COMPETITIVENESS OF CATERING ENTERPRISES

Ptashkin S.
Graduate student, RGEU RINH

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Пташкин С.А.
Аспирант, РГЭУ РИНХ

Abstract

The scientific article discusses theoretical and practical aspects of the competitiveness of catering enterprises in the modern Russian Federation, its factors, evaluation methods, as well as the main problems and ways to solve them in this industry.

Аннотация

В научной статье рассматриваются теоретические и практические аспекты конкурентоспособности предприятий общественного питания в современной Российской Федерации, ее факторы, методики оценки, а также основные проблемы и пути их решения в данной отрасли.

Keywords: competition, competitiveness, catering industry.
Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, индустрия общественного питания.

Как известно, конкуренция – это соперничество предприятий в экономическом плане, когда товаропроизводители хотят захватить определенную долю в рынке. Способность побеждать в данном противоборстве и занимать желаемое место принято называть «конкурентоспособностью» [3].

Конкурентоспособность предприятия является его свойством, которое характеризует степенью реального или потенциального удовлетворения им определенной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на этом рынке. Она устанавливает способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке.

Факторы конкурентоспособности предприятий классифицируются на внешние, проявление которых в малой степени зависит от организации, и внутренние, практически полностью устанавливаемые руководством предприятий.

Внешние факторы конкурентоспособности предприятий:

– политика государства в отношении экспорта и импорта;

– уровень развития государственной экономики:

– уровень развития инфраструктуры в государстве;

– развитие научно-технологического потенциала и другие.

Внутренние факторы конкурентоспособности предприятий:

– производственная и организационная структура предприятия;

– технологии;

– уровень квалификации сотрудников;

– качество менеджмента;

– развитость сбытовой сети и иные.

Существуют различные методы, которые используются при оценке конкурентоспособности предприятий: матричные, продуктовые, операционные, динамические методы, а также методы оценки стоимости бизнеса.

Итак, прежде чем рассмотреть конкурентоспособность предприятий общественного питания, необходимо рассмотреть в общих чертах данную сферу. Общественное питание является отраслью народного хозяйства, совокупность предприятий, которые занимаются производством, осуществлением и организацией потребления кулинарной продукции. В составе данной отрасли состоят следующие предприятия: предприятия общественного питания, заготовочные и доготовочные предприятия [2].

Начало развития современной индустрии общественного питания в России было положено с 90-х годов XX века, сразу же после распада СССР. За несколько десятилетий данная отрасль стала одним из лидеров в сфере обслуживания.

На данный момент общественное питание в нашей стране представлена большим множество предприятий с разнообразным уровнем обслуживания, качеством продукции, многообразием применяемого оборудования. Это наиболее перспективное и быстроразвивающиеся направление пищевой отрасли, которая на примере собственного развития демонстрирует уровень социально-экономического состояния Российской Федерации.

Темпы роста и развитие рынка общественного питания отражает динамика его оборота. Следует рассмотреть на рисунке 1 динамику оборота общественного питания за 2014-2018 годы.



Рисунок 1. Динамика оборота общественного питания в РФ за 2014-2018 годы, млн. руб. [4]

Таким образом, рассмотрев, оборот рынка общественного питания за 2014-2018 годы, можно отметить, что данная отрасль постоянно растет. Главными факторами роста считаются повышение материальных доходов горожан и как следствие роста покупательской способности, изменение культуры питания, стиля жизни, появление продуктовых инноваций и другие факторы.

На сегодня конкурентоспособность является ключевым свойством деятельности предприятий общественного питания, потому что эта отрасль постоянно растет, как рассмотрено выше. Под конкурентоспособность в ней понимает непосредственно сам продукт, то есть номенклатура товаров кухни и качество предлагаемой продукции. Далее идет уровень комфорта – мебель, музыка, атмосфера, оформление блюд, интерьера, наличие дополнительных услуг, то есть то, что удовлетворяет вторичные потребности российских граждан в отдыхе, релаксации.

Цена – это важнейший фактор конкурентоспособности предприятий общественного питания. Для данного элемента в отрасли главным считается размер торговой наценки, как на товары кухни, так и на спиртные напитки. Скидки также занимают значимое место в сглаживании колебаний спроса, которые характерны сфере общественного питания.

Возможность получения кредита, необходимость оплаты дополнительных услуг и использование кредитных карт являются непосредственными инструментами маркетинга, которые применяют только предприятия общественного питания высокого класса, которые занимаются организацией досуга наравне с организацией потребления пищи. Стоит еще отметить, что на конкурентоспособность предприятия общественного питания также воздействует поведение обслуживающего персонала, оформление меню, рекламная кампания, стимулирование сбыта.

