

УДК 658.5

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ Efficient Catering Management



**Чимита Галсановна
Лубсанова**

Магистрант кафедры Экономики
предприятия и предпринимательской
деятельности
Байкальский государственный
университет, г. Иркутск, Россия

C.G. Lubsanova

Master's Student, Department
of business Economics
and entrepreneurship
Baikal State University,
Irkutsk, Russia



**Наталья Александровна
Брянская**

Доцент кафедры Экономики
предприятия и предпринимательской
деятельности
Байкальский государственный
университет, г. Иркутск, Россия

N.A. Bryanskaya

PhD in Economics, Associate
Professor Department of business Eco-
nomics and entrepreneurship
Baikal State University,
Irkutsk, Russia

Аннотация. В данной статье анализируется состояние и развитие рынка общественного питания России, на основе статистических данных. Отмечается важность сферы общественного питания в экономике страны. Выделена специфика данного вида деятельности, рассмотрены основные типы предприятий общественного питания. Изучены особенности управления предприятиями общественного питания. Исследованы факторы и степень их влияния на деятельность предприятий. Представлена методика, определяющая эффективность деятельности предприятий общественного питания. Сущность методики рассмотрена путем выявления показателей, выраженных коэффициентами. Делается акцент на изучении системы анализа, как основного инструмента эффективной деятельности. Для осуществления системного анализа функционирования предприятия, были предложены этапы его проведения.

Ключевые слова. Эффективность, показатели эффективности, предприятие, общественное питание, управление предприятием, эффективность управления.

Abstract. This article analyzes the state and development of the public catering market in Russia, provides statistical data. The importance of public catering in the country's economy is noted. The specificity of this type of activity is highlighted, the main types of catering enterprises are considered. Studied features of the management of catering. The factors and the degree of their influence on the activities of enterprises are investigated. The technique, determining the efficiency of public catering enterprises, is presented. The essence of the method is considered by identifying the indicators expressed by the coefficients. Emphasis is placed on the study of the analysis system as the main tool for effective activity. To implement a system analysis of the functioning of the enterprise, the stages of its implementation were proposed.

Keywords. Efficiency, efficiency indicators, enterprise, public catering, enterprise management, management efficiency.

Общественное питание является одной из важнейших сфер хозяйственно-экономической деятельности страны. И на сегодняшний день, общественное питание как отдельный сегмент рынка решает и экономические, и социальные задачи.

Общественному питанию присуще многообразие типов и классов предприятий. Это могут быть рестораны, бары, кафе, столовые, закусочные, кофейни и т.д. И каждое из этих предприя-

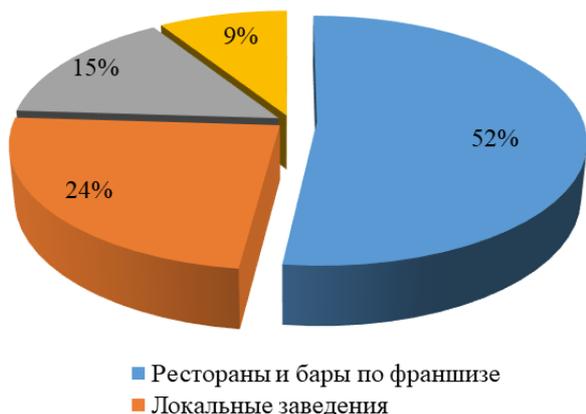


Рис. 1. Структура российской отрасли общественного питания*
*составлена автором

тий осуществляет различные друг от друга виды деятельности, но основной их целью является удовлетворение потребностей населения.

Особенностью предприятий общественного питания является то, что они совмещают сразу несколько функций, таких как процесс производства, розничная торговля продукцией и обслуживание населения [1].

Рынок общественного питания непрерывно растет. Согласно данным анализа рынка и исследованиям маркетингового агентства «Маркет Аналитика», количество предприятий общественного питания в 2018 г. увеличилось на 24 % по сравнению с предыдущим периодом. Структура предприятий общественного питания в России представлена на рис. 1.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики в первые десять месяцев 2018 г. оборот общественного питания по России вырос на 3,9 % по сравнению с тем же периодом прошлого года и составил 1,2 трлн рублей.

Конкуренция на рынке высока и соответственно для того, чтобы удерживать свои позиции на рынке необходимо эффективное управление предприятием.

Управление предприятием общественного питания представляет собой очень сложную систему, имеющую многогранный процесс. Это система, в которой необходимо сохранить целостность и завершенность, а также делимость на элементы или подсистемы [2].

