

**А.А. Кириленко, М.М. Якубовская, Е.С. Вакульчик**

**БГЭУ (Минск)**

**Научный руководитель — О.В. Ежель, канд. экон. наук доцент**

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

Особенность ресторанного бизнеса как сферы услуг предполагает не только инновации путем повышения качества жизни, но и грамотно выстроенные отношения с клиентами, грамотную маркетинговую политику и PR-стратегию [2]. Согласно исследованию, проведенному Международной гостиничной и ресторанной ассоциацией, современный ресторанный бизнес сталкивается с целым рядом серьезных проблем, которые могут быть решены с помощью инноваций, успешно внедренных в его деятельность. Существующие инновации могут изменить лицо индустрии гостеприимства в будущем, поскольку рестораны все больше становятся технологическими компаниями [3]. Рост услуг доставки, заранее приготовленная еда, агрегаторы бронирования — все это меняет ресторанный бизнес, и большие компании являются двигателями по ресторанным инновациям, но это может быть и тормозом для многих из них. Услуги доставки ресторанный еды являются важным источником дохода для многих ресторанов. Для ресторана этот вид услуг является дополнительным источником дохода, так как клиент обслуживается в любом месте и в любое время, нет необходимости набирать дополнительный персонал, ресторан не ограничен количеством столов. В Республике Беларусь этот вид услуг появился относительно недавно [1]. В настоящее время все рестораны имеют свой сайт, поэтому существует возможность принимать заказы онлайн. Это один из самых быстрых способов построить базу данных ресторанных маркетинга. Принимая заказы онлайн, ресторан может принимать заказы 24 часа в сутки, тем самым снижая количество ошибок, экономит время персонала и выстраивает свою клиентскую базу.

Если характеризовать рынок Республики Беларусь в целом, то в последние 4 года идет перераспределение спроса: сейчас все большей популярностью пользуется фастфуд, а приход международных франшиз создал достаточно жесткую конкуренцию для местного рынка (см. таблицу). Таким образом, большие рестораны учатся более гибко реагировать на изменившиеся условия, создавать более выгодные предложения для своих клиентов [1].

Из общего количества ресторанов на конец 2018 г. в республике функционировало 28 ресторанов класса люкс и 26 ресторанов, специализирующихся на реализации продукции белорусской национальной кухни [4].

Исходя из представленных данных, мы видим рост количества ресторанов быстрого обслуживания: за семь лет их количество увели-

### Объекты общественного питания по типам и места в них

Объекты общественного питания	Год						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Всего	12 065	12 011	12 179	12 545	12 779	12 978	13 371
В том числе:							
рестораны	480	505	543	539	516	516	513
рестораны быстрого обслуживания	43	55	70	85	112	143	175
кафе	1700	1753	1857	1936	1915	1954	2057
мини-кафе	742	752	889	1020	1154	1241	1425

Источник: [4].

чились в 4,1 раза. Что касается ресторанов, то их количество увеличилось на 6,9 %, количество кафе выросло на 21 %, мини-кафе на 92 %.

Основную часть новых точек общепита составляют нишевые заведения, привлекающие клиентов оригинальностью подачи блюд или оформлением, к примеру, ресторан Spoon. Инновационными идеями этого ресторана являются: 1) новинки в гастрономической жизни; 2) длинный стол, на котором наглядно выставлены салаты, закуски, пироги, киши, десерты, хлеб; 3) наличие открытой стойки, которая дает возможность посетителям наблюдать за процессом приготовления напитков.

Среди новых принципов работы ресторанов и кафе — большие порции и высокая стоимость. И в этой ситуации рестораны, ориентированные на премиум-сегмент, ощущают отток потребителей, которые уходят в средний сегмент. А сетевой общепит как раз ориентируется на потребителя со средним достатком. Бренд, работающий в среднем сегменте, остается доступным для широкого круга потребителей.

### Источники

1. Голубев, В. «Должно быть и дорого, и много». Как меняется белорусский общепит [Электронный ресурс] // TUT.by. — Режим доступа: <https://news.tut.by/economics/502761.html>.

2. Зажоркина, Ю.Е. Innovation implementation and its efficiency in the restaurant business / Ю.Е. Зажоркина, Н.А. Литвинова, Н.А. Алдохина // Современный механизм функционирования торгового бизнеса и туристической индустрии: реальность и перспективы : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых, Минск, 2–3 марта 2017 г. / [редкол.: Г.А. Короленок (пред.) и др.]; Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск : БГЭУ, 2017. — С. 341–342.

3. 37 — Restaurant Innovation and Creativity [Electronic resource] // Marketing 4 Restaurants. — Mode of access: <https://marketing4restaurants.com/37-restaurant-innovation-and-creativity/>.

4. Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь, 2019 : стат. сб. [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/upload/iblock/81b/81b9fafd8934ca2ec4a2a5dd34ab1f88.pdf>.

СНИЛ «Гандаль»  
А.Д. Коноваленко  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — И.А. Леднёва, канд. экон. наук, доцент*

## ВОЗВРАТНЫЙ ЛИЗИНГ КАК СПОСОБ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

С проблемой отсутствия денежных средств сталкивался практически любой субъект хозяйствования, даже самый успешный. Одним из способов решения данной проблемы является использование возвратного лизинга, заключающегося в том, что собственник имущества сначала продает его будущему лизингодателю, а затем сам арендует этот же объект у покупателя, т. е. одно и то же лицо выступает и в качестве продавца, и в качестве лизингополучателя. В результате меняется лишь собственник приобретенного в лизинг оборудования, а его пользователь остается прежним, получив в свое распоряжение дополнительные средства. Операции возвратного лизинга позволяют субъектам хозяйствования временно высвобождать связанный капитал за счет продажи имущества и одновременно продолжать фактически пользоваться им на правах аренды. Этот вид лизинга успешно используется для рефинансирования капитальных вложений, особенно в тех случаях, когда организации испытывают финансовые затруднения, что позволяет преодолеть неплатежи и значительно повысить конкурентоспособность субъекта хозяйствования. Причем договор составляется так, что после окончания срока его действия субъект хозяйствования имеет право выкупа оборудования и тем самым восстанавливает на него право собственности.

Важным преимуществом возвратного лизинга является использование уже находящегося в эксплуатации оборудования в качестве источника финансирования строящихся новых объектов с вытекающей из этого возможностью использовать налоговые льготы, предоставляемые участникам лизинговых операций. Возвратный лизинг предоставляет возможность рефинансировать капитальные вложения с меньшими затратами, чем при привлечении банковских кредитов, особенно если платежеспособность субъекта хозяйствования ставится кредитующими организациями под сомнение ввиду неблагоприятного соотношения между его уставным капиталом и заемными