

Материал для анализа берется из первичных данных бухгалтерской отчетности (бухгалтерский баланс, товарно-транспортные накладные, инвойсы, накладные на выгрузку, сопроводительные квитанции на груз, заключенные договоры с поставщиками, дефектные акты, отчеты о хранении товаров). Таким образом, компания получает структурированную аналитическую модель своей деятельности [2].

Полученные структурированные данные помогут руководству организации в выборе бизнес-стратегии и ключевых компетенций, а также в выявлении проблем, что является бесспорным преимуществом в работе.

Структурированная полученная информация будет очень полезной для сферы продаж, сферы финансов, также маркетинговой и логистической сфер организации [3].

В заключение добавим, что представленная система успешно используется такими компаниями, как Axis Communications, Huawei, Lenovo, Citri, Microsoft, GOOGLE и Kaspersky — и это лучшая реклама.

### **Источники**

1. Business Intelligence. Системы бизнес-анализа: базовые понятия и решения [Электронный ресурс] // Первый Бит. — Режим доступа: <https://1solution.ru/sobytiya/stati/sistemy-biznes-analiza-business-intelligence-bazovye-ponyatiya-i-resheniya.html>. — Дата доступа: 14.11.2020.

2. Системы бизнес-анализа (BI) [Электронный ресурс] // Softline. — Режим доступа: <https://softline.by/solutions/business-solutions/sistemyi-biznes-analiza-bi>. — Дата доступа: 15.11.2020.

3. Управление взаимоотношений с клиентами [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.it.ua/>. — Дата доступа: 15.11.2020.

**В. Д. Бухвал, В. А. Зеленская, А. А. Никитина**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — И. В. Уриш, канд. экон. наук, доцент*

## **КЕЙТЕРИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

В настоящее время наблюдается появление новых направлений в сфере общественного питания, так как потребительский спрос постоянно усложняется и требует широкого набора услуг. Основными направлениями развития современных технологий обслуживания в ресторанах, барах и кафе являются:

- создание концептуальных предприятий общественного питания;
- расширение сети виртуальных ресторанов, обеспечивающих прием заказа по сети Интернет и доставку его потребителю;
- приготовление блюд в присутствии посетителей;
- организация обслуживания по системе кейтеринг [1].

Кейтеринг — это выездной ресторан, который сам приезжает к клиенту в согласованное место и время. Очень важное его достоинство — это мобильность и его нестационарность. Как правило, кейтеринг используется в тех случаях, когда на месте проведения праздника нет своей кухни и поваров или если местная кухня не соответствует вкусу заказчика. Неоспоримое преимущество кейтеринга в том, что он гарантирует ресторанный уровень качества блюд без использования стационарной кухни.

Кейтеринг в Республике Беларусь является достаточно молодой, но активно развивающейся отраслью. Впервые подобные услуги на белорусском рынке появились еще в начале 90-х гг. XX в. Наиболее активно данная отрасль развивалась преимущественно в Минске. В регионы эта услуга пришла не более 10 лет назад. В настоящее время в Беларуси наиболее популярными кейтеринговыми компаниями являются Magic Catering, Café de Paris Catering, Proficatering, Ita-la, Mr.Cater и многие другие.

Говоря о современном состоянии кейтерингового бизнеса в Беларуси, необходимо отметить, что наиболее крупные игроки в последнее время начали более активно применять стратегии для привлечения клиентов. Так, например, компания Magic Catering для ознакомления со своими услугами предлагала бесплатные дегустации — как выездные, так и организуемые в специально оборудованной show-room в одном из офисов предприятия. В то время как другая крупная профильная компания — WestCatering — практически каждому клиенту предоставляла дорогие элитные коллекции посуды, текстиля и стекла при оформлении мероприятий. Таким образом, каждая кейтеринговая фирма пыталась по максимуму использовать свое уникальное конкурентное преимущество. Однако, по мнению экспертов, наиболее популярным способом повышения эффективности бизнеса в сфере выездного ресторанного обслуживания на сегодняшний день стал индивидуальный подход к каждому клиенту, максимально удовлетворяющий ожидания заказчика [2].

Подводя итоги, можно сказать, что кейтеринговый бизнес в Республике Беларусь имеет много преимуществ, а именно он позволяет отпраздновать важную дату без привязки к месту и наличию свободных дат в обычном заведении, мобильный формат подходит для деловых фуршетов в офисе, презентаций и бизнес-встреч, кейтеринг обслуживает как крупные, так и мелкие праздники. Таким образом, наличие преимуществ позволяет данному направлению обслуживания активно внедряться и развиваться в нашей стране, как следствие, удовлетворять постоянно растущий спрос потребителей.

### Источники

1. Прогрессивные технологии обслуживания [Электронный ресурс] // Файловый архив для студентов. — Режим доступа: <https://studfile.net/preview/2619259/page:20/>. — Дата доступа: 24.11.2020.

2. Причина и идея внедрения кейтеринга в РБ. [Электронный ресурс] // Учебные материалы онлайн. — Режим доступа: [https://studwood.ru/2095514/marketing/prichina\\_ideya\\_vnedreniya\\_keyteringa](https://studwood.ru/2095514/marketing/prichina_ideya_vnedreniya_keyteringa). — Дата доступа: 25.11.2020.

**Ван Жу**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — И. В. Уриш, канд. экон. наук, доцент*

## **ВНЕШНЕТОРГОВОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ И РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ**

Торгово-экономическое сотрудничество Китайской Народной Республики (КНР) и Республики Беларусь имеет приоритетное значение для каждой страны и характеризуется ежегодной положительной динамикой.

За 2019 г. внешнеторговый оборот Беларуси и Китая составил 5,3 млрд дол. США, достигнув исторического максимума, темп роста — 120,6 %. Прирост экспорта и импорта был определен в размере 14 и 22,3 % соответственно. В указанном году экспорт товаров в КНР составил 712,6 млн дол. (темп роста — 138,2 %), экспорт без учета калийных удобрений и нефтепродуктов — 316,7 млн дол. (темп роста — 156,5 %), импорт — 3895,2 млн дол. (темп роста — 119,6 %). Сальдо имеет отрицательное значение –3182,6 млн дол. [1].

Основными статьями белорусского экспорта товаров в 2019 г. были: удобрения калийные (+82,2 млн дол.), специфические товары (+41,3 млн дол.), целлюлоза (+35,0 млн дол.), говядина замороженная (+32,1 млн дол.), лесоматериалы (+21,3 млн дол.), мясо птицы (+20,1 млн дол.) [1].

Рост импорта из КНР наблюдался по таким позициям, как товары, приобретенные в интернет-магазинах физическими лицами (+141,4 млн дол.), части и принадлежности для автомобилей и тракторов (+69,6 млн дол.), прочая обувь на подошве и с верхом из резины или пластмассы (+62,9 млн дол.), диоды, транзисторы и аналогичные полупроводниковые приборы (+57,8 млн дол.), оборудование для мукомольной промышленности, обработки зерновых или бобовых культур (+33,5 млн дол.), части к принимающей и передающей аппаратуре (+27,4 млн дол.), центрифуги, оборудование и устройства для фильтрования жидкостей или газов (+21,3 млн дол.).

Экспорт услуг в КНР за исследуемый период составил 321,0 млн дол. (темп роста к 2018 г. — 81,6 %). Снижение экспорта услуг на 18,4 % обусловлено сокращением объемов экспорта строительных услуг: с 237,3 млн дол. в 2018 г. до 134,7 млн дол. в 2019 г. Темп роста