

Таким образом, обогащение зефира пищевыми волокнами в виде яблочной клетчатки не только улучшает физико-химические и рологические показатели качества зефира при хранении, но и может способствовать продлению его срока годности.

Литература

1. Изделия кондитерские пастильные. Общие технические условия : СТБ 2361-2014. — Введ. 01.01.2015. — Минск : Госстандарт, 2015. — 24 с.
2. Олейникова, А. Я. Практикум по технологии кондитерских изделий / А. Я. Олейникова, Г. О. Магомедов, Т. Н. Мирошникова. — СПб. : ГИОРД, 2005. — 480 с.

О.А. Столяревская

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

ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ СЕТЕВОЙ РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС: ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ОБОСТРЯЮЩЕЙСЯ КОНКУРЕНЦИИ

Сфера общественного питания является одной из наиболее динамично развивающихся в Беларуси. В последние годы в Республике Беларусь на рынке ресторанных услуг особое место стал занимать сетевой бизнес, ориентируемый на средний ценовой диапазон и функционирующий в формате быстрого питания. На данный момент в Беларуси более 40 объектов питания работают под мировыми брендами на основе франчайзинга (KFC, Burger King, Paul, Cinnabon и др.) [1]. При этом при активном продвижении иностранного сетевого бизнеса наблюдается медленное развитие отечественного, в связи с чем интересным является изучение российского опыта, так как наши страны участвуют в интеграционном объединении и для них создаются равные конкурентные возможности в сфере развития бизнеса.

Количество объектов питания сетевого формата в РФ за 2016 г. по сравнению с 1915 г. возросло на 3,3 п.п., а за пять лет (по сравнению с 2011 г.) — на 72,9 п.п. В 2016 г. в сегменте сетевых ресторанов российского рынка высокую динамику развития демонстрируют заведения быстрого питания. В 2016 г. по сравнению с 2015 г. в РФ открылось около 408 новых объектов быстрого питания, а в целом насчитывалось 502 сети общественного питания, среднее количество объектов в сети — 31,8 ед. (при этом в РФ, в отличие от РБ сетевой бизнес активно развивается в регионах) [2]. Изучение предложения рынков франшиз Республики Беларусь и Российской Федерации выявило следующее: 39 % от всех предложений на белорусском рынке составляют российские франшизы, 20 % — белорусские, 12 % — франшизы США, 10 % — Италии, 10 % — Украины, 5 % — Германии, оставшиеся 4 % приходятся на Ве-

ликобританию и Австралию. Предложение же франшиз на российском рынке в структуре выглядит следующим образом: 55 % приходится на Россию, 25 % — США, 13 % — Италию, 3 % — Великобританию, оставшиеся 4 % в равных долях распределяются между Финляндией, Чехией, Австрией и Францией. Соответственно, можно констатировать весьма низкий уровень развития отечественных сетей на белорусском рынке. При этом анализ результатов функционирования одной из национальных сетей показал, что приход на отечественный рынок франшиз-мировых лидеров существенным образом снижает показатели эффективности отечественных сетевых объектов: рентабельность продаж снизилась почти в 3 раза, что объясняется возросшей со стороны иностранных сетей конкуренцией.

Таким образом, у белорусского сетевого бизнеса есть будущее, но для этого следует изучать и использовать конкурентные преимущества ведения сетевого бизнеса, более глубоко изучить потребности населения, выходить на региональные рынки, так как присутствие в них крупных брендов ограничено, а потенциальный спрос велик.

Литература

1. Топ-50 иностранных франшиз на белорусском рынке [Электронный ресурс] // Новости TUT.BY. — Режим доступа: <https://news.tut.by/economics/445555.html>. — Дата доступа: 28.02.2018.

2. Федеральная служба государственной статистики России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gks.ru/>. — Дата доступа: 29.02.2018.

А.Н. Цвирко

*Научный руководитель — кандидат технических наук М.Л. Зенькова
БГЭУ (Минск)*

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ КОНСЕРВИРОВАННЫХ ОГУРЦОВ

Консервированные огурцы не являются продуктом повседневного спроса, однако пользуются популярностью у покупателей и представлены в розничной торговле не только белорусскими, но и иностранными производителями.

Для анализа качества в соответствии с техническими нормативными правовыми актами отобрано 10 образцов консервированных огурцов в магазинах г. Минска под следующими товарными знаками: Lorado (Индия), Natur Bravo (Молдова), Lutik (Вьетнам), Mikado (Россия), Globus (Вьетнам), «Баткино лукошко» (Беларусь), Укрполе (Украина), Wasta (Германия), «По-домашнему» (Беларусь). Качество консервированных огурцов определяли по органолептическим показателям (внеш-