

## Источники

1. Данченкова, Ю. И. Трансформация продвижения и конкурентоспособности индустрии гостеприимства в условиях цифровизации / Ю. И. Данченкова // Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика. — М. : ГУУ, 2021. — С. 20–26.
2. Мельникова, О. М. Особенности конкурентной борьбы в сфере гостиничного бизнеса / О. М. Мельникова, О. Г. Солнцева // Проблемы и перспективы развития туризма. Региональный аспект : материалы межрегион. науч.-практ. конф. студентов и молодых ученых, Грозный, 30 апр. 2021 г. / Чечен. гос. ун-т им. А. А. Кадырова. — Грозный, 2021. — С. 136–141.
3. Солнцева, О. Г. Влияние пандемии коронавируса на индустрию туризма и гостеприимства / О. Г. Солнцева // Общество. Доверие. Риски : материалы ежегод. междунар. форума. — М. : ГУУ, 2020. — С. 310–315.

**С. В. Стасюкевич, ассистент**  
*s.stasyukevich@mail.ru*

**И. В. Уриш, канд. экон. наук, доцент**  
*i.urish@inbox.ru*  
БГЭУ (Минск)

## ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Рынок общественного питания Республики Беларусь характеризуется ростом общего количества объектов общественного питания — по состоянию на 01.01.2021 г. в республике было зарегистрировано 14 165 объектов общественного питания на 773,811 тыс. мест.

Рассматривая структуру сети объектов общественного питания по состоянию на указанную дату, можно отметить существенную неравномерность их распределения по регионам. Значительная часть объектов сосредоточена в г. Минске — 3433 (24,24 % сети), и Минской области — 2296 (16,24 % сети). В Гродненской области число объектов всего 1370 (9,67 % сети), в Могилевской области — 1489 (10,51 % сети). Обеспеченность населения республики местами в объектах общественного питания составляет 828 мест на 10 000 чел. При этом хорошо обеспечено население г. Минска (861 место), Минской (840 мест) и Брестской (833 места) областей. Наименее обеспечены местами в объектах общественного питания жители Могилевской области (790 мест на 10 000 жителей). Однако сложившиеся тенденции в развитии общественного питания характеризуются недостаточно высоким уровнем развития инфраструктуры, особенно в регионах; снижением эффективности функционирования большинства объектов общественного питания [1].

В этой связи весьма актуальной является разработка региональных стратегий развития сети объектов общественного питания, отвечающих современным требованиям. В качестве приоритетных направлений для формирования региональных стратегий развития общественного питания можно выделить:

1. Развитие общедоступной сети за счет открытия автономно функционирующих ресторанов, кафе, баров, кофеен, бургерных и других, включая объекты «демократичного формата», быстрого питания; многофункциональные и специализированные объекты [1, 2], мобильные (нестационарные) объекты.

2. Развитие глобальных и национальных сетевых форм организации общественного питания, в том числе на основе договора франчайзинга [1, 2].

3. Повышение эффективности функционирования действующих объектов общественного питания за счет технической и технологической модернизации [3, с. 586]; автоматизации бизнес-процессов; организации доставки продукции общественного питания по заказам покупателей с использованием интернета и мобильных приложений, оказания кейтеринговых услуг, активизации интернет продвижения.

Таким образом, региональные стратегии развития общественного питания будут ориентированы не только на обеспечение территориальной доступности объектов общественного питания, но и на удовлетворение потребности различных групп населения в разнообразных и качественных услугах.

#### Источники

1. *Стасюкевич, С. В.* Стратегии развития общественного питания Республики Беларусь / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В. Н. Шимов (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2018. — Вып. 11. — С. 426–434.

2. *Стасюкевич, С. В.* Технология организации общественного питания : учеб. пособие для учащихся учреждений образования, реализующих образовательные программы профессионально-технического образования / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш. — Минск : РИПО, 2019. — 371 с.

3. *Стасюкевич, С. В.* Концептуальный подход к развитию общественного питания в Республике Беларусь / С. В. Стасюкевич, И. В. Уриш // Современные тенденции развития социально-экономических систем : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Волгоград, 27 окт. 2017 г. — Волгоград : Сфера, 2018. — С. 584–587.

**О. В. Толкач**, магистр экономики и управления туристической индустрией  
*tolivan@yandex.ru*  
Туристическое агентство «ГалилеоТур» (Минск)

## ДИВЕРСИФИКАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ РИСКОВ

Туристический бизнес является одним из наиболее рискованных видов предпринимательской деятельности в сфере оказания услуг, что обусловлено высокой степенью неопределенности, усиленной конкуренцией, динамично развивающейся внешней средой.

Как экономическая категория риск — событие, которое может произойти или не произойти. В случае наступления такого события возможны три экономических результата: отрицательный (ущерб, убыток); нулевой; положительный (выгода, прибыль). Принципы классификации рисков на материальные и нематериальные, фундаментальные и частичные, чистые и спекулятивные затрагивают как причину возникновения рисков, так и их последствия.

С точки зрения причин возникновения и масштабов последствий фундаментальные риски вызываются причинами, которые неподвластны воле человека и воздействуют одновременно на большие территории, оказывают влияние на экономику страны в целом и группы людей. Фундаментальные риски могут иметь природный (стихийные бедствия и т.д.), политический (войны и др.), социальный (голод, безработица и др.) характер. Безлические по источнику и широко охватывающие по воздействию фундаментальные риски могут быть отнесены к форс-мажорным обстоятельствам.

В настоящий момент международный туризм в Республике Беларусь подвержен фундаментальному риску. Проблема увеличения числа внутренних и внешних угроз, которые становятся все более разрушительными и непредсказуемыми, приобретает особое значение для предприятий туристической индустрии Республики Беларусь, осуществляющих деятельность в сфере выездного и въездного туризма. Это происходит на фоне активного восстановления мирового туристического рынка, снятия всевозможных ограничений и адаптации сферы туризма и гостеприимства к новым реалиям в связи с последствиями COVID-19.