



Ситуация вокруг ресторанного бизнеса Москвы замечательно характеризует цитата из когда-то популярной песни – «город сказка, город – мечта». Но, во многих регионах часть ресторанов вынуждена преобразовываться в заведения общепита классом ниже, а в это время московские коллеги чувствуют себя довольно комфортно. Очень важно найти свое место в этом эпицентре денежных потоков всего мира, в котором приезжие покупают пирожки, стоящие как золото, а уезжают, продавая золото по цене пирожков. Ниже приведем обзор рынка ресторанов Москвы, позволяющий получить ответы на такие вопросы: сколько сегодня продается ресторанов, какая ценовая политика.

В виде информационной базы исследования использовали сайты объявлений о продаже бизнеса и сайты бизнес-брокеров. Следует отметить, что брокеры сами активно пользуются досками объявлений для размещения объектов, находящихся под опекой. Они ежедневно дублируют свои предложения, и таким образом, объекты собственников вытесняют на задворки Интернета. Последующий анализ показал, что многие предложения от бизнес-брокеров это просто «приманка». Они заранее публикуют ликвидные варианты, которые в действительности уже давно проданы или совсем не продавались, и таким путем, мониторят спрос.

Очевидно, что многие сегодняшние «бизнес-брокеры» это преобразованные агентства недвижимости, транслировавшие свои навыки работы на рынок готового бизнеса. Из 37 предложений, попавших в обзор, только у 4-х есть собственники.

Вначале в обзоре рынка ресторанов Москвы было 42 предложения, но часть из них исключили, так как они были продублированы брокерами.

Другими словами можно сказать, что один и тот же ресторан продают несколько

человек. Следует отметить, что стоимость их может сильно отличаться, то есть один и тот же ресторан может стоить и 10, и 11 млн. рублей. Это можно объяснить попыткой заработать на посредничестве.

В целом, установление цены на бизнес это краеугольный камень. Многие владельцы, завышая цену, говорят о том, что пытаются вернуть свои вложения. Некоторые утверждают, что сталкивались с такой ценой на аналогичный бизнес. Сегодня некоторые продавцы ресторанов живут иллюзиями, что какая-нибудь эстрадная звезда, не глядя, приобре-  
тет их бизнес. Безусловно, такой вариант возможен. Например, сейчас в Москве есть свой ресторан у Ксении Собчак, Тины Канделаки, Александра Цккало, Федора Бондарчука. Но, все эти проекты являются совместными с управляющей компанией Ginza Project. Звезды признаются, что они вряд ли бы решились на самостоятельные проекты.

В структуре предложений о продаже ресторанов широким спросом пользуются помещения общей площадью от 200 до 400 кв. м., таких 22 предложения. Как правило, в ресторане, рассчитанном на проведение банкетов, должно быть не менее 60 посадочных мест. Однако, очень важно установить ту грань между количеством посадочных мест, местонахождением и стоимостью аренды 1 м<sup>2</sup>, позволяющих оставаться на плаву в любое время года.