Управлением можно назвать деятельность, которая направлена на достижение поставленных целей. При этом используются различные средства и методы, позволяющие достигнуть этих целей.

К задачам управления относится обеспечение:

- эффективного функционирования предприятия;
- эффективного распределения ресурсов (материально-технических, финансовых и трудовых);

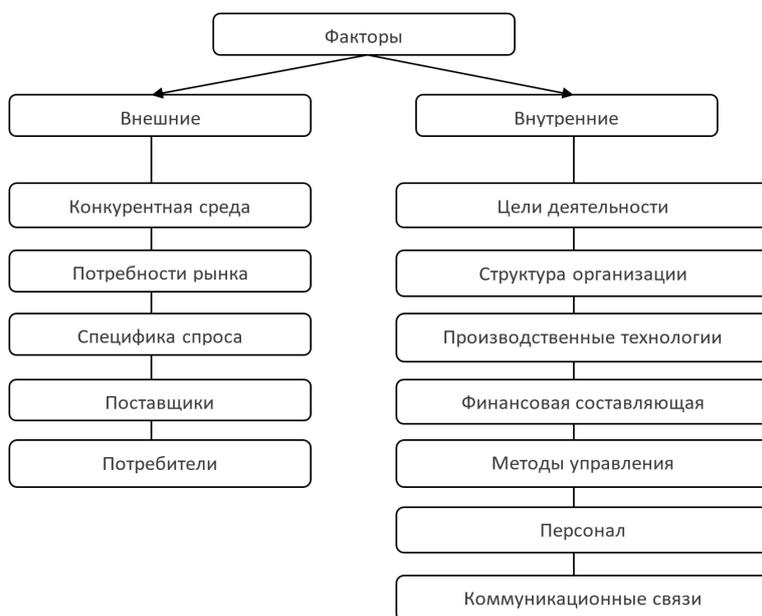


Рис. 2. Факторы воздействия на деятельность предприятий общественного питания*
*составлена автором

— взаимодействия основного и вспомогательного производства;

— непрерывного производственного процесса.

Управление предприятием общественного питания подразумевает собой умение гибко реагировать на все изменения во внешней и внутренней среде, при этом, предупреждая угрозы и позволяя добиваться конкурентных преимуществ [3]. Факторы, оказывающие влияние на деятельность предприятий общественного питания, представлены выше (рис. 2).

Факторы, оказывающие воздействие на деятельность предприятий общественного питания, можно разделить на прямые и косвенные. В отличие от прямых факторов, влияние косвенных факторов сказываются на предприятии не сразу. Их воздействие требует определенного времени. Уровень привлекательности предприятия, его имидж и выбор ориентации также оказывают колоссальное влияние на функционирование предприятия.

Потребность в создании эффективной системы управления предприятием общественного питания выражена спецификой оказываемых услуг. Так как от этого зависит развитие при условиях конкуренции и повышении качества предоставляемых услуг.

Для обеспечения конкурентного преимущества предприятия общественного питания, необходимо выбрать стратегию, которая позволит эффективно управлять предприятием. Для этого используются данные маркетинговых исследований и внедряются новые технологии [4].

Чтобы определить эффективность управления предприятиями общественного питания, необходимо использовать экономические показатели. Эти показатели могут позволить сделать объективную оценку всей деятельности.

Основными же экономическими показателями деятельности предприятий общественного питания, как и прочих других предприятий, являются:

— выручка — выражается в виде суммы произведений среднего чека на число обслуженных клиентов;

— себестоимость — совокупность всех затрат, приходящихся на обеспечение деятельности;

— прибыль — разность между выручкой и себестоимостью;

— рентабельность — отношение прибыли к себестоимости;

— затраты на вырученную денежную единицу — отношение себестоимости к выручке.

При этом минимизация затрат возможна только при усилении позиций на конкурентном рынке.

Кроме перечисленных традиционных показателей, следует также использовать и другие показатели, которые покажут более подробную картину об эффективности деятельности предприятия общественного питания. Показателями, позволяющими разработать наиболее перспективные пути развития для того или иного предприятия, являются:

— средняя стоимость блюда;

— регулярность обновления меню и ассортимента продукции;

— средний чек посетителя;

— стоимость предоставляемых услуг, по сравнению со стоимостью услуг конкурентов;

— затраты на привлечение клиентов (реклама);

— показатель роста реализованной продукции за счет роста расходов на рекламу.

