

ОЦЕНКА РЫНКА

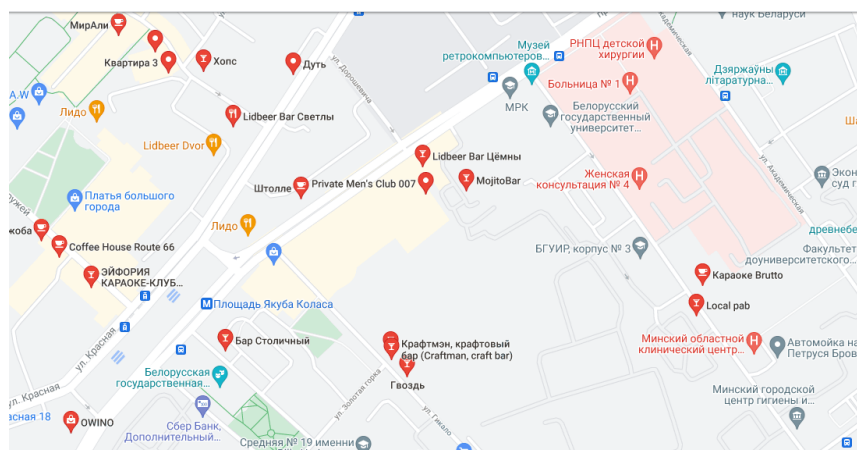
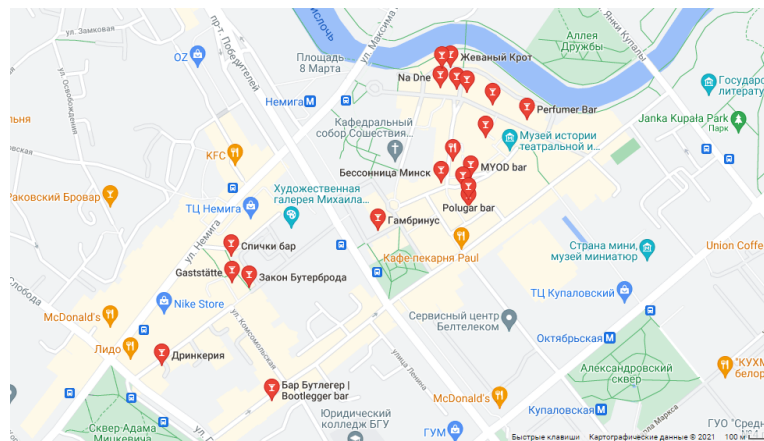
Темп роста	Рост кейтеринга в мире составляет около 13% в год, белорусский рынок кейтеринга ежегодно увеличивается на 10-15%. По данным некоторых игроков рынка, темпы ежегодного роста выше, и составляют в среднем около 20%. В целом, если говорить о сфере общественного питания, которая включает в себя и кейтеринг, на 2020 год белорусский сектор «Общественного питания» насчитывал почти 13,5 тысяч объектов, из которых более тысячи — рестораны. В Минске (за исключением столовых) — 31% всех объектов.
Доходность	Средний чек мероприятия - 35 рублей на человека. В 2021 году люди стали больше тратить на досуг в среднем на 5% больше, чем в 2020. 8% располагаемого дохода белорусы тратят на развлечения. Также стали больше посещать заведения общественного питания (к которому также можно отнести выездной бар) - на 10 % по сравнению с прошлым годом. В целом, сфера общественного питания: выручка сектора ~ \$1,4 млрд (2,2% ВВП).
Барьер входа/выхода	Процедуры получения разрешений и согласований в различных инстанциях. Сложности адаптации международных технологий к законодательству и нормам, существующим в Беларуси. Проблема состоит в том, что нормы не пересматривались на протяжении длительного времени. Дефицит помещений с приемлемой арендной ставкой (*помещение для оборудования, для продукции, для декораций в случае выездного бара). Лицензирование также является барьером. Также отнесём: брендинг; компетентность — найм лучших сотрудников.
Объём капиталовложений	Сайт - 700\$ (10 % от общего объёма капиталовложений); Аренда складского помещения ~ 10 кв.м - 720\$ за год (10,2 %); Написание мобильного приложения - 3000\$ (43 %); Оборудование (барная стойка, посуда) - 2500\$ (35,5 %); Униформа для персонала (4 комплекта) - 120\$ (1,7%);

<p align="center">Значимые события, M&A сделки</p>	<p>Лидером по количеству сделок на белорусском рынке M&A в 2019–2020 гг. стал сектор ИТ. По прогнозам на 2021 год ожидался рост объёма сделок M&A на белорусском рынке на 25% – в первую очередь из-за низкой базы прошлого года.</p> <p>Из значимых событий отметим:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стоимость товара будут прописывать за килограмм и литр; - самостоятельное определение режима работы (за исключением работы после 23.00 и до 7.00); - компания вправе самостоятельно устанавливать в объектах общественного питания правила поведения для покупателей, не противоречащие законодательству; - Переход на отечественную продукцию из-за проблем с поставками (из-за COVID)
<p align="center">Рыночные колебания</p>	<p>Пандемия отрицательно повлияла на сферу общественного питания, в 2020 году это привело к сокращению выручки примерно на 20%. Однако в 2021 году ситуация стала стабилизироваться: выручка компаний возросла до уровня 4 квартала 2019 года. В дальнейшем прогнозируется рост выручки в сфере общепита на 20-25% за год.</p> <p>Также в 2021 году возросла популярность кейтеринга выездных мероприятий. Трафик кейтеринговых компаний увеличился на 35-40%.</p>
<p align="center">Заменители</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Алкогольные магазины с широким ассортиментом выбора (VinoVino, Vine&Spirit); - Алкогольные отделы в гипермаркетах (Евроопт, Гиппо, Корона и т.д.) - Бары
<p align="center">Персонал</p>	<p>Для повышения компетенции персонала нужно проводить:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Обучение – Тренинг-курс «Барное дело» (срок 5 недель); - Участие персонала в конкурсах (пример: Lidskae Beer Master, Belarus Bartenders' Association); - Посещение мастер-классов для профессионалов (BarPortal)
<p align="center">Фидбэк</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Отзывы Яндекс; - Отзывы Google; - Otzyvy.by; - Relax.by <p>Вывод: положительные отзывы, размещённые в интернете позволяют повысить лояльность, сформировать должный образ в глазах потребителей, а также привлечь новых.</p>
<p align="center">Зонирование</p>	<p>Минск условно можно разделить на несколько</p>

