

Источник

1. Edatop, концепция ресторана: разработка и основные правила // ЕДАТОП. — URL: <https://edatop.ru/articles/business/marketing/4189-koncepcija-restorana.html> (дата обращения: 22.11.2024).

Л. А. Сакович, К. Д. Ма

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Е. В. Андрос

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Повышение эффективности ресторанов и ресторанных холдингов — проект многоступенчатой комплексной оптимизации всех бизнес-процессов предприятия или группы предприятий: от маркетинга, логистики, производства и продажи до стратегии, инвестирования, контроллинга и анализа трех видов деятельности: операционной, финансовой и инвестиционной.

Основная стратегия повышения эффективности ресторана или группы ресторанов — своевременное получение достоверной и актуальной информации обо всех операционных показателях торговой, логистической и экономической деятельности [1]. Задача любой современной системы управления рестораном — максимально повысить эффективность работы ресторана за счет комплексной автоматизации основных бизнес-процессов: от процесса обслуживания посетителей в зале ресторана до получения финансовой отчетности о работе предприятия. Иными словами, на предприятии должен быть автоматизирован не только фронт-офис — обслуживание посетителей, но и бэк-офис — складской учет, производство блюд и полуфабрикатов, расчет себестоимости производства, складской учет, взаиморасчеты, бухгалтерский и налоговый учет [3].

Важно учесть поступление всех товаров, материалов, ингредиентов в ресторан. Но не менее важно учесть и все варианты расхода продуктов в ресторане. Корректное списание ингредиентов при производстве готовой продукции и, как следствие, получение корректной себестоимости производства — основа в учете продуктов в ресторане. Достоверная информация об остатках на складах играет не менее важную роль, чем данные о себестоимости производства.

Пути повышения эффективности функционирования организации ресторанного бизнеса:

- оптимизация операционных процессов, повышение качества обслуживания, эффективное маркетинговое продвижение, анализ данных и принятие решений, устойчивое развитие [2];

- количество гостей (разбивать их на группы и подгруппы по мотивам посещения и степени удовлетворенности предложением (меню), анализировать время посещения, зависимости и закономерности в поведении гостей);
- меню (разбивать его на группы и подгруппы корреляции, анализировать структуру потребления, временные, количественные и качественные параметры);
- чеки и заказы (разбивать их на ранги и отслеживать степень лояльности, платежеспособности, особенности группового и индивидуального посещения);
- АВС-анализы продаж блюд по объему продаж (валовой АВС-анализ), количеству блюд (количественный АВС), выявляющие конкуренцию между блюдами в меню, позиции-аутсайдеры, неправильные наценки, выходы блюд, ошибки в ценообразовании и т.д.;
- поток чеков гостей, что позволяет ранжировать чеки, определить степень соответствия меню концепции заведения, выявить конфликты различных аудиторий и т.д.
- более ста финансовых показателей «здоровья ресторана» (структура расходов и доля в выручке заведения, структура постоянных и переменных издержек, коэффициенты оборачиваемости денежных средств, коэффициенты товарных запасов и многие другие).

Источники

1. *Дэй, Дж.* Стратегический маркетинг / Дж. Дэй ; пер. с англ. В. Егорова. — М. : ЭКСМО-Пресс, 2002. — 632 с.
2. *Гэмбл, П.* Маркетинг взаимоотношений с потребителями / П. Гэмбл, М. Стоун, Н. Вудкок ; пер. с англ. В. Егорова. — М. : Гранд : Фаир-пресс, 2002. — 511 с.
3. *Азбука ресторатора. Все, что нужно знать, чтобы преуспеть в ресторанном бизнесе.* — М. : Изд-во Жигульского, 2003. — 215 с.

СНИЛ «Гандаль»

А. В. Самотошенко, А. В. Денисюк

БГЭУ (Минск)

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

ТРЕНДЫ И ИННОВАЦИИ МИРОВОГО ФРАНЧАЙЗИНГА

По данным на конец 2023 г., в мире существует более 3,5 млн франчайзи, охватывающих различные отрасли, включая ресторанный бизнес, услуги, розничную торговлю и образование. США остаются лидером по количеству франшиз. По данным International Franchise Association (IFA), в 2023 г. в США действовало более 780 тыс. франшиз [1].