

Таким образом, тщательно проработанная товарная политика помогает формировать ассортимент, своевременно его совершенствовать, устранять неподходящие товары, оптимизировать бюджет и повысить конкурентные преимущества как товаров, так и субъектов хозяйствования, позволяет улучшить экономические показатели организации и разработать алгоритмы действий на случай возможных изменений.

Е. А. Ясючя, Д. Д. Алябьева

БГЭУ (Минск)

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

ИННОВАЦИИ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ВНЕДРЕНИЯ В РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Инновациями в ресторанной индустрии можно считать внедрение новейших технологий и методов для обеспечения эффективной деятельности предприятия, совершенствование процесса обслуживания, а также обеспечение привлечения потребителей.

К популярным инновациям XXI в. можно отнести:

- QR-код, с помощью которого передается большой объем информации, непосредственно касающейся ресторана. Также клиенту предоставляется возможность получить полную информацию об имеющемся заказе: начиная с ингредиентов, входящих в блюдо, заканчивая номером мобильного телефона обслуживающего официанта;

- планшет-меню позволяет одновременно улучшить сервис и ускорить процесс обслуживания. Любые изменения в меню теперь можно вносить очень быстро, а время формирования заказа становится увлекательным процессом, чем-то схожим с игрой: клиент самостоятельно «создает» свое блюдо, рассчитывает его калорийность и сразу получает чек;

- мультимедийность в сфере общественного питания — это комбинация онлайн- и офлайн-продаж. Большинство офлайн-заведений, которые уже взяли это на вооружение, эффективно используют свои ресурсы для увеличения продаж, предлагая клиентам не только посетить заведение, но и заказать еду на дом или оформить заказ и забрать его самим;

- роботизация в ресторанах — это новый формат обслуживания, который представляет собой говорящих роботов. Роботы приветствуют гостей различными жестами, разносят им еду и напитки. Роботизацию рассматривают как одни из самых эффективных методов решения проблемы персонала в будущем.

В будущем разрабатывается реализация идеи о внедрении беспилотных автомобилей для доставки еды. Эта технология может решить проблемы как операторов, так и клиентов, поскольку направлена на снижение затрат на рабочую силу. Использование беспилотников для доставки еды обещает существенно сократить время ожидания клиентов.

Беларусь имеет большой потенциал в развитии ресторанного бизнеса и использовании инновационных концепций и технологий. Из всего вышеперечисленного большое количество инноваций можно было бы применить в Республике Беларусь, а что-то и на данный момент используется (планшет-меню, доставка еды и сервисы по доставке, мобильные приложения). Однако не все рестораторы нашей страны видят необходимость в развитии этих направлений.

В заключение стоит отметить, что внедрение новых технологий может качественно повлиять на оптимизацию расходов, при этом оставаться в согласованности с инвестиционными целями бизнеса. Какие внедрять технологии — на уровне автоматизации или роботизации — зависит от того, что ресторатор планирует делать в отношении своего бизнеса — оптимизировать расходы ресторана, масштабировать его в сеть, завоевывать новые ниши рынка или вовсе выходить на новый рынок как по направлению (например, фудтех), так и по географии (страны СНГ, Европа и др.).

Е. А. Ясюченя, Д. Д. Алябьева
БГЭУ (Минск)

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

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Сфера общественного питания переживает непростые времена. Обстоятельства пандемии оказали принципиальное влияние на тренды ресторанного обслуживания. Если раньше каждый руководитель бизнеса мог выбрать «свой путь», то теперь эпидемиологическая обстановка играет определяющую роль в формировании стратегии и тактики.

С ухудшением эпидемиологической обстановки в секторе общественного питания заметно выросло число интернет-заказов. В качестве примера заведений Российской Федерации: средний чек онлайн-заказа из ресторанов и кафе в уик-энд 22–24 октября был на 35–40 % выше, чем в офлайне. По сравнению с сопоставимым уик-эндом