

В то же время внедрение ИИ требует ответственного отношения к данным клиентов. Важными аспектами остаются прозрачность алгоритмов, безопасность хранения информации и этичность использования персональных данных. Покупатели ожидают честного отношения и понятных принципов обработки данных, важно учитывать эти ожидания при построении цифровых решений.

Искусственный интеллект становится стратегическим инструментом улучшения клиентского опыта в розничной торговле. ИИ позволяет формировать более точные и чувствительные к потребностям покупателя модели взаимодействия, ускоряет обслуживание, улучшает качество сервиса и повышает эффективность бизнес-процессов. В условиях высокой конкуренции ИИ становится фактором, определяющим привлекательность и долгосрочный успех.

Источник

1. *Миргородская, О. Н.* Использование технологий искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности зарубежных и российских ритейл-компаний / *О. Н. Миргородская, О. В. Иванченко // КиберЛенинка.* — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-tehnologiy-iskusstvennogo-intellekta-v-marketingovoy-deyatelnosti-zarubezhnyh-i-rossijskih-riteyl-kompaniy> (дата обращения: 26.11.2025).

С. В. Кравцова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. П. Ефимова-Стадник,
канд. экон. наук, доцент

ОЦЕНКА ДИНАМИКИ ТОВАРООБОРОТА НА ОДИН ОБЪЕКТ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Товарооборот на один объект общественного питания является одним из индикаторов развития сферы услуг. Оценим динамику и региональные различия этого показателя в Беларуси за период 2020–2024 гг. (см. таблицу).

Товарооборот на один объект общественного питания, тыс. р.

Регион	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.
1	2	3	4	5	6
Республика Беларусь	181,500	237,000	280,100	326,500	510,300
Брестская обл.	127,895	166,669	206,368	252,254	304,949
Витебская обл.	122,342	155,959	191,879	223,707	270,325
Гомельская обл.	127,726	159,424	194,953	228,916	263,085

1	2	3	4	5	6
Гродненская обл.	151,272	200,534	242,666	280,177	335,584
Минск	347,528	455,863	519,274	592,159	679,200
Минская обл.	127,344	162,123	201,064	229,941	267,719
Могилевская обл.	117,164	148,950	171,886	201,037	241,253

За анализируемый пятилетний период во всех без исключения регионах наблюдается стабильный положительный тренд товарооборота на один объект общественного питания. Это свидетельствует о восстановлении и развитии сектора после пандемийного 2020 г., росте потребительской активности. Столица неизменно демонстрирует кратное превышение показателей по сравнению с другими областями. К 2024 г. товарооборот на один объект в Минске (679,2 тыс. р.) стал лидером, превысив более чем в 2 раза средний показатель по стране (510,3 тыс. р.). На втором месте среди областей — Гродненская обл. (335,584 тыс. р.). Это подчеркивает концентрацию платежеспособного спроса, более высокую плотность населения и, вероятно, развитие сегмента ресторанов среднего и высшего ценового уровня.

Регионы можно условно разделить на три группы по уровню показателя в 2024 г. Лидер — Минск (679,2 тыс. р. — выше показателя по стране на 33,1 %). Регионы выше среднего: Гродненская (335,6 тыс. р.) и Брестская (305,0 тыс. р.) обл. — ниже показателя по стране на 34,2 и 41,4 % соответственно. Регионы со средними показателями: Витебская (270,3 тыс. р.), Минская (267,7 тыс. р.), Гомельская (263,1 тыс. р.) и Могилевская (241,3 тыс. р.) обл. — ниже показателя по стране на 47,0, 47,5, 48,4 и 52,7 % соответственно. Относительный прирост за 5 лет максимален в Гродненской (темпы роста — 122 % к 2020 г.) и Брестской (138 % к 2020 г.) обл.

Показатели указывают на более высокие темпы роста развития отрасли в этих регионах и потенциальное выравнивание показателей в перспективе. Ранжирование регионов по уровню товарооборота на объект за 5 лет не изменилось. Минск — на первом месте, за ним следуют Гродненская и Брестская обл., что указывает на устойчивость сложившихся экономических и потребительских моделей в каждом регионе.

За период 2020–2024 гг. товарооборот на один объект общественного питания продемонстрировал устойчивый рост во всех регионах, что отражает позитивную динамику развития отрасли. Наибольшая результативность сохраняется в Минске, при этом Гродненская и Брестская обл. выделяются значительными темпами прироста. Несмотря на общую положительную тенденцию, сохраняющаяся региональная диспропорция требует разработки адресных мер для сбалансированного развития сферы общественного питания.

Источник

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь : [сайт]. — 1998–2026. — URL: <https://www.belstat.gov.by/> (дата обращения: 25.11.2025).

У. С. Кудравец, К. М. Прокопович

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. А. Голуб

ОЦЕНКА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА И ЕГО РАЗВИТИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Основной целью действующей государственной программы «Беларусь гостеприимная» является создание и модернизация высококонкурентного туристического сектора и увеличение его вклада в экономику страны. Ключевыми направлениями развития этого сектора являются: стимулирование въездного и внутреннего туризма, повышение качества и конкурентоспособности туристических услуг, а также эффективное продвижение национальных туристических брендов на международном уровне. На период до 2025 г. поставлены цели по увеличению потребления туристических услуг за счет активизации внутреннего рынка и привлечения большего числа иностранных туристов [1].

Исследование динамики туристического потока в Беларуси за период 2019–2023 гг. наглядно отражает влияние ограничений, введенных в связи с пандемией, и последующее восстановление туристического сектора. Наиболее значимым кризисным годом стал 2020-й, в течение которого показатели как въездного, так и выездного туризма сократились примерно на 70 %.

Въездной туризм демонстрирует слабый рост, достигнув в 2023 г. лишь 48 % от допандемийного уровня. Более тревожной является структурная трансформация туристического потока: если в 2019 г. гости из стран дальнего зарубежья составляли 21 %, то к 2023 г. показатель снизился до 11 %. Эта тенденция свидетельствует о растущей ориентации на рынки СНГ и одновременном снижении интереса со стороны путешественников из более дальних стран. В отличие от въездного туризма выездной туризм демонстрирует обратную тенденцию: граждане Беларуси все чаще путешествуют в страны дальнего зарубежья (75 % от общего числа поездок в 2023 г. против 67 % в 2019 г.). В этих условиях внутренний туризм оказался наиболее устойчивым и динамично развивающимся сегментом, не только преодолевшим последствия кризиса, но и превысившим допандемийный уровень к концу 2023 г. Это свидетельствует об эффективности поли-