ство, реализация, организация потребления. Следовательно, качество ресторанного бизнеса зависит от:

1. качества производства;
2. качества реализации;
3. качества организации потребления.

Качество производства в свою очередь зависит от качества сырья, от качественного уровня сотрудничества с поставщиками, качественного уровня производственного персонала, качества материально-технической базы, качества технологий и др.

Качество реализации определяется качественным уровнем обслуживающего персонала, качественным уровнем материально-технической базы, участвующей в процессе реализации продукции и др.

Качество организации потребления определяется качеством услуг предоставляемых клиенту.

Таким образом, качество ресторанного бизнеса - совокупность элементов ресторанного бизнеса, обуславливающих их способность удовлетворять потребности населения в питании и организации досуга, соответствовать своей цели (получение дохода) и предъявляемым требованиям со стороны государства.

Эта категория является значимой, так как она охватывает все аспекты деятельности организации, продукция не может быть качественной без сырья соответствующего качества, уровень обслуживания не может быть высоким без высокого уровня подготовки персонала, бизнес не будет качественным без качественного управления материальными, трудовыми, финансовыми ресурсами. А от уровня качества бизнеса зависит не только доход собственника, зависит и качество развития отрасли, качество уровня жизни населения и качество экономики в целом.

О. В. Осмоловская, магистрант
Научный руководитель – *И.В. Прыгун*, канд. экон. наук

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Значимость общественного питания в экономической и социальной жизни современного общества определяет важность и актуальность исследования вопросов функционирования отрасли и выявления ее места в решении социальных и экономических задач. В этой связи в настоящее время для определения направлений совершенствования деятельности организаций отрасли, важный практический интерес представляет необходимость четкого определения со-

держания экономических терминов, которые будут положены в основу научного исследования эффективности. По данной проблеме в экономической литературе излагаются различные точки зрения, однако, по нашему мнению, она до сих пор не получила достаточно убедительного решения и по-прежнему вызывает широкие дискуссии.

Термин «эффективный» (от лат. *effectivus*) означает действенный, дающий нужные результаты, наилучшие результаты. Следовательно, «эффективность» – это понятие, обозначающее результативность функционирования системы какого-либо рода, которое может быть применено как к общественному производству в целом, так и к отдельным составляющим его сферам (производства, обращения, обмена и потребления), отдельным отраслям экономики и, наконец, к отдельным организациям.

Отрасль «общественное питание» имеет свои специфические особенности, которые необходимо учитывать при определении ее эффективности.

Во-первых, общественное питание выполняет три обособленные и в тоже время обуславливающие друг друга функции: производство, реализация и организация потребления, чем отличается от промышленности и торговли и выступает как самостоятельная отрасль экономики.

Постепенно происходит сглаживание границ и смещение акцентов между значимостью той или иной выполняемой отраслью функцией. Так, исходные и исторически первые функции производства и реализации уже утратили свою былую значимость. В современных условиях роль общественного питания состоит не столько в реализации продукции собственного производства и покупных товаров населению, сколько в организации их потребления. Сегодня задача объектов общественного питания состоит в оказании услуг и удовлетворении спроса искушенного потребителя в полноценном, вкусном и разнообразном питании, а также организации культурного проведения его свободного времени. Тем самым общественное питание не просто участвует в реализации социальной политики государства, а является ее важнейшим фактором и механизмом: создает предпосылки для сокращения времени на приготовление пищи в домашних условиях; способствует увеличению свободного времени населения; обеспечивает возможность культурного проведения досуга; укреплению здоровья населения.

В качестве второй особенности отрасли можно выделить многоцелевой характер торгово-производственного процесса, для которого характерно слияние единства проявления, казалось бы, противоположных элементов эффективности: экономического и социального, что обуславливает необходимость разграничения экономической, социальной и социально-экономической эффективности общественного питания.

Учитывая выделенные особенности можно согласиться со следующим определением, данным Т.В. Емельяновой: «эффективность общественного питания как экономическая категория выражает отношения ассоциированных участников торгово-технологического процесса по поводу совокупной конечной результативности выполняемых отраслью функций производства, реализации и организации потребления, направленной на наиболее полное удовлетворение запросов потребителей».

Что же является результатом деятельности организаций общественного питания? В чем состоит суть понятия «эффекта» применительно к общественному питанию.

Эффект – это экономический результат хозяйственной деятельности, который в той или иной мере отвечает целям, поставленным в процессе ее осуществления. Наличие различных уровней хозяйствования и соответственно разных экономических интересов обуславливает неизбежность рассмотрения эффекта деятельности общественного питания с разных позиций. В этой связи в экономической литературе выделяют два подхода.

Мнение одних авторов, в частности Н.В. Максименко и Е.Е. Шишковой, сводится к тому, что «эффективность, во-первых, отражает общественный интерес, а во-вторых, экономический интерес самой организации питания, соответственно выделять эффект и производить оценку эффективности целесообразно на двух уровнях».

Другой подход состоит в том, что авторы отвергают двухуровневость эффективности. Вот что по этому говорит экономист И.А. Фейзуллаев: «Нам представляется, что подход к оценке эффективности общественного питания должен быть единым, независимо от того, идет ли речь о предприятии, организации, объединении или общественном питании в целом, так как у всех звеньев отрасли не может быть иных целей и иного критерия эффективности, кроме народнохозяйственного».

