

которые получили самые высокие результаты, могут получить бонус. Суммы заработной платы также могут быть рассчитаны в соответствии с отработанным временем. Те сотрудники, которые будут заинтересованы в индексах time tracker, могут повысить свою эффективность и стать более самоорганизованными.

Тайм-трекеры показывают эффективность всего бизнес-процесса ресторана. По итогам отчетов time tracker будет легко найти сотрудников, которые подводят всю команду и не позволяют работать более эффективно. Использование трекеров времени может поднять командный дух вашего персонала, так что не ждите, чтобы использовать его [3].

Time tracker- это легкая в использовании система учета рабочего времени и перерывов. Простые отчеты показывают, чем занимались вы и ваши коллеги. Главными преимуществами тайм трекера являются: быстрое и легкое управление таймером; экспортировать или отправлять отчеты по электронной почте можно в один клик; возможность работы в мобильном приложении; ежедневные, еженедельные или ежемесячные обзоры расхода времени у вас и ваших коллег; обзор работы вашей команды в режиме реального времени.

К сильным сторонам в управлении ресторана относят: наличие профессиональной и слаженной команды управленцев верхнего уровня, что отражается на всей вертикали управления. Это обусловлено не случайной совместимостью, а формируется целенаправленно; высокий профессионализм коллектива общества; социальные гарантии и защищенность работников; наличие системы в работе по развитию персонала (обучение); развивающаяся система мотивации персонала (направленная на удержание ценных сотрудников и достижение общих целей).

Если вы хотите, чтобы ваша команда выступала на высоком уровне и имела реальные инвестиции в успех вашего ресторана, то вам тоже нужно инвестировать в них. Лучший способ сделать это-предоставить возможности для обучения.

Это могут быть программы обучения без отрыва от работы или более формальные курсы, которые проводятся в таком учреждении, как кулинарная школа. Ключевым преимуществом является то, что эти возможности являются способами для вашего персонала расти профессионально и развиваться в рамках вашей организации. Предоставляя своим сотрудникам возможность учиться новым навыкам и продвигаться к лидерским ролям в вашем ресторане, вы сократите текучесть кадров и сделаете своих сотрудников счастливее [4].

Эффективное управление рестораном включает в себя несколько задач, таких как связи с общественностью, инвентаризация, персонал и обслуживание клиентов. В некоторых случаях владелец ресторана может также выполнять функции менеджера. В любом случае, сильный менеджер является важной составляющей успешного ресторана [5].

Заключение. Управление рестораном включает в себя множество различных обязанностей, от найма и увольнения персонала, до отслеживания продаж и базового учета. Как менеджер ресторана, это ваша ответственность, чтобы убедиться, что операции работают эффективно, чтобы обеспечить оптимальное обслуживание клиентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Управление персоналом в ресторане [Электронный документ]. – Режим доступа: http://www.delasuper.ru/view_post.php?id=154 - Дата доступа: 11.03.2020.
2. Управление персоналом в ресторанном бизнесе [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://www.shopolog.ru/metodichka/idei-dlya-malogo-biznesa/upravlenie-personalom-v-restorannom-biznese/> - Дата доступа: 11.03.2020.
3. Трекер (программа) [Электронный документ]. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Трекер_\(программа\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Трекер_(программа)) – Дата доступа: 12.03.2020.
4. Управление персоналом в ресторанном бизнесе: современные тенденции [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://hr-portal.ru/article/upravlenie-personalom-v-restorannom-biznese-sovremennye-tendencii> - Дата доступа: 11.03.2020.
5. Система управления персоналом в ресторанном бизнесе [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=584479> – Дата доступа: 12.03.2020.

УДК 339

АНАЛИЗ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОН КОМПАНИИ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ИТ- ОТРАСЛИ

*А.И. Мельник, А.В. Сальникова студентки группы 10503217 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – В данной статье рассмотрено состояние современного рынка ИТ- услуг. Особое внимание уделено влиянию стратегического планирования на компанию. Проанализированы сильные и слабые стороны ИТ-компании. Даны рекомендации по усовершенствованию стратегии.

Summary – This article is devoted to the state of IT services at the modern market. The special attention is paid to the impact of strategic planning on a company. The strengths and weaknesses of the IT company have been analyzed. The author gives some recommendations on how to improve and develop this strategy.

