

ресторанов и объектов быстрого обслуживания (доля франшиз по объектам общественного питания в Беларуси составляет всего 12 %, а товарооборот иностранной формы собственности в 2017 г. по сравнению с 2015 г. увеличился на 56,75 млн руб., что составляет 1,1 %), внедрении новых форм обслуживания (организация питания по типу «шведского стола», доставка скомплектованных рационов, прием заказов на блюда по меню завтрашнего дня, проведение тематических дней и др.).

Также необходимо использование опыта зарубежных ресторанов в части внедрения новых технологий по приготовлению пищи, обслуживанию потребителей и так далее (формат penkitchen (клиенты хотят видеть, как и из чего для них готовят), направление slow-food (медленное употребление здоровой пищи), инновационный веб-мониторинг (система обнаружения и регистрации несоблюдений санитарных норм и правил безопасности), применение интерактивного меню, on-line бронирование столиков).

Таким образом, белорусский рынок ресторанных услуг можно признать активно развивающимся, перспективным и способным принести значительную прибыль.

Я.Р. Гресь, А.С. Шильникова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель И.В. Уриш

(канд. экон. наук, доцент)

МУЗЫКАЛЬНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ В ОБЪЕКТАХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Каждый из нас, приходя в ресторан, обращает внимание не только на меню, сервировку и подачу блюд, но и на музыкальное сопровождение. Представить кафе или бар без музыки вообще невозможно. Вряд ли вы задумывались с какой целью она играет. Играет, да и все. Однако в этом кроется тайный смысл. В свое время суток разная мелодия и разный ритм действует на человеческий организм и психику по-разному. При раскрутке того или иного заведения усовершенствование технологии, внесение разнообразия в меню или ненавязчивая реклама могут создать хороший эффект, однако правильное музыкальное сопровождение увеличивает контингент заведения. Оно помогает создать атмосферу непринужденности, раскрепостить посетителей и «развязать» их кошельки. Например, джазовая или классическая музыка действует на подсознание человека, заставляя его почувствовать господствующим классом. Тем самым он тратит больше денег, чем при прослушивании рока или электронной музыки.

Известно, что мелодия способна повлиять на гастрономические пристрастия. Для нас это в новинку, однако ресторанный бизнес использует этот прием в своем арсенале. Аудиомаркетинг может заставить

нас купить то или иное блюдо. Доказано, что мелодия либо разжигает аппетит и клиент поглощает пищу с бешеной скоростью, либо затуманивает его мозг и он «зависает» в заведении до полуночи.

Интересные результаты показал эксперимент с воспроизведением различных композиций в фоновом режиме. При проигрывании немецкой музыки клиенты неосознанно делали выбор в пользу качественной пивной продукции или сидра. Французские мелодии привлекали к покупке душистых вин, а ирландские мотивы склоняли к распитию виски. Социологический опрос показал, что клиенты в этот момент не уделяли музыке никакого значения [1].

Чтобы подобрать музыкальную фишку ресторана, необходимо учесть два основных фактора:

1. Время суток и день недели. Как правило, в обеденное время или час пик играет быстрая, ритмичная и задорная музыка, которая заставит клиента быстрее съесть свой заказ и бежать по делам, освободив место для следующих посетителей. Вечером, особенно на выходных, наоборот люди стремятся отдохнуть, расслабиться, они настроены на развлечение и никуда не торопятся. Поэтому отличным решением станет джаз, ретро, в идеале, конечно, заводной концерт с живой музыкой, но не все заведения могут себе это позволить.

2. Контингент. Кто ваш основной посетитель? Мужчины, женщины, дети, пенсионеры или иностранцы? У всех свои предпочтения. Основная задача заведения — удовлетворить потребность клиента. Однако не стоит ограничиваться мелодиями из 1970-х гг., если основными посетителями являются пожилые люди, лучше проигрывать мелодии для смешанного контингента. Существуют классические правила подбора музыки. Она не должна раздражать, унижать, обижать посетителей, а наоборот стремиться привлечь и расположить их к себе.

Так, музыка выполняет не только фоновую функцию, но и воздействует на душу человека, создает душевное равновесие и гармонию. Она влияет на настроение посетителей и настраивает на определенную волну.

Список использованных источников

1. Как музыка влияет на физиологию человека [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://lifehacker.ru/2016/10/04/kak-muzyka-vliyaet-na-fiziologiyu/>. — Дата доступа: 19.02.2018.