

прогнозных расчетов прибыли, а следовательно, и расчетов финансового плана.

Таким образом можно отметить, что достижение высоких результатов работы предприятия предполагает постоянный контроль и совершенствование процессов управления формированием, распределением и использованием доходов. От доходов зависит прибыль, следовательно, грамотное управление ими напрямую влияет на прибыльность и рентабельность организации.

Управление доходами также предполагает и постоянный поиск путей их увеличения. Основными резервами роста доходов от реализации продукции в организациях общественного питания могут быть: осуществление эффективной маркетинговой политики, направленной на изучение спроса потребителей и стимулирование сбыта готовой продукции, рациональное использование всех видов ресурсов, способствующих росту объема товарооборота, а соответственно, и доходов от реализации продукции, совершенствование ценовой политики, повышение производительности труда работников и культуры обслуживания клиентов. Все это может способствовать наращиванию потенциала торговой организации и увеличению ее доходности и прибыльности.

*С.А. Рейзус  
БГЭУ (Минск)*

## **РЕАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

В современных условиях хозяйствования изменились потребности и ожидания общественности, связанные с предпринимательством. Чтобы преодолеть разрыв между новыми ожиданиями и реальными действиями организаций, необходима их вовлеченность в решение социальных проблем. Развитие социальной ответственности бизнеса в Республике Беларусь берет начало с момента присоединения Беларуси к крупнейшей современной инициативе в сфере КСО под названием «Глобальный договор», созданной ООН в 2006 г. Мировая практика говорит о том, что социальная ответственность бизнеса — знак устойчивости фирмы и высоких стандартов менеджмента. И подписание Глобального договора означает, что организации и бизнес-ассоциации заботятся о персонале, совершенствуют качество и инвестируют в социальные проекты не только в целях развития собственного бизнеса, но и для пользы жителей региона и страны. Участие в Глобальном договоре открывает для белорусских организаций новые возможности в организации диалога по вопросам социального

равенства и социальной ответственности бизнеса, а также создания новых партнерских проектов.

Сегодня белорусский бизнес все чаще становится спонсором благотворительных, культурных и образовательных инициатив. Так, например, фирма «Инко-фуд», решая экологические проблемы, установила новые сооружения по очистке промышленных стоков, а также в рамках программы поддержки села в 2004 г. приобрела и модернизировала ранее убыточный птичник. В результате удалось решить ряд социальных проблем, в частности, создать более 130 рабочих мест. Компания «Савушкин продукт» поставляет в школы молочные продукты и проводит лекции об их пользе, а также организует в г. Бресте выставки «Содействие здоровому образу жизни». Heineken — выращивает в Беларуси высококачественный пивоваренный ячмень, экономит водопотребление, осуществляет строительство системы очистки сточных вод и сокращение расхода стекла. «Аливария» инициировала проект по созданию уникальной разлагаемой бутылки из экологичного древесного волокна.

Субъекты ресторанного бизнеса также становятся социально ответственными, например, Starbucks продает только «справедливый» кофе — тот, при изготовлении которого не использовался детский труд и соблюдались все социальные и санитарные нормы. Вместе с тем данный процесс для субъектов ресторанного бизнеса не является широко распространенным, что обусловлено специфическими чертами их функционирования (размерами, объемами деятельности и др.). Усилия отечественных субъектов ресторанного бизнеса сконцентрированы в основном на проведении ответственной политики в отношении персонала, потребителей, во взаимоотношениях с партнерами. Однако современные реалии требуют усилить экологическую ответственность и ответственность перед обществом в целом. Реализация указанных направлений возможна посредством разработки инновационных проектов по экологизации производства (переход на эколого-ориентированные технологии, снижение ресурсо- и энергоемкости продукции), по бережному отношению к природным ресурсам (безотходное производство и рациональное использование ресурсов) при соответствующем стимулировании государством бизнеса.

Реализация указанных мероприятий будет способствовать формированию хорошего имиджа, повышению эффективности функционирования и конкурентоспособности субъектов ресторанного бизнеса.

### Литература

Агентство социальных новостей, аналитики и коммуникаций [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://socnews.by>. — Дата доступа: 24.02.2016.

Пивоварни Хайнекен [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.heinekenbelarus.by>. — Дата доступа: 21.02.2016.