

4. Режим доступа: <http://yvision.kz/post/222497> - дата доступа 13.02.2013
5. Режим доступа: <http://finmarket.2stocs.ru> – дата доступа 26.01.2014
6. Режим доступа: <http://kivis-ugsev.ucoz.ru/publ/statistika> – дата доступа 26.01.2014

*Белова С.О., к.э.н., доцент
УО «Белорусский экономический университет»
г. Минск (Беларусь)*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Общественное питание в Республике Беларусь развивается динамичными темпами в соответствии с мировыми тенденциями развития ресторанного бизнеса. Ресторанные консультанты из агентства *Vault + Whiteman* назвали основные пути развития мировой ресторанной кухни в 2014 году, которые, возможно, очень скоро придут и в нашу страну:

1. Появление ресторанов в неожиданных местах: в торговых центрах, аэропортах, вокзалах и музеях (Нью-Йоркские эксперты предсказывают увеличение количества ресторанов в торговых центрах и крупных универмагах, поскольку компании стремятся повысить посещаемость своих заведений и «заякорить» клиентов, побуждая их вернуться вновь. Все больше модных брендов нацелятся на открытие ресторанов в соответствии с концепцией марки. Так, например, в универмаге *Saks* открылся фирменный ресторан *Sophie's*, где подают блюда не только американской, но и европейской кухни. Маркетологи утверждают, что таким образом покупатель дольше задерживается в магазине, и, соответственно, за это время он сможет купить больше товаров. Эта теория подтверждена цифрами: в магазине бренда *Tommy Bahama*, где расположен также и ресторан, продажи увеличились в два с половиной раза);

2. Появление новой формы выбора блюд – миниатюрных пробных порций вместо многостраничного меню (в 2013-м году наблюдался переход многих популярных ресторанов по всему миру на систему дегустационного меню и отказ от меню *A la carte*, что позволяет рестораторам получить гарантированный средний чек и заранее спрогнозировать прибыль. Тренд «меню на пробу» приобретает популярность не только в США, но и в некоторых европейских ресторанах. В американских ресторанах можно попробовать 5-8 лучших блюд в небольших порциях за символическую для хорошего ресторана сумму 68-90 долларов на человека).

3. «Мода на курицу» (блюда из курицы больше не считаются бюджетным вариантом и занимают прочную позицию в меню *файн дайнинг* ресторанов; курицу готовят по технологии *Sous Vide*, сервируют с фуа гра, перепелиными яйцами и черным инжиром, поднимая уровень блюд из мяса птицы до высокой кухни).

4. Фуд-корт с сетевыми продуктами станут менее популярными. Им на смену придут фуд-холлы с продукцией местных производителей фермеров (в Нью-Йорке работает огромный фуд-холл *Eataly* площадью 50 тысяч кв. футов).

5. Дорогие морепродукты и рыба станут менее популярными за счет того, что это неэкологично и слишком расточительно. На кухню придет недорогая рыба: сельдь, сардины или анчоусы.

6. Вместо крепких спиртных напитков в моде будут местные вина, живое пиво, соки, молочные коктейли, и даже чай постепенно вытеснит кофе.

7. Появление в меню ресторанов более интересных приправ и добавок – таких,

как, томатный джем, свекольное масло, или масло из куриной печени, чеснока или розмарина, к которым будут подавать выпечку из пекарни при ресторане.

8. Развитие специализированных ресторанов для вегетарианцев, а также для людей с сахарным диабетом и из разряда специализированных мест общественного питания они станут мейнстримом. Современные рестораны расширяют свои овощные меню и открывают двери так же для диабетиков, аллергиков и приверженцев углеводных диет.

9. Станут модными рестораны одного продукта, с одним ингредиентом или монорестораны (ресторан, где подают только печеный картофель, овсянку, хумус, вафли или пельмени; блюда с лапшой быстрого приготовления).

10. Распространение концепций еда и развлечения (рестораны начнут воздействовать не только на вкус и обоняние, но и на другие рецепторы, например, еда в полной темноте; в ресторане The Pass в Техасе благодаря огромному плазменному экрану в реальном времени могут общаться с виноделами и поставщиками той продукции, которая в данный момент находится у гостя на столе; в голландском ресторане Teeswijkhoeve помимо сенсорного меню гостям подавали и тактильную посуду, направленную на изменение восприятия вкуса; замечено, что люди ассоциируют и воспринимают круглые формы со сладким вкусом, а зубчатые – с горьким).

