

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Винокуров, Е.Ю. Общий электроэнергетический рынок СНГ/ Винокуров Е.Ю. – М.: ИНФРА-М.: 2008. – 197 с.
2. Колесов, В.П., Кулаков, М.В. Международная экономика/ Колесов В.П., Кулаков М.В. - Учебник. – М.: ИНФРА-М.: 2004. – 206 с.
3. Официальный сайт Министерства энергетики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <http://minenergo.gov.by/>
4. Официальный сайт Общая статистика Бюро Вьетнам [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: www.gso.gov.vn/default_en.aspx?tabid=491

ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Новикова Е. Д.,
студентка IV курса ФМО БГУ
Данильченко А. О.,

старший преподаватель кафедры международного туризма ФМО БГУ

Туристический бизнес относится к числу наиболее быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства, однако в современных условиях развитие туристического бизнеса невозможно без соответствующей модернизации туристической инфраструктуры: наравне со строительством современных дорог, отелей, ресторанов и т. п. большое значение придается использованию средств информационных технологий и сети Интернет.

В ресторанном бизнесе все больше компаний приходят к выводу о необходимости использования информационных технологий, что, в свою очередь, может значительно улучшить конкурентоспособность предприятия, поскольку в современных условиях жесткой конкуренции стильного интерьера и качественной вкусной еды уже недостаточно.

К информационным технологиям, используемым в ресторанном бизнесе, относятся:

- бронирование столов онлайн (самым крупным в мире бронератором столиков является сервис Opentable, в его базах свыше 28 000 заведений);
- заказ с доставкой на дом;
- автоматизация рабочего места хостес (R-Keeper),
- автоматизация заказов (электронное меню);

- системы web-мониторинга для регистрации несоблюдения сотрудниками санитарных норм и правил безопасности;
- разработка мобильных приложений;
- доступ к wi-fi;
- интернет-реклама;
- технологические инновации (теплан-технологии, расчёт с помощью отпечатков пальцев, 3D-технологии и др.).

Согласно статистическим данным с 2000 года до 2016 года население планеты выросло на 18%, а количество пользователей сети Интернет – на 88%; по данным 2016 года 46% всего населения пользуется Интернетом. Ежегодно рост числа пользователей смартфонов по всему миру составляет примерно 3,4% [1]. Очевиден рост популярности сети Интернет во всех сферах жизнедеятельности, который при наличии качественной кампании продвижения ресторана в интернете (контекстная, баннерная рекламы, SEO и т. д.) создаст дополнительное конкурентное преимущество.

В Республике Беларусь количество интернет пользователей также ежегодно увеличивается. В 2015 году рост составил примерно 17 тысяч человек, или 1,28% по отношению к 2014 году (таблица 1). Всего в Республике Беларусь 53% населения используют интернет.

Таблица 1. – Количество интернет пользователей в Республике Беларусь

Год	Количество пользователей, тыс человек	Население, тыс человек	В отношении к населению, %
2012	4290	9463	45,33
2013	4850	9468	51,23
2014	4873	9481	51,4
2015	5004	9498	52,68

Примечание: составлено на основании [2].

Согласно статистическим данным, характеризующим степень развития мобильных сетей, в 2010 году количество абонентов превысило население страны и составило 10,3 млн человек (таблица 2).

Таблица 2 – Количество абонентов сотовой связи в Республике Беларусь

Год	Количество абонентов, подключенных к сетям сотовой электросвязи, тыс	Охват населения Республики Беларусь услугами сотовой электросвязи, %
-----	--	--

2012	10 676,5	99,7
2013	11 114,4	99,9
2014	11 402	99,8
2015	11 448	99,8

Примечание: составлено на основании [2].

В 2015 году на 1000 человек приходилось 1205 абонентов сотовой сети. Если принимать во внимание, что в 2000 году на 1000 человек населения Республики Беларусь приходилось всего 5 абонентов мобильной связи, то можно отметить рост за последние 15 лет более чем в 200 раз [2].

