

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-

пень влияния, а также адекватно оценить вектор и величину влияния барьеров.

В то время как новые хозяйствующие субъекты пытаются найти возможность преодолеть барьеры, а действующие субъекты рынка их создают с мотивацией защиты позиций на рынке, поведение иных участников сферы обращения (покупатели, участники в смежных и связанных рынках) и государства как регулятора может привести к возникновению барьеров входа, которые могут оцениваться как негативно влияющие на процесс обращения и состояние конкурентных условий. В данном случае барьеры возникают как косвенный эффект или последствия от действий и применяемых инструментов. К примеру, государственные меры поддержки отрасли, и в частности отечественного бизнеса, приводят к дополнительным ограничениям для новых участников рынков, которые замедляют развитие конкуренции и, в свою очередь, приводят к обратному эффекту по замедлению роста отрасли в целом. В противовес этому при создании условий по доступу на рынок новых игроков за счет государственных средств возникают риски ухудшения результатов деятельности отрасли с точки зрения общественного благосостояния. В связи с этим без комплексной оценки барьеров возникает риск неэффективного использования государственных средств на поддержку отрасли [1].

Существует более десяти различных методов оценки барьеров входа, описанных отечественными и зарубежными исследователями: от эмпирического тестирования по построению модели для анализа влияния угроз входа на рынок на рентабельность организации до многовекторной эконометрической модели влияния барьеров на основе опроса субъектов рынка [2].

Таким образом, методология изучения влияния барьеров входа на товарные рынки на субъекты хозяйствования включает в себя как традиционные, так и современные подходы, такие как анализ конкурентных сил, SWOT-анализ, структурный анализ рынка, бенчмаркинг и моделирование сценариев. Каждый метод может быть применен на практике для эффективного стратегического планирования.

Источники

1. *Цыганова, А.* Методические аспекты оценки влияния барьеров входа на состояние конкуренции на рынке азотных удобрений Республики Казахстан / А. Цыганова // Современная конкуренция. — 2020. — № 2. — С.130–143.

2. *Рожков, П.* Как преодолеть барьеры входа на рынок / П. Рожков // Коммерческий директор. — 2024. — URL: <https://www.kom-dir.ru/article/2769-barery-vhoda-na-rynok> (дата обращения: 15.10.2024).