

Никитенко Екатерина Юрьевна, студент,
Самарский государственный экономический университет,
г. Самара

Васькова Юлия Ивановна, к.э.н.,
Самарский государственный экономический университет,
г. Самара

КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ KEY PROBLEMS OF PROFITABILITY OF A CATERING COMPANY

Аннотация: В статье рассматриваются основные проблемы рентабельности, с которыми сталкиваются предприятия общественного питания. Приведены основные характеристики рынка общественного питания.

Abstract: The article discusses the main problems of profitability faced by public catering enterprises. The main characteristics of the catering market are given.

Ключевые слова: Рентабельность, предприятие общественного питания, конкурентоспособность, прибыль.

Keywords: Profitability, catering company, competitiveness, profit.

Рентабельностью предприятия принято считать отношение прибыли к объёму продаж, то есть данный показатель показывает сколько копеек прибыли содержит 1 рубль выручки. Сопоставление показателей рентабельности за определённые периоды дает возможность проанализировать динамику эффективности использования предприятием тех средств и вложений, которыми оно обладает, способность ресурсов предприятия приносить прибыль.

Показатели рентабельности принадлежат к основным аспектам для оценки степени производительности деятельности компании. Рост рентабельности способствует экономической стабильности компании. Для всех предпринимателей характеристики рентабельности определяют уровень привлекательности бизнеса в конкретной сфере деятельности [2].

Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп, представленных на рисунке 1.

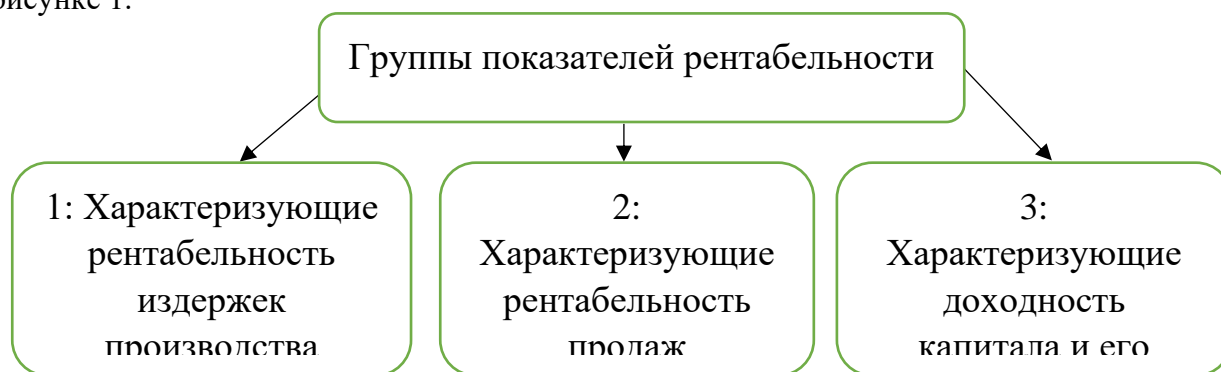


Рис.1 «Группы показателей рентабельности».

Первая группа показывает сколько предприятие имеет прибыль с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции.

Вторая группа характеризует эффективность предпринимательской деятельности, то есть сколько прибыли имеет предприятие с рубля продаж.

В ресторанном бизнесе существуют отличительные характеристики экономических показателей:



1. Цена формируется из: себестоимости, торговой надбавки и НДС;
2. Маржинальная прибыль равна разности валового дохода и переменных издержек;
3. В общественном питании различают: валовую прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения и чистую прибыль.

Рентабельность предприятий общественного питания напрямую зависит от доходов населения, поэтому ресторанный бизнес принято считать самым рискованным видом капиталовложений.[1] Структуру выручки формируют 2 признака: гостевой поток и средний чек, если какой-то из признаков не нормирован, то вместо прибыли деятельность ресторана генерирует убыток.

От чего зависят вышесказанные 2 признака. Гостевой поток зависит от маркетинга и продвижения предприятия, но маркетинг влияет на гостя только в первый приход, далее за его возвращение уже отвечают такие показатели, как: сервис, вкус и качество блюд, атмосфера заведения и его интерьер. Средний чек зависит от количества и стоимости блюд, если блюда обладают низкой стоимостью, то это влечёт за собой убыток.

Какие ошибки приводят предпринимателей предприятий общественного питания к убыткам:

1. Отсутствие работы над сервисом.

