

О.П. Ефимова-Стадник, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Ситуация на рынке ресторанных услуг в ближайшие годы будет развиваться очень динамично. За 2008—2010 гг. только за счет нового строительства в г. Минске будет открыто 125 ресторанов и кафе. Рост ресторанного бизнеса объясняется процессами урбанизации, изменением образа жизни, ростом деловой активности населения, повышением платежеспособного спроса и др.

Рестораторы и аналитики различают типы ресторанных заведений по различным классификационным признакам. В современной литературе получила распространение классификация по уровню кухни и обслуживания. При этом выделяют три группы ресторанных объектов: эконом-класс, демократический класс и премиум-сегмент. Каждый из этих классов разделяется на виды.

Эконом-класс включает в себя *fast food*, *quick service*, *fast casual*. *Fast food* — это объекты быстрого обслуживания, реализующие свою продукцию через киоски и буфеты. В России примером такого объекта является «Теремок — Русские блины». *Quick service* предлагает продукт в более качественных условиях, ассортимент шире, продукт позиционируется как более качественный: «Макдоналдс», «Росток», «МаксиБис», фудкорты в торговых центрах. *Fast casual* — это концепция объекта питания, находящаяся на стыке предприятия быстрого обслуживания и демократического ресторана — «ЛПДО». *Демократический класс* представлен демократическими ресторанами — *casual dining* — обслуживание с официантами: «IL Патио», «Планета Суши», «Абрикос». *Премиум-сегмент* включает *fin dining* — рестораны полного цикла, либо представляющие высокую кухню, либо отличающиеся дизайном и высоким уровнем обслуживания: «Falcone», «La crete d'ог», «Гостиный Двор», «Ренессанс», «Минск». К этому сегменту относятся *luxury* — объекты с эксклюзивным дизайном или обслуживанием и заведения от *cuisine* — рестораны авторской кухни (пока такие ресторанные заведения в г. Минске отсутствуют). По оценкам специалистов, в настоящее время самая перспективная рыночная ниша — демократические рестораны. Следует отметить, что в ресторанном бизнесе в Республике Беларусь не заполнены ниши исторических ресторанов, ресторанов монопродуктов (рыбные, мясные, пивные, чайные, кофейни и др).

Опрос белорусских рестораторов и мнения, высказанные российскими рестораторами, позволяют выявить основные факторы успеха ресторана: желание заниматься этим бизнесом, идея, месторасположение, креативный дизайн и архитектура, новые кухни, оборудование, технологический процесс, атмосфера, профессионализм управляющих и персонала, эффективный менеджмент, формирование команд, мотивация, имидж ресторатора, торговая марка, бренд, внедрение новых форматов, рыночная ниша, позиционирование на рынке, ценовая политика, необычный подход к стандартным концепциям, стратегическое планирование и др.

Большинство участников рынка ресторанных услуг — это юридические лица, владеющие одним или несколькими предприятиями. Однако в последние годы в России наметилась тенденция создания холдингов, которые управляют сетевыми проектами в ресторанном бизнесе: «Росинтер Ресторан Холдинг», «Бразерс и Компания», «Конкорд», «Ресторанный дом Деллоса», «АРПИКОМ», «Ромашка Менеджмент», «Группа компаний Аркадия Новикова» и др.

Всего в России 90 сетей и управляющих ресторанным бизнесом компаний, включающих около 800 ресторанов. Сетевые проекты приходят и в нашу республику — это рестораны ИООО «Белросинтер» (6 действующих ресторанов и 2 ресторана предполагается открыть в торговом центре «Рига» г. Минска).

Можно сделать вывод, что на рынке ресторанных услуг г. Минска представлены новые форматы и новые тенденции развития.

*Т.В. Заварзина, аспирант
КНТЭУ (Киев, Украина)*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМАТИЗАЦИИ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

Способность предприятия аккумулировать достаточное количество средств для инновационного развития влияет на скорость введения инноваций на рынок, а тем самым на его коммерческий успех. Однако не каждое предприятие имеет достаточный объем собственных средств для финансирования своего инновационного развития, что обусловлено поиском соответствующей систематизации новых источников финансирования.

Классификацию источников финансирования инновационного развития предприятий рассматривали многие ученые: В.О. Василенко, О.И. Волков, М.А. Йохна, М.Т. Пашута и др. Рассмотренные классификации не в полной мере учитывают специфику предприятий торговли и систематизацию источников финансирования инновационного развития предприятия по источникам формирования собственных и привлечения заемных финансовых ресурсов. С учетом этого возникает необходимость уточнения систематизации источников финансирования инновационного развития предприятий торговли.

Инновационное развитие таких предприятий является более рискованным, наукоемким, прибыльным, менее прогнозируемым, что обуславливает специфическое финансирование, например такое, как венчурное. Однако успешное инновационное развитие предприятий торговли подразумевает привлечение не только специфических, но и традиционных источников финансирования. В связи с этим, источники финансирования инновационного развития предприятий по отношению к собственности можно разделить на *собственные* и *заемные*. В свою очередь собственные финансовые ресурсы в зависимости от источников формирования делятся на *внутренние* и *внешние*. К *собственным внутренним источникам* относятся: денежная часть в уставном капитале, прибыль, которая остается в распоряжении предприятия, амортизационные отчисления по собственным основным фондам и нематериальным активам. К *собственным внешним источникам* относятся: привлечение дополнительного паевого или акционерного капитала, получение бесплатной финансовой помощи. Заемные финансовые ресурсы в зависимости от формы привлечения делятся на *внутренние* и *внешние*. К *заемным внутренним источникам* относятся текущие обязательства по расчетам. К *заемным внешним источникам* относятся бюджетные ассигнования, внебюджетные фонды, иностранные инвестиции, беспроцентные кредиты, банковские кредиты, лизинг, франчайзинг, форфейтинг, венчурное финансирование, долевое участие в создании предприятий.