

the result of a long period of intensification of social contradictions. Therefore, it may be concluded that technology cannot guarantee the revolution, but it could become the driving force of the revolution. It is essential to research the impacts of ICTs on social movements.

References:

1. Aras, B. and Akarcesme, S., 2012. Turkey and the Arab Spring. *International Journal: Canada's Journal of Global Policy Analysis*, 67(1), pp. 39-51
2. Bradley, J. R., 2012. *After the Arab Spring: How the Islamists Hijacked the Middle East Revolts*. Basingstoke, United Kingdom: Palgrave Macmillan.
3. Donk, W. V. D., Loader, B. D., Nixon, P. G. and Rucht, D., 2003. *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*. New York: Routledge.
4. Gelvin, J., 2012. *The Arab uprisings: What everyone needs to know*. New York: Oxford University Press.
5. Karatzogianni, A., 2013. A Cyberconflict Analysis of the Arab Spring Uprisings. In Youngs, G. (ed.), *Digital World: Connectivity, Creativity and Rights*. London and New York Routledge, pp. 1-21.
6. Karatzogianni, A., 2015. *The Arab Spring Uprisings. Firebrand Waves of Digital Activism (1994-2014): The Rise and Spread of Hacktivism and Cyberconflict*. London: Palgrave Macmillan.
7. Lynch, M., 2011. After Egypt: The Limits and Promise of Online Challenges to the Authoritarian Arab State. *Perspectives on Politics*, 9(02), pp.301-310.
8. Schwartz, M., 2011. The Egyptian Uprising. *New Labor Forum*, 20(3), pp.33-43.

***И.И. Гуторова, старший преподаватель
ГУО «Институт бизнеса Белорусского государственного
университета»***

Развитие ресторанного бизнеса: мировой и отечественный опыт

Ресторанный бизнес занимает весомое место в индустрии гостеприимства. Именно с развитием туризма появляются возможности развития ресторанного бизнеса. Индустрия гостеприимства достигла расцвета. Лидерами в этой области остаются США и Европа.

В современном мире актуально развитие ресторанного бизнеса на инновационной основе. В свете сказанного интерес представляет опыт развития ресторанного бизнеса как в США, так и в странах Западной и Восточной Европы. Более подробно тенденции развития ресторанного бизнеса в США, странах Западной Европы, Китая, России представлены в научно – практическом журнале «Вестник Белорусского государственного экономического университета» в статье «Развитие ресторанного бизнеса» [1].

В период пандемии в странах Западной Европы произошли следующие изменения в развитии ресторанного бизнеса. Так, произошло увеличение спроса на доставку, а также развитие кейтеринга. Ключевой задачей рестораторов стало переосмысление

своей деятельности и применение в работе альтернативных возможностей, таких, как переориентация на службу доставки. Ключевым изменением, обязательным для кафе или ресторанов в Европе, стало требование организации обслуживания на улице. Абсолютными лидерами спроса во время пандемии стало развитие автокафе, обеспечивающие минимальный риск контактов. Также во время коронокриза произошло сокращение количества туристических и деловых поездок. Как следствие появляется тренд на работу из дома, в свете чего, внимание рестораторов переключилось на жилые кварталы, а именно: чем ближе расположен ресторан к местам жительства гостей, тем считается лучше.

В США наряду с развитием доставки и кейтеринга также появляются новые тенденции развития ресторанный бизнеса в современном мире. Актуально развитие брендированной ресторанной продукции, а также флекситариянства, граничащее с вегетарианством. Также актуален тренд на ферментированную продукцию, а также аналоговую «еду». Происходит дальнейшая цифровизация объектов ресторанный бизнеса.

В Беларуси развитие ресторанный бизнеса происходит в свете реализации Закона «Об изменении законов по вопросам торговли и общественного питания», «Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года» и других документах. Особенно актуально развитие ресторанный бизнеса с учетом современных подходов развития отрасли.