11. Популяризация азиатской кухни; кухни Марокко, Израиля, Турции, Египта, Ирака и Ирана, что обусловлено большим количеством семей мигрантов в Европе.

12. Популяризация легких десертов: муссов, суфле, парфе, желе из натуральных ягод и соков, пюре из фруктов, нежирного мороженого и проч. (использование меньшего количества жиров и сахара большего полезных компонентов; заменителями сахара могут стать мед и кленовый сироп, патока и коричневый сахар).

13. Популяризация «зеленой» еды (под словом «зеленая» подразумевается не столько цвет, сколько качество, т.е. здоровая пища). Сейчас в обществе постепенно формируется запрос на здоровый образ жизни. Это проявляется в отказе от курения, сокращении потребления алкоголя, поддержании себя в хорошей форме, учете потребляемых калорий, и, в том числе здоровом питании. На государственном уровне разрабатывается и принимается концепция здорового питания и определяются направления ее реализации, что в будущем повлияет на развитие пищевого рынка и отраслей его обеспечивающих; в школах проводятся специальные уроки, во время которых дети не только могут услышать о здоровых продуктах, но и попробовать их. Однако все это привлекает внимание лишь единиц.

Рынок здорового питания в Беларуси только начинает развиваться и связывается, в том числе, с использованием экологически чистых продуктов, производство которых требует отказа от методов интенсивного земледелия, от использования гормонов и антибиотиков в животноводстве и химических средств при переработке животного и растительного сырья. Экологически чистые овощи и фрукты, мясо и молоко иногда в десятки раз дороже своих менее полезных массовых аналогов (так литр «чистого» молока в России продается за 10 USD) [1].

Важность и перспективность развития рынка здорового питания осознают и в ресторанном бизнесе.

В Европе, которая является законодателем модных тенденций ресторанного бизнеса, принято заботиться о здоровье, готовить без лишнего жира, с полезными природными приправами. В Америке, которая известна растущей проблемой ожирения среди населения, уже несколько лет успешно развиваются сети кафе и ресторанов, позиционирующих себя в сегменте здорового питания. Активно развивается «здоро-

вый кейтеринг» во Франции. Там разработаны целые линейки Green Foods для банкетов, фуршетов и прочих официальных мероприятий. При этом учитываются не только качество, набор продуктов, технология приготовления и правила оформления, сколько натуральность и свежесть продуктов, отсутствие химических добавок. Отсюда – и тенденции в ресторанном бизнесе: набирает популярность формат open kitchen: потребители хотят видеть, как и из чего для них готовят. В современном мире еда – это не только процесс утоления голода, но и средство для получения новых впечатлений. Процесс приготовления блюд открыт для гостей, которые хотели бы сами научиться премудростям авторской кухни, а также наблюдать, как и из каких продуктов готовится заказанное блюдо.

Для реализации концепции здорового питания и привитии населению более здоровых привычек в еде ресторанному бизнесу Беларуси будет полезен опыт Европы и США. В Европе (Италия) с конца 90-х годов реализуется государственная программа сертификации качества еды «Голубой сертификат».

Рынок здоровой еды становится популярным. Жители больших городов начинают следить за культурой потребления продуктов, исключая глютен и другие добавки из рациона. Поэтому рестораны здоровой еды, экологические и вегетарианские кафе становятся основным трендом.

В числе главных трендов в ресторанном бизнесе (по мнению Национальной Ассоциации ресторанов США): мясная и рыбная продукция от местного производителя; овощи, фрукты и зелень от местных производителей («диета ста миль», суть которой состоит в том, чтобы сознательно употреблять продукты, которые были выращены и произведены не дальше, чем в ста милях (или 160 километрах) от вашего стола.); использование продуктов, производство которых не вредит окружающей среде, или экологическая устойчивость; здоровое и полезное детское меню; безглютеновая кухня, то есть использование продуктов, не содержащих клейковину (отказ от блюд из пшеницы, ржи или ячменя и использование вместо них риса, гречихи, проса, бобовых культур, лебеды), гиперлокальное снабжение (собственный сад, огород и тому подобные места, созданные при кафе или ресторане), уменьшение порций для повышения доступности натуральной еды; употребление в пищу животного или растения полностью («безотходное производство»); возрождение древних злаков; появление «именных» продуктов (под маркой фермера или его хозяйства).