Автор склонен согласиться с первым подходом, когда выделяется двухуровневая система оценки эффективности общественного питания: на уровне государства и на уровне организации. Как представляется, второй подход в большей мере был оправдан в условиях плановой экономики, когда преобладала общественная собственность; осуществлялось централизованное планирование и распределение ресурсов. В условиях же становления социально-ориентированной рыночной экономики при существующем многообразии форм собственности, экономические интересы объектов общественного питания различаются, хотя и направлены на достижение единой конечной цели: удовлетворение потребностей населения в услугах общественного питания.

Проблема обоснования «эффекта» является предметом многочисленных споров и полное согласие по данному вопросу до сих пор не достигнуто.

Так, по мнению экономистов А.М. Фридмана и И.А. Фейзуллаева эффектом отраслей сферы обращения является, прежде всего, розничный товарооборот. Эта позиция обосновывается тем, что «продажа продукции и услуг завершает процесс воспроизводства. Развитие розничного товарооборота в соответствии с ростом покупательной способности трудящихся в определенной мере отражает степень удовлетворения спроса населения, позволяет обществу возмещать затраты на производство продукции (услуг)», а следовательно выражает экономический и социальный эффект деятельности общественного питания».

Экономист Н.А. Сафронов в качестве экономического эффекта деятельности организации выделяет прибыль, а социального – улучшение условий труда, охрану окружающей среды и т.д. и считает, что «социальные результаты тесно связаны с экономическими, поскольку «основу всякого прогресса составляет развитие материального производства».

А.З. Коробкин придерживается аналогичной точки зрения, что и Н.А. Сафронов и отмечает, что конечный эффект хозяйственной деятельности торговли (а следовательно и общественного питания) для основной массы населения носит не столько экономический характер, сколько социальный, и выражается в определенной сумме направленных на это денежных средств. Что же касается работников, занятых в той или иной организации, для них эффектом деятельности организации является, прежде всего, реальная оплата их труда и, соответственно с ней, уровень потребления материальных благ и услуг, в количестве и качестве, необходимых для удовлетворения физических, социальных и духовных потребностей.

Обобщив мнения многих экономистов, отметим, что такие показатели, как розничный товарооборот, реализация продукции собственного производства, доход от реализации, прибыль являются показателями экономического эффекта (результата).

Социальный эффект в общественном питании рассматривается с одной стороны как мера удовлетворения спроса обслуживаемого населения при соответствующем качестве продукции и услуг и минимизации затрат на их производство, реализацию; а с другой стороны – выражается в прогрессивных изменениях в социальной структуре покупателей и работников: улучшении условий труда последних, оптимальном использовании человеческого потенциала (активизации предприимчивости, инициативы, повышения квалификации кадров) и как результат – в росте культуры труда, обслуживания, повышении степени удовлетворения спроса, реализации социальных интересов работников и покупателей.

Причем социальный эффект потребителей продукции общественного питания и социальный эффект работников отрасли взаимосвязаны и взаимообусловлены: улучшение условий труда и жизни работников влияет на качество

осуществляемого обслуживания, а последнее, в свою очередь, является фактором повышения социальной эффективности потребителей.

Следовательно, эффект деятельности объекта общественного питания можно представить как результат использования ресурсов в том или ином объеме. Однако получить хорошие результаты еще мало, необходимо добиться их с наименьшими трудовыми, материальными и финансовыми затратами. Поэтому чтобы определить эффективность, необходимо сопоставить полученный эффект (результат) с произведенными затратами, т.е. на эффективность деятельности объекта общественного питания влияют, с одной стороны, величина полученного результата и размер произведенных затрат, а с другой – степень удовлетворения покупательской услуги.

А.Н. Бакунович, ФЭУТ, 4-й курс, гр. ДГТ
Научный руководитель – *Г.К. Козлова*, ассистент

РАЗВИТИЕ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ БЫСТРОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

Самое ценное, что есть у современного человека – это время. Экономия времени на приготовление еды и даже на саму еду позволяет «выкраивать» минуты и даже часы на реализацию себя в других сферах деятельности. Поэтому во всем мире в последнее время потребители все чаще предпочитают питаться вне дома. Много и интенсивно работающее население уже давно осознало ценность свободного времени. Сегодня большую популярность среди населения приобретают объекты быстрого обслуживания (ОБО) Данные организации общественного питания предлагают посетителям качественную, вкусную и недорогую еду при минимальных затратах времени. Следует отметить, что ОБО не являются совершенно новым типом организаций общественного питания. Буфеты, кафетерии и подобного рода объекты функционируют уже давно. Но, по сути, в Республике Беларусь сравнительно недавно появились организации питания, ведущие активную борьбу за потребителя, являющиеся конкурентоспособными в сегодняшних рыночных условиях.

Объекты быстрого обслуживания обладают рядом особенностей, которые выгодно отличают их от организаций питания традиционного типа:

1. Изначально на создание такого объекта не требуется больших финансовых вложений и инвестиций;
2. Данные заведения оснащены современным оборудованием и используют новейшие технологии;