зон (со своими особенностями) различных заведений (с различными видами и ценовыми сегментами), так, Мы заметили:

- Более престижные и дорогие заведения расположены на Немиге (в основном коктейльные);
- Заведения среднего ценового диапазона расположены на проспекте Независимости (большинство пивные бары);
- Октябрьская – универсальные заведения различной направленности (с крепким алкоголем, пивные бары) среднего и выше среднего ценового диапазона
- В остальных микрорайонах Минска расположены заведения широкого профиля, в основном, это кафе

ПРИЛОЖЕНИЕ



MARKET ASSESSMENT

Growth rate	<p>The growth of catering in the world is about 13% per year, the Belarusian catering market grows by 10-15% annually. According to some market players, the annual growth rate is higher, averaging about 20%.</p> <p>In general, if we talk about the catering sector, which includes catering, in 2020 the Belarusian "public catering" sector had almost 13.5 thousand facilities, of which more than a thousand are restaurants. In Minsk (excluding canteens) - 31% of all facilities.</p>
Profitability	<p>The average event check is 35 roubles per person. In 2021, people started spending more on leisure activities on average by 5% more than in 2020. Belarusians spend 8% of their disposable income on entertainment.</p> <p>They have also increased the number of visits to catering facilities (which also includes take-out bar) - by 10% compared to last year.</p> <p>Overall, the catering sector: sector revenues ~ \$1.4bn (2.2% of GDP).</p>
Entry/Exit barrier	<p>Procedures for obtaining permits and approvals from various authorities.</p> <p>Difficulties in adapting international technologies to the legislation and regulations in Belarus. The problem is that the regulations have not been revised for a long time.</p> <p>Shortage of premises with an acceptable rental rate (*room for equipment, for products, for decorations in the case of a traveling bar).</p> <p>Licensing is also a barrier.</p> <p>Also include: branding; competence - hiring the best staff.</p>
Volume of investments	<p>Website - \$700 (10% of total investment);</p> <p>Warehouse rental ~ 10 sq m - \$720 per year (10.2%);</p> <p>Writing of mobile application - \$3000 (43 %);</p> <p>Equipment (bar counter, tableware) - \$2500 (35,5 %);</p> <p>Staff uniforms (4 sets) - \$120 (1.7%)</p>

<p align="center">Significant events, M&A transactions</p>	<p>The IT sector is the leader in terms of the number of deals in the Belarusian M&A market in 2019-2020.</p> <p>For 2021, the volume of M&A deals in the Belarusian market was expected to grow by 25% - primarily due to the low base of the previous year. Of the significant developments, we note:</p> <ul style="list-style-type: none"> - the cost of goods will be prescribed per kilogram and per litre; - independent determination of the working hours (except for work after 11 p.m. and before 7 a.m.); - The company will have the right to establish its own rules of conduct for customers in public catering establishments, which are not contrary to the law; - Transition to domestic products due to supply problems (due to COVID)
<p align="center">Market fluctuations</p>	<p>The pandemic had a negative impact on the catering sector, in 2020 it led to a reduction in revenue by about 20%. However, in 2021 the situation began to stabilize: the companies' revenue increased to the level of the 4th quarter of 2019. In the future, revenue growth in the catering sector is projected to grow by 20-25% per year.</p> <p>Also in 2021, the popularity of catering for outdoor events has increased. The traffic of catering companies increased by 35-40%.</p>
<p align="center">Substitutes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alcohol stores with a wide range of choices (Vino Vino, Wine&Spirit); - Alcohol departments in hypermarkets (Euroopt, Hippo, Crown, etc.) - Bars
<p align="center">Staff</p>	<p>To increase the competence of the staff , it is necessary to carry out:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Training - Training course "Bar business" (duration 5 weeks); - Participation of staff in competitions (example: Lidskae Beer Master, Belarus Bartenders' Association); - Attending master classes for professionals (Barportal)
<p align="center">Feedback</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Yandex Reviews; - Google Reviews; - Otzyvy.by; - Relax.by <p>Conclusion: positive reviews posted on the Internet allow you to increase loyalty, form a proper image in the eyes of consumers, as well as attract new ones.</p>
<p align="center">Zoning</p>	<p>Minsk can be conditionally divided into several zones (with their own characteristics) of various establishments (with different types and price</p>

segments), so we noticed:

- More prestigious and expensive establishments are located on Nemiga (mostly cocktail);
- Establishments of the middle price range are located on Independence Avenue (most beer bars);
- Oktyabrskaya - universal establishments of various directions (with strong alcohol, beer bars) of the average and above average price range
- In other districts of Minsk there are establishments of a wide profile, mainly cafes in the average and below average price range.