

ные показатели по производству мяса (135 %), яиц (123 %), картофеля (110,8 %) и овощей (103,2 %). Уровень производства сельхозпродукции на душу населения в Беларуси соответствует уровню развитых государств и по многим позициям превышает показатели, достигнутые в странах СНГ.

Наращивание объемов производства позволило не только удовлетворить потребности внутреннего рынка, но и увеличить экспорт продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья на 14,4 %. В 2024 г. получено 8,5 млрд долл. США, что на 1 млрд больше, чем в 2023 г.

Республика Беларусь входит в топ-15 ведущих экспортеров мясной продукции, в пятерку государств — экспортеров молочных продуктов.

Рекомендуемые подходы к укреплению продовольственной безопасности:

- развитие собственного сельскохозяйственного производства с применением агропромышленной кооперации, агромелиоративных и агрохимических мероприятий для повышения качества и увеличения объемов продукции;

- внедрение технологического суверенитета в агропромышленном комплексе (АПК);

- продвижение продукции отечественных производителей на внутреннем и внешних рынках с укреплением конкурентных позиций;

- инвестиции и поддержка сельхозпроизводителей через государственные программы;

- укрепление сотрудничества в рамках Союзного государства, ЕАЭС, СНГ и ШОС по вопросам совместного обеспечения продовольственной безопасности.

Республика Беларусь демонстрирует успешную модель продовольственной безопасности, которая не только полностью обеспечивает внутренние потребности, но и имеет мощный экспортный потенциал.

СНИЛ «Гандаль»

Л. М. Кутузова, Д. А. Лаврова, А. А. Чаплинская

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е. В. Андрос

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВОЗРАСТАЮЩУЮ РОЛЬ ОБЪЕКТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Актуальность темы связана с исследованием факторов, влияющих на возрастающую роль объектов общественного питания. Если в недавнем прошлом посещение заведений общепита носило преим-

щественно праздничный характер, то сегодня оно стало неотъемлемым элементом повседневности для значительной части городского населения. Люди стали ценить не только саму еду, но и новые впечатления, которые они получают в кафе и ресторанах. В современном мире заметны следующие тенденции, влияющие на возрастающую популярность объектов общественного питания:

- люди идут в кафе за эмоциями, атмосферой и возможностью делиться впечатлениями в соцсетях;
- онлайн-заказ, доставка, QR-меню и автоматизация делают еду доступнее и удобнее;
- качественный сервис и забота о гостях (веган-меню, детские зоны) стали обязательными из-за высокой конкуренции;
- рост числа кафе и ресторанов повышает качество жизни, обеспечивая разнообразие и удобство в шаговой доступности.

С 2022 г. рынок общественного питания практически полностью перешел в стадию доминирования объектов быстрой кухни различных типов. Всего в Минске сегодня функционируют более 4,5 тыс. объектов общественного питания. Преимущественно это кафе и кофейни. Кафе — более 1400 объектов, 685 кофеен. Обеспеченность местами в общедоступных объектах общественного питания на 1000 чел. по состоянию на 1 января 2024 г. по Республике Беларусь составила 43,2 места при нормативе 42 [1];

- доходы населения. Данные Национального статистического комитета показывают устойчивый и значительный рост среднедушевых денежных доходов населения в номинальном выражении: 2020 г. — 801,3 р.; 2021 г. — 908,2 р. (+13,3 % к 2020 г.); 2022 г. — 1027,1 р. (+13,1 % к 2021 г.); 2023 г. — 1174,5 р. (+14,3 % к 2022 г.); 2024 г. — 1376,0 р. (+17,2 % к 2023 г.). За пятилетний период доходы населения в номинальном выражении выросли на 71,7 % [2].

Рост денежных доходов является одним из ключевых факторов, напрямую влияющих на потребительское поведение в сфере общественного питания. Эту связь можно объяснить ростом покупательной способности, что позволяет направлять больше средств на услуги, а также стремлением экономить время, так как люди стали чаще делегировать приготовление пищи профессионалам.

Повышение благосостояния создало устойчивый спрос и позволило питанию в кафе и ресторанах стать регулярной частью жизни населения.

Посещение объектов общественного питания в современном мире становится повседневной нормой благодаря изменившимся потребительским предпочтениям в сторону эмоций, развитию инфраструктуры, росту доходов населения и другим причинам.

Источники

1. Аналитическая информация // Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. — URL: <https://>

mart.gov.by/activity/torgovlya-i-uslugi/regulirovanie-obshchestvennogo-pitaniya/analiticheskaya-informatsiya-/ (дата обращения: 24.11.2025).

2. Денежные доходы населения в расчете на душу населения в месяц // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: <https://dataportal.belstat.gov.by/osids/indicator-info/10105100003> (дата обращения: 24.11.2025).

Р. А. Куцев, П. В. Соболев
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Е. В. Андрос**

ВЛИЯНИЕ ПЛАТФОРМЕННЫХ РЕШЕНИЙ НА КОНКУРЕНЦИЮ В ТРАДИЦИОННЫХ СЕРВИСАХ (ТАКСИ, ДОСТАВКА, ЖИЛЬЕ)

Цифровая трансформация привела к развитию платформ, кардинально изменивших конкуренцию в такси и доставке еды. В Беларуси вклад цифровой экономики составляет 6,1 % ВВП. Цель — оценка воздействия платформ на конкурентную среду Беларуси [1].

Если говорить о рынке такси в Беларуси, то можно привести следующую статистику: Яндекс.Go занимает 92,5 % рынка, остальные операторы (А1 Такси, Максим) — 7,5 %. Число пассажиров выросло с 2,37 млн до 2,82 млн чел. за 2020–2024 (+19 %). С ноября 2024 г. введен реестр: зарегистрировано 37 000 водителей.

Эффектами будут являться низкие барьеры входа для водителей, зависимость от алгоритмов, комиссии 10–15 %, риски монополизации.

На рынке доставки еды статистика следующая: товарооборот общепита: 6,3 млрд р. (+10,6 %), Минск — 48 %. Игроки: Delivio.by, Just-eat.by, Glovo. Комиссии агрегаторов — 30 %.

Влиянием будут являться доступ к клиентам без инвестиций в логистику, высокие комиссии снижают рентабельность, зависимость от алгоритмов ранжирования. Сетевыми эффектом является следующее: ценность платформы растет с числом участников, создавая тенденцию к монополизации. Вклад цифровой экономики в ВВП Беларуси в 2024 г. — 6,1 % [2].

Трансформационными барьерами являются снижение традиционных и рост новых (зависимость от алгоритмов, комиссии 10–30 %).

Асимметрия власти: платформы контролируют доступ к клиентам и ценообразование. Госпрограмма «Цифровое развитие» 2021–2025 направлена на регулирование.

Таким образом, можно сделать выводы:

1. Критическая концентрация: Яндекс.Go — 92,5 % рынка такси, что создает риски для конкуренции.