

управлять заказами через мобильное приложение; использовать утилиты фискального регистратора; вести статистику продаж; обеспечивать дистанционную коммуникацию между back- и front-office.

В то же время следует выделить такие недостатки в работе, как, например, пренебрежение автоматизированным учетом рабочего времени персонала, проблемы с взаимодействием зала и склада, слабая автоматизация отчетности, полное отсутствие элементов бизнес-аналитики и др. К причинам подобного использования можно отнести тот факт, что руководство бара пытается сэкономить на внедрении дополнительных модулей, а также неосведомленность о функциональных возможностях данной системы.

Однако мы считаем, что некоторые изменения могут помочь оптимизации работы бара. Для оптимизации мы предлагаем, в первую очередь, внедрение системы электронной сервис-печати; подписку на рассылку о новинках компании Guscom; предоставление бухгалтерской и финансовой отчетности; использование предусмотренных АСУ возможностей дистанционного мониторинга. Общая стоимость данных улучшений — 500 бел. руб. в год. Кроме того, в перспективе (прежде всего, ввиду большой стоимости) мы рекомендуем внедрить такие системы, как WMS, система штрихкодирования, а также BI и BPM.

Таким образом, усовершенствование автоматизации на всех уровнях управления на малом предприятии общественного питания способствует дальнейшему повышению конкурентоспособности предприятия на рынке, в некоторой степени уменьшит текучесть кадров (поскольку с улучшенной автоматизацией работникам нужно будет делать меньше «лишней» работы), а также послужит некоторой гарантией страхования от банкротства. Тем не менее стоит отметить, что внедрение системы автоматизации — вопрос сугубо индивидуальный, и нет гарантий, что сработавшая на одном предприятии схема автоматизации будет так же успешна на другом.

И.Л. Крумплевская

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель С.О. Белова

(канд. экон. наук, доцент)

УЧАСТИЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В ДОСТИЖЕНИИ ВАЖНЕЙШЕГО ИНДИКАТОРА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ — КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

Интегральной характеристикой благосостояния граждан страны являются уровень и качество жизни населения. Основными показателями качества жизни населения являются: доходы населения; качество здравоохранения; качество социальных услуг; уровень образования;

качество культуры; качество сферы обслуживания; качество окружающей среды; безопасность; демографические тенденции; условия и характер труда; качество свободного времени и условий отдыха; качество питания. По данным Всемирной организации здравоохранения, здоровье человека на 70–80 % зависит от питания и образа жизни. Поэтому в последние годы в мире возрос интерес к здоровому питанию, как дома, так и вне дома. Соответственно новым направлением в развитии ресторанного бизнеса как в ближнем и дальнем зарубежье стало использование концепции «здорового питания». По оценкам специалистов, в домашних условиях готовится примерно 83 % пищи, а в объектах общественного питания — примерно 17 % [1]. Работа в домашнем хозяйстве составляет у женщин примерно 28,8 %, у мужчин — 6,9 % внерабочего времени. Бюджет времени на ведение домашнего хозяйства у женщин составляет 4 ч 36 мин в сутки [2]. Время на приготовление пищи в сутки у женщин 1 ч 36 мин, что при посещении объектов общественного питания могло бы увеличить фонд свободного времени на 32 %. Экономия времени в год составила бы 576 ч. Таким образом, социально-экономическое значение ресторанного бизнеса выражается в увеличении свободного времени, улучшении здоровья населения, что, соответственно, способствует повышению качества его жизни. Помимо этого, организация питания по месту учета и работы способствует росту производительности труда на 7–8 % [1].

Государство уделяет большое внимание организации питания на местах работы и учебы. Активно развивающаяся законодательная база дает возможность субъектам хозяйствования и учреждениям образования самостоятельно определять формы организации питания работников и учащихся. Многие организации в целях дополнительной мотивации, обеспечивают своих сотрудников питанием (с полной или частичной компенсацией оплаты питания), различными способами: через предоставление услуг объектами питания, организацию комнаты отдыха и приема пищи, систему аутсорсинга и т.д. В части предоставления единых возможностей обеспечения питанием обучающихся методическими рекомендациями Министерства образования и Министерства антимонопольного регулирования предусмотрено, что дневные рационы питания должны быть единые для обучающихся, которым предусмотрено питание за счет средств республиканского и местных бюджетов, а также за счет средств родителей. Помимо реализации основной функции (производства, реализации, организации потребления) объекты ресторанного бизнеса представляют и такие: культурно-познавательную; имиджевую; коммуникативную, реализация которых также содействует повышению качества жизни населения.

