

**А. В. Кононович, У. С. Шевчик**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — Л. С. Пацай, канд. экон. наук, доцент*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ФЛОРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В БЕЛАРУСИ**

Цветочный бизнес относится к сфере розничной торговли и представляет собой последнее звено в цепи от производителя до покупателя. Сейчас он переживает не лучшие времена, что напрямую связано с мировым кризисом в экономике. Всегда в первую очередь в таких случаях падает спрос на цветы, которые играют роль своеобразного барометра благосостояния общества.

Голландия — один из главных поставщиков цветов на мировой рынок. Реализация продукции в Нидерландах осуществляется на 15 аукционах. За час работы здесь продается 1 млн тюльпанов и 3 млн роз. Отсюда цветы отправляются по всему миру, в том числе и в Беларусь.

На сегодняшний день 90 % белорусского цветочного рынка принадлежит импортерам. У южноамериканских цветов более крупные бутоны, мощные стебли, что многим белорусам по вкусу. Голландия же хороша разнообразием, гигантским ассортиментом — более тысячи наименований. Около 20 т срезанных цветов доставляются в Беларусь ежегодно, однако приобретаются они уже несвежими, проходя долгий путь.

Всего международная промышленность срезанных цветов производит продукции на 30 млрд дол. США ежегодно. А это в несколько раз больше, чем объем мирового рынка сельскохозяйственных тракторов, на участие в котором делает ставку, к примеру, наша страна.

Нам пока такие объемы не грозят, однако уже то, что за последние пять лет оборот импортных поставок срезанных цветов (только по официальным данным) вырос в три раза, говорит о многом. Можно смело прогнозировать, что и в ближайшие несколько лет этот (пока еще остающийся в тени) сегмент рынка будет расти на 20–25 % ежегодно. При этом определить участие местных производителей в этом процессе невозможно из-за отсутствия официальной статистики. Как правило, отечественные тюльпаны, розы, гвоздики, хризантемы и ромашки появляются лишь к праздникам, но и тогда их доля не превышает 10 % рынка. Ситуация может улучшиться лишь с переводом цветочных хозяйств на круглогодичное выращивание цветов. В Беларуси себестоимость отечественных цветов довольно высока, потому что промышленное производство цветов — высокотехнологичный бизнес, а у большинства наших тепличных хозяйств недостаточно средств на его модернизацию, и предприниматели сетуют, что многое сегодня приходится делать буквально вручную.

Что же касается качества белорусских цветов, то, по мнению флористов, работать с импортным материалом проще и удобнее, так как каждый цветок строго соответствует стандартам качества. Сегодня наши цветы не могут полноценно конкурировать по качеству с элитными сортами всегда востребованных голландских роз. Основные закупки срезанных цветов в Беларуси делаются через крупных российских импортеров по двум направлениям: Нидерланды и Эквадор. Так что появление крупных сетевых игроков на этом рынке может его изрядно встряхнуть, тем более что уже сегодня цветочный бизнес по своему объему в несколько раз превышает весь рынок поддержанных и новых авто, а по рентабельности, особенно в праздничные дни, ему просто нет равных.

*Е. А. Комарова, В. А. Корзун, А. М. Хаменок  
БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Л. С. Пацай, канд. экон. наук*

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ РОБОТИЗАЦИИ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Ресторанная отрасль может мгновенно приспосабливаться под переменное потребительское поведение. В связи с большой конкуренцией ресторанам становится все труднее заполучить привередливых клиентов, что заставляет внедрять технологии или искать другие решения для привлечения потребителей.

Одним из инновационных решений является роботизация. Еще лет пять назад робот-повар и робот-официант казались чем-то невероятным для нас, однако сегодня это часть реальности. Рассмотрим несколько примеров роботизации в сфере общественного питания.

Робот-бариста в токийском кафе Henn na Cafe (Сибуя, Токио) появился в 2018 г. Посетитель выбирает и оплачивает напиток в торговом автомате, потом показывает чек с QR-кодом бариста. Помимо приготовления напитка он также может беседовать с посетителем. Робот может одновременно выполнять до пяти заказов, что занимает несколько минут. В 2018 г. в клубе Sapphire Gentleman's Club «выступила» пара роботов-стриптизеров. Роботы сделаны из частей манекена, автомобильных дворников, а вместо голов — старые CCTV-камеры. Управление ими происходит при помощи компьютера. Они совершают заикленные движения у шеста и даже принимают чаевые.

В 2017 г. в пиццерии Pizza.com (Пакистан) появился робот-официантка. Он представляет собой стройную девушку в длинном платье, фартуке и с шарфиком на шее. Робот встречает и приветствует клиентов на входе, а затем подносит к столу заказанную пиццу.