

Таблица 2

Удельный вес ресторанов быстрого обслуживания от общего числа объектов общественного питания, %

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Рестораны быстрого обслуживания	0,009	0,011	0,013	0,015

Источники: собственная разработка.

Что касается развития общественного питания в зарубежных странах, то ресторанный бизнес сегодня занимает одну из крупнейших долей потребительского рынка в мире. Наиболее полно он представлен в странах Западной Европы, Юго-Восточной Азии, США. Согласно данным Международной ассоциации гостиниц и ресторанов в мире насчитывается более 8 млн предприятий общественного питания с количеством занятых более 48 млн чел. Мировые обороты ресторанного бизнеса оцениваются приблизительно в 1,5–2 трлн дол. США в год, и примерно треть из этой суммы приходится на Соединенные Штаты. Ресторанный бизнес США является лидирующим в мире, ресторанным бизнесом здесь занято примерно 10 % населения страны, по пути его развития идет индустрия общественного питания в других странах.

Источники

1. Байбардина, Т. Н. Тенденции и перспективы развития ресторанного бизнеса в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Т. Н. Байбардина, Н. К. Подвительская, Д. И. Пасовец // eLIBRARY.RU. — Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26261596>. — Дата доступа: 21.11.2020.

2. Состояние и тенденции развития общественного питания в Республике Беларусь [Электронный ресурс] // Allbest. — Режим доступа: https://revolution.allbest.ru/management/00431429_0.html. — Дата доступа: 21.11.2020.

А. М. Сыроватко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Л. С. Климченя**, канд. экон. наук

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Развитие инновационной деятельности, как и распространение инновационных технологий, продуктов и услуг, является основным направлением достижения экономического роста и повышения ка-

чества жизни населения в современном мире, поскольку инновации влияют на важнейшие факторы развития, такие как доходы, ускоренный рост, создание конкурентного преимущества и привлечение инвесторов и потребителей. В связи с этим ресторанный бизнес постоянно эволюционирует, как в инновационном плане, так и в других аспектах.

Основная цель инноваций в ресторанном бизнесе — это увеличение производительности, уменьшение временных и производственных затрат, улучшение сервиса. Как известно, лишь малая часть посетителей приносит большинство прибыли, поэтому владельцам лишь остается заботиться об заинтересованности старых посетителей и старании привлечь новых в условиях жесткой конкуренции. Стильного интерьера и качественной и вкусной еды уже недостаточно, а следовательно, и нужны новые идеи и технологии — инновации.

Далеко не на последнем месте для ресторана находятся инновации на кухне, обновление и совершенствование оборудования для минимализации временных затрат на приготовление блюд.

Важнейшие инновационные разработки в ресторанном бизнесе — это информационные технологии. Это уже не только предоставление информации и привлечение внимания, а еще сервис и удобства, такие как бесплатное ТВ или WiFi; улучшение логистики между клиентом и поварами с помощью планшетов с заказами и электронного меню; интернет-бронирования и пр.

QR-код, размещенный на чеке клиента — еще один маркетинговый ход, повышающий узнаваемость и популярность заведения. Считать код можно с любого мобильного. Он предоставляет информацию об истории заведения общественного питания, меню, персонале, разработчиках интерьера.

Также получила развитие и smart-кухня. Частичная автоматизация процесса же позволила сократить временные затраты.

Интерактивный бар — экран с изображением видеоэффектов, что может задержать клиента у барной стойки. Эффекты создает сам посетитель своими движениями и поведением.

Облегчить бронирование столика клиенту поможет собственное мобильное приложение места общественного питания.

Многие рестораны для оповещения гостей о готовности заказа раздают клиентам пейджеры или биперы. Передавая вибросигнал, они также могут оповещать о том, что занятый столик освободился.

Автоматизация закупок — еще одно полезное изобретение, сокращающее затраты времени. С помощью специальной программы ресторан закупает продукты у поставщика. Инновационный проект позволяет контролировать себестоимость и автоматизировать документооборот.

Для улучшения коммуникаций между персоналом многие кафе используют рации.

Таким образом, можно подытожить, что с помощью инноваций в разных сферах ресторанный бизнес растет и эволюционирует и это остается одной из важнейших проблем объектов общественного питания [1–2].

Источники

1. Анализ и перспективы развития рынка общественного питания в региональных условиях / Л. А. Маюрникова [и др.] // Техника и технология пищевых производств. — 2015. — № 1 (36). — С. 141–147.

2. Инновации в ресторанном бизнесе [Электронный ресурс] // via Future. — Режим доступа: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-restorannom-biznese>. — Дата доступа: 24.11.2020.

А. Д. Усикова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. П. Ефимова-Стадник,
канд. экон. наук, доцент

ТЕНДЕНЦИИ ТОВАРООБОРОТА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Товарооборот — это стоимость реализованной продукции и товаров за отчетный период, который может выражаться как в текущих, так и сопоставимых ценах. Объем товарооборота дает представление о развитии общественного питания в стране.

Рассмотрим динамику товарооборота общественного питания. Данные показывают, что как в целом по стране, так и отдельно по областям и г. Минску товарооборот общественного питания имеет тенденцию к росту. Так, например, в Республике Беларусь товарооборот общественного питания в период с 2010 по 2019 г. вырос на 2570,6 млн руб. В 2019 г. самый высокий товарооборот был отмечен в г. Минске (1405,3 млн руб.) и по сравнению с 2010 г. он вырос на 1290,8 млн руб. На втором месте — Минская область (310,3 млн руб.), товарооборот общественного питания в которой за анализируемый период вырос на 275,2 млн руб. На третьем — Гомельская область (264,6 млн руб.), а в период с 2010 по 2019 г. товарооборот вырос на 216,5 млн руб. В 2019 г. доля товарооборота объектов общественного питания государственной формы собственности составила 22,3 %, что на 0,8 п.п. меньше, чем в 2010 г. Доля товарооборота объектов общественного питания частной формы собственности в период с 2010 по 2019 г. уменьшилась на 4,0 п.п. и составила 66,8 %, а иностранной собственности увеличилась на 4,8 п.п. и составила 10,9 %. С 2013 г. в общем объеме товарооборота увеличилась доля организаций с иностранным капи-