

8. Методические рекомендации по оценке фискальных рисков [Электронный ресурс] : приказ М-ва финансов Респ. Беларусь, 20 июня 2018 г., № 182 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2019.

9. Пашкевич, И. Мировой опыт оценки фискальных рисков [Электронный ресурс] / И. Пашкевич // Национальный банк Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by/bv/articles/10373.pdf>. — Дата доступа: 15.11.2019.

Pashkevich, I. World experience in assessing fiscal risks [Electronic resource] / I. Pashkevich // National Bank of the Republic of Belarus. — Mode of access: <http://www.nbrb.by/bv/articles/10373.pdf>. — Date of access: 15.11.2019.

10. Грачева, М. Управление рисками в государственных ведомствах и опыт Германии [Электронный ресурс] / М. Грачева // Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. — Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=17418450>. — Дата доступа: 15.11.2019.

Gracheva, M. Risk Management in State Departments and the German Experience [Electronic resource] / M. Gracheva // Scientific Electronic Library eLIBRARY.RU. — Mode of access: <http://elibrary.ru/item.asp?id=17418450>. — Date of access: 15.11.2019.

11. Моргнер, М. Роль фискальной прозрачности в увеличении эффективности государственных расходов [Электронный ресурс] / М. Моргнер, Г. Шиманович, Р. Кирхнер // Исследовательский центр ИМП. — Режим доступа: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/pp2015r01.pdf>. — Дата доступа: 30.10.2019.

Morgner, M. The role of fiscal transparency in increasing the efficiency of public spending [Electronic resource] / M. Morgner, G. Shimanovich, R. Kirchner // Research Center IMP. — Mode of access: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/pp2015r01.pdf>. — Date of access: 30.10.2019.

12. Bixi, H. Government at risk: contingent liabilities and fiscal risk [Electronic resource] / H. Bixi, A. Schick // World Bank Group. — Mode of access: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/15233>. — Date of access: 02.10.2019.

Статья поступила в редакцию 07.12.2019 г.

УДК 642.5 (476)

S. Stasyukevich
BSEU (Minsk)

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF PUBLIC NUTRITION OF THE REPUBLIC OF BELARUS

The article identifies the features of an innovative approach to the development of public catering in the Republic of Belarus, substantiates its importance for ensuring the competitiveness of public catering entities in the future. The positive and negative aspects of the development of the industry are considered. The author's approach to the classification of innovations in the field of public catering is proposed, the directions of the innovative development of public catering in the Republic of Belarus are presented taking into account modern trends.

Keywords: innovations; classification; factors; development; catering of the Republic of Belarus; structure of catering facilities; competitive advantages; technological and product innovations.

C. B. Stasyukevich
БГЭУ (Минск)

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье определены особенности инновационного подхода к развитию общественного питания Республики Беларусь, обоснована его значимость для обеспечения конкурентоспособности

субъектов общественного питания в будущем. Рассмотрены положительные и отрицательные стороны развития отрасли. Предложен авторский подход к классификации инноваций в сфере общественного питания, представлены направления инновационного развития общественного питания Республики Беларусь с учетом современных тенденций.

Ключевые слова: инновации; классификация; факторы; развитие; общественное питание Республики Беларусь; структура объектов общественного питания; конкурентные преимущества; технологические и продуктовые инновации.

Общественное питание как отрасль экономики постоянно развивается и совершенствуется, стремясь не только удовлетворять первостепенные физиологические потребности общества, но и обеспечивать приобщение людей к национальным традициям и культуре различных народов мира, а так же к передовым производственным и сервисным технологиям. Для привлечения новых покупателей и удержания уже имеющихся субъектам общественного питания необходимо разрабатывать уникальные виды продукции, внедрять новые технологии приготовления блюд, использовать неординарную обстановку, новые методы и формы обслуживания, совершенствовать сервис, обеспечивать активное продвижение.

Успешное конкурентное на рынке и эффективное функционирование субъектов общественного питания невозможно без изучения и внедрения передовых отечественных и зарубежных технологий, современного оборудования, форм организации торгово-производственных и коммерческих процессов и обслуживания покупателей, т.е. внедрения инноваций.

