

Текущий кризис наглядно показал неэффективность и ограниченность традиционных инструментов мониторинга, управления и планирования. В настоящее время очевидно, что сценарное планирование позволяет организациям объединить средне- и долгосрочные варианты будущего с кратко- и среднесрочным стратегическим