

ранов. Причины успеха пивных ресторанов заключаются в ясности и привычности данного формата для потребителей. Очень быстро распространяются рестораны с японской кухней. Благодаря отсутствию кухонного цеха облегчается поиск и снижаются требования к помещению, что очень актуально для рынков крупных городов. Несмотря на то, что культура японской кухни долго прививалась в Беларуси, активный промоушен и невысокая цена сделали суши-бары невероятно популярными.

*Е.А. Лукакова
М.М. Песецкий
БГЭУ (Минск)*

ОСОБЕННОСТИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В СОСТАВЕ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА

Сложно представить современный отель без ресторана. Сегодня в сфере гостиничного бизнеса все больше возрастает роль службы питания. Позиционирование и концепция ресторана при отеле во многом зависят от особенностей самой гостиницы, но при этом он остается отдельной функционирующей единицей, обслуживающей не только постояльцев, но и широкую публику. В результате при снижении загрузки гостиничного комплекса служба питания может выходить на новый уровень и составлять от 10 до 30 % от общего дохода отеля [1]. Однако в Беларуси существуют некоторые проблемы, связанные с предоставлением сервиса и организацией труда в ресторанах и барах при отечественных, а также некоторых сетевых зарубежных отелях. Часто руководством и персоналом таких заведений наличие в нем гостей как минимум на завтраке воспринимается как нечто неизменное и не стоящее пристального внимания. И все же не стоит забывать, что гости отеля ожидают не только отличную еду, но и высокий уровень сервиса, так как наиболее запоминающимся для гостей является не столько разнообразие блюд, а именно уровень обслуживания, о чем они с большой вероятностью расскажут другим людям, создавая таким образом рекламу.

Двумя противоположными примерами осуществления политик ведения ресторанного бизнеса в составе гостиничного комплекса служат мировые гостиничные сети, имеющие свое представительство в Республике Беларусь: американская Marriot (Renaissance) и китайская Jiango (Beijing Hotel).

В составе гостиничного комплекса Beijing Hotel находятся рестораны европейской и китайской кухни. Их особенность заключается в том, что обслуживание осуществляется по восточной системе, т.е. используются азиатские системы обслуживания, несмотря на то, что

основным контингентом посетителей являются представители европейского населения. В данном отеле отсутствует система мотивации сотрудников и четко сформулированная корпоративная культура, что ведет к посредственному отношению сотрудников к труду, а следовательно, страдает качество обслуживания.

Противоположный пример — деятельность ресторана отеля Renaissance. В данном ресторане существуют особые уникальные стандарты обслуживания, подкрепляемые различными мотивационными факторами для сотрудников, проводятся тренинги персонала и награждения по итогам месяца. Это позволяет ресторану завоевывать лидирующие позиции не только среди внутриотельных ресторанов, но и в городе в целом. Благодаря четко выработанной корпоративной культуре ресторан служит отличным примером эффективного ведения бизнеса в Республике Беларусь.

Очевидно, что для продвижения ресторана первоочередным фактором является качественная маркетинговая политика, а именно: наличие веб-сайта и мобильного приложения; программы лояльности; организация кейтеринга; качественная реклама в социальных сетях и СМИ. Это позволит привлечь клиентов, что особенно актуально для Беларуси, где ресторанам при гостиницах стоит уделять внимание «гостям с улицы». Кроме того, отечественным отельерам необходимо подбирать и возвращать персонал, способный обеспечить высокий уровень обслуживания, т.е. проводить всевозможные тренинги, внедрять программы обучения, создавать гибкую систему поощрений, справедливо награждать или наказывать сотрудников.

Таким образом, несмотря на то, что ресторанный бизнес для отелей не является профильным, его четкая и правильная организация очень важна. Ведь от уровня обслуживания в ресторане зависит общее мнение постояльцев о качестве услуг в отеле. А это в дальнейшем напрямую повлияет на имидж и прибыль отеля.

Литература

1. Ресторан при гостинице [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.frontdesk.ru/article/>. — Дата доступа: 28.02.2015.

О.И. Малофейчик
БГЭУ (Минск)

РОЛЬ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время все больше организаций сталкивается с проблемой формирования финансовых результатов деятельности ор-