В данной статье под инновацией (нововведением) будем понимать «создаваемые (осваиваемые) новые или усовершенствованные технологии, виды продукции или услуг, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера, способствующие продвижению технологий, продукции общественного питания и услуг на рынок. Инновация является конечным результатом деятельности по реализации нового или усовершенствования реализуемого на рынке продукта, технологического процесса и организационно-технических мероприятий, используемых в практической деятельности» [1].

Инновационная деятельность субъектов общественного питания недостаточно освещена как в отечественной, так и в зарубежной литературе, что определяет актуальность ее исследования.

Статья направлена на всестороннее рассмотрение и структуризацию инновационных технологий, реализуемых зарубежными и отечественными субъектами общественного питания, для обоснования конкурентных преимуществ их практического применения.

В процессе исследования отрасли общественного питания в Республике Беларусь были выявлены основные тенденции ее развития, выразившиеся в росте количества и типового разнообразия объектов, увеличении количества мест, развитии товарооборота, сокращении барьеров вхождения в бизнес.

Анализ статистических данных 2012–2018 гг. показывает постоянное увеличение количества объектов общественного питания (рис. 1).

На основании представленных данных можно сделать вывод о том, что за 2012–2018 гг. сеть объектов общественного питания увеличилась на 1306 объект общественного питания, или на 10,8 %. По мере открытия новых объектов количество мест в объектах общественного питания увеличилось от 749,3 тыс. мест в 2012 г. до 775,0 тыс. мест в 2018 г. Число мест в объектах общественного питания в расчете на 10 000 человек за 2012–2018 гг. увеличилось на 26 и составило 818 мест.

Темпы роста товарооборота общественного питания Республики Беларусь за 2012–2018 гг. в сопоставимых ценах представлены на рис. 2.

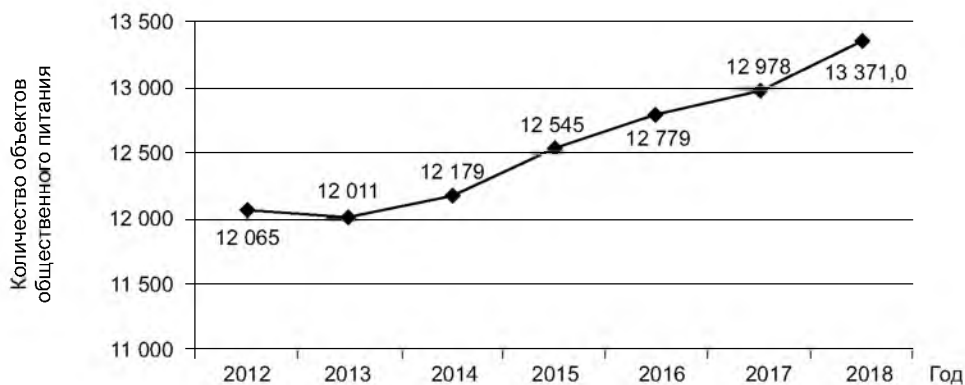


Рис. 1. Развитие сети объектов общественного питания Республики Беларусь за 2012–2018 гг.

Источник: разработано автором на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.

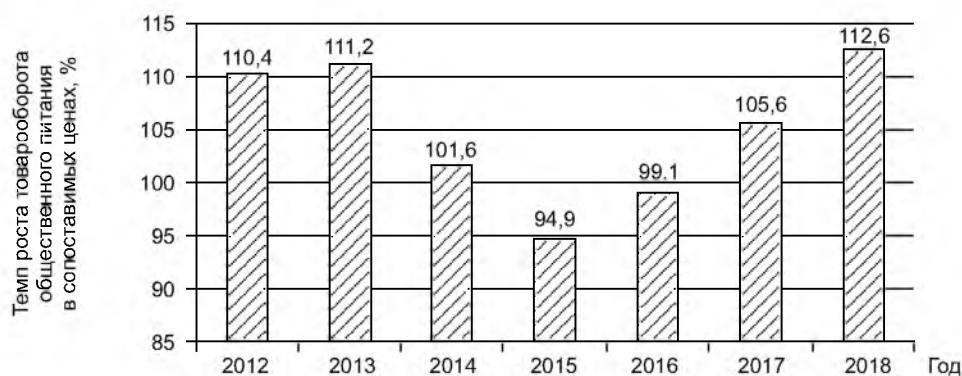


Рис. 2. Темпы роста товарооборота общественного питания Республики Беларусь за 2012–2018 гг. в сопоставимых ценах, %

Источник: разработано автором на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Данные рис. 2 свидетельствуют о том, что в период 2017–2018 гг. темп прироста товарооборота общественного питания в сопоставимых ценах составил 5,6 и 12,6 % к уровню соответствующего периода прошлого года.

