

до того, как он сам начнет поиск. Это же касается и динамического ценообразования, когда специальные модули в CRM отслеживают спрос и конкуренцию, помогая менеджерам оперативно анализировать стоимость предложений для максимальной конверсии.

Автоматизация рутинных операций стала другим значимым шагом. Умные чат-боты, интегрированные в CRM, взяли на себя большинство типовых запросов по визам, документам, наличию мест и условиям отдыха, что высвободило менеджеров для решения более сложных задач. Сегодняшние боты стали намного умнее. Раньше они могли только отвечать по заготовленным фразам, а теперь в Telegram или Viber они могут полноценно пообщаться с вами, помочь выбрать что нужно и оставить заявку. Далее ее берет менеджер и завершает оформление.

Прогнозная аналитика кардинально изменила подход к управлению рисками и закупкам. Если раньше решения о выкупе мест у туроператоров часто принимались на основе интуиции, то теперь CRM с ИИ анализируют большие данные: поисковые тренды, цены на авиабилеты, экономические индикаторы и даже погодные прогнозы, чтобы строить модели спроса на те или иные направления. Это позволяет компаниям более точно формировать турпакеты, минимизируя риски нереализованных горящих путевок.

Таким образом, к 2025 г. ИИ в CRM для белорусского туризма не просто добавил новые функции, а перестроил саму бизнес-модель работы с клиентом, сместив акцент с реактивного обслуживания на проактивное, предсказывающее и гиперперсонализированное взаимодействие.

**Ю. А. Кулак**  
*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — С. В. Стасюкевич*

## **ЭКОИННОВАЦИИ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ**

Эффективное функционирование субъектов общественного питания невозможно без изучения и внедрения передовых отечественных и зарубежных технологий, современных видов оборудования, форм организации торгово-производственных, коммерческих процессов и обслуживания покупателей, т.е. без внедрения инноваций [1]. Экологизация общественного питания является значимым направлением инновационного развития общественного питания во всем мире и в Республике Беларусь.

В условиях роста экологической осознанности у бизнеса и у покупателей, изменений законодательства субъекты общественного питания активно внедряют новые подходы к упаковке, работе с отходами, производственным и торговым процессам, ассортименту. Пе-

реход на принципы циркулярной экономики диктует необходимость экономного потребления, т.е. извлечения максимума из продуктов и товаров.

Общественное питание традиционно является источником значительного количества отходов. По данным исследований, в среднем около 5 % приготовленной в общественном питании еды отправляется в мусор, а в ряде ресторанов этот показатель достигает 10 %. Решение данной проблемы кроется в развитии предприятий по переработке отходов.

С 1 января 2021 г. постановлением Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь «О перечне одноразовой пластиковой посуды» от 19 февраля 2020 г. № 14 в Беларуси введен запрет на использование и продажу определенных видов одноразовой пластиковой посуды в объектах общественного питания. Данным постановлением предусмотрено, что к 2035 г. 30–50 % всей упаковки в стране должны стать экологически чистыми. В рамках реализации данного постановления субъекты общественного питания перешли на экологичные виды упаковки: бумажные, крафтовые, био-разлагаемые стаканы и контейнеры (PLA и др.).

Повторное использование продуктов и тары — новый тренд, который может привести к сокращению количества биомусора. Так, многие продукты могут стать удобрением, или послужить питательным веществом для животных, или стать биотопливом. Популярным среди молодежи является использование собственных термосов вместо одноразовой посуды. Интересными экоиновациями являются использование «съедобного меню», когда для его создания используются съедобные пищевые материалы (например, рисовая бумага), и применение «съедобной посуды» (например, некоторые объекты общественного питания предлагают покупателям суп в тарелках из хлеба).

Таким образом, внедрение экоиноваций происходит в общем русле инновационного обновления ресторанной сферы, которое выражается в структурной перестройке отрасли [2], обеспечении экономного потребления пищевой продукции, использовании экологически чистой посуды, внедрении инновационных технологий по переработке отходов.

### Источники

1. *Стасюкевич, С. В.* Инновационное развитие общественного питания Республики Беларусь / С. В. Стасюкевич // Научные труды Белорусского государственного экономического университета. — Мн., 2020. — Вып. 13. — С. 473–482.

2. *Стасюкевич, С. В.* Цифровые инновации как вектор развития ресторанного бизнеса / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XIV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20 мая 2021 г. / Бел. гос. экон. ун-т. — Мн., 2021. — С. 255–256.