

Источники

1. Берзинь, Е. В. Рынок ценных бумаг : электрон. учеб.-метод. комплекс / Е. В. Берзинь // Электронная библиотека БГЭУ. — URL: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/17401> (дата обращения: 24.11.2024).
2. Ценные бумаги // Единый портал финансовой грамотности. — URL: <https://fingramota.by/ru/guide/investments/securities> (дата обращения: 24.11.2024).
3. Какие акции самые популярные в Беларуси // Myfin.by. — URL: <https://myfin.by/article/money/kakie-akcii-samye-popularnye-v-belarusi> (дата обращения: 24.11.2024).
4. Цифры и факты: количество дел о банкротстве устойчиво снижается // Министерство экономики Республики Беларусь. — URL: <https://economy.gov.by/ru/news-ru/view/tsifry-i-fakty-kolichestvo-del-o-bankrotstve-ustojchivo-snizhaetsja-49832-2024/> (дата обращения: 24.11.2024).

У. Н. Шевченко, М. С. Евлаш
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. А. Голуб

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Повышение эффективности функционирования организаций общественного питания является важной задачей, особенно в условиях высокой конкуренции и изменяющихся потребностей потребителей. В ресторанном бизнесе можно столкнуться с такими проблемами, как: качество работы персонала, мотивация и удержание кадров, маркетинг и реклама, качество продуктов, соответствие стандартам работы заведений общественного питания, проблемы с инновациями и адаптация к изменениям на рынке. В работе представлено несколько путей решения этих проблем.

Первым пунктом можно отметить работу персонала. Повышение квалификации сотрудников через регулярные тренинги и мастер-классы по навыкам обслуживания и продажам помогает развивать необходимые компетенции. Корпоративные мероприятия способствуют укреплению командного духа и повышению мотивации, а введение бонусной системы за хорошую работу создает положительную атмосферу и способствует удержанию кадров. Регулярный анализ отзывов клиентов позволяет выявлять проблемы и улучшать сервис, в то время как правильное количественное соотношение сотрудников на рабочем месте обеспечивает эффективное обслуживание.

Следующим пунктом следует маркетинг. Эффективная реклама, привлекательный внешний вид заведения и его удачное месторасположение формируют положительный имидж. Активное присутствие в социальных сетях и использование таргетированной рекламы помогают привлечь новую аудиторию, а сотрудничество с известными брендами и службами доставки расширяет возможности для привлечения клиентов. Введение бонусных программ, акций и специальных предложений стимулирует повторные посещения, а регулярный мониторинг продаж и анализ клиентской базы позволяют адаптировать стратегию маркетинга под потребности аудитории. Разработка и продажа фирменной продукции способствует укреплению бренда.

Далее выделим такой пункт, как качество продуктов. Сотрудничество с проверенными поставщиками гарантирует высокое качество ингредиентов, а постоянный мониторинг сроков годности продуктов обеспечивает безопасность и свежесть блюд. Строгое соответствие стандартам предприятия гарантирует высокое качество обслуживания. Разработка уникальных блюд, соответствующих концепции заведения, привлекает клиентов и выделяет ресторан среди конкурентов.

Использование инноваций также способствует повышению эффективности работы в любой сфере. Внедрение современного программного обеспечения для автоматизации процессов сокращает время обработки данных и минимизирует ошибки, а новые технологии онлайн-бронирования и заказов делают процесс удобным для клиентов. Разработка приложения для удобного взаимодействия с клиентами улучшает их опыт взаимодействия с заведением и повышает лояльность, в то время как инвестиции в современное кухонное оборудование повышают качество приготовления блюд и ускоряют процессы.

Таким образом, улучшение перечисленных факторов конкурентоспособности приведет к повышению эффективности функционирования ресторанного бизнеса. Постоянное развитие и адаптация к изменениям на рынке помогут вашему заведению занять устойчивые позиции и привлечь больше клиентов.

Источник

Сала, Ю. Маркетинг в общественном питании / Ю. Сала ; пер. с пол. И. И. Иванюка. — М. : Финансы и статистика, 2006. — 240 с.