О наличии типового разнообразия объектов общественного питания свидетельствует информация, представленная на рис. 3.

В настоящее время сфера общественного питания характеризуется следующими структурными показателями: 31 % объектов сети представлены столовыми; 38 % объектов сети — это кафе (15 %), бары (9 %), рестораны (4 %); другие объекты сети: кофейни и буфеты (14 %), миникафе (10 %), кафетерии (7 %), закусочные (4 %), рестораны быстрого обслуживания (1 %).

Из 513 ресторанов на конец 2018 г. в республике функционировало 28 ресторанов класса люкс и 26 ресторанов, специализирующихся на реализации продукции белорусской национальной кухни.

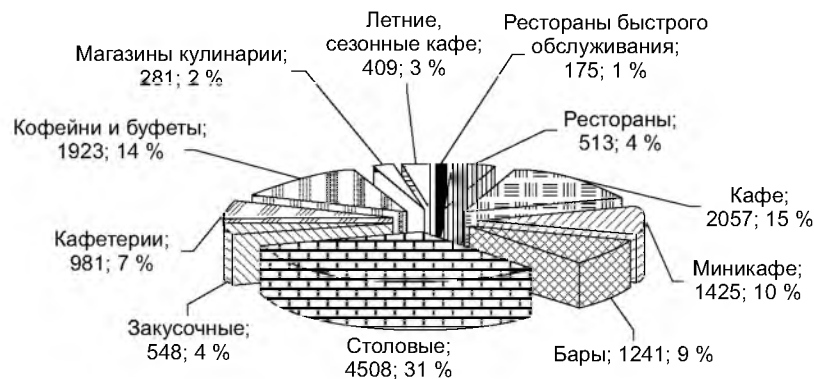


Рис. 3. Структура объектов общественного питания Республики Беларусь по типам на конец 2018 г., ед., %

Источники: разработано автором на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Наиболее динамично развивается сеть объектов общественного питания в областных и крупных районных центрах, в средних по численности и малых районных центрах развитие сети происходит незначительно, в сельских населенных пунктах общественное питание развито очень слабо.

Выход новых крупных сетевых игроков на рынок общественного питания приводит к возрастанию конкуренции, повышению качества предоставляемых услуг и лояльной к покупателям ценовой политике.

Факторы, сдерживающие развитие общественного питания в Республике Беларусь:

- структурно-ассортиментная и ценовая несбалансированность спроса и предложения, что является следствием неполного соответствия ассортимента, качества и цены продукции общественного питания конкретным запросам покупателей;
- разный уровень качества предоставляемых услуг в объектах одного типа и класса;
- вытеснение мелких субъектов общественного питания крупными сетевыми структурами;
- невысокий уровень внедрения инновационных технологий в процессы производства продукции и обслуживания покупателей;
- недостаточный уровень квалификации персонала, вовлеченного в процессы производства и обслуживания покупателей [2];
- особенностью общественного питания является то, что данная отрасль достаточно сложно подвергается изменениям в силу сложившихся в обществе традиций (стандартные пищевые привычки, типичные способы тепловой обработки), наличия пищевых запретов (религиозных и этнических), важности соответствия критериям качества и основам здорового питания.

В процессе изучения статистических данных, научных публикаций, результатов маркетинговых исследований рынка нами были выявлены предпосылки для инновационного развития общественного питания в Республике Беларусь:

- сформировавшиеся тенденции в области питания: натуральность (отсутствие химических добавок и т.п.), аутентичность пищи, рост популярности веганских и вегетарианских блюд и т.п.;
- повышение требовательности покупателей к качеству, экологической чистоте и разнообразию предлагаемых продукции и товаров, разнообразию продукции и предоставляемых услуг общественного питания;

- рост интереса покупателей к новым форматам объектов общественного питания: «кайтен-бары», «кафе-магазины», «магазин-кофейня» и пр.;
- развитие новых технологий приготовления пищи [2];
- появление нового производственного и торгового оборудования;
- благоприятные условия для развития малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь;
- общее усиление конкуренции, особенно в городах.

