

мая для потребителя информация: от планировки квартир до условий покупки.

Таким образом, все подобные действия со стороны компании позволяют клиенту лучше понять цели девелопера, прочувствовать атмосферу комплекса и в результате захотеть приобрести недвижимость данного застройщика.

Самым мощным инструментом продвижения бренда является PR-мероприятия. «А-100» пошли следующим путем: создан ряд видеороликов с участием известных белорусских личностей, проводятся рекламные игры. Кроме того, положительно на имидж компании повлияло ее участие в профессиональном конкурсе «Бренд года». Такого рода мероприятия вызывают уважение у бизнес-сообщества и доверие потребителей.

Итак, часто брендовые объекты дороже типовых, но пользуются не меньшим спросом на рынке. Это связано с единственной причиной — бренд подчеркивает статус приобретателя. Нередко потенциальный клиент готов заплатить больше, потому что так он будет чувствовать себя лучше. И хотя брендинг на рынке недвижимости в Республике Беларусь развит не сильно, он определенно может стать основным преимуществом компании на рынке среди конкурентов.

#### **Источник**

*Назайкин, А. Н.* Бренддинг: понятие, цель, процесс [Электронный ресурс] / А. Н. Назайкин. — Режим доступа: [http://www.nazaykin.ru/\\_br\\_branding.htm](http://www.nazaykin.ru/_br_branding.htm). — Дата доступа: 23.03.2019.

**О.А. Маслова**

*Научный руководитель — кандидат экономических наук С.О. Белова  
БГЭУ (Минск)*

## **ЛИЗИНГ КАК ФОРМА ФИНАНСИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

В последние годы все большую долю на рынке ресторанных услуг занимают сетевые компании, которые активно развиваются. Это требует дополнительных финансовых ресурсов, которые предприятия получают, в том числе и за счет лизинговых компаний. Лизинг (происходит от английского термина *lease*, что означает «аренда») — вид финансовых услуг, форма кредитования, при приобретении основных фондов предприятиями или очень дорогих товаров физическими лицами [1]. По состоянию на 31.12.2017 г. лизинговые операции в Республике Беларусь осуществляли 103 специализированные лизинговые организации и 14 банков. Стоимость заключенных за год договоров лизинга организациями, входящими в реестр Национального банка, составила

2 090 286 370 руб. Стоимость договоров выросла в прошлом году по сравнению с 2016 г. на 88 %. Всего за 2017 г. заключено 343 245 договоров, 97 % из которых — с физическими лицами (потребительский лизинг), а 3 % — с юридическими лицами и предпринимателями (инвестиционный лизинг). В стоимостном выражении на потребительский лизинг приходится 20 %, а на инвестиционный — 80 % общей стоимости заключенных договоров [2]. Для осуществления торгово-производственной деятельности субъектам ресторанного бизнеса требуется оборудование, которое можно купить за счет собственных средств, взять кредит на его приобретение, взять в аренду или лизинг. Однако в случае кредита предприятие теряет право на налоговую экономию, а банк при выдаче кредита потребует залог. Преимущества лизинга заключаются в том, что при финансовой аренде залог не нужен, так как лизингодатель и так является собственником имущества до закрытия сделки [3].

Большинство ресторанов и кафе предпочитает приобретать оборудование иностранного производства, так как оно отличается более высокой производительностью. В связи с этим большинство лизингодателей не ограничивает клиентов в выборе поставщика. В этом случае лизингополучателям предлагается весь комплекс услуг по импорту оборудования, включая доставку, страхование, проведение таможенного оформления и взаимодействие с регистрационными органами [4].

Особую ценность для субъектов ресторанного бизнеса приобретает возвратный лизинг. С помощью этого вида финансовой аренды предприятия, не выводя из оборота собственные средства, получает дополнительные деньги от лизингодателя в размере от 70 до 100 % остаточной стоимости имущества.

Таким образом, возможности и функции лизинга гораздо шире простых арендных. Это определяется сложным сочетанием интересов и целей субъектов лизинга, особенностями их взаимоотношений, возникающих при реализации договорных обязательств, а также значительным влиянием развитого рынка лизинга на уровень макроэкономических показателей.

### Источники

1. Википедия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3>. — Дата доступа: 26.11.2018.
2. Белорусский рынок лизинга [Электронный ресурс] // Финансовый директор. — Режим доступа: [http://findirector.by/articles/topical\\_review/belorussskiy-rynok-lizinga-osnovnye-itogi-2017-goda/](http://findirector.by/articles/topical_review/belorussskiy-rynok-lizinga-osnovnye-itogi-2017-goda/). — Дата доступа: 27.04.2018.
3. Общепит по схеме. Владельцы ресторанов увлеклись лизингом [Электронный ресурс] // Коммерсант. — Режим доступа: <http://www.commersant.ru/doc/885059.php>. — Дата доступа: 27.04.2018.
4. Рестораторы осваивают лизинг [Электронный ресурс] // Банки.ру. — Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/daytheme/id=468506>. — Дата доступа: 28.04.2018.