

КАТЕГОРИЙНЫЙ АППАРАТ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

CATEGORICAL APPARATUS OF THE STUDY OF ENSURING EFFICIENCY OF ACTIVITY OF THE PUBLIC CATERING ENTERPRISE

**Казанский кооперативный институт Российского университета
кооперации**

Kazan Cooperative Institute, Russian Cooperative University, Kazan

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические взгляды современных авторов и ученых на механизмы повышения эффективности деятельности предприятий общественного питания в целом и систематизация механизмов по ключевым категориям, таким как управление персоналом, управление процессами, управление качеством и управление удовлетворенностью, впечатлениями и эмоциями клиентов.

Annotation

The article considers theoretical views of modern authors and scientists on the mechanisms of improving the efficiency of catering enterprises in general and systematisation of mechanisms by key categories, such as personnel management, process management, quality management and management of customer satisfaction, impressions and emotions.

Ключевые слова: эффективность, категорийный аппарат, предприятия общественного питания, бизнес-процессы, качество, команда, удовлетворенность, впечатления.

Keywords: efficiency, category apparatus, catering enterprises, business processes, quality, team, satisfaction, impressions

Актуальность темы исследования обосновывается тем, что современные предприятия общественного питания функционируют в условиях сильнейшей конкуренции и динамично меняющихся потребностей потребителей и, в тоже самое время, играют важнейшую роль в социальной и экономической жизни нашей страны. Для достижения обеспечения устойчивого развития таких предприятий важно применять категорийный аппарат, который поможет структурировать, улучшить процессы управления и направить усилия на достижение высоких результатов.

Целью исследования является рассмотрение теоретических положений по изучению категорийного аппарата механизма повышения эффективности деятельности предприятия общественного питания, а также формирование собственных предложений по содержанию исследуемого определения.

В современных условиях понятие “эффективность” является ключевым в различных сферах научных и практических исследований. Однако, несмотря на широкое применение, оно остается многогранным и сложным для однозначного определения. В экономике эффективность служит основой для формирования количественных критериев при принятии решений, отражая динамику развития производительных сил в тесной взаимосвязи с производственными отношениями. В современных условиях особую актуальность приобретает уточнение сущности эффективности, поскольку от этого зависят не только методы выбора показателей и критериев, но и стратегии ее повышения.

Эффективность деятельности предприятия общественного питания может рассматриваться как результат взаимодействия различных факторов, включая управление,

качество, маркетинг. В данной статье под эффективностью понимается не только достижения финансовых результатов, но и удовлетворение потребностей клиентов, оптимизация процессов, инновации и управление командой. Например, в статье Десфонтейнес Л.Г. рассматривается формирование сплоченной команды как способ повышения эффективности предприятия общественного питания. Согласно с Десфонтейнес Л.Г., что сфера общественного питания актуальна практически для всех слоев населения России, а также является одной из самых быстроразвивающихся отраслей экономики нашей страны. В этой статье в качестве одного из способов повышения эффективности предприятия общественного питания предлагается подход, основанный на формировании сплоченной команды сотрудников, объединенных одной идеей, гибких, креативных, профессиональных и имеющих похожее с лидером команды мировоззрение [2].

Рассмотрим другой подход Оборина М. С., который рассмотрел повышение эффективности деятельности предприятий общественного питания на основе улучшения бизнес-процессов. В статье предложены этапы проведения автоматизации бизнес-процесс, описаны основные проблемы, с которыми можно столкнуться и варианты их решения [3].

Согласна с Петровой А.В. и Фуриковой Н.С. в плане разделения предприятий общественного питания на 2 группы: в первую входят те предприятия, которые удовлетворяют лишь физиологическую потребность в еде у населения, во вторую- рестораны и бары, которые дополнительно еще создают впечатляющую атмосферу для своих посетителей. Авторы предложили несколько мероприятий для повышения эффективности кафе-бара «Кристалл» Челябинской области, а именно:

- 1) улучшить качество блюд, обслуживания клиентов и обновить меню;
- 2) организовать привлечение клиентов с помощью акций, тематических вечеринок и иных нововведений;
- 3) улучшить осведомленность клиентов об акциях и специальных предложениях [1].

В свою очередь, автору очень импонирует подход Крапива Т.В., что одним из способов повышения эффективности и конкурентоспособности предприятия общественного питания в долгосрочной перспективе, и одновременно модным трендом, является развитие клиентского опыта с применением экономики впечатлений, сохранив таким образом лояльность клиентов, а также привлечь новых. В статье проанализированы концепции создания уникальных впечатлений для гостей ресторанного бизнеса при помощи мастер-классов, дегустаций вин и напитков, иммерсивных технологий и дополненной реальности [4].

