

Секция «Менеджмент ресторанного дела и кулинарные искусства»

**Анализ инвестиционной привлекательности ресторанного бизнеса  
Красноярского края**

**Козлова Яна Геннадьевна**

*Студент (бакалавр)*

Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия

*E-mail: iriva16@mail.ru*

Одной из 5 базовых отраслей экономики, формирующей наряду с промышленностью, транспортом, связью и сельским хозяйством, инвестиционную привлекательность региона, является сфера услуг. Последняя формирует до 70% ВРП. В структуре сферы услуг сегодня особо выделяется ресторанный бизнес, как один из наиболее динамично развивающихся сегментов. И это несмотря на то, что ресторанный бизнес ещё очень молод, относительно траекторий развития рынков развитых стран. Новая эпоха отечественного ресторанного бизнеса едва насчитывает 30 лет, однако этот период был очень насыщенным с позиции смены концепций и форматов заведений, доминирующих предпочтений потребителей, трендов в приготовлении блюд. Не взирая на значительную волатильность бизнеса в периоды экономической нестабильности (кризисы 1998-1999 гг., 2008-2009 гг., 2014-2016 гг., пандемия COVID 19, которые существенно способствовали профессиональной селекции ресторанов по принципу финансовой успешности), общий вектор развития бизнеса все время показывал рост (Герасимова Е.А., 2019 С. 281).

Поэтому, мы считаем, что и региональный ресторанный бизнес Красноярского края в своей основе имеет значительный потенциал для развития и может быть инвестиционно-привлекательным на протяжении многих лет. Этому способствует ряд факторов:

1) Успешная адаптация регионального ресторанного бизнеса к ограничениям посткризисной экономики.

Под влиянием кризисных тенденций становится хорошо заметным структурное изменение регионального ресторанного бизнеса: на фоне сокращения формата casual dining возрастает доля сегментов с невысоким средним чеком; интенсивно растёт сегмент доставки (востребованность этого направления определяет значительный потенциал дальнейшего роста); активно развиваются сетевые проекты, драйвером роста которых является стабильный спрос на недорогие франшизы.

2) Постоянно растущий потребительский спрос.

В общей сумме затрат на питание расходы на питание «вне дома» составляют ничтожно малую цифру - 10,7% на фоне 47% в США и 39% в Канаде (Вашко Т.А., 2018 С. 3154). Однако эта цифра постепенно возрастает. Развитие культуры питания «вне дома», гигантские размеры индустрии, относительно низкие входные барьеры, создают постоянно растущий спрос (прирост ресторанного рынка за истекший год составил 9,9% (Регионы России, 2019 г.) Указанные параметры не только способствуют развитию конкуренции, но и формируют стабильную потребность в освоении новых форматов и концепций заведений.

3) Демографическая ситуация в регионе.

Демографические показатели региона демонстрируют стабильный рост с 2010 года. Удельный вес городского населения в регионе, по состоянию на начало 2019 г. составляет 77,6% (Регионы России, 2019 г.). По уровню среднедушевых доходов населения Красноярский край занимает 25 место среди субъектов Федерации и 1 место в Сибирском Федеральном округе. Платежеспособность и изменяющийся менталитет жителей региона, которые все больше ориентируются на западные стандарты потребления, определяют расходы на питание «вне дома».

4) Широкие возможности проведения крупных российских и международных спортивных («наследие» Универсиады - 2019) и иных мероприятий.

Столица региона - Красноярск - находится в географическом центре России, что с территориальной точки зрения очень удобно как для европейской, так и для азиатской части страны. Это создает предпосылки для пересечения транспортных, торговых, ресурсных потоков, которые способствуют развитию инфраструктуры региона и его инвестиционной привлекательности в целом. Соответственно, возможность проведения крупных спортивных и иных мероприятий в регионе возрастает в разы, а это влечет за собой интенсивное развитие гостиничного и ресторанного бизнеса.

5) «Низкий» инвестиционный порог входа в бизнес.

