

иллюзионисты и т.д. Владельцы ресторана — молодая пара, никогда раньше не были связаны с ресторанным бизнесом. Меню в «Мадам Коко» достаточно разнообразное. Некоторые блюда готовят по старинным французским рецептам. Все продукты, гели, соусы собственного приготовления. Концепция полностью исключает использование префабов или полуфабрикатов. Заготовительный цех использует вакуумную технологию подготовки, су-вид и сложную технологию мариновки продуктов. В ресторане также подают крафтовые сыры фермерского производства и дикие устрицы, которые вылавливают в Японском море и привозят из Мурманска. В каждом блюде есть элементы молекулярной кухни. Винная карта подобрана с учетом специфики основного меню, а авторские коктейли смогут удивить даже самых искушенных гостей. Приготовление блюд происходит на глазах у посетителей, так как там функционирует открытая кухня.

В заключение добавим, что за колоссальным успехом этого ресторана стоит впечатляющая работа владельцев заведения, которые на протяжении 8 лет изучали старинные французские рецепты, следили за развитием молекулярной кухни и находились в состоянии постоянного мониторинга ситуации на рынке ОП в Беларуси.

К. С. Гиль
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. В. Стасюкевич

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ СЕТИ КИНОТЕАТРОВ SILVER SCREEN К ПРИВЛЕЧЕНИЮ КЛИЕНТОВ

В современных реалиях большинство организаций ставят перед собой цель научиться эффективно взаимодействовать с покупателями и клиентами, понимать их потребности, обеспечивать привлечение новых и удержание имеющихся. Ввиду многообразия способов привлечения клиентов проблема выбора наиболее эффективных мероприятий приобретает для коммерческих организаций особую актуальность.

В сети кинотеатров Silver Screen достаточно часто проводятся подобные мероприятия. Так, в 2021 г. были организованы трансляции концертов группы BTS и певицы Billie Eilish, которые в настоящее время очень популярны среди молодежи. Данные мероприятия позволили привлечь не только подростков, но и их родителей. Трансляция финала игры Dota2, которая является значимым событием в мире киберспорта, позволила не только привлечь целевую аудиторию и увеличить выручку от реализации билетов, но и обеспечить средний чек объектов общественного питания Silver Screen до 6,86 руб., в то время как в обычные дни средний чек находится в диапазоне

от 4,50 до 6 рублей. Поскольку данные мероприятия в г. Минске были организованы только в сети кинотеатров Silver Screen, они существенно повысили их популярность и обеспечили рост лояльности клиентов.

Уникальность предложения Silver Screen заключается еще и в том, что это не просто сеть кинотеатров, а реализация концепции создания многофункциональных комплексов для просмотра фильмов и организации досуга. Это единственные в Республике Беларусь объекты, где клиент может посмотреть фильмы, поиграть в настольные и развлекательные игры, поработать или просто поесть в кофейне, и все это в одном месте. Клиенты Silver Screen с удовольствием приобретают продукцию общественного питания, пока играют в аэрохоккей или виртуальный баскетбол, едят в перерывах между работой и смотрят новинки кино в выходные.

Таким образом, современные способы привлечения клиентов — это не только акции, купоны, бонусы, но и разработка уникальных предложений, которые побуждают потенциальных покупателей / клиентов приобретать продукцию или воспользоваться услугами в определенном месте и в определенное время.

К. С. Гиль, А. А. Гудыно
БГЭУ (Минск)

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

ОНЛАЙН-ЗАКАЗЫ В ОБЪЕКТАХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И ИХ ВОСТРЕБОВАННОСТЬ

В современной ресторанной индустрии появляются все новые и новые приложения и сервисы, направленные на улучшение качества обслуживания. Доставка еды после онлайн-заказа на дом становится привычной. В последнее время для заказа доступны не только бургеры и пицца, но и блюда для тех, кто следует принципам правильного или спортивного питания.

Одной из главных причин увеличения онлайн-заказов в объектах общественного питания является желание людей сэкономить свое время. В связи с этим большую популярность в период пандемии получили сервисы по доставке продукции на дом. Согласно данным исследования «Рынок экспресс-доставки и курьерских служб в Республике Беларусь 2020», в Беларуси работают 8 служб доставки еды (агрегаторов): menu.by (ООО «Менюбай»), delivio.by (ООО «Деливери Плюс»), just-eat.by (ООО «Фуд клуб»), enot.delivery.by (ООО «Тейсти Сторис»), 24eda.by (ООО «24 Групп»), hereisfood.by (ООО «Нокта Логистику»), carte.by (ООО «КартэБай»), menu-menu.by (ООО «Фудтех системс»).