http://edoc.bseu.by:8080

ными летом, что также связано с требованиями к условиям хранения подобных блюд. В то же время фудтраки с прохладительными напитками и мороженым уступают им место зимой. Для Беларуси характерны проблемы с подведением электричества и водоснабжения, так как объекты формата стрит-фуд предпочтительнее размещать в общественных местах. К вышесказанному можно добавить и небольшое количество тематических мероприятий. Вместе с этим формат стрит-фуд привлекает тем, что требует минимальных вложений. Это значит, что предприниматель экономит на аренде помещений, дорогом капитальном ремонте и содержании большого штата сотрудников. Еще один плюс такого формата — мобильность торговой точки и гибкость меню, что дает возможность широкого охвата аудитории. Конкуренция в этой нише достаточно высокая, однако за счет уникальности приготовляемых блюд, их эффектного внешнего вида и привлекательного оформления самого прицепа, владелец стрит-фуда легко сможет найти клиентов. Таким образом, мы считаем формат уличной еды привлекательным вариантом ведения бизнеса. Учитывая стабильный или даже растущий спрос на уличную еду, можно сказать, что данный формат имеет все шансы в ближайшее время достичь пика своего развития и стать достойной альтернативой другим форматам деятельности объектов общественного питания.

И.И. Гуторова
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель И.Л. Акулич
(д-р экон. наук, профессор)

МИРОВОЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Ресторанный бизнес занимает важное место в индустрии гостеприимства и приносит значительные доходы в таких странах, как Канада, США, страны Европы. С развитием туризма расширяются возможности развития ресторанного бизнеса в Таиланде, Японии, Сингапуре, Китае, Индии и других странах Азии. Под ресторанным бизнесом понимается интегрированная сфера предпринимательской деятельности, связанная с организацией производства и управлением рестораном или иным предприятием общественного питания, направленная на удовлетворение имеющихся потребностей людей во вкусной, разнообразной и здоровой пище, сервисных услугах, а также получения прибыли [1]. Это сфера имеет свои специфические особенности, характерные для каждой конкретной страны. К примеру, доходностью ресторанного бизнеса в ряде стран мира варьируется от 4,5 до 30 %. К примеру, в Испании — 30 %, в Болгарии, Португалии, Мальте, США — 20 %, в Швейцарии — 17 %, в Хорватии, Турции — 10 %, в Бельгии, Чехии, Польше — 7–9 %, в Нидерландах, Швеции — 5 % [2]. Согласно прогнозу Национальной ассоциации ресторанов США, в 2017 г. продажи в отрасли

достигнут 799 млрд дол., что на 4,3 % больше по сравнению с предыдущим годом. Многие крупные сети ресторанов в США реализуют программы по стимулированию спроса, а также гибко адаптируют меню под потребности своих целевых покупателей, что в совокупности способствует росту продаж в сфере ресторанного бизнеса.

По данным [3] в сфере общественного питания Западной Европы наметились перемены в виде следующих тенденций: возрастание роли экологически свежих продуктов, наблюдаются перемены в культуре питания в Европе с одновременным влиянием американской и итальянской культуры и все меньшей — французской, происходит сокращение жизненного цикла объектов общественного питания, деятельность предприятий fast food и традиционных ресторанов все больше дополняют друг друга.

В Китае ресторанный бизнес стремительно развивается. Согласно [4] основным тенденциям развития общественного питания в Китае можно назвать следующие: все более детальная сегментация потребления, ориентация на брэнд предприятия, широкое внедрение низкоуглеводных диет, актуальность развития здорового и диетического питания, онлайн-обслуживание, повышение роли инновационных видов продвижения услуг и стимулирование потребительского спроса.

Концепцией развития сферы услуг в Республике Беларусь на 2015–2020 годы определены основные направления развития общественного питания. Вместе с тем в перспективе при развитии ресторанного бизнеса в Республике Беларусь целесообразно открывать узкопрофильные объекты с демократичными ценами, объекты общественного питания в форме фуд-кортов, а также объекты в сфере ресторанного бизнеса различных концепций, не дублирующих одна другую. Целесообразно предлагать услуги кейтеринга, открывать рестораны для всей семьи, рестораны здорового питания.

Список использованных источников

1. Ресторанный бизнес в России: технология успеха / Л.С. Кучер [и др.]. — М. : Транслит, 2007. — 512 с.

2. *Ситникова, О.В.* Ресторан и кафе с нуля / О.В. Ситникова. — СПб. : Питер, 2007. — 192 с.

3. *Юзеф, Сала.* Маркетинг в общественном питании : пер. с пол. / Сала Юзеф. — М. : Финансы и статистика, 2006. — 240 с.

4. Современные тенденции развития сферы общественного питания КНР [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2016/TGU_7_22.pdf.