Ресторанный бизнес традиционно относится к числу отраслей, не требующих значительных инвестиций (по сравнению с объектами промышленности), что привлекает в эту сферу множество игроков, причем из совершенно разных отраслей. И если для начинающих рестораторов самостоятельное развитие заведений, в условиях ограниченного капитала и недостаточного знания рыночной ситуации, представляется весьма затруднительным (большинство из них склоняются к развитию путем продажи франшиз), то опытные бизнесмены активно инвестируют капитал в ресторанный бизнес, диверсифицируя свой основной бизнес, абсолютно не пересекающийся с этой сферой. В результате, сегодня ресторанный бизнес становится одним из наиболее ликвидных и «модных» (Герасимова Е.А., 2019 С. 280).

Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность ресторанного бизнеса региона, можно разделить на «жесткие» и «мягкие».

«**Жесткими**» являются факторы, изменение которых либо невозможно, либо для этого требуется задействование большого количества ресурсов (включая временные, денежные и трудовые). К их числу относятся степень адаптации к ограничениям посткризисной экономики, уровень потребительского спроса в регионе, демографическая ситуация, «низкий инвестиционный порог входа в бизнес», возможности проведения крупных спортивных и иных мероприятий.

К «**мягким**» относятся те факторы, на состояние которых ресторанный бизнес способен влиять и менять их к лучшему в краткосрочном и среднесрочном периоде. Это, в частности, оригинальность формата/концепции заведения, фуджест, отдача на вложенный капитал, доля рынка / конкурентоспособность, деловая репутация.

Если «мягкие» факторы развиты плохо и бизнес не в состоянии ими управлять, то формирование «жестких факторов» (вкуче с региональными властями) следует считать фактически недостижимыми целями.

Поэтому, региональная власть должна корректировать нормативную и законодательную базу в области регулирования ресторанного бизнеса, предоставлять инструменты финансового и налогового стимулирования, обеспечивать более эффективное взаимодействие власти и бизнеса, и, в целом, развивать институты поддержки малого и среднего бизнеса. Соответственно, действия региональных органов власти должны быть направлены на помощь в качественном становлении именно «жестких» факторов на местах, поднимая, тем самым, уровень инвестиционной привлекательности ресторанного бизнеса.

Инвестиционная привлекательность ресторанного бизнеса зачастую находится в жесткой привязке к его расположению, ресурсам, физической инфраструктуре, и, если их уровень низкий, то «мягких» факторов (энтузиазма и «желания») в краткосрочной и среднесрочной перспективе для осуществления реальных инвестиций в большинстве случаев недостаточно.

Тем не менее, инвестиционная привлекательность ресторанного бизнеса может начать свой быстрый рост благодаря мягким факторам - созданию нормативной базы, работе

с образовательной системой, отношениям с инвесторами, предоставлению продуманных финансовых инструментов и планомерному развитию таких жестких факторов, как человеческий капитал и инфраструктура.

Мы считаем, что именно ставка на образование (создание качественно новых образовательных программ в сфере ресторанного менеджмента и гастрономии) может дать толчок для развития инвестиционной привлекательности ресторанного бизнеса, даже в ситуации, когда «жестких» факторов критически недостаточно для привлечения значительных реальных инвестиций.

### Источники и литература

- 1) Герасимова, Е.А. Трансформация ресторанного рынка в эпоху цифровой экономики / А. Н. Чаплина, Е. А. Герасимова, И. А. Максименко, С. В. Здрестова-Захаренкова. // Проблемы современной экономики. – 2019.– №3.– С. 279 – 283
- 2) Вашко Т.А. Формирование и развитие рынка ресторанных услуг в России: эмпирическое исследование факторов, влияющих на рост / Т.А. Вашко, И.А. Максименко, С.В. Здрестова-Захаренкова // Российское предпринимательство. – 2018. – Т 19. – №10 – С. 3149-3162.
- 3) Регионы России. Социально-экономические показатели. 2019: Стат. сб. / Росстат. [U+F02D] М., 2019. [U+F02D] 1204 с