Введение. Актуальность развития IT-отрасли обусловлена информационным образом жизни населения. Поиск информации через Интернет и удаленное ее хранение стали удобным способом обработки данных.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, в отрасли информационных технологий работают 36664 тысяч человек [1]. На развитие данной сферы в Республики Беларуси положительное влияние оказывает Парк высоких технологий. В Парке созданы дружественные условия для развития технологического бизнеса и действует особый налогово-правовой режим. Благодаря ему вышли такие приложения как Viber, Flo, Mars.me и другие. За счет успеха в IT-сфере Республика Беларусь успешно конкурирует на мировом рынке информационных технологий.

Основная часть. Стратегическое планирование -это формирование бизнес-стратегий, их реализация и оценка влияния на формулирование долгосрочных целей, а также способов их реализации. Успешное управление стратегическим развитием бизнеса зависит от проведения стратегической сессии. Стратегическая сессия включает в себя постановку целей в маркетинге и hr, что в дальнейшем облекается финансовыми целями. Итогами данной сессии становится четкое видение конкретизированных целей, которые в свою очередь делятся на этапы с дальнейшим планом реализации. Результатами стратегической сессии является эффективное исполнение поставленных долгосрочных и краткосрочных целей предприятия.

IT-сфера – это одна из самых динамично-изменяющихся индустрий, которая требует постоянного совершенствования и обновления предоставляемых услуг. Модернизация является обязательным компонентом удержания рыночной доли. Первичная стратегическая цель компании-удовлетворение клиентов. Однако, помимо этого стоит уделить внимание таким целям как: рост продаж, внедрение новых технологий, улучшение качества услуг и другие. Это приводит к анализу сильных и слабых сторон компании. Оценка внешней внутренней среды позволяет определить по какому пути выгоднее всего вести бизнес. Рассмотрим, анализ сильных и слабых сторон компании на примере IT-сферы (таблица 1).

Как видим из Таблицы 1, IT- сфера имеет свои плюсы и минусы, а также требует тщательного анализа. Среди сильных сторон следует больше внимания обратить на инвестирование, так как в IT- сфере привлечение инвестиций являются одной из основных задач.

Инвестирование проектов: внимание обращается на перспективность проекта/услуги, масштабируемость бизнес-модели, собственный капитал, легкость в интеграции. При инвестировании IT-сферы наиболее популярны разработка мобильных приложений и программного обеспечения, прикладные услуги. Среди слабых сторон выделяется высокая конкуренция.

Это значит, что IT-компаниям необходимо сосредоточиться на оказании уникальных и востребованных услуг, чтобы быть интересным потребителям. Так же, важно повышать грамотность населения в сфере информационных технологий. Для этого следует сосредоточиться на обосновании важности данного процесса. Обучение может проводиться в форме предоставления актуальной и интересной информации населению среднего и старшего возрастов [2].

Таблица 1 – Анализ сильных и слабых сторон компании

Сильные стороны	Слабые стороны
Востребованность IT-услуг среди населения	Нехватка специалистов
Высокая заработная плата	Высокая конкуренция
Возможность работать удаленно	Необходимость в постоянном обновлении знаний и навыков в данной сфере
Широкий спектр услуг	Высокая текучесть кадров
Простота в привлечении инвестиций	Требования в знании иностранных языков
Быстрый профессиональный рост	Следование конкретным срокам проектов
Комфортные условия труда	Многозадачность

Источник: Собственная разработка авторов на основании [2].

Заключение. На основании всего вышесказанного мы можем констатировать, что методы стратегического планирования являются не только базой для создания бизнеса, но в тоже время помогают предприятиям занять нишу и определить дальнейшую перспективу. А главной задачей менеджеров компании стоит правильное использование и редактирование информации, полученной входе исследования рынка. Особенно это важно при вхождении в такую популярную и высокодоходную отрасль как IT.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный документ]. –Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/strukturnaja_statistika/osnovnye-pokazateli-deyatelnosti-mikroorganizatsiy-i-malykh-organizatsiy/. – Дата доступа : 02.03.2020

УДК 339

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ ЧЕРЕЗ СЕТЬ ИНСТАГРАМ

*А.И. Мельник, студентка группы 10503217 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Монтик О.Н.*

Резюме – В данной статье рассмотрены современные способы продвижения кондитерской продукции через Инстаграм. Определены основные преимущества сети Инстаграм, актуальность ведения бизнеса в интернете. Даны рекомендации по совершенствованию Инстаграм профиля.

