

А.А. Римша, О.В. Клевченя
ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)
Научный руководитель С.Е. Витун
(канд. экон. наук, доцент)

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Сегодня в общественном питании усилилась конкуренция среди организаций, появились новые критерии качества оказываемых услуг в ресторанах. В Беларуси нет Белорусской ассоциации кулинаров, а в России есть, и раз в два года проходит Международный Кулинарный Кубок Кремля, что дает развиваться в сфере ресторанного бизнеса и улучшать профессиональные навыки персонала. Таким образом, актуальность темы исследования обусловлена современными условиями функционирования отечественных и зарубежных организаций общественного питания.

В Беларуси на 9,5 млн чел. приходится более 2,4 тыс. кафе и ресторанов, тогда как на 12,4 млн чел. в г. Москва число ресторанов и кафе составило 7,9 тыс., в Нью-Йорке — при населении в 8,5 млн чел. — 25 тыс. кафе и ресторанов, в Париже — на 2,2 млн чел. — около 10 тыс. кафе и ресторанов — то есть, можно сказать, что данный рынок в Беларуси находится на стадии развития [2, с. 390].

С целью определения направлений совершенствования ресторанного бизнеса в Беларуси, рассмотрим характеристику данного бизнеса в РФ: **сильные стороны:** хорошая школа обучения персонала; высокие реальные доходы населения — средний доход населения в 2016 г. — 30 744,4 рос. руб. (по курсу бел. руб. — 1069,54 руб.); альтернативное регулирование санитарных норм и правил; **слабые стороны:** высокая арендная плата (по ресторанам более 12 000 рос. руб. или 440 бел. руб./м² в месяц); наличие эмбарго на некоторые виды продукции (мясо, рыба, морепродукты, молочные продукты, овощи и фрукты).

Характеристика ресторанного бизнеса в Беларуси: **сильные стороны:** мораторий на увеличение налоговых ставок до 2020 г.; отсутствие внеплановых проверок; свободная отпускная цена на любой товар (исключение: табачные изделия); **слабые стороны:** низкие реальные доходы населения (514,9 руб., что в 2 раза меньше чем в РФ); высокая арендная плата (по ресторанам около 50 руб./м²) — из-за завышенной арендной платы более 30 % ресторанов сегодня убыточны; высокий уровень текучести кадров; отсутствие своей национальной бизнес-идеи; излишние требования санитарных норм и правил.

У граждан РФ культура посещения ресторана по сравнению с Беларусью намного выше. В современных условиях получают развитие рестораны по франчайзингу («Subway», «Крошка Картошка», «Starbucks» и др.) то, что, к сожалению, не скажешь о Беларуси. РФ необходимо

отходить от концепции дорогих ресторанов, больше развивать рестораны средней категории — большинство россиян считает питание вне дома дорогим [1, с. 11].

При реальных доходах населения в Беларуси будет более целесообразно развивать и открывать дешевые объекты общественного питания (закусочные, рюмочные, бары, объекты fast-food). Из-за низкой национальной идеи объектов общественного питания — культура посещения ресторанов снижается — рестораны уходят с рынка. Это подтверждается низким уровнем реальных доходов населения. В РБ необходимо делать упор больше на свою национальную кухню, осуществлять инновационный веб-мониторинг, применять интерактивное меню, on-line бронирование столиков во всех ресторанах. Также необходимо проводить в Беларуси Международные кулинарные фестивали/кубки, как это реализуется в РФ.

Список использованных источников

1. *Ефимова, О.П.* Экономика общественного питания : учеб. пособие / О.П. Ефимова ; под ред. Н.И. Кабушкина. — 4-е изд., испр. — Минск : Новое знание, 2004. — С. 11.
2. Статистический ежегодник Гродненской области, 2017. — Гродно, 2018. — 471 с.

А.Я. Хавротина

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.В. Владыко

(канд. экон. наук, доцент)

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ОБЪЕКТИВНАЯ ОЦЕНКА ПЕРСПЕКТИВ И ИНСТРУМЕНТ ОБОСНОВАНИЯ РЕШЕНИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

При настоящих условиях осуществления предпринимательской деятельности большую роль играют малые предприятия, так как данный размер организаций требует меньшего количества финансовых вложений, но при этом подвержен большому количеству рисков. Именно поэтому для эффективного осуществления предпринимательской деятельности, для того, чтобы организация стала прибыльной, необходимо использовать внутрифирменное планирование. В данный момент рыночная конъюнктура постоянно меняется, изменяются внешние факторы, влияющие на организацию. Несмотря на государственную поддержку малых предприятий (льготные кредиты, аудит, помощь в поиске мощностей и т.д.), у данных организаций существует гораздо меньше