

А. Ю. Ардяко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. П. Ефимова-Стадник,

канд. экон. наук, доцент

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

Мы живем в мире, где вкусы и предпочтения людей быстро меняются под влиянием различных факторов, таких как здоровье, экологические тенденции, культурные изменения и технологические инновации. Ресторанный бизнес должен адаптироваться к этим изменениям, чтобы удовлетворять запросы клиентов и оставаться конкурентоспособным. Поэтому кулинарные тренды оказывают значительное влияние на потребительский рынок.

Один из наиболее устойчивых трендов последних лет — стремление к здоровому питанию. Все больше людей выбирают блюда, которые не только вкусны, но и полезны для здоровья. В результате на рынке появляются новые продукты, такие как безглютеновые и безлактозные продукты, растительные альтернативы мясу и молоку. Вегетарианские и веганские блюда становятся все более разнообразными и креативными. Рестораны, которые включают в свое меню такие блюда, привлекают клиентов, заботящихся о своем здоровье и окружающей среде.

Еще одним трендом является фьюжен-кухня — направление, в котором сочетаются элементы различных кулинарных традиций, благодаря чему создаются новые и неожиданные вкусы блюд. Такие блюда привлекают гурманов, которые ищут новые вкусовые впечатления. Рестораны, предлагающие фьюжен-блюда, часто экспериментируют с ингредиентами и технологиями приготовления, чтобы удивить своих клиентов и выделиться на фоне конкурентов, которые также знакомят клиентов с новыми вкусами и традициями.

Молекулярная кухня — инновационный подход к созданию напитков, при котором используются методы и техники молекулярной гастрономии. Это направление привлекает клиентов, которые ищут необычные и захватывающие вкусовые ощущения. Рестораны и бары, предлагающие такие напитки, создают уникальные впечатления и привлекают внимание как местных жителей, так и туристов. Технологии меняют все аспекты нашей жизни, и кулинарная индустрия не является исключением. На работу ресторанов и их взаимодействие с клиентами влияет все: начиная с доставки еды и заканчивая использованием искусственного интеллекта для создания новых рецептов. Интерактивные меню, мобильные приложения для заказа и оплаты, а также роботизация процессов приготовления — все это способствует удобству и эффективности обслуживания.

Фудтраки, или передвижные кухни, становятся все более популярными в городах по всему миру. Они предлагают клиентам разнообразные и доступные блюда в удобном формате. Рестораны, выходящие на улицы с фудтраками, могут привлечь новую аудиторию и расширить свой бизнес.

В заключение следует отметить, что кулинарные тренды оказывают значительное влияние на потребительский рынок, и рестораны должны адаптироваться к этим изменениям, чтобы оставаться успешными и востребованными. Специалисты ресторанного бизнеса регулярно анализируют кулинарные тренды и обновляют меню, чтобы соответствовать ожиданиям клиентов. Введение новых блюд, которые отражают современные тенденции в питании, помогает привлечь новых клиентов и удержать постоянных. Фьюжен-блюда, растительные продукты, молекулярная миксология, самообслуживание и автоматизация, а также фудтраки — все эти тенденции требуют от рестораторов гибкости и готовности к постоянным изменениям. Только так они смогут удовлетворять потребности клиентов [1].

Источник

1. Пищевые тренды: Анализ последних веяний в кулинарии и их влияние на ресторанную индустрию! // vc.ru. — URL: <https://vc.ru/food/1085750-pishevye-trendy-analiz-poslednih-veyanii-v-kulinarii-i-ih-vliyanie-na-restorannuyu-industriyu> (дата обращения: 19.11.2024).

Е. Г. Баборики
БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ НАЛИЧИЯ / ОТСУТСТВИЯ БАРЬЕРОВ ВХОДА НА ТОВАРНЫЕ РЫНКИ НА ПОЛОЖЕНИЕ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ НА НИХ

Действия субъектов рынка в условиях конкуренции неразрывно связаны с наличием и влиянием барьеров входа. В целом в сознании всех участников товарного рынка сложилось понимание наличия негативного влияния барьеров входа. В свою очередь, барьеры являются не только ограничивающим фактором для потенциальных хозяйствующих субъектов и конкуренции на товарном рынке, но и важным институтом, обеспечивающим безопасность общества и предоставляющим определенные социальные, экологические и иные выгоды для общества и граждан. При формировании стратегии выхода на рынок не все участники рынка имеют возможность просчитать сте-