

## 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 данного вида экономической деятельности. Предложен авторский подход к классификации инноваций в сфере общественного питания, представлены направления инновационного развития общественного питания Республики Беларусь с учетом современных тенденций.

The article defines 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 innovative development of public catering of the Republic of Belarus are presented, taking into account modern trends.

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

*Key words:* innovations; classification; factors; development; public catering of the Republic of Belarus; structure of public catering facilities; competitive advantages; technological and product innovations.

Общественное питание как вид деятельности национальной 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 также 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 своих товаров и услуг. 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 динамики 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 биз-

нес. Анализ статистических данных 2016–2021 гг. показывает постоянное увеличение количества объектов общественного питания. На основании представленных данных можно сделать вывод о том, что за 2016–2021 гг. сеть объектов общественного питания увеличилась на 1 682 ед. По мере открытия новых объектов количество мест в объектах общественного питания увеличилось от 813 тыс. мест в 2016 г. до 828 тыс. мест в 2021 г. Число мест в объектах общественного питания в расчете на 10 тыс. чел. за 2016–2021 гг. увеличилось на 15 тыс. мест. 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.

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; 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 [2].

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, магазины-кофейни и пр.;

- развитие новых технологий приготовления пищи;

- появление нового производственного и торгового оборудования;

- благоприятные условия для развития малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь;

- общее усиление конкуренции, особенно в городах [2].

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

Изучение подходов к систематизации инноваций в общественном питании позволило предложить их следующую классификацию (таблица).

**Классификация инноваций в общественном питании**

Классификационный признак	Виды инноваций
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 технологий. Улучшающие инновации, реализующие средние изобретения. Модификационные инновации, направленные на частичное улучшение устаревших поколений техники и технологий, 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

Окончание

Классификационный признак	Виды инноваций
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
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.
Примечание – Составлено авторами по данным источников [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.

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, изменение 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 – внедрение новой техники, устройств, механизмов, а также технологических способов и режимов приготовления продукции общественного питания [7]. Можно выделить инновации технологии производства продукции (технологические производственные инновации) и инновации технологии обслуживания, технические инновации.

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; 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 удастся 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.

### Список использованной литературы

1. **Инновационная** деятельность. Термины и определения : ГОСТ 31279-2004. – Введ. 01.09.05. – Минск : Госстандарт Респ. Беларусь, 2005. – 20 с.
2. **Стасюкевич, С. В.** Стратегии развития общественного питания Республики Беларусь / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Сб. науч. тр. / Бел. гос. экон. ун-т. – Минск, 2018. – Вып. 11. – С. 426–434.
3. **Инновационные** технологии как основа конкурентоспособности предприятий общественного питания [Электронный ресурс] / А. А. Быстрова [и др.] // Молодой ученый. – 2016. – № 11. – С. 289–291.
4. **Карманова, А. Е.** Инновационные технологии в общественном питании / А. Е. Карманова // Инновац. экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2017. – № 1 (19). – С. 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.
6. **Уриш, И. В.** Организация и технология общественного питания : учеб. пособие / И. В. Уриш, С. В. Стасюкевич. – Минск : БГЭУ, 2016. – 410 с.
7. **Чугунова, О. В.** Инновационные направления развития сферы общественного питания / О. В. Чугунова // Науч. обозрение. Экон. науки [Электронный ресурс]. – 2017. – № 3. – С. 29–39.