Summary – This article discusses modern ways to promote confectionery products in Instagram. The main advantages of the Instagram network, the relevance of doing business on the Internet are determined. Recommendations on improving Instagram profile are given.

Ведение. В соответствии со статистикой, в Республике Беларусь бизнесом занимаются 241 300 тысяч индивидуальных предпринимателей [1]. На данный момент большинство компаний имеют свои сайты в интернете, что позволяет выводить коммуникацию с потребителем на комфортный для обеих сторон формат.

Инстаграм является одним из самых перспективных способов продвижения продукции, услуг, знаний через интернет. Это объясняется легкостью ведения бизнеса. Пользователи данной социальной сети проводят в ней значительную часть своего свободного времени. За это время они обрабатывают большое количество информации. Главная цель заключается в привлечении потребителей именно к своему продукту. Ситуация осложняется большим количеством конкурентов на этой информационной площадке. Поэтому необходимо следить за трендами в сети и всеми способами стать интересным для покупателей.

Основная часть. Питание является неотъемлемой частью повседневной жизни. Поэтому одно из самых популярных коммерческих направлений в Instagram-кондитерские изделия. Продвижение кондитерских изделий через инстаграм рассматривается на примере интернет-магазина cakes by. Основные каналы сбыта кондитерской продукции: розничные и корпоративные. Однако в своей предпринимательской деятельности организация делает акцент в большей степени на корпоративных клиентов. В корпоративный портфель входят Eram, TUT by, Uber, Белинвестбанк, Технобанк, банк развития [2].

В продвижении продукции cakes by через Инстаграм на первый план выходит визуальная часть страницы. Именно от того насколько качественные фотографии содержит аккаунт зависит выбор потребителя. Фотографии которые сделаны при естественном освещении, хорошем ракурсе и грамотной обстановке привлекают большое количество клиентов. Аккаунт cakes.by содержит фотографии соответствующие этим критериям. Результат визуальной деятельности- аудитория в размере 27 тысяч человек. Заголовок профиля содержит в себе уникальное торговое предложение. Ассортимент включает в себя торты, пряники, эклеры, пирожные. Вся продукция оригинально упакована в яркие посты. Доверие клиентов привлекается наличием реальных отзывов о продукции. Система оплаты предлагается наличная и безналичная. Для продвижения аккаунта в Инстаграм используется таргетированная реклама. Суть таргетированной рекламы в том, что потенциальные клиенты ищут в поиске кондитерские изделия, тем самым переадресовываются на страницу cakes.by. Настройка осуществляется через Facebook с указанием целевой аудитории и рекламного бюджета. Помимо этого ведется настройка автоматической активности через проявление активности в отношении потребителей.

Помимо этого, следует обратить внимание на сбор и анализирование статистических данных профиля в Инстаграм. Критериями для оценки могут выступать изменение охватов, количество подписчиков и вовлеченность аудитории. Можно проанализировать вложенный в таргетированную рекламу бюджет и сделать вывод какая аудитория дает больше конверсии. Так же, успешное продвижение напрямую зависит от продуманного на несколько месяцев вперед стратегического контент-плана. Основными задачами которого будет являться регулярное ведение сторис и разработка тематических рубрик. Примером рубрики может выступать видео-рецепт десерта [3]. Для упрощения поиска информации выгодно использовать хэштеги. За каждой рубрикой закрепляется ключевое слово, например #сладкий_понеделник, который в дальнейшем будет выполнять функцию навигации по профилю. Данные рекомендации позволят увеличить вовлеченность пользователей в профиль cakes.by, что в свою очередь приведет к расширению своей географии продаж.

Заключение. Таким образом, продвижение продукции через Инстаграм - это не только площадка для реализации продукции, но и способ лучше узнать свою целевую аудиторию, что в свою очередь ведет к повышению качества изделий. А так же рекомендуется на постоянной основе заниматься прослеживанием нововведений в Инстаграм, чтобы быть интересным для потребителя.