

Секция «Социально-экономические аспекты развития сферы услуг»

Финансовое состояние предприятий общественного питания и антикризисные меры по его улучшению в условиях пандемии

Научный руководитель – Политковская Ирина Валентиновна

Баландина В.В.¹, Ткачева М.С.²

1 - Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ), Москва, Россия, *E-mail: vika.viktorova.dnf@mail.ru*; 2 - Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ), Москва, Россия, *E-mail: masha_tk2000@mail.ru*

В современном мире ключевая работа людей - это поиск антикризисных решений в связи с эпидемией коронавируса. Московские рестораны и кафе пострадали от вспышки коронавируса и ограничительных мер мэрии Москвы. Поток посетителей уменьшился, и ресторанам пришлось специально ограничивать количество посадочных мест в залах.

По статистике РБК, от пандемии пострадало до 67% малых, средних и крупных предприятий, а также индивидуальных предпринимателей в России. Рынок общественного питания упал менее чем на 75 процентов. Больше всего пострадала сфера питания. Например, если в феврале вынужденную услугу доставки предоставляли чуть более 40% ресторанов в России, то через месяц их доля увеличилась на 18%. Еще 9% предприятий планировали в ближайшее время открыть эту бизнес-линию. Большинство из этих заведений используют интернет-агрегаторы - это сайт, объединяющий в себе различные тематические площадки, с целью повышения их уровня продаж и обеспечения удобства выбора блюд, примером может служить Деливери Клуб. Отличительной особенностью сайта является единый дизайн и удобный интерфейс.

Рис.2. Суммарный оборот предприятий общественного питания РФ, 2019-2020 г.

В последнее время можно наблюдать тенденцию «разрушения» некоторых компаний. Например, Софix (сеть кофеин) и другие подобные заведения быстрого питания пострадали сильнее, чем McDonald's и другие. Как правильно и грамотно действовать в подобных ситуациях и уметь прогнозировать будущие этапы организации? Во-первых, хотелось бы расширить ассортимент. Если будет больше ассортимента, то в будущем можно подключить функцию доставки, тем самым получив больше потребителей. Сеть кофеин уже открыла более 180 точек в России. Если развивать ассортимент и увеличивать точки в районах, то прибыль увеличится, так как на карантине работала только служба доставки. В этот плюс входит собственная доставка, чтобы бариста в таких случаях не потеряли работу.

Развитие технологического потенциала предприятий общественного питания напрямую зависит от революции 4.0.[n1]

Одним из первых направлений является цифровизация сферы питания - сокращение издержек на этапах сбыта, транспортировки и реализации продуктов питания. В частности, это касается снижения транзакционных издержек на куплю-продажу товара и упрощения цепочки поставок для увеличения прибыли.

Следующим фактором пищевой революции 4. 0 рассматривается прирост известности и спроса на фаст-фуд. «Быстро», «доступно» и «недорого» - 3 кита, на которых держится интерес к фастфуду. Концепция подобного потребления пищи довольно популярна и компании всеми способами стараются удержать старых клиентов и привлечь новых.

В конце концов, пищевая революция 4.0 связана с производством наноеды, т.е. продолжением генетически модифицированных технологий, которые уже довольно популярны и активно развиваются. Нано-продукты питания производят такие компании, как Heinz, Nestle, Kraft и другие. Его привлекательность (для потребителя) заключается в том, что он сам способен изменять вкус, цвет и аромат, контролируя активность наночастиц.[n1]

В ходе проведенного анализа было выявлено финансовое состояние предприятий сферы общественного питания, даются рекомендации по его улучшению. В период пандемии коронавируса обнаружилось определённые проблемы, такие как: необходимость бесконтактного общения; сегментированность производства и доставки продукции на предприятиях и т.д.[n7] Для улучшения финансового состояния предприятий данного сегмента социальной инфраструктуры необходимо осуществить следующие антикризисные меры: расширить ассортимент предоставляемых блюд; наладить сотрудничества со службами доставки или создать собственную курьерскую услугу; использовать дроны для бесконтактной доставки еды; применять технологии 3D печати еды.

Источники и литература

- 1) Р. Глэсс, Б. Лейкерт. Торговля 4.0: цифровая революция в торговле: стратегии, технологии, трансформация М.: Альпина Паблишер, 2017. – 345 с.
- 2) «Макдоналдс» представил главам регионов схему обслуживания при карантине. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/23/03/2020/5e786bae9a794717c5f84ce6>
- 3) Food-агрегаторы, ресторанные интернет-агрегаторы. Как работает агрегация на ресторанном рынке. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.fast-operator.ru/articles/food-agregatory-restorannye-internet-agregatory-/>
- 4) "Ситуация близка к катастрофической": как московские рестораны выживают при эпидемии коронавируса. Статья 20.03.20. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bbc.com/russian/features-51973003>
- 5) Диванная революция: как самоизоляция вывела службы доставки на сверхскорости. Статья 17.06.20. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2020/06/17/832457-divannaya-revolyutsiya>
- 6) Указ Президента РФ от 10 октября 2019 г. №490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72738946/>
- 7) Указ мэра Москвы от 10 ноября 2020 года № 107-УМ "О внесении изменения в указ Мэра Москвы от 8 июня 2020 г. № 68-УМ" URL: <https://rg.ru/2020/11/10/moscow-ukaz107-reg-dok.html>