При оценке конкурентоспособности предприятий общественного питания необходимо опираться на следующие исходные положения – принципы, которые дают право увеличить точность оценки, учесть интересы субъектов рынка, унифицировать порядок действий, соответственных содержанию процедуры оценки:

– оценка деятельности предприятия;

– ориентация на определенный сегмент рынка;

– ориентация на определенный тип рынка;

– упреждение «двойного счета»;

– создание номенклатуры критериев оценки конкурентоспособности предприятия, с учетом рекомендуемых требований и превышения обязательных требований стандарта.

Таким образом, общественное питание – это одно из самых динамично развивающихся, высокодоходных, перспективных для инвестиций отрасли потребительского рынка в нашем государстве. Однако и этой отрасли, есть ряд следующих проблем, мешающих развитию предприятий:

– ограничение поставок импортного сырья и недостаточная степень развития поставок местного сырья;

– низкие темпы развития рынка «foodtech» и цифровизации ресторанной среды;

– текучесть кадров в данной отрасли, которая приводит к ухудшению качества обслуживания;

– необходимость экономии времени и рост скорости обслуживания гостей в заведениях общественного питания;

– ухудшение качества питания жителей вне дома из-за экономии времени и другие проблемы [1].

На сегодняшний день обеспечить конкурентоспособность предприятий общественного питания можно при соблюдении следующих условий:

– достижение конкурентного преимущества с помощью уменьшения издержек или дифференциации товаров;

– определение сферы конкуренции или сегмента рынка, на котором будет существовать предприятие;

– выстраивание грамотной цепочки производства и формирование системы ценностей предприятия;

– удержание как можно дольше конкурентного преимущества за счет преимуществ высокого порядка;

– гарантирование наличия четырех детерминантов конкурентного преимущества отрасли, в которой действует данное предприятие.

Таким образом, можно сделать вывод, что конкурентоспособность является наиболее главным элементом успеха любого предприятия, в том числе и из сферы общественного питания. Считаясь отличительной чертой рыночного хозяйства, конкуренция гарантирует творческую свободу, образует условия для ее самореализации в экономики за счет разработки и формирования новых конкурентных товаров и услуг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Долгова, И.М., Кудакова, Н.А. Анализ конкурентоспособности предприятий общественного питания / И.М. Долгова, Н.А. Кудакова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2016. – № 11. – С. 22.

2. Зайко, Г.М. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания / Г.М. Зайко, Т.А. Джум. – М.: Магистр, 2017. – 60 с.

3. Стукало, О.Г., Домбровская, Я.П., Аралова, С.И. Инновации как фактор повышение конкурентоспособности предприятий общественного питания / О.Г. Стукало, Я.П. Домбровская, С.И. Аралова // Вестник ВГУИТ. – 2017. – № 4 (74). – С. 307.

4. Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации – официальный сайт. URL: http://ac.gov.ru/files/publication/a/21603.pdf (дата обращения: 25.11.2019).

INTERNAL CONTROL OF THE ENTERPRISE: ESSENCE, CLASSIFICATION AND MAIN COMPONENTS

Fabiyanska V.
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of State Audit and Control Department,
Vinnytsia National Agrarian University,
Ukraine

ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОСНОВНІ КОМПОНЕНТИ

Фабіянська В.Ю.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри аудиту та державного контролю
Вінницький національний аграрний університет
Україна

Abstract

The article deals with the essence of internal control, its types and classification. Internal control at the enterprise performs very important functions. The main functions of the internal control system are: information; warning; motivational; educational. For the internal control system to function successfully in the enterprise, it is first of all necessary to adhere to the basic principles of effectiveness or rules that cover all control activities: responsibility, balance, integration, sustainability, complexity, division of responsibilities, timely notification of deviation, compliance with the supervisory and controlled systems, the bandwidth consistency of the various units of the internal control system, authorization and approval.

The characteristics of the internal control system in terms of its purpose, tasks, subjects, objects, methods, users of control information are investigated. Comparative characteristics of international concepts of internal control have been made. The components of the internal control system, which according to ISA 315 “Identification and assessment of risks of material misstatement through understanding of the entity and its environment” are classified as follows: control environment; the entity's risk assessment process; the information system, including relevant business processes related to the financial reporting, as well as information reporting; control activities (control measures); monitoring of control measures.

The conditions for integrated internal control components, which envisage actions by an entity, aimed at creating the most favorable conditions for the organization and functioning of an effective internal control system capable of fulfilling its functions and tasks to mitigate risks and contribute to the achievement of strategic and operational goals of the enterprise, are investigated.