Разработка мобильных приложений и качественного контента в социальных сетях привлекает больше лояльных клиентов. Как правило, лояльные клиенты составляют примерно 20% всей клиентской базы, однако приносят около 80% прибыли (принцип Парето). Ведение аккаунтов компании в социальных сетях зачастую дешевле рекламы в прессе, на телевидении и в других медиа, хотя охват аудитории иногда даже шире. Таким образом, социальный медиа-маркетинг является сегодня одним из самых действенных способов повышения конкурентоспособности ресторана.

Согласно докладу Национальной Ассоциации Ресторанов США и компании LevelUp, функция предварительного заказа, доступная в мобильных приложениях или на сайтах ресторанов, приносит около 5% продаж в первые три месяца после ее интеграции. Исследования показывают, что клиенты, разместившие заказ онлайн, посещают рестораны на 67% чаще, чем остальные [3].

Основанная в Сиэтле сеть кофеен Starbucks стала абсолютным лидером по внедрению инновационных мобильных и цифровых технологий. В декабре 2015 года корпорация запустила мобильное приложение, которое позволяет заранее формировать заказ. Оно позволило существенно сократить очереди, ускорить обслуживание и повысить эффективность работы заведений в целом. Оформление и оплата заказов через мобильное приложение составили 20% всех транзакций, или приблизительно 9 миллионов долларов в неделю [3].

Автоматизированные системы управления рестораном позволяют выполнять множество операций за более короткие сроки и с меньшей вероятностью допущения ошибки: бронирование столиков, учет загрузки ресторана, формирование заказа и передача его повару, учет прибыли и затрат, составление отчетов и другие возможности.

Компьютерные и информационные технологии активно внедряются в сферу туристического бизнеса, их применение становится неотъемлемым условием успешной работы, гарантом оперативности, надежности, точно-

сти, эффективности управленческих решений в этой области. Благодаря информационным технологиям услуги становятся более гибкими и индивидуальными, более привлекательными для потребителя и именно они (информационные технологии) должны стать мощными инструментами для создания более конкурентоспособных туристических организаций.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Сухачева, А. Доступ к интернету в мире: статистика, тренды / А. Сухачева // Новостной портал [Электронный ресурс] – 28.03.2016. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2016/03/28/dostup-k-internetu-v-mire-statistika-trendy/>. – Дата доступа: 26.12.2016.
2. Медведева, И. В. Беларусь в цифрах: стат. сборник / И. С. Кангро, Ж. Н. Василевская, Е. И. Кухаревич, под ред. И. В. Медведевой - Мн.: 2016.
3. Мобильные приложения ресторанов // Интернет-портал «Geektimes» [Электронный ресурс] – 21.10.2015. – Режим доступа: <https://geektimes.ru/company/jowi/blog/264356/>. – Дата доступа: 24.12.2016.

ИНТЕГРАЦИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Олимов Саъди Ибодуллоевич,
аспирант кафедры инновационного менеджмента БГУ

Опыт стран с развитой экономикой свидетельствует, что международная экономическая интеграция является одним из наиважнейших факторов развития любой национальной экономики. Закономерность этой тенденции подчеркивается в научно обоснованном понятии интеграции, предложенным экспертами, и трактуется как «наиболее высокая степень интернационализации хозяйственной жизни, интернационализация самого производства, установление глубоких хозяйственной взаимосвязей» [1].

Следовательно, в условиях нарастающих глобализационных процессах и в усиление потребности перехода национальной экономики на путь устойчивого развития, ограничивающие или изменяющие возможности развития отдельных отраслей экономики, особую актуальность приобретают интеграционные процессы. Развитие интеграционных процессов будут способствовать разрешению экономических и социальных проблем, улучшению инвестиционного климата в экономики.

Одновременно с этим необходимо отметить, что с момента приобретения независимости, Республика Таджикистан проводит активную политику,