В исследовании Ю.Б. Тимошенко обоснована роль маркетинговых исследований в повышении эффективности деятельности предприятий общественного питания. Владелец бизнеса, используя маркетинговые исследования, получает ценную информацию, которая позволяет ему повышать эффективность бизнеса. Согласно Тимошенко, ключевые вопросы, на которые отвечают маркетинговые исследования: какой товар предлагать, кому продавать, как продавать. Маркетинговые исследования позволяют предпринимателям принимать информированные решения, которые способствуют успешному развитию предприятий общественного питания [8].

Фадеева З.О. исследует в своем автореферате критерии эффективности предприятий общественного питания (рисунок 1). Среди которых есть критерии экономической эффективности, такие как: эффективность использования ресурсов, результативность деятельности предприятия и конкурентное положение предприятия; а также выделяются критерии социальной эффективности: качество производственной деятельности, качество сервиса и качество обслуживания [9].

В исследовании Липатовой Л. П. анализируется качество продукции и услуг на предприятии питания, которое определяет рост эффективности производства, оказывает существенное влияние на рентабельность предприятий, а, следовательно, и их

конкурентоспособность на рынке. По ее мнению, помимо инновационных технологий и высококвалифицированного персонала, ключевым фактором успеха становится эффективное управление бизнесом, основанное на системе менеджмента качества. Качество в сфере общественного питания - это комплексное понятие, включающее в себя две взаимодополняющие составляющие:

- 1) Техническое качество: обновление меню, дизайн и функциональность зала.
- 2) Функциональное качество: система обслуживания.

Дополнительные факторы, влияющие на качество: контроль над работой персонала, повышение качества обслуживания, грамотная кадровая политика [10].

Если систематизировать все вышеперечисленные исследования авторов, то можно схематически отразить их следующим образом в таблице 1:

Таблица 1 Анализ критериев эффективности в научных статьях и авторефератах различных авторов

№	Автор проанализированной статьи	Критерии эффективности предприятия общественного питания
1.	Оборин М. С.	Улучшение бизнес-процессов
2.	Петрова А.В. и Фурикова Н.С.	Улучшение качества блюд, обслуживания клиентов и обновление меню; организация привлечения клиентов с помощью акций, тематических вечеринок и иных нововведений; улучшение осведомленности клиентов об акциях и специальных предложениях
3.	Крапива Т.В.	Развитие клиентского опыта с применением экономики впечатлений
4.	Тимошенко Ю.Б.	Проведение маркетинговых исследований
5.	Фадеева З.О.	Критерии экономической эффективности, такие как: эффективность использования ресурсов, результативность деятельности предприятия и конкурентное положение предприятия; а также выделяются критерии социальной эффективности: качество производственной деятельности, качество сервиса и качество обслуживания
6.	Липатова Л. П.	Качество в сфере общественного питания - это комплексное понятие, включающее в себя две взаимодополняющие составляющие: 1. Техническое качество: обновление меню, дизайн и функциональность зала. 2. Функциональное качество: система обслуживания. Дополнительные факторы, влияющие на качество: контроль над работой персонала, повышение качества обслуживания, грамотная кадровая политика

*авторская систематизация

Проанализировав ряд механизмов повышения эффективности предприятий общественного питания, автор пришел к выводу, что можно выделить следующие категории:

1. Управление персоналом (подбор и обучение, мотивация и вознаграждение, построение системы оценки компетенций персонала, управление стрессом и конфликтами, формирование корпоративной культуры, направленной на ценность клиента и достижения целей предприятия);

2. Управление процессами (анализ и оптимизация технологических процессов, управление рисками, внедрение систем автоматизации);

3. Управление финансами (финансовое планирование, управление доходами и расходами. Финансовый контроль);

4. Управление качеством (внедрение стандартов качества и систем контроля качества, создание системы обратной связи с клиентами);

5. Управление информацией и маркетинг (изучение рыночных тенденций и разработка маркетинговой стратегии, управление рекламными кампаниями, управление социальными сетями и сайтом);

6. Управление инновациями (разработка новых продуктов и услуг, внедрение новых технологий, развития инновационного мышления сотрудников);

7. Управление удовлетворенностью, впечатлениями и эмоциями клиентов (управление репутацией, повышение уровня клиентской лояльности и удовлетворенности, создание атмосферы гостеприимства, управление впечатлениями клиентов, управление эмоциями клиентов,).

Данные категории не являются изолированными, а взаимосвязаны и влияют друг на друга. Автор считает, что для устойчивого развития предприятие общественного питания должно уделять внимание всем перечисленным категориям и постоянно совершенствовать свои процессы и системы управления для достижения максимальной эффективности. Повышать эффективность предприятия общественного питания нужно комплексно, а не просто фокусируясь на какой-то одной категории.

