

ния на перспективу. При этом предполагаются следующие методы стимулирования их развития:

- удешевление питания работников за счет вложения собственных средств производственных организаций;
- использование низких размеров наценок на продукцию собственного производства, закрепление соответствующей политики ценообразования в коллективных договорах;
- использование кредитной системы расчетов за обеды;
- внедрение платежных терминалов и электронных карточек для расчетов за обеды, введение талонной системы для ускорения обслуживания потребителей;
- использование системы сервис-чеков для обеспечения работающих бесплатным питанием (в рамках пополнения соцпакета);
- оказание помощи производственными организациями объектам питания по оплате транспортных расходов, коммунальных услуг; выделение средств на развитие материально-технической базы;
- использование новых технологий приготовления пищи на современных видах оборудования; внедрение различных форм и методов обслуживания потребителей;
- привлечение кейтеринговых и аутсорсинговых компаний к оказанию услуг питания;
- повышение качества предоставляемых услуг и обслуживания.

Таким образом, использование предложенных методов позволит повысить охват питанием работающих и стимулировать развитие объектов питания при производственных организациях.

*Р.П. Валевиц, канд. экон. наук, профессор
БГЭУ (Минск)*

МОДЕРНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОГО ОБНОВЛЕНИЯ

Общественное питание представляет собой особый вид экономической деятельности, направленной на создание условий для роста качества жизни людей и повышение имиджа страны в мировом сообществе.

По своему предназначению объекты общественного питания выполняют одновременно функции материального производства и сферы услуг. Сочетание этих двух групп функций дает основание считать, что рынок услуг общественного питания носит двойственный характер, поскольку предметом спроса и предложения на рынке, с одной стороны, является товар (ресторанная продукция), а с другой — услуга (гостеприимство и сервис), что и определяет особенности, условия и направления их инновационного развития. Потребность в инновационном обновлении объектов питания обусловлена не только спецификой фун-

кционирования самих объектов, но и постоянно изменяющимися условиями хозяйствования, финансовыми проблемами. Развитие рынка ресторанных услуг (современное общественное питание активно приобретает черты ресторанный бизнеса) осуществляется в условиях жесткой конкуренции, под воздействием глобализационных, интеграционных процессов, активного вхождения Республики Беларусь в мировое экономическое пространство, влияния мирового финансового кризиса. Ресторанный бизнес — высокорисковая деятельность. По данным Министерства торговли Республики Беларусь, ежегодно закрывается, не выдерживая конкуренции, четверть объектов общественного питания. Вместе с тем далеко не все объекты оказались в столь затруднительном положении. Устойчивость в конкурентной борьбе продемонстрировали *vip*-заведения, рестораны быстрого обслуживания, фаст-фуды, рестораны зарубежных кухонь, гибко реагирующие на изменение условий хозяйствования, широко использующие инновационные технологии в приготовлении блюд, обслуживании, взаимоотношениях с поставщиками, рекламе, управлении рестораном.

Инновационные процессы в общественном питании отличаются от торговли, так как в общественном питании реализуются инновации, созданные в других отраслях экономики (наука, производство), собственные инновационные разработки (авторские блюда, авторские программы развлечений), но они тоже базируются на новых научных результатах.

Для того чтобы инновационное развитие и модернизация общественного питания были эффективными, необходимо четко определить задачи, которые требуют безотлагательного решения, для всех участников данного процесса. На Министерство торговли необходимо возложить задачу разработки программных документов, информационного обеспечения субъектов данными об инновациях и положительном опыте, определения источников финансирования.

Местные органы власти должны решать вопросы определения месторасположения и режима работы инновационных объектов, типа и вида необходимых на данном сегменте форматов, разработки инновационных требований по экологической безопасности; вести поиск финансовых ресурсов для оказания помощи в инновационном обновлении.

Реализация инноваций по направлениям применения возлагается на объекты общественного питания: использование в производстве инновационных технологий приготовления блюд (молекулярная кухня, под вакуумом, под давлением, шприцевание), механической обработки продуктов (волюметрирование, пароконвектоматы, куттеры, блендеры, вибромоечное оборудование), тепловой обработки продуктов питания (пароварка, низкотемпературные технологии, пакетирование), охлаждения полуфабрикатов и готовой продукции (бишоколер, скоростное охлаждение, центрифуга и др.); хранение полуфабрикатов и их упаковка (вакуумные упаковки, пакетирование, использование жидкого азота и др.); оборудование (ресурсосберегающее, пароконвектоматы, шоковой замо-

розки, термомиксы и др.); инновации в управлении, связанные с выбором формата организации (фаст-фуд, фреш-бары, фри-фло, фут-корты, микрорестораны, торгово-развлекательные центры) и ее концепции (темы ресторана); планирование (по центрам бизнес-ответственности с использованием системы сбалансированных показателей, интернет-технологий и др.); организация ресторанных сетей, инновационной логистики, инновационных методов стимулирования контрагентов, персонала, потребителей; инновационное обновление форм подачи блюд (кейтены, на вынос, съедобная посуда, одноразовая посуда); применение новых форм организации питания (в темноте, кейтеринг, шведский стол, индивидуальная сервировка, компьютерное обслуживание и меню, домашняя сервировка и др.). Целесообразность использования тех или иных инноваций оценивается по материалам маркетинговых исследований.

Инновационное преобразование общественного питания, как и других видов деятельности, невозможно без инновационного воспитания потребителя с использованием инновационной рекламы (3D, социальная сеть, пародийные ролики и т.п.) и других методов образования.

Обеспечение комплексности взаимосвязанных процессов инновационного обновления общественного питания позволит создать сеть ресторанов, способных удовлетворить самые изыскательные запросы гостей на уровне европейских стандартов без потери национального колорита.

***Е.Ф. Волонцевич**, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОГНОЗОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В условиях совершенствования логистических процессов в развитых странах осваиваются новые элементы функционирования логистики, одним из которых является инновационная логистика.

Инновационная логистика занимается изучением возможности инноваций и их внедрением в организацию текущего и стратегического управления потоковыми процессами путем их оптимизации.

Логистизация затрагивает абсолютное большинство сфер деятельности торговой организации. Объектами логистического управления и контроля являются процессы формирования, продвижения и реализации торговых услуг, а также связанных с ними финансовых и информационных потоков. Это требует разработки логистической стратегии современной торговой организации. Процесс формирования прогнозов инновационного развития логистической системы осуществляется в несколько этапов.

Первый и наиболее важный этап — определение целей и задач инновационного развития исходя из роли и места логистической системы