В целях результативного использования выявленных возможностей и получения конкурентных преимуществ субъектам общественного питания Республики Беларусь необходимо применить инновационный подход к различным направлениям хозяйственной деятельности.

Зарубежные и отечественные специалисты предлагают различные системы классификаторов инноваций. Широко известны труды таких авторов, как И. Ансофф, Й. Шумпетер, П. Друкер, А. Н. Цветков, А. И. Пригожин, Э. А. Уткин, А. А. Максименко и др.

Изучение подходов к систематизации инноваций в общественном питании позволило подложить их следующую классификацию (табл. 1).

Таблица 1. Классификация инноваций в общественном питании

Классификационный признак	Виды инноваций
1	2
Масштаб применения	Глобальные (новые для общественного питания в мире). Отраслевые (новые для общественного питания в Республике Беларусь). Региональные (новые для общественного питания в регионе). В рамках субъекта хозяйствования (новые для конкретного субъекта общественного питания)
Степень новизны	Радикальные (базисные) инновации, которые реализуют открытия, крупные изобретения и становятся основой формирования новых поколений и направлений развития техники и технологии. Улучшающие инновации, реализующие средние изобретения. Модификационные инновации, направленные на частичное улучшение устаревших поколений техники и технологии, организации производства
Стадия торгово-производственной деятельности	На входе пищевой продукции и товаров в объект общественного питания. На выходе продукции общественного питания. Инновации системы управления субъектом общественного питания
Объект применения	Продуктовые инновации, ориентированные на производство и реализацию новых продуктов (услуг). Технологические инновации, нацеленные на создание и применение новых технологий производства, реализацию продукции и обслуживание покупателей. Процессные инновации, ориентированные на создание и функционирование новых бизнес-процессов. Комплексные инновации, представляющие собой сочетание различных инноваций
Технологические параметры	Инновации реализуемой продукции общественного питания. Инновации видов, методов и форм обслуживания покупателей (изготовление блюд на глазах у покупателей). Обслуживание по принципу «свободное перемещение», «открытая кухня» и т.п.). Инновации предлагаемых услуг
Источник возникновения	Потребности производства продукции. Потребности рынка общественного питания. Модернизация науки и техники, предполагает всестороннее использование современных научных и технологических ресурсов отрасли общественного питания и получение максимальной отдачи от них

1	2
Причины возникновения	Реактивные (адаптивные) инновации, обеспечивающие выживание субъекта общественного питания, как реакция на нововведения, осуществляемые конкурентами. Стратегические инновации — инновации, реализация которых носит упреждающий характер с целью получения конкурентных преимуществ в перспективе
Глубина изменений	Радикальные. Модификационные. Улучшающие производство и/или обслуживание
Сфера применения	Производственные. Технологические. Экономические. Торговые. Социальные. Управленческие
Результативность	Высокая. Низкая. Средняя
Форматы и концепции	Объекты, предлагающие обслуживание в темноте. Объекты, созданные под целевую аудиторию: объекты с меню, основанном на принципах здорового питания; для веганов и т.п. Фрэш-бары, кайтен-бары и т.п.

Источники: составлено автором по данным [3–6].

Рассматривая различные подходы к классификации инноваций, необходимо учитывать, что обобщение и систематизация классификационных признаков и создание на основе этого научно обоснованной классификации инноваций имеет существенную практическую значимость, поскольку обладает потенциальной способностью сформировать детальное представление о характеристиках того или иного прогрессивного нововведения.

Среди инноваций общественного питания особо выделяются искусство приготовления блюд и сочетание пищевых ингредиентов, способы их подачи, включая оригинальную сервировку и необычную посуду, а также все разнообразие форматов самих объектов общественного питания.

