

ния, представленные сдаваемыми внаем квартирами, комнатами, коттеджами и усадьбами.

#### **Источник**

1. Основные показатели работы коллективных средств размещения [Электронный ресурс] // Главное статистическое управление Гродненской области. — Режим доступа: <http://grodno.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/ekonomicheskaya-statistika/turizm/godovye-dannye/osnovnyepokazатели-raboty-kollektivnykh-sredstv-razmesheniya/>.

**Д.С. Лютова, А.Е. Матусевич, В.Н. Подрезенко**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — И.В. Уриш, канд. экон. наук, доцент*

### **РАЗВИТИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ РЕСТОРАНОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Виртуальные рестораны — это вид концептуальных ресторанов, в которых используются технологии виртуальной реальности (VR), обеспечивающие создание эксклюзивной атмосферы. Чаще всего покупатели могут наблюдать вместо стен ресторана 3D панорамы, летающие блюда и меню. При посещении подобного заведения покупатель может получить определенные эмоции, прочувствовать необыкновенную атмосферу и, конечно, испытать гастрономический восторг.

Технологии виртуальной реальности стали использоваться в ресторанах, ориентированных на последние тенденции, чтобы предложить уникальную кухню и привлечь новых покупателей [1]. Одной из значимых плюсов такого заведения является то, что оно будет привлекать туристов со всех стран мира, у него практически не будет конкуренции со стороны сетевых структур, а также будет усиливать роль инноваций в экономическом развитии страны. Новые технологии используются для поднятия уровня гастрономии, подачи блюд и новых кулинарных впечатлений.

Мы исследовали опыт функционирования виртуальных ресторанов на примере Японии. Можно сказать, что интерьер в ресторане играет большую роль. Например, в Японии открылся виртуальный ресторан с воздушной тематикой. Официанты одеты как стюарды/стюардессы, покупатели сидят на креслах, которые вибрируют, как при полете, а в очках виртуальной реальности они могут увидеть 3D панораму из кабины пилота. Виртуальные рестораны автоматизируют свою работу с помощью специальных систем (например, Jowi), заботятся о комфорте посетителей с помощью правильного света и звука, а также используют дизайн-приемы в создании меню. В подобных

ресторанах могут быть использованы цифровые вывески, чтобы показывать изображения еды в высоком разрешении, а также с определенной легкостью менять блюда дня.

Анализ ресторанного бизнеса в Республике Беларусь позволил выявить отсутствие виртуальных ресторанов в нашей стране. Проблема создания виртуальных ресторанов заключается в недостаточном количестве предпринимателей, которые решились бы открыть такой формат объекта ресторанного бизнеса. Вместе с тем создание виртуальных ресторанов в Республике Беларусь будет способствовать развитию инновационных форматов в нашей стране и тем самым развивать ресторанный бизнес.

#### **Источник**

1. Приют для «виртуальных ресторанов»: общие кухни меняют мир общепита [Электронный ресурс] // 365-invest. — Режим доступа: <https://365-invest.com/priyut-dlya-virtualnyh-restoranov-obshhie-kuhni-menyayut-mir-obshhepita/>.

**А.И. Ляшкова, В.М. Астрейко**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — О.В. Ежель, канд. экон. наук, доцент*

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Живущие в больших городах люди ежедневно подвергаются воздействию стрессов, неблагоприятной экологической обстановки, а также несбалансированного питания. В связи с этим растет интерес к лечебно-оздоровительному туризму. В Республике Беларусь услуги лечебно-оздоровительного туризма предоставляются, в большинстве своем, в санаториях и профилакториях. Основными потребителями услуг лечебно-оздоровительного туризма являются люди «элегантного» возраста, а также туристы из России, Китая и арабских стран. Особенностью развития лечебно-оздоровительного туризма является незаинтересованность молодого поколения в услугах санаториев и профилакториев. Это связано с недостаточной базой предоставляемых услуг, которые бы могли заинтересовать молодежь. Статистика посещения санаториев по возрастным категориям показывает, что 80 % всех выезжающих в санатории — это люди «элегантного» возраста, 15 % — средних лет и всего 5 % из общего числа — это молодое поколение от 18 до 25 лет [1].

Республика Беларусь имеет огромный потенциал для введения различных новшеств в оказании лечебно-оздоровительных услуг.