Показателем, отражающим важнейший конечный результат хозяйственной деятельности предприятия, является товарооборот. И его сопоставление с величиной затраченных ресурсов (трудовых, материальных, финансовых) даст представление об эффективности их использования на предприятии [5].

Предприятие общественного питания, как и любое другое, получает определенную сумму с каждой реализованной продукции, соответственно задача максимизации прибыли требует за собой увеличение товарооборота.

Реакция изменения товарооборота на изменение спроса, уровень спроса, качество обслуживания, общее количество мест, размеры предприятия, максимальная пропускная способность — это набор критериев, необходимый проведению комплексной оценке работы предприятия общественного питания.

Полнота оценки эффективности управления предприятием общественного питания определяется методикой, которая в свою очередь выражается следующими коэффициентами (табл. 1).

Общественное питание относится к той сфере деятельности, где цена услуги неотделима от качества ее предоставления. Потому качество предоставляемой продукции и качество обслуживания посетителей также являются показателями эффективности деятельности [6].

Перечисленные показатели способны обеспечить диагностику текущего состояния предприятия, что послужит основой для принятия решений, направленных на рост эффективности деятельности.

Рассчитав показатели эффективности деятельности, следует провести системный анализ. Рассмотрим этапы проведения анализа:

1 этап — формирование общей оценки с точки зрения эффективности управления финансовыми ресурсами;

2 этап — формирование оценки управления с точки зрения эффективности воздействия на текущие процессы деятельности;

3 этап — формирование оценки деятельности с точки зрения управления имеющимися активами предприятия;

4 этап — разработка предложений по мерам дальнейшего улучшения общего положения предприятия.

Анализ деятельности любого предприятия является основным инструментом повышения эффективности его деятельности.

Комплексный анализ касается не только текущих задач предприятия, но и периодической оценки целей и планов, корректировки и поисков других вариантов развития. Могут возникать различные ситуации, вызванные внутренними и внешними факторами, но систему управления должна уметь и правильно реагировать на среды.

Таблица 1

Методика определения эффективного управления предприятиями общественного питания*

Коэффициент эффективности	Расчет
Коэффициент степени охвата населения	$S = \frac{TO}{S_{торг}}$, где К — число пользующихся услугами общественного питания N — численность обслуживаемого населения
Коэффициент эффективности использования торговой площади	$K = \frac{TO}{S_{торг}}$, где S_1 — вся площадь S_2 — площадь зоны обслуживания посетителей
Коэффициент, характеризующий объем товарооборота на метр квадратный (общей площади)	$TO_{общ} = \frac{TO}{S_{общ}}$, где TO — объем товарооборота S _{общ.} — общая площадь
Коэффициент, характеризующий объем товарооборота на метр квадратный (торговой площади)	$TO_{торг} = \frac{TO}{S_{торг}}$, где TO — объем товарооборота S _{торг.} — торговая площадь

*Составлена автором

Список использованной литературы

1. Соломеин А.А. Современное состояние социальной ответственности бизнеса в сфере общественного питания в г. Иркутске (на примере сети ресторанов «ISTPROJECT») / А.А. Соломеин, А.В. Тахтобина // Актуальные вопросы развития социально-трудовой сферы : материалы Всерос. науч.-практ. конф., посвящ. памяти проф. Н.М. Токарской и проходившей в рамках 8-го Байк. кадрового форума, Иркутск, 12 мая 2016 г. — Иркутск, 2016. — С. 119 — 125.
2. Рева Е.К. Предметнотематическое поле гастрономической журналистики: от развлекательного контента до вопросов национальной политики России / Е.К. Рева, Т.В. Огородникова, Т.Д. Михайлова и др. // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — т. 8, № 1. — С. 111 — 128.
3. Шуплецов А.Ф. Организационная культура предпринимательской деятельности компании и ее влияние на эффективность результатов хозяйствования / А.Ф. Шуплецов, П.В. Харитонов // Известия Иркутской экономической академии (БГУЭП). — 2012. — № 3. — С. 86-90.
4. Ахмадеева Э.А. Особенности управления предприятиями общественного питания в России // Экономические науки. — 2017. — № 60. — С. 483 — 486.
5. Беляев В.К. Сущность и экономические предпосылки развития функций управления предприятием / В.К. Беляев // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). — 2015. — Т. 6, № 3. — DOI : 10.17150/2072-0904.2015.6(3).24.
6. Бисикало Е.Э. Организационные факторы конкурентоспособности фирмы / Е.Э. Бисикало // Известия Байкальского государственного университета. — 2017. — Т. 27, № 4. — С. 488 — 496.