

Падение спроса на туристические услуги вследствие эпидемиологической ситуации в мире, ограничения полетов национального перевозчика, сокращения доходов населения привело к тому, что туристическая отрасль Беларуси находится в кризисном состоянии. Выход из кризиса требует принятия эффективных управленческих решений, активной государственной поддержки и собственной инициативы предпринимателей.

Поиск путей развития и совершенствования деятельности туристических предприятий становится основной задачей, решению которой в условиях фундаментальных рисков будет содействовать диверсификация бизнес-процессов — рациональная стратегия ведения бизнеса, которая путем проникновения в новые отрасли и рынки снижает риски, повышает конкурентоспособность и позволяет стабилизировать денежные потоки.

Диверсификация международного туризма Республики Беларусь в условиях фундаментальных рисков остается актуальной. Перспективными видятся следующие возможные решения:

- преобразование туристической инфраструктуры по пути диверсификации ассортимента туров и маршрутов по Республике Беларусь с учетом новых рынков сбыта;
- изменение (расширение) спектра предлагаемых услуг с учетом существующих ограничений с ориентацией на новые доступные направления (страны СНГ, Азия и др.).

Основа реализации этих решений — усиление взаимодействия предприятий туристической индустрии с государством и органами власти с целью недопущения банкротств и краха отрасли.

*М. П. Томкович, канд. экон. наук, доцент
tomkovich.michael@gmail.com*

НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь (Минск)

РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В КОНТЕКСТЕ УГЛУБЛЕНИЯ СЕРВИСНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ

Республика Беларусь получила в наследство от СССР достаточно развитую систему общественного питания, встроенную в архитектуру плановой экономики. Ее очевидным недостатком была тотальная типизация, базирующаяся на подходах эпохи индустриализации. Результатом деградации устоявшейся системы экономических отношений и падения доходов населения стало трехкратное падение объемов деятельности общественного питания в первой половине 1990-х гг.

С оживлением экономики общественное питание стало планомерно возвращать свои позиции: к середине 2000-х гг. вышло на докризисный уровень, а в 2019 г. объемы деятельности в два раза превысили показатель 1990 г. Изменение количественных параметров функционирования общественного питания сопровождалось качественной трансформацией вида деятельности, отражающей метаморфозы в системе экономических отношений и запросах потребителей. Приоритетное значение получила сервисная составляющая.

После сокращения сети общепита в 1990-х гг. почти на 40 % с 2000 г. численность объектов выросла более чем на 60 %. При этом изменилась структура заведений. Если в 2000 г. на долю столовых приходилось 55,3 % в общей численности объектов общественного питания, то уже в 2020 г. — лишь 31,0 %. С 11,6 до 16,3 % выросла доля кафе. Доля баров и ресторанов практически не изменилась (отклонение составляет около 0,4 п.п.).

Существенно прирос сегмент объектов общепита, попадающих в категорию «прочие» (на 3,8 тыс. объектов, а их удельный вес — с 19,9 % в 2000 г. до 39,5 % в 2020 г.), что отражает рост индивидуализации предложения на рынке и внедрение новых типов взаимодействия с потребителем (например, через прогрессирование таких форм, как сети кофеен, фудтраки, закусовые).

Углубление персонализации и усиление сервисной компоненты предложения нашло свое отражение в уменьшении размера объектов общественного питания с одновременным ростом уровня обеспеченности населения соответствующей инфраструктурой. За последние 20 лет средний размер объектов общепита сократился почти на четверть (с 71,3 места в 2001 г. до 54,6 места в 2020 г.), при том, что за тот же период обеспеченность населения объектами общественного питания выросла почти на треть.

В структуре собственности организаций общественного питания заметно выросла доля иностранных компаний. С 2010 по 2020 г. удельный вес иностранной собственности в товарообороте общественного питания вырос с 6,1 до 10,5 %. Приход зарубежных игроков заметно сказался на качестве сервиса, задав достаточно высокую планку, выработанную международными сетями. Одновременно произошел заметный скачок интереса к франчайзинговой схеме организации бизнеса, что выразилось в ежегодном приросте договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга). При этом, если в начале процесса франчайзинг ассоциировался преимущественно с использованием зарубежных брендов (пиццерия «Папа Джонс», ресторан IL ПАТИО, кофейня Double Coffee и др.), то по мере укрепления рынка получили развитие и отечественные наработки (кофе-пойнты «Кофе Саунд», «Перспектива», «Smile Coffee», пончиковая «Пон-Пушка» и др.).

Значимым толчком к развитию сети объектов общественного питания с национальной кухней послужил Чемпионат мира по хоккею с шайбой 2014 г., который не только стимулировал открытие новых точек, но и существенно повлиял на их меню.

Формированию устойчивого спроса со стороны потребителей способствовали разнообразные гастрономические фестивали, стимулирующие спрос и подталкивающие предпринимателей к поиску оригинальных концепций сервиса. В частности, достаточно известным стал Гастрофест — гастрономический фестиваль, предусматривающий установление заведениями единой цены для различных комплексных предложений.

*Н. Ю. Трифонов, канд. физ.-мат. наук, доцент
n.t@tut.by
БГЭУ (Минск)*

ПРЕМИЯ ЗА СТРАНОВОЙ РИСК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Премия за страновой риск R_c (англ. — country risk premium, CRP) — это премия за риск инвестирования иностранных средств в проект (или объект оценки) в некоторой стране, связанный с потерей (полной или частичной) объектом оценки стоимости вследствие действия общеэкономических, финансовых и социально-политических факторов, присутствующих в этой стране независимо от объекта оценки. Премия за страновой риск появляется в формулах инвестиционного проектирования или оценки стоимости, когда расчет проводится в некоторой иностранной для страны валюте. Иными словами, инвестиционный проект (или объект оценки) находится в стране, которая не эмитирует избранную для расчета валюту. При этом следует отметить, что премия за страновой риск зависит от денежной единицы (валюты), используемой в таком расчете (оценке). В случае оценки в другой валюте премия, в общем случае, должна иметь другую величину. Премию за страновой риск можно толковать как межстрановую разницу в инвестиционной доходности валюты оценки.

Автор с 2004 г. ежемесячно рассчитывает величину премии за страновой риск для Республики Беларусь для референтного использования. С появлением в Беларуси долгосрочных государственных облигаций, торгуемых на международных площадках (еврооблигаций), в основу расчетов полагаются сведения об их доходности R_{pr} (по данным агентства Bloomberg). Такие данные дают рыночное представление об отношении