

B. Gawrutschonok, K. Gawrutschonok

В.О. Гаврученок, К.Н. Гаврученок

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель В.П. Масленкова

DIE ENTWICKLUNG DES AMERIKANISCHEN MITTELSTANDES

Развитие малого бизнеса в США

Bis heute sind in den Vereinigten Staaten mehr als 20 Millionen kleine Unternehmen registriert, wobei jährlich mindestens 1 Million neue eröffnet werden. Jede dritte amerikanische Familie ist in einem kleinen Unternehmen tätig. Im Allgemeinen bieten Unternehmen mit bis zu 100 Mitarbeitern Arbeitsplätze für mehr als die Hälfte der US-Arbeitsbevölkerung. Einige amerikanische unternehmerische Lehrbücher behaupten, dass bis zu 20 % der US-Kleinunternehmen mit 1.000 bis 5.000 US-Dollar beginnen. Und mehr als die Hälfte von ihnen wechselt in weniger als 2–3 Jahren in die Reihen von Unternehmen mit einem Jahreseinkommen von mehr als 1 Million US-Dollar.

Amerikanische Unternehmer gründen ein Geschäft lieber ausschließlich auf eigene Kosten. Nur 10 % der kleinen Unternehmen starten auf der Basis von Fremdkapital. 90 % der kleinen Unternehmen werden auf der Grundlage der Ersparnisse des Eigentümers, seiner Familie, entfernter Verwandter und enger Freunde organisiert. Laut den jährlichen Statistiken der US Small Business Association wurden mehr als die Hälfte der erfolgreichen und schnell wachsenden Unternehmen auf der Grundlage eines Büros zu Hause gegründet, während ihre Gründungskosten 25.000 US-Dollar nicht überstiegen.

Die Besonderheit der amerikanischen Kleinunternehmen ist der Franchise-Wahn. Die USA sind der Geburtsort des Franchising, es ist die Hauptstärke der amerikanischen Wirtschaft. Bereits Mitte des 19. Jahrhunderts bauten hier Unternehmen wie Singer und General Motors ihre Franchise-Netzwerke auf. Heute schätzt die International Franchise Association, dass es in den Vereinigten Staaten mehr als 2.000 Franchisegeber und ungefähr 600.000 Franchisenehmer gibt. Dank großer und erfolgreicher Franchisegeber ist die Eintrittskarte in ein kleines Unternehmen für einen angehenden Unternehmer sehr günstig. Zum Beispiel, um ein Fastfood-Restaurant McDonald's mit einer Fläche von 150 qm zu eröffnen. Ein bei Amerikanern nicht weniger beliebtes Subway-Diner der gleichen Größe in den USA kostet nur 100.000 US-Dollar.

Gleichzeitig verlangt der Franchisegeber vom unerfahrenen Unternehmer, dass er sofort nur 50 % der Kosten des abgeschlossenen Unternehmens beisteuert. Die restlichen 50 % können innerhalb von 20 Jahren zurückgezahlt werden. Für 45.000 bis 50.000 US-Dollar wählt ein Unternehmer einen idealen Ort aus, um ein neues Restaurant oder eine neue Snackbar zu eröffnen, Mitarbeiter einzustellen und zu schulen, Kochrezepte sowie Produkte bereitzustellen. Engagierte Manager werden das neue Unternehmen im ersten Jahr sehr

aufmerksam beaufsichtigen, und sobald das neue Unternehmen auf den Beinen ist, werden sie mit unregelmäßigen Inspektionen kommen. Die monatlichen Abzüge für die Miete von Geräten, die von der Muttergesellschaft bereitgestellt werden, und Werbung betragen nur 8 % der Gesamteinnahmen. Sie können vereinbaren, dass der Franchisegeber für einen Mindestprozentsatz des Erlöses die gesamte Buchhaltung und Berichterstattung beim Unternehmen behält.

Das Hauptrezept für die Unterstützung kleiner Unternehmen durch die US-Regierung sind Regierungsaufträge. Kleine amerikanische Unternehmen nehmen zusammen mit großen Konzernen an Auktionen und Kommissionen zur Verteilung staatlicher Käufe und Aufträge teil. Die amerikanische Regierung gibt jedes Jahr mindestens 700 Milliarden Dollar für Einkäufe aus, europäische Kleinunternehmen beneiden übrigens die amerikanischen: Sie dürfen nicht einmal in die Nähe von Staatseinkäufen kommen.

P. Lavrinovich

П.Д. Лавринович

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Е.В. Молчанова

MODERNE TECHNOLOGIEN IM GASTSTÄTTENGEWERBE

Современные технологии в ресторанном бизнесе

In der heutigen Welt spielt der Einsatz moderner Technologien eine wichtige Rolle bei der Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit von Gastronomiebetrieben. Die Möglichkeit, online einen Tisch zu reservieren oder Essen aus einem Restaurant zu Hause zu bestellen, ist aus dem heutigen Leben nicht mehr wegzudenken.

Um zusätzliche Wettbewerbsvorteile zu erhalten, verwenden die Gastronomiebetriebe mehr und mehr oft eine Vielzahl von automatischen Bestellsystemen, deren Wesen darin besteht, dass anstelle einer traditionellen Speisekarte auf jedem Tisch ein Tablet mit einem heruntergeladenen elektronischen Menü installiert ist. Die Gäste können die gewünschten Gerichte selbst auswählen, indem sie sie aus dem Menü in das Bestellfeld ziehen, und dabei alle notwendigen Informationen über ihre Bestellung sehen. Nach der Bestätigung werden die Auftragsdaten an die Kochstationen übermittelt.

Ein weiterer Trend bei der Entwicklung dieser Systeme ist die Microsoft Surface-Lösung, die den gesamten Tisch in einen großen Touchscreen verwandelt. Obwohl diese Systeme für unseren Markt noch eine Innovation sind, haben Europa und die Vereinigten Staaten bereits in den 2000er Jahren beschlossen, solche Geräte einzuführen. Die Vorteile eines elektronischen Speisekartensystems bestehen in den aktuellen Preisen für Gerichte,