

По результатам вычислений получили, что больше всего антоцианов содержится в черничном пюре — 101,055 мг/дм³, и в клюквенном — 27,787 мг/дм³, в вишневом и клубничном их меньше, а в яблочном и малиновом пюре значения отрицательные, что говорит о том, что в данных пюре содержатся лишь следы антоцианов.

Предполагаемая гипотеза подтверждается тем, что количественное содержание антоцианов зависит от степени интенсивности пигментации фруктово-ягодного сырья, а также режимов технологической обработки.

Таким образом, проведенные исследования показывают, что наибольшее количество антоцианов содержится в черничном пюре и клюквенном, а значит, и в готовых детских фруктово-ягодных консервах с использованием черники или клюквы их будет содержаться больше, чем, например, в пюре из яблок для детского питания.

Источники

1. Продукция соковая. Методы определения антоцианинов : ГОСТ 32709-2014. — Введ. 01.01.2016. — М. : Стандартиформ, 2014. — 20 с.

Н. А. Броткин, М. М. Лапицкая

*Научный руководитель — кандидат экономических наук О. П. Ефимова-Стадник
БГЭУ (Минск)*

ОЦЕНКА СООТВЕТСТВИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ МИРОВЫМ ТЕНДЕНЦИЯМ

На данный момент в Республике Беларусь ресторанный бизнес является одним из наиболее динамично развивающихся. Для достижения зарубежного уровня развития ресторанного бизнеса отечественным рестораторам целесообразно изучать мировой опыт.

Согласно проведенному анализу мирового рынка и рынка общественного питания Республики Беларусь выяснилось, что по количеству объектов и их типам больше всего ресторанов у Dunkin' Donuts, McDonalds, Subway, Starbucks и KFC. В 2023 г. в топ-3 ресторанов у лидера ресторанной индустрии США вошли такие национальные сети, как Subway (23,86 %), Starbucks (19,79 %), McDonalds (16,18 %). В тройку лидеров 2023 г. в Беларуси вошли KFC (22,8 %), Sofix (13,19 %), Burger King (12,36 %) — франшизы иностранных сетей.

Кроме того, в Республике Беларусь на конец 2022 г. насчитывалось: столовых (24 %), кафе (18 %), буфетов и кофеен (16 %). В США наибольший удельный вес занимали сэндвичные (35 %), пиццерии (20 %) и обеденные рестораны (16 %) [1].

Также с 2020 г. в мире наблюдается рост безалкогольных баров и клубов с полным спектром услуг. Среди 189 стран по уровню употребления алкоголя Республика Беларусь в 2023 г. находилась на 18-м месте, Российская Федерация — 56-м, США — 35-м. Но в Беларуси безалкогольных баров нет, однако имеются кофейни и пекарни, в которых не реализуется алкогольная продукция.

Более того, данное направление в мире набирает обороты, так как, анализируя себестоимость продукции общественного питания, для кальяна ее удельный вес не превышает 20 % от стоимости блюда, чая и кофе — 24 и 25 % соответственно. Дороже всего объектам обходится крепкий алкоголь — 63 %, суши и роллы — 52 %, рыбные блюда — 45 % [1].

Характер ресторанной индустрии сегодня — это интенсивный труд и длительные рабочие часы в ущерб личному времени сотрудников. Многая продукция и услуги могут вовсе исчезнуть из-за нехватки времени и рабочей силы. После пандемии и санкций стала очевидной тенденция, согласно которой больше всего от этого пострадают объекты, рассчитанные на средний класс. Покупатель будет находиться в состоянии стресса и сбережения собственных средств, поэтому обращение к таким технологиям, как QR-меню, рестораны без официантов и кассиров, доставка, соответствует предпочтениям потребителей.

Поскольку подкованные в цифровых технологиях представители поколения Z и миллениалы стремятся к свежим продуктам, мобильным заказам и автоматизированным вендинговым автоматам, которые уже стали обычным явлением в их повседневной жизни, рестораны высокой кухни начинают использовать больше цифровых инструментов, чтобы улучшить впечатления покупателей.

Таким образом, зарубежными рестораторами наработан значительный опыт в области изучения спроса потребителей и формирования программ лояльности, работы на различных сегментах рынка, разработан и применяется высокий стандарт качества обслуживания, определены оптимальные форматы ведения бизнеса. Ресторанный бизнес в Республике Беларусь следует за мировыми тенденциями, однако его темп ниже мирового. Отечественным рестораторам необходимо использовать наработанные конкурентные преимущества для организации и ведения собственного бизнеса.

И с т о ч н и к

1. Бузни, А. Н. Пунктиры тенденций рынка общественного питания / А. Н. Бузни // EUROPEAN RESEARCH : сб. ст. XXVIII Междунар. науч.-практ. конф., Пенза, 7 сент. 2020 г. / Междунар. центр науч. сотрудничества «Наука и просвещение». — Пенза, 2020. — С. 60–67.