На постсоветском пространстве концепция здорового питания базируется, в том числе, и на идее экологически чистых продуктов, и вегетарианском уклоне в меню. Кроме того, рестораторами здоровое питание рассматривается и реализуется посредством использования: сыроедческих блюд; блюд без термообработки; использование «живой» (качественной минеральной воды) воды под собственным брендом; салатов из свежих овощей, свежевыжатых соков; использование зелени, фруктов, свежей рыбы; использования качественного сырья, местных поставщиков сырья; отсутствие в ресторанах алкоголя и запрет на курение; использование оптимального температурного режима при приготовлении блюд (120-140 градусов; при этом не происходит разрушение белка) и «здорового оборудования» (лавовый гриль, при его использовании сохраняются минеральные соли и витамины, поглощается очень мало жира); используют новые технологии приготовления блюд и приготовления пищи на пару (шварки также позволяют работать как в обычном режиме (температура кипения 100 градусов), так и в режиме 70-80 градусов), использование минимум соли; переход на йогуртовую или горчичную заправку; исключение использования жира при приготовлении блюд; использование влияния цвета на пищеварение (теории хромотерапии в диетоло-

гии); использование тибетского и китайского мировоззрения по вопросам питания и здорового образа жизни; использование «пробужденных зерен» подсолнечника, кунжута, льна, тыквы, чечевицы и др. (с повышенным содержанием минералов и витаминов); включение в меню кислородных коктейлей (фито-бары) [4].

Таким образом, новые направления в организации питания не только удовлетворяют все возрастающие запросы потребителей, но и содействуют формированию навыков культуры питания и повышению качества жизни населения.

Список использованных источников

1. <http://cateringconsulting.ru/publications/tema-zdorovogo-pitaniya-v-keyteringe/#tzY5hYBr8QymjLX.99>
2. www.newkaliningrad.ru/.../1435046-glavnye-trendy-mirovogo-restorannogo-biznesa-na-2012-god-cto-iz-etogo-prizhivetsya-v-ros...
3. <http://novstandart.ru/index.php/pro-business/353-trends2012>
4. http://franshiza.ru/article/read/restorany_zdorovogo_pitaniya/

*Бобровская Жанна Викторовна, канд. экон. наук, доцент
УО «Белорусский государственный экономический университет»
Минск (Беларусь)*

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ РЫНКОВ

Актуальной проблемой стратегического развития стран с малой открытой экономикой, в т.ч. Республики Беларусь, особенно в условиях влияния «внешних шоков» является привлечение капитала с международных рынков. Экспортно-ориентированная экономика Республики Беларусь, которая является одновременно малой открытой экономикой (60%-70% ВВП составляют соответственно экспорт и импорт) в настоящее время остро нуждается в привлечении средств с международного рынка капитала, для финансовой поддержки предприятий, реализующих свою продукцию на экспорт. Экономика и банковская система Республики Беларусь являются полноправным звеном глобальной мирохозяйственной и финансово-кредитной системы. В 2013 году Республика Беларусь осуществляла экспортно-импортные операции со 197 странами мира. Товары поставлялись на рынки 159 государств, импортировалась продукция из 182 стран.

Объем внешней торговли товарами и услугами по методологии платежного баланса в 2013 году составил 89,5 млрд. долларов США, в том числе экспорт – 43,9 млрд. долларов, импорт – 45,6 млрд. долларов. К уровню 2012 года из расчета в текущих ценах объем внешней торговли товарами и услугами составил 88,8%, экспорт – 84,5%, импорт – 93,3%. В 2013 году сальдо внешней торговли товарами и услугами сложилось отрицательное в размере 1 723,8 млн. долларов. Отношение сальдо внешней торговли товарами и услугами к валовому внутреннему продукту составило - 2,4%. В результате неблагоприятных ценовых условий внешней торговли и падения физического объема поставок товаров на внешний рынок покупательная способность белорусского экспорта по сравнению с 2012 годом уменьшилась на 19,1%. В условиях влияния на экономику и банковскую систему Республики Беларусь мировых фи-