

Основываясь на существующих результатах исследований, эта работа анализирует типичный случай трансграничной электронной торговли и общую среду развития Китая и России на макро- и микроуровнях, основанную на комбинации теории и случая, и проектирует трансграничную электронную торговлю между Китаем и Россией. Будущая стратегия развития компании будет помогать развитию трансграничной электронной торговли, что поспособствует росту двусторонних торговых отношений в целом между Китаем и Россией. Поэтому в сочетании с теорией технологических инноваций теория транзакционных издержек анализирует мягкие и жесткие условия, необходимые для развития трансграничной электронной торговли, анализирует текущую ситуацию и тенденции развития трансграничной электронной торговли в Китае и России на макроуровне. Используя AliExpress в качестве объекта исследования китайско-российского трансграничного успеха в электронной торговле, необходимо проанализировать режим работы всей цепочки поставок по трем аспектам: информационного потока, логистики и движения капитала и сравнить его с традиционной цепочкой поставок внешней торговли. Успешный опыт, возможно, станет ориентиром для разработки следующих стратегий. Предполагается провести SWOT-анализ преимуществ и недостатков развития трансграничной электронной торговли в Китае и России, а также разработать стратегии и платформы поддержки на основе результатов проведенного анализа. Для улучшения применения и развития трансграничной электронной торговли между Китаем и Россией в двусторонней торговле приняты стратегия строительства, четыре стратегии развития и соответствующие защитные меры стратегии и стратегии развития талантов.

В последние годы китайско-российское торгово-экономическое сотрудничество активно развивается, расширяется двусторонняя торговля, реализуется стратегия «Один пояс — один путь», что является благоприятным условием для упрощения процедур торговли. В связи с развитием современных информационных технологий электронная коммерция с невысокой репутацией постепенно становится новой тенденцией китайско-российского торгово-экономического сотрудничества с широкими перспективами развития.

И.Г. Сысой
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И.М. Микулич, канд. экон. наук, доцент

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ОБЪЕКТОВ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года важное

место отводится развитию ресторанного бизнеса, общественного питания [1]. Ресторанный бизнес — это сфера предпринимательской деятельности, связанная с организацией и управлением рестораном или иным предприятием общественного питания, направленная на удовлетворение имеющихся потребностей человека во вкусной, разнообразной и здоровой пище, а также получение прибыли.

Можно отметить, что в 2018 г. в Республике Беларусь функционировало 13 371 организаций общественного питания, что в сравнении с 2014 г. больше на 9,79 п.п. Наибольшая концентрация приходится на долю города Минска и Минской области, что составляет 22,76 и 5,83 п.п. соответственно [2]. Стоит отметить, что за последние 5 лет наблюдается увеличение доли ресторанов быстрого обслуживания, закусочных, кофеен и кафе, кафетериев, но уменьшается доля столовых. Активно развивается сеть общественного питания при магазинах розничной торговли (фуд-корты). Таким образом, осуществляется интеграция объектов розничной торговли и общественного питания [3]. В данной сфере повсеместно внедряются новые технологии приготовления пищи и формы обслуживания (raw-bar (бар, где готовят и подают блюда из сырых продуктов), chef's table (специальный стол в ресторане, который получает блюда из рук шеф-повара) и др.). В последнее время значительно изменились и потребительские приоритеты — увеличился спрос на более ценные в питательном отношении продукты, такие как мясо, птица, колбасные изделия. Из-за распространения веганства и вегетарианства отмечается открытие заведений по данной тематике.

Ресторанный бизнес в Республике Беларусь имеет хорошие перспективы и выгоден для инвесторов, так как на протяжении многих лет имеет устойчивую тенденцию к росту. Однако рестораторам нужно верно выбрать направление и концепцию создаваемого заведения, а также учитывать это при разработке бизнес-плана.

Источники

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>. — Дата доступа: 02.02.2018.

2. Внутренняя торговля и общественное питание [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vnytrennia-torgovlya>. — Дата доступа: 02.02.2018.

3. Тишковская, Т.М. Общественное питание потребительской кооперации Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития / Т.М. Тишковская // Потребительская кооперация. — 2018. — № 1 (60). — С. 3–10.