Исследование инноваций общественного питания Республики Беларусь позволило выделить наиболее распространенные их виды:

1. Продуктовые инновации — это производство и реализация новых видов продукции, вырабатываемой в общественном питании, изменения их биохимического состава (синтетические продукты, генная инженерия, заменители и т.д.). Например, создание новых блюд, использование нетрадиционных для данной кухни и территории продуктов.

В процессе создания новой продукции субъекты общественного питания стараются акцентировать внимание на свойствах, важных для современного покупателя (натуральные ингредиенты и безопасное сырье, высокая пищевая ценность, отсутствие лишнего количества жира, ГМО, красителей и прочих искусственных ингредиентов).

2. Технично-технологические инновации — применение внедрение новой техники, устройств, механизмов, а также технологических способов и режимов приготовления продукции общественного питания [7].

2.1. Инновации технологии производства продукции (технологические производственные инновации): применение новых способов обработки продукции, которые дают

возможность сократить время производства и повысить его эффективность. Например, технологии, увеличивающие сроки годности продовольственного сырья и пищевых продуктов (газомодифицированные среды, защитные нанопленки, Long Life Fresh Food); снижающие потери продуктов при тепловой обработке (низкотемпературная варка вакуумированных продуктов); технология CapKold; технологии с использованием СВЧ, ультразвуковой и микроволновой стерилизации; сублимационной сушки (вакуумной и атмосферной).

Технологические и продуктовые инновации в области новых кулинарных технологий, связанные со способами кулинарной обработки, особым сочетанием продуктов и оформлением готовых блюд, а так же непосредственным обслуживанием покупателей, представлены в табл. 2.

Таблица 2. Технологические и продуктовые инновации в общественном питании

Инновационная технология	Характеристика	Конкурентные преимущества
1	2	3
1. Продуктовые		
Новые блюда (изделия)	Блюда (изделия), приготовленные на основе новой рецептуры и (или) технологии и (или) новых видов продовольственного сырья и пищевых продуктов	Позволяют разнообразить меню. Способствуют удержанию покупателей
Блюда авторской кухни	Блюда авторской кухни обладают уникальностью и отличаются от всех существующих на рынке	Блюда обладают уникальностью. Блюда нельзя попробовать в других объектах общественного питания. Позволяют привлечь и удержать покупателей
Фирменные блюда (изделия)	Блюдо (изделие), приготовленное по оригинальным рецептуре и технологии и отражающее специфику объекта общественного питания	Привлекают покупателей. Обеспечивают оригинальность производства и оформления блюд (изделий). Не могут быть произведены конкурентами
Блюда, оформленные по технологии «Арт-визаж» (кулинарный визаж)	Получение профессионально декорированных блюд	Обеспечивают удовлетворение пищевых и эстетических запросов покупателей. Позволяют сделать блюдо красивым и оригинальным
2. Техничко-технологические		
2.1. Инновации технологии производства		
Су-вид (sous-vide)	Технология приготовления блюд (мяса, рыбы, фруктов и овощей) при постоянной температуре, которая обычно не превышает 70 градусов в собственном соку с использованием специальных вакуумных пакетов	Обеспечивают улучшение вкусовых качеств блюд и сохранение насыщенного аромата. Исключают усушку и обезвоживание продукта (уменьшение потерь массы продуктов на 15–35 %). Значительное увеличение сроков хранения, от 5 дней и дольше. Экономия электроэнергии на 20–28 %. Препятствие окислению липидов и как следствие, прогорканию. Вакуумная упаковка способствует лучшему проникновению в продукт специй и пряностей, что снижает их расход на 30–40 %. Увеличение скорости варки при сохранении теплотрат

