

2. Гибадуллина, Э.М. Великая Отечественная война советского народа : учеб. пособие / Э.М. Гибадуллина. — Казань : Познание (Ин-т ЭУП), 2014. — 124 с.
3. Фролов, М.И. О Войне и о Победе / М.И. Фролов, В.В. Василик ; гл. ред. И.А. Савкин. — СПб. : Алетейя, 2016. — 444 с.

А.Д. Мицковец, Ю.А. Кулак

*Научный руководитель — кандидат экономических наук С.О. Белова
БГЭУ (Минск)*

СООТВЕТСТВИЕ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ МИРОВЫМ ТЕНДЕНЦИЯМ

Ресторанный бизнес Республики Беларусь имеет свои особенности, но на его развитие существенное влияние оказывают мировые тенденции.

Глобальный рынок питания вне дома за 2018–2023 гг. возрос более чем на 30 % и составил более чем 35 трлн долл. США. Мировой рынок общественного питания считается высоко концентрированным (на 10 крупнейших рынков приходится почти 75 % глобального рынка, а на 2 — более 49 %). Рынок питания вне дома в США в 2022 г. был самым большим в мире (992,1 млрд долл. США). На его долю пришлось 27,6 % глобальной стоимости отрасли. Вторым по объему рынком общественного питания в мире является КНР. Его размер в 2022 г. составил 786,7 млрд долл. США (21,9 % от совокупного размера глобального рынка). За пять лет размер дохода этой индустрии Китая сократился (среднегодовой темп 0,7 %). На долю Республики Беларусь пришлось всего 0,12 % глобальной мировой отрасли, а рынок питания вне дома составил 1,4 млрд долл. США [1].

При этом развитие национального ресторанных бизнеса в целом соответствовало мировым тенденциям (изменению в динамике) по показателям оборота и развитию объектов питания. В 2023 г. товарооборот общественного питания Республики Беларусь составил 5136,4 млн руб. и увеличился по сравнению с 2022 г. на 935,2 млн руб., или на 22,26 п.п., в то время как мировой рынок показал увеличение на 12,9 п.п.

По преобладанию типов объектов наблюдаются существенные различия: в 2023 г. в Республике Беларусь при общей величине объектов питания (15 734) наибольший удельный вес занимают кафе и столовые — 29,3 и 26,3 % соответственно, тогда как в европейских странах наибольшую долю занимают рестораны быстрого обслуживания (их доля колеблется от 35 до 68 % в разных городах), в то время как в нашей стране на долю ресторанов быстрого обслуживания приходится лишь 2,3 % [2].

Как и во всем мире, на отечественном рынке представлены крупнейшие зарубежные ресторанные сети, такие как KFC, Burger King, Cofix, Mak.by, Domino's

Pizza. Однако получил развитие и собственный сетевой ресторанный бизнес, а именно: HOTFIX, «Пицца Темпо», «Васильки», Garage, Doner King.

Несмотря на положительные тенденции в развитии ресторанный бизнеса, несопоставима с европейскими странами и обеспеченность объектами питания в расчете на 10 000 чел.: в Республике Беларусь в 2021 г. данный показатель составил 15,46 объекта; в 2022 г. — 16,2; в то время как в 2021 г. в Вене и Праге в расчете на 10 000 чел. приходилось 51,8 и 50,4 объекта соответственно (наиболее высокие показатели среди европейских городов) [1, 2].

В своем развитии ресторанный бизнес Республики Беларусь использует следующие общемировые тенденции:

Использование инноваций в бизнес-процессах. Примером может служить применение различных роботизированных устройств в процессе обслуживания (роботы приветствуют покупателей различными жестами, разносят им еду и напитки, собирают использованную посуду). В Беларуси уже появились роботы-официанты, например, в кафе «Беларуснефти» по ул. Лещинского используется робот-официант Марсик.

Ориентация на концепцию экологической ответственности, развитие экокафе, а также использование локальных и органических продуктов. Примером данной концепции в нашей стране может служить экоресторан «Раздолле», построенный с применением архитектурных решений, которые использовались нашими предками (отделка в стиле фахверк, тростниковая крыша — все это подчеркивает стиль загородного экоресторана). В ресторане блюда готовятся из экологически чистых фермерских продуктов.

Фьюжен-эксперименты. Сочетание белорусских традиционных рецептов и иностранных элементов породило уникальные блюда. Например, в ресторанах «Васильки» вам могут предложить драники с лососем и сливочным соусом или мясные рулеты в азиатском стиле с пряными специями и овощами. А в ресторане «Брама» вы можете попробовать котлеты по-белорусски с пряным соусом из средиземноморских трав или вареники с начинкой из креветок и шпината.

Использование современных технологий в белорусской гастрономии для расширения кулинарных возможностей и предложения новых вкусовых решений. Популяризация новых методов приготовления продукции общественного питания в Беларуси привела к появлению ресторанов, которые при приготовлении традиционных блюд используют современные технологии. Так, в ресторане Terra в Минске активно используют гриль, предлагая мясные и овощные блюда с насыщенным вкусом. Ресторан китайской кухни «Янцзы» применяет вок-технологию, которая позволяет быстро обжаривать ингредиенты на сильном огне, сохраняя их текстуру и аромат. В суши-бараах, таких как Neosushi, традиционные японские методы приготовления сочетаются с локальными ингредиентами, создавая уникальные вкусовые сочетания.

Таким образом, развитие ресторанный бизнеса Республики Беларусь в целом соответствует основным мировым тенденциям. Вместе с тем существуют

и различия, обусловленные поведением и платежеспособностью потребителей, традициями питания вне дома, емкостью соответствующего рынка и другими факторами.

Источники

1. Сафонова, М. Где в Европе больше общепита: исследование / М. Сафонова // Интернет-газета «Ридус». — URL: <https://www.ridus.ru/gde-v-evrope-bolshe-obshepita--issledovanie-353048.html> (дата обращения: 14.04.2025).
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь : [сайт]. — URL: <https://www.belstat.gov.by/> (дата обращения: 14.04.2025).

Т.М. Паничев, Д.А. Санникович

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.Е. Свириенко
БГЭУ (Минск)*

ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ТОРГОВЛЕ

Мы живем в эпоху стремительного развития электронной коммерции. Онлайн-покупки уже давно стали неотъемлемой частью нашей жизни, и этот рынок продолжает расти впечатляющими темпами. Но чтобы оставаться конкурентоспособными и удовлетворять постоянно растущие ожидания покупателей, торговым организациям необходимо регулярно внедрять инновации. И именно искусственный интеллект становится той движущей силой, которая меняет правила игры в онлайн-торговле.

Цель исследования — изучить роль искусственного интеллекта в торговле, включая возможные направления его применения.

Искусственный интеллект превращает торговлю в точную науку, позволяя предсказывать поведение клиентов с невероятной точностью и оперировать данными [1].

Владея искусственным интеллектом, торговля получает способность мгновенно адаптироваться к рыночным изменениям, создавая конкурентное преимущество, которое невозможно повторить вручную.

Персонализация с помощью искусственного интеллекта — не просто предложение товаров, а искусство создания уникального опыта каждого клиента, превращая его в постоянного поклонника бренда [2].

Чат-боты и виртуальные ассистенты на базе искусственного интеллекта — не просто поддержка, а стратегический инструмент для увеличения продаж и укрепления лояльности.