Необходимо проводить работу с персоналом: обучать официантов, следить за чистотой помещения как в зале, так и на кухне, проводить обучающие тренинги по сервису, предоставлять работникам повышение квалификации.

2. Неактуальная концепция.

Нужно уметь грамотно выстраивать концепцию заведения, так как плохое обслуживание, некачественная и невкусная еда, халатность, угнетающая атмосфера и неуместный интерьер портит впечатления, следствием чего являются негативные отзывы о месте, и, как итог, закрытие предприятия.

3. Отсутствие системы продвижения.

Грамотно выстроенные цели, задачи и стратегия продвижения приводит к успеху в ресторанном бизнесе. Важно обращаться к грамотным и опытным маркетологам для продвижения своего бизнеса, это позволит сократить неуместные расходы на маркетинг, предотвратить убытки и увеличить приток гостей.

4. Отсутствие работы над кухней.

Вкусные и качественные блюда – то, за чем гостям хочется возвращаться снова и снова. Здесь предпринимателю необходимо самостоятельно пробовать и утверждать все блюда, проводить тестирования и обучения для персонала кухни, предоставлять повышение квалификации.

Для избежания вышеперечисленных ошибок необходимо:

1. Разобраться со структурой доходов и расходов.

Данная структура позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия, благодаря ей легко разобраться: где заведение теряет прибыль, а где зарабатывает. Приведем пример на кондитерской «Булочка», в таблице 1.

Таблица 1

«Отчёт кондитерской «Булочка» за месяц».

Доходы	Расходы	Чистая прибыль
250.000 (руб)	70.000 (руб)	10.000 (руб)
Продажа тортов	Аренда	Амортизация оборудования
150.000 (руб)	30.000 (руб)	20.000 (руб)
Продажа кофе	Расходы на продукты	Налоги
	30.000 (руб)	100.000 (руб)
	Расходы на упаковку	Зарплата
	20.000 (руб)	250.000 (руб)
	Расходы на декор	Операционная прибыль
Итого: 400.000 (руб)	Итого: 150.000 (руб)	Итого: 120.000



Подводя итог по таблице 1, можно сделать вывод о том, что кондитерская за отчётный месяц заработала 250.000 рублей, и получила прибыль в размере 120.000 рублей. Данный расчёт помогает понять: когда предприятие начинает терять или увеличивать прибыль.

2. Определить сроки для отчётов анализа прибыли.

Необходимо проводить анализ доходов и расходов в строго определенные сроки, например: раз в неделю, для того, чтобы четко были видны причины у оттока прибыли.

Также существуют причины, приводящие предприятия общественного питания к убыткам, которые не зависят от предпринимателей:

1. Экономические кризисы;
2. Сезонность, погодные условия;
3. Повышение цен (на продукты, аренду, расходники, технику).

На рынке общепита существуют тенденции развития, следуя которым можно получить большую прибыль:

1. Концептуальные предприятия. Заведения, оформленные в определенном стиле, например: японский ресторан, французская кондитерская, кафе русской кухни;
2. Приложение ресторана. Через приложение можно заказать доставку, забронировать стол, посмотреть меню, оплатить счет и оставить чаевые;
3. Кейтеринг. Оформление стола на мероприятиях достаточно популярная услуга, которая может привлечь новых клиентов;
4. Шоукитчен. Приготовление блюд на глазах у гостей вызывает восторг у посетителей и привлекает новых клиентов.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что главными катализаторами общественного питания являются: рост доходов, нарастающий темп жизни населения, правильная и соответствующая действительным положениям дел на рынке политика руководства предприятий. Грамотно выстроенная система управления предприятием общественного питания позволит избежать убытков и приведет заведение к успешному развитию. Предпринимателю важно помнить о том, что достижение успехов в производственной деятельности невозможно без профессиональной подготовки персонала по технологии производства и рационального использования рабочего времени.[3]

Список литературы:

1. Деминова С.В., Сучкова Н.А., Кирпиченко Е.А. Мониторинг показателей рентабельности в обеспечении эффективности бизнеса. // Вестник ОрелГИЭТ. 2021. №2.
2. Поиск резервов и путей повышения рентабельности производства на предприятии: под ред. М.В. Жилина, Э.Р. Самкова. – Экономический вестник ДонГТИ №7, 2021.
3. Шароварова Я.Ю. Анализ финансовых результатов предприятий в России. // Теория права и межгосударственных отношений. 2021. Т. 2. №5.