1	2	3
Молекулярная кулинария	Технология приготовления молекулярных блюд путем замораживания, эмульсификации, вакуумизации, желатинизации, сферизации, применения центрифуги, роторного испарителя и пр.	Позволяют кардинально изменить форму, массу и вид блюд. Улучшают вкус и аромат блюд. Обеспечивают здоровое питание, так как основная масса молекулярных блюд относится к диетическим
Фудпейринг	Технология ароматического соединения продуктов запахов, вкусов и визуальных образов. Предполагает использование не уже существующих рецептов, а вкусовых сочетаний, подобранных в результате научных исследований	Позволяет найти наиболее выигрышные вкусовые сочетания. Обеспечивает свободу для кулинарных экспериментов и создания новых рецептов
Фьюжн кулинария	Технология предполагает использование только самых лучших, качественных и свежих продуктов, которые идеально подходят и дополняют друг друга	Фьюжн-блюда сбалансированы и полезны для здоровья человека, они содержат необходимое количество мяса, рыбы, злаков, овощей и фруктов, а специи помогают почувствовать сытость даже от маленькой порции, что предотвращает переедание
СapKold	Технология подразумевающая применение в процессе производства уникального метода варки на пару с охлаждением в барабанах с ледяной водой	Ускоряют процесс приготовления (в шесть раз быстрее традиционного). Увеличивают срок годности продукции. Позволяют сократить сырьевые и финансовые потери
Cook&Chill	Технология предполагает объединение процесса приготовления блюд и их заморозки и последующего хранения без потерь во вкусе, полезных и питательных свойств	Оптимизируют работу производственных цехов. Позволяют избежать сырьевых и финансовых потерь, снизить энергопотребление
2.2. Инновации технологии обслуживания		
Таблет-питание	Технология порционирования готовых блюд индивидуальными порциями в ударопрочную фарфоровую посуду, которую кладут на подносы, которые затем размещаются в транспортных тележках	Ускоряют процесс обслуживания покупателей. Обеспечивают качественный сервис
Кулинарное шоу	Технология, предусматривающая изготовление блюд на глазах у покупателей	Позволяют привлечь новых покупателей и удержать уже имеющихся. Повышают качество обслуживания покупателей

Источники: составлено автором.

2.2. *Инновации технологии обслуживания* связаны с новыми видами услуг, с наиболее результативными формами обслуживания: внедрение новых методов подачи блюд, напитков, коктейлей; демонстрация приготовления коктейлей или десертов; организация флейринг-шоу в процессе приготовления коктейлей и пр.

2.3. *Технические инновации* — применение автоматизированного оборудования (новые технологические линии, производственное и торговое оборудование).

3. *Организационно-управленческие* инновации связаны с внедрением автоматизированных систем управления, новыми видами организации труда.

Одной из успешных инноваций является активное внедрение автоматизированных систем управления, которые позволяют отслеживать полный цикл обслуживания покупателей от принятия заказа в зале до передачи его в производство и одновременного списания остатков продуктов [7].

4. Инновации продвижения продукции и услуг — это новые методы привлечения покупателей, убеждения или напоминания о продукции, услугах или о самом объекте, принципиально новые для страны, отрасли или организации. Например, использование интерактивных технологий в зале (электронное меню, интерактивные столы, барные стойки, витрины), новые инструменты интернет-продвижения и пр.

Основными преимуществами использования инновационных интерактивных технологий для организации продвижения продукции, товаров и услуг являются: запоминаемость (взаимодействие с интерактивной системой обеспечивает погружение в реальность, заставляя запомнить полученную информацию); положительное впечатление (необычная подача информации интригует покупателя, вызывая исключительно позитивные эмоции, оставляя при этом лишь положительные впечатления); возможность удаленного доступа за счет подключения к сети Интернет) [6].

Движущей силой инновационной деятельности является конкуренция, которая неотделима от предпринимательства. Именно на основе инноваций удается использовать более совершенную технологию и организацию производства, повышать качество продукции и услуг, обеспечивать успех и эффективность деятельности субъектов общественного питания. Решение этих задач требует новаторского, предпринимательского подхода к управлению, сутью которого является поиск и реализация инноваций [7].

Таким образом, необходимость внедрения инноваций в организациях общественного питания обусловлена усилением конкуренции, изменением предпочтений покупателей, быстрым развитием науки, изменениями на этой основе оборудования и применяемых технологий, высокими темпами роста рынка услуг.

Инновационные изменения рынка общественного питания Республики Беларусь должны быть ориентированы на удовлетворение спроса населения в разнообразной продукции и качественных услугах питания, способствовать применению новых видов производственного и торгового оборудования, современных технологий приготовления пищи и форм обслуживания покупателей; обеспечивать функционирование разнообразных форматов объектов общественного питания.

