

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Сфера общественного питания является одной из наиболее динамично развивающихся в Беларуси. Постоянно открываются десятки новых заведений, готовых порадовать своих гостей широким ассортиментом меню, приятной атмосферой и приемлемыми ценами. В Беларуси действует более 12 тыс. объектов общественного питания, более половины из них (7,5 тыс.) — разного рода кафе, бары и рестораны, причем около 2 тыс. располагается в Минске, который является наиболее привлекательным регионом для развития ресторанного бизнеса. При этом в Минске в общедоступной сети находится 1550 объектов на 75 тыс. мест. Число ресторанов, кафе и баров составляет 986 единиц на 61 069 мест. Доля данных типов объектов в общедоступной сети составляет 64 % (81 % от количества мест). На долю столовых приходится 26 % от общего числа мест в объектах общественного питания г. Минска. Оставшаяся часть объектов представлена мини-кафе (133 ед.), кафетериями (125 ед.), закусочными (88 ед.) и другими объектами, на долю которых приходится 31%.

Несмотря на положительные тенденции в развитии, ресторанный бизнес в Республике Беларусь сталкивается с рядом проблем в своем развитии:

- 1) слишком мало поставщиков сырья приемлемого качества и цены для субъектов ресторанного бизнеса;
- 2) высокая арендная плата;
- 3) низкий уровень подготовки специалистов;
- 4) низкий уровень покупательских способностей;
- 5) высокая цена продаваемой продукции;
- 6) чрезмерное количество документации, проверок.

Несмотря на это, данный вид бизнеса является привлекательным для инвесторов с точки зрения скорости окупаемости вложенных средств.

Сегодня развитие ресторанного бизнеса происходит с учетом возможностей и желаний инвесторов, под воздействием требований потребителей услуг и с учетом тенденций развития мирового рынка ресторанных услуг. Растет число кофеен и суши-баров, так как заведения подобных форматов практически не имеют кухни (десерты, продающиеся в кофейнях, зачастую готовят сторонние предприятия, а для приготовления суши понадобится только замороженная рыба), следовательно нет необходимости закупать дорогое оборудование, что значительно уменьшает затраты на открытие заведения.

С годом в год увеличивается количество кафе с национальной кухней (итальянской, японской, белорусской и др.) и пивных ресто-

ранов. Причины успеха пивных ресторанов заключаются в ясности и привычности данного формата для потребителей. Очень быстро распространяются рестораны с японской кухней. Благодаря отсутствию кухонного цеха облегчается поиск и снижаются требования к помещению, что очень актуально для рынков крупных городов. Несмотря на то, что культура японской кухни долго прививалась в Беларуси, активный промоушен и невысокая цена сделали суши-бары невероятно популярными.

*Е.А. Лукакова
М.М. Песецкий
БГЭУ (Минск)*

ОСОБЕННОСТИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В СОСТАВЕ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА

Сложно представить современный отель без ресторана. Сегодня в сфере гостиничного бизнеса все больше возрастает роль службы питания. Позиционирование и концепция ресторана при отеле во многом зависят от особенностей самой гостиницы, но при этом он остается отдельной функционирующей единицей, обслуживающей не только постояльцев, но и широкую публику. В результате при снижении загрузки гостиничного комплекса служба питания может выходить на новый уровень и составлять от 10 до 30 % от общего дохода отеля [1]. Однако в Беларуси существуют некоторые проблемы, связанные с предоставлением сервиса и организацией труда в ресторанах и барах при отечественных, а также некоторых сетевых зарубежных отелях. Часто руководством и персоналом таких заведений наличие в нем гостей как минимум на завтраке воспринимается как нечто неизменное и не стоящее пристального внимания. И все же не стоит забывать, что гости отеля ожидают не только отличную еду, но и высокий уровень сервиса, так как наиболее запоминающимся для гостей является не столько разнообразие блюд, а именно уровень обслуживания, о чем они с большой вероятностью расскажут другим людям, создавая таким образом рекламу.

Двумя противоположными примерами осуществления политик ведения ресторанного бизнеса в составе гостиничного комплекса служат мировые гостиничные сети, имеющие свое представительство в Республике Беларусь: американская Marriot (Renaissance) и китайская Jiango (Beijing Hotel).

В составе гостиничного комплекса Beijing Hotel находятся рестораны европейской и китайской кухни. Их особенность заключается в том, что обслуживание осуществляется по восточной системе, т.е. используются азиатские системы обслуживания, несмотря на то, что