

Литература

Похлебкин, В. В. Кухня века / В. В. Похлебкин. — М. : Полифакт. Итоги века, 2000.

Ермакович, Д. И. 100 самых вкусных блюд на Земле, которые необходимо попробовать и научиться готовить / Д. И. Ермакович. — Минск : Харвест, 2010.

К.В. Савченко
В.К. Камешкова
ВГТУ (Витебск)

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В Г. ВИТЕБСКЕ

Сегодня ресторанный бизнес во всем мире считается одним из наиболее быстро окупаемых направлений инвестирования. В то же время он является одним из наиболее рискованных, поскольку ошибка, допущенная лишь в одном из множества ключевых факторов успеха, может обусловить убыточность бизнеса в целом [1]. Говоря о состоянии рынка ресторанного бизнеса в Республике Беларусь, нельзя не отметить, что рынок услуг напрямую зависит от общих экономических показателей в экономике страны.

Проведенный анализ ресторанного бизнеса в Витебске показал, что в настоящее время в городе функционирует 22 ресторана, 63 кафе, 12 баров и 16 заведений, имеющих в ассортименте пиццы и фастфуд. Обеденное меню в ресторанах и кафе Витебска отличается большим ассортиментом и невысокими ценами. Большой ценовой разницы между стоимостью обеденного меню в ресторане и кафе нет. Необходимо отметить, что в Витебске есть предприятия общественного питания, открытые по франшизе успешных предприятий. Примером таких заведений являются «МакДональдс» и «Баскин Роббинс». Территориальное распределение заведений в городе неравномерно — наибольшая концентрация ресторанов и кафе наблюдается в центральной части города.

В ходе анкетирования было выявлено, что потребители, выбирая ресторан для посещения, больше всего обращают внимание на стоимость блюд — 26 % опрошенных отметили значимость этого фактора. На втором месте вкусовые качества блюд — 21 %. Третье место занимает качество обслуживания — 18 %.

Удачное расположение г. Витебска способствует дальнейшему развитию индустрии общественного питания. Город часто посещают российские гости, которые имеют средства для посещения предприятий общественного питания любого типа. Однако в последние годы доля затрат горожан на услуги общественного питания имеет тенденцию к снижению.

Основные проблемы, характерные для заведений общественного питания, следующие: отсутствие оригинальной концепции, «изюминки» у заведений; неравенство соотношения «цена/качество»; недостаточно качественное обслуживание клиентов; отсутствие единого стиля в форме обслуживающего персонала; невысокий уровень жизни населения, не позволяющий достаточно часто посещать заведения общественного питания.

В целях совершенствования организации общественного питания, а также привлечения клиентов необходимо решать все имеющиеся проблемы в совокупности, а также использовать зарубежный опыт. Во-первых, популярность ресторана или любого другого заведения общественного питания напрямую зависит от его внутреннего убранства, от впечатления, которое внутреннее оформление производит на посетителя. Каждое заведение должно иметь свою тематику, чтобы клиент мог найти себе атмосферу по вкусу. Во-вторых, следует применять стимулирующие доплаты для персонала, что простимулирует к лучшему обслуживанию клиентов, а это в свою очередь приведет к расширению круга посетителей. В-третьих, необходимо соблюдать соответствие мировым тенденциям моды в сфере питания: в настоящее время популярны рестораны вегетарианской кухни или отдельные блюда в меню заведения. Растущий интерес к здоровой и вкусной еде повлиял на появление еще нескольких популярных направлений ресторанного бизнеса. Набирает популярность формат *penkichen*: клиенты хотят видеть, как и из чего для них готовят. Также востребовано такое направление, как *Slow food*, которое основывается на медленном употреблении вкусной и здоровой пищи, воспитании вкуса у клиентов и возвращении у них уважения к еде [2].

Ресторанный бизнес — это один из самых быстрокупаемых в мире, однако в Республике Беларусь он находится на начальном этапе развития. Несмотря на ряд проблем в этой сфере в Беларуси, у ресторанного бизнеса огромные перспективы, которые необходимо реализовывать. Республика Беларусь — это чистая палитра в этой сфере и использовать ее потенциал необходимо с энтузиазмом. В Европе рынок ресторанного бизнеса характеризуется огромной конкуренцией и высоким уровнем обслуживания клиентов, оригинальностью и популярностью. Следует перенимать европейский опыт в ресторанной сфере и поднимать уровень белорусского общественного питания до максимально возможного.

Литература

1. Балаева, А. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития / А. Балаева, М. Предводителева // Мировая экономика и международные отношения. — 2007. — № 3. — С. 23.
2. Петраков, А. А. Маркетинговые исследования для ресторанов / А. А. Петраков [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.restcon.ru/index.php?section=article&article_id=37. — Дата доступа: 10.02.2016.