Результаты исследования и предложенная классификация инноваций имеют как теоретическую, так и практическую значимость. Понимание собственниками, руководством и специалистами субъектов общественного питания сущности и классификации инноваций может служить основой для формулировки идеи, разработки детальной концепции проектируемых объектов общественного питания, позволяет разработать и воплотить в жизнь инновационные стратегии развития существующих объектов.

Инновационный подход должен доминировать при формировании траектории экономического развития субъектов общественного питания и определять возможность перехода данного сектора потребительского рынка на качественно новый уровень, что в свою очередь требует целенаправленного и эффективного управления инновационным развитием данных предпринимательских структур.

Источники

1. Инновационная деятельность. Термины и определения : ГОСТ 31279-2004. — Введ. 2005-09-01. — Минск : Госстандарт Респ. Беларусь, 2005.— 20 с.
2. Стасюкевич, С. В. Стратегии развития общественного питания Республики Беларусь / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Науч. тр. / Белорусский гос. экон. ун-т. — Минск, 2018. — Вып. 11. — С. 426–434.

Stasyukevich, S. V. Strategies for the development of public catering in the Republic of Belarus / S. V. Stasyukevich, I. V. Urish // Sci. works / Belarus State Econ. Univ. — Minsk, 2018. — Iss. 11. — P. 426–434.

3. Инновационные технологии основа конкурентоспособности предприятий общественного питания [Электронный ресурс] / А.А. Быстрова [и др.] // Молодой ученый. — 2016. — № 11. — С. 289–291. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/115/30963/>. — Дата доступа: 08.12.2019.

Innovative technologies, the basis of the competitiveness of public catering enterprises [Electronic resource] / A. A. Bystrova [et al.] // Young scientist. — 2016. — № 11. — P. 289–291. — Mode of access: <https://moluch.ru/archive/115/30963/>. — Date of access: 08.12.2019.

4. Карманова, А. Е. Инновационные технологии в общественном питании / А. Е. Карманова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2017. — № 1 (19). — С. 134–141.

Karmanova, A. E. Innovative technologies in public catering / A. E. Karmanova // Innovative economy: prospects for development and improvement. — 2017. — № 1 (19). — P. 134–141.

5. Назарова, Н. Е. Инновационная активность как фактор реализации конкурентных преимуществ предприятий общественного питания / Н. Е. Назарова // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2015. — № 1. — С. 79–82.

Nazarova, N. E. Innovative activity as a factor in the realization of the competitive advantages of public catering enterprises / N. E. Nazarova // Economics and business: theory and practice. — 2015. — № 1. — P. 79–82.

6. Уриш, И. В. Организация и технология общественного питания : учеб. пособие / И. В. Уриш, С. В. Стасюкевич. — Минск : БГЭУ, 2016. — 410 с.

Urish, I. V. Organization and technology of catering : textbook / I. V. Urish, S. V. Stasyukevich. — Minsk : BSEU, 2016. — 410 p.

7. Чугунова, О. В. Инновационные направления развития сферы общественного питания [Электронный ресурс] / О. В. Чугунова // Науч. обозрение. Экон. науки. — 2017. — № 3. — С. 29–39. — Режим доступа: <https://science-economy.ru/ru/article/view?id=928>. — Дата доступа: 07.11.2019.

Chuginova, O. V. Innovative directions of development of the sphere of public catering [Electronic resource] / O. V. Chuginova // Sci. Rev. Econ. sciences. — 2017. — № 3. — P. 29–39. — Mode of access: <https://science-economy.ru/ru/article/view?id=928>. — Date of access: 07.11.2019.

Статья поступила в редакцию 18.12.2019 г.

УДК 620.91

E. Sushkevich
T. Revitskaya
BSEU (Minsk)

RENEWABLE ENERGY: CONDITION AND PROSPECTS

In this article the state of renewable energy development on a global scale is discussed: the share of electricity from renewable energy sources in the global production of electricity, the total installed capacity of renewable energy installations, an increase in capacity by sectors, the volume of investments in world renewable energy, countries-leaders in the RES use. Data on the state of development of renewable energy in the Republic of Belarus are given.

Keywords: renewable energy sources; renewable energy; electricity; installed capacity; investment; electricity tariffs; quotas.