Согласно данным Министерства статистики и анализа Республики Беларусь количественное развитие отрасли представлено в таблице 1.

Таблица 1. Развитие объектов общественного питания по областям и в г. Минске

	2010	2015	2017	2019	2020
Республика Беларусь	11 965	12 545	12 978	13 965	14 165
Брестская	1 713	1 724	1 749	1 868	1 899
Витебская	1 742	1 768	1 703	1 710	1 727
Гомельская	1 932	1 891	1 919	1 859	1 951
Гродненская	1 279	1 274	1 298	1 350	1 370
г. Минск	1 930	2 488	2 767	3 378	3 433
Минская	1 753	1 831	2 045	2 258	2 296
Могилевская	1 616	1 569	1 497	1 542	1 489

Согласно данным таблицы 1 в Республике Беларусь развитие объектов общественного питания происходило главным образом в г. Минске. Минской области, Гомельской области. Рост объектов за 10 лет составило + 2 200 объектов. Интерес представляет исследование развития ресторанов, так и ресторанов быстрого обслуживания (таблица 2).

Таблица 2. Развитие ресторанов и ресторанов быстрого обслуживания в Республике Беларусь

	2016	2017	2018	2019	2020
Объекты общественного питания	12 779	12 978	13 371	13 965	14 165
рестораны	516	516	513	534	504
рестораны быстрого обслуживания	112	143	175	211	241
рестораны быстрого обслуживания, %	0,88	1,10	1,31	1,51	1,70

Согласно данным таблицы 2 развитие ресторанов быстрого обслуживания в Республике Беларусь в количественном диапазоне в 2020 г. составило 241 объект, что на 129 объектов больше по сравнению с 2016 г.

В целом, основные показатели деятельности объектов общественного питания в Республике Беларусь представлены в таблице 3.

Таблица 3. Основные показатели деятельности объектов общественного питания

	2016	2017	2018	2019	2020
Товарооборот общественного питания (в фактически действовавших ценах), млн. руб	1 904,7	2 188,0	2 561,7	3 030,5	2 570,8
из него в сельской местности	202,3	228,9	253,1	279,5	259,7
Товарооборот общественного питания на душу населения, руб	201,1	231,3	271,4	321,7	274,1
Индексы товарооборота общественного питания (в сопоставимых ценах), в процентах к предыдущему году	99,1	105,6	112,6	109,3	81,3
Число мест в объектах общественного питания, тыс	769,7	773,0	775,0	787,5	773,8
из них расположенных в сельской местности	196,5	197,1	194,3	193,4	189,3

По данным таблицы 3 представлены определенные показатели развития объектов общественного питания. Так, согласно данным таблицы 3, товарооборот общественного питания (в фактически действовавших ценах) составил 2 570,8 млн. руб., что на 666,1 млн. руб. больше по сравнению с 2016 г. Товарооборот общественного питания на душу населения в 2020 г. составил 274,1 руб., что на 73 руб. больше по сравнению с 2016 г. Число мест в объектах общественного питания составило в 2020 г. 773,8 тыс. мест. Из них расположенных в сельской местности 189,3 тыс. места.

В целом, при развитии ресторанного бизнеса в Республике Беларусь на перспективу целесообразно использовать маркетинговый подход развития бизнеса. Целесообразно разрабатывать маркетинговые стратегии, а также обоснованно открывать объекты ресторанного бизнеса тех концепций, которые будут востребованы в том или ином регионе, городе, а также активно использовать кейтеринг и доставку продукции.

Список использованной литературы:

1. Гуторова, И.И. Развитие ресторанного бизнеса //Вестник Белорусского государственного экономического университета, № 3.2019. – с. 78-86.

2. Внутренняя торговля и общественное питание в Республике Беларусь [Электронный ресурс] <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/bf8/e11d47csxery6jssmxcf-0n8ert1fm00p.pdf>, дата обращения 03.06.2022.