

В.А. Гончарова, Я.А. Змачинская
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель И.В. Уриш
(канд. экон. наук, доцент)

ОСОБЕННОСТИ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ БЕЛОРУССКОЙ КУХНИ СРЕДИ ТУРИСТОВ

Республика Беларусь открыла свои границы для иностранных граждан. Безвизовый режим необходим для развития туризма, привлечения небольшого иностранного капитала от частных лиц. И, находясь в таком положении, было бы нерационально не использовать этот факт для популяризации белорусской кухни и впоследствии — развития национальной сети общественного питания. Ведь рестораны, например, итальянской, французской, японской кухонь можно найти повсеместно, а вот места, в которых готовят блюда белорусской кухни — единичное, практически исключительное явление в мировом масштабе.

Вопрос популяризации местной кухни является актуальным из-за того, что даже с открытыми границами и увеличившимся притоком иностранных граждан, денежные вложения все равно поступают в бюджет транснациональных компаний, таких как McDonalds, Burger King, KFC. Поэтому, в ходе исследования данной проблемы, были выявлены отличительные черты белорусской национальной кухни, которые можно популяризировать среди туристов, а также разработали концепции по увеличению продаж на местном рынке услуг общественного питания.

Отличительной особенностью нашей национальной кухни является широкое распространение блюд из картофеля, а также использование разнообразных колбас, круп, грибов и свинины. Однако для подавляющего большинства иностранцев этот факт остается неизвестным, а русские отдают предпочтения, в основном, такому блюду, как драники. А вот вкуснейшие колдуны, картофельные бабки, ароматные борщи, клецки, кныш, шипящие шкварки с квашеной капустой, а также тягучий кисель и настоящая крамбамбуля предпочтительны в меню только для узкого круга лиц. В Беларуси достаточно много мест, где можно отведать все изыски белорусской кухни. Среди них «Кухмистр», «Дубровъ», «Рэнесанс», «Раздолле», «Литвины», «Вильна», «Камяница», «Талака», «Гостинный двор» и многие другие. Примечательно не только то, что в них можно отведать национальные блюда в лучшем их исполнении, а также можно насладиться уникальной атмосферой, погрузившись в историческое прошлое. Довольно популярным в стране является событие «Gastrofest», в ходе которого белорусы активно посещают различные рестораны. Сочтя примечательным данный факт, предлагаем включить в экскурсионные туры по местным достопримечательностям также и заведения общественного питания. Также интересным проектом является мероприятие «Free walking tour», суть которого в том,

что туристы пешком исследуют исторические места Беларуси, и было бы замечательно знакомить их еще и с кухней, чтобы впечатление было наиболее приятным и красочным, и иностранцы изъявляли желание возвращаться снова и снова. Таким образом, популяризация белорусской кухни среди иностранцев путем включения местных заведений в экскурсионно-ознакомительную программу является одним из ключевых методов повышения уровня сервиса обслуживания и одним из приоритетных направлений развития ресторанного бизнеса в стране.

М.В. Козловская

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.Ф. Волонцевич

(канд. экон. наук, доцент)

СИСТЕМА АВТОМАТИЗАЦИИ МАЛОГО РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА: НЕОБХОДИМЫЕ КОМПОНЕНТЫ И ОЦЕНКА ВНЕДРЕНИЯ

В современных условиях ресторанам крайне сложно оптимизировать свою работу, не автоматизируя ее, а потому практически все объекты прибегают к внедрению АСУ. На сегодняшний день наблюдается большое разнообразие моделей систем по самым различным ценам. Чаще всего они представляют собой набор модулей, а пользователь имеет право закупить лишь часть системы и использовать лишь ее. Всегда ли выбор верен?

Перед предприятиями разного масштаба стоят разные задачи, отличаются возможности и ресурсы, что приводит к ограничению закупаемых систем. Как следствие, работа предприятия не оптимизируется, а, напротив, значительно усложняется. Рассмотрим на реальном примере проблему автоматизации малого предприятия общественного питания и предложим пути его оптимизации.

Бар «Икс» (название изменено) — небольшое заведение в среднем городе, пользующееся большой популярностью и предлагающее гостям широкий ассортимент блюд, напитков, услуг. Финансовые результаты удовлетворительные. Бар автоматизировал свою работу посредством немецкого продукта «Giscom» — кроссплатформенный комплекс автоматизации, включающий набор модулей, которые при грамотном использовании позволяют: оптимизировать работу персонала, организовать мониторинг деятельности ресторана в режиме реального времени посредством своевременных и полных отчетов, вести учет рабочего времени сотрудников, статистику продаж и др. Важная особенность комплекса — наличие возможностей как управленческого, так и бухгалтерского учета. На основе такой информации можно принимать управленческие решения и контролировать работу предприятия.

Непосредственно в баре «Икс» используются компоненты и модули, позволяющие: проводить основные операции по работе с заказами;