Таким образом, реализация ресторанным бизнесом своих функций содействует повышению качества и уровня жизни населения, что предъявляет особые требования к определению направлений его преобразования и развития.

Список использованных источников

1. Емельянова, Т.В. Экономика общественного питания : учебник / Т.В. Емельянова, В.П. Кравченко. — Минск : Выш. шк., 2008. — 383 с.
2. Суточный фонд времени населения [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/uroven-zhizni-naseleniya/>. — Дата доступа: 11.02.2018.

Е.В. Лишай

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Г.А. Бондаренко

(канд. экон. наук, доцент)

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ОБЪЕКТА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Питание является необходимой жизненной потребностью всех людей. В связи со стремительным темпом жизни сегодня многие предпочитают питаться вне дома. Это желание также связано с широким пространением и выбором предприятий общественного питания. Однако, существуют такие рестораны, в которые люди стремятся попасть из-за одной только идеи, фирменного стиля. Особенностью такого ресторана является интерьер — авторский, подчеркивающий основную идею заведения и его легенду. Это и есть концептуальный ресторан. Актуальность данной проблемы заключается в том, что ресторанный бизнес сегодня очень модное и прибыльное дело. Бизнес по приготовлению и продаже еды в любое время был конкурентным. В настоящее время существует большое количество предприятий общественного питания, и выжить в этой конкурентной борьбе очень сложно. Для того чтобы выжить, предприятиям этого бизнеса приходится четко продумывать единую идею, красной линией проходящую через все, что касается бренда.

Концепция — это главный замысел, руководящая идея, которая раскрывает ресторанный замысел, описывает все составляющие деятельности ресторана, фактически является подробнейшим техническим заданием на разработку технологических цепочек, дизайнерских решений, торговой марки, стратегии позиционирования, меню, маркетинговых и рекламных программ по привлечению и удержанию клиентов и других составляющих деятельности. Несмотря на все разнообразие факторов концепции, предложенных различными авторами, основными являются торговая марка и название ресторана, его дизайн, интерьер и меню. Для анализа концепции были выбраны рестораны японской кухни в Беларуси, России и Японии. «Суши Весла» — первая и самая крупная в Минске компания по доставке суши и блюд азиатской кухни. Компания начала свою историю с суши, однако позже в меню появились и другие продукты. Рассмотренный ресторан в России — «Тануки».

Концепция ресторана основана на аутентичности и японском гостеприимстве. «Тануки» прочно укрепился на рынке, как один из самых серьезных игроков отрасли, а также внес существенный вклад в развитие культуры потребления японской кухни. Рассмотренный ресторан в Японии отличается разделением площади ресторана на несколько функциональных зон, которые предназначены не только для европейских клиентов, где оборудована стандартная классическая дизайнерская мебель, но и область для местных жителей в традиционном японском стиле, а также использование способа приготовления «якинику». В результате анализа концепции ресторана японской кухни, примененной в трех ресторанах из разных стран, были сделаны следующие выводы:

- ресторан «Суши Весла» соответствует концепции ресторана японской кухни лишь частично, что проявляется в меню и названии. В основном, данное заведение соответствует обычному европейскому стилю;
- концепция «Тануки» основана на японских традициях. Все, начиная с названия и заканчивая подачей блюд соответствует японским обычаям;
- ресторан в Японии удачно сочетает в себе японские традиции, современные технологии и приемы оформления. Отличительной чертой является использование способа приготовления «якинику».

Ю.А. Ляхнович

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель С.О. Белова

(канд. экон. наук, доцент)

ОЦЕНКА СООТВЕТСТВИЯ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ МИРОВЫМ ТЕНДЕНЦИЯМ

Общественное питание является одной из наиболее перспективных сфер экономики. Товарооборот общественного питания Республики Беларусь за период 2012–2016 гг. увеличился на 872,7 млн руб. (прирост 84,56 %), количество объектов возросло на 714 ед. и число мест в них на 10 тыс. чел. — на 18 ед., что свидетельствует о высоких темпах развития отрасли [1].

Глобализация конкуренции, ужесточение конкурентной борьбы, изменение модели поведения потребителей и их предпочтений воздействуют в том числе и на отечественный ресторанный бизнес, что отражается изменением доли различных типов объектов в общем их количестве. Снижается доля социально-ориентированных объектов (столовых) и увеличивается доля ресторанов, кафе, баров и т.д. Таким образом, постепенно белорусское общественное питание трансформируется в ресторанный бизнес. Однако развитие общественного питания Республики Беларусь отстает от зарубежных ориентиров. Так количество