Немаловажными элементами, по мнению автора статьи, также могут быть и внешние факторы, которые влияют на эффективность деятельности, например:

1) конкуренция (наличие других заведений общественного питания, их цены, услуги, репутация);

2) экономическая ситуация в стране и на мировой арене (уровень доходов населения, инфляция, цены на продукты питания);

3) тенденции в сфере питания (изменения в предпочтениях потребителей, появление новых продуктов и услуг);

4) законодательство (нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность в сфере общественного питания).

Таким образом, разработка и внедрение категорийного аппарата позволяет систематизировать процесс управления эффективностью на предприятиях общественного питания. Комбинирование механизмов из каждой категории приведет к повышению эффективности, конкурентоспособности и прибыльности предприятий общественного питания в условиях растущей конкуренции. Разработанный категорийный аппарат позволяет структурировать и систематизировать факторы, влияющие на эффективность деятельности предприятий общественного питания, что является необходимым условием для принятия обоснованных управленческих решений. Применение категорийного аппарата в практике позволит увеличить конкурентоспособность предприятий общественного питания и обеспечить их устойчивое развитие.

Список источников:

1) Петрова, А. В. Эффективность коммерческой деятельности предприятия общественного питания и пути ее повышения / А. В. Петрова, Н. С. Фурикова // Российская экономика: взгляд в будущее : материалы III международной научно-практической конференции (заочной): в 2 частях, Тамбов, 17 февраля 2017 года. Том Часть 1. – Тамбов: Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, 2017. – С. 228-234. – EDN XVUZCD.

2) Десфонтейнес, Л. Г. Формирование команды как фактор повышения эффективности деятельности предприятия общественного питания / Л. Г. Десфонтейнес, Ю. Е. Семенова // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления,

экономики и торговли : Сборник трудов научной и учебно-практической конференции. В 3-х частях, Санкт-Петербург, 06–07 июня 2017 года. Том Часть 3. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2017. – С. 370-376. – EDN YSUQHJ.

3) Оборин, М. С. Повышение эффективности деятельности предприятий сферы услуг общественного питания в регионах РФ на основе улучшения бизнес-процессов / М. С. Оборин // Инновационное развитие экономики. – 2019. – № 1(49). – С. 110-117. – EDN ZDLFLV.

4) Крапива, Т. В. Ресторанный бизнес в контексте экономики впечатлений / Т. В. Крапива // Пищевые технологии : Сборник тезисов III Международного Симпозиума, посвященного 90-летию со дня рождения доктора технических наук, профессора, заслуженного деятеля науки и техники РФ, основателя научной школы Льва Александровича Остроумова, Кемерово, 20–21 сентября 2024 года. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2024. – С. 377-379. – EDN EMRFGC.

5) Особенности управления корпоративной культуры в ресторанном бизнесе на примере ООО «АМРЕСТ» А.Н. Мустафин
В сборнике: К вершинам познания. Материалы XIII Международной научно-практической конференции. В 2-х томах. Отв. редактор И.А Карпова. Тюмень, 2023. С. 139-140.

6) Система обеспечения качества и безопасности пищевой продукции Насибулин И.А., Валеева Ю.С.
В сборнике: Актуальные задачи управления качеством и конкурентоспособностью продукции в современных условиях. Материалы международной научно-практической конференции. Под ред. Насретдинова И.Т.. 2016. С. 311-315.

7) Подачина, Л.И. Экономическая и социальная оценка услуг общественного питания при вузах: автореф. дис. ... канд. экон. наук / Л.И. Подачина. – Красноярск, 2006 – 20 с.

8) Тимошенко, Ю. Б. Сущность маркетинговых исследований и их роль в повышении эффективности деятельности предприятий общественного питания / Ю. Б. Тимошенко // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2009. – № 3(31). – С. 326-331. – EDN KYARRB.

9) Фадеева, З. О. Эффективность предприятия общественного питания : специальность 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; экономика природопользования; экономика предпринимательства; маркетинг; менеджмент; ценообразование; экономическая безопасность; стандартизация и управление качеством продукции; землеустройство; рекреация и туризм)" : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Фадеева Зоя Олеговна. – Екатеринбург, 2007. – 20 с. – EDN NJCWWV.

10) Липатова, Л. П. Влияние качества на экономическую эффективность предприятия питания / Л. П. Липатова, П. В. Никитина // Проблемы региональной экономики. – 2014. – № 26. – С. 42-50. – EDN SNNSCF.

11) Марвин Б. Маркетинг ресторана. Как привлечь клиента и удержать в вашем ресторане. - М.: ВВРРГ, 2017. - 69 с.