

Наумов Д.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Свистунов А.В.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: ya.naumov1999@yandex.ru*

Направления повышения конкурентоспособности в сфере общественного питания

Конкурентоспособность в сфере общественного питания понимается как способность привлечь и удержать максимальное количество клиентов, при этом обеспечить его подходящим по качеству и цене товаром или оказать должную услугу [5].

Современные тенденции в сфере общественного питания заставляют постоянно развиваться каждое заведение, которое хочет быть востребованным, в противном случае, они просто закроются.

На данный момент сфера общественного питания восстанавливается после достаточно трудного периода пандемии, которая началась в 2020 году и последствия ее проявляются до сих пор. В 2021 году обороты в сфере общественного питания увеличились по сравнению с 2020 годом, но на уровень до пандемии вернуться, еще не удалось. Рассмотрим динамику оборотов общественного питания в РФ за 2018-2021 годы [2].

Таблица 1 – Обороты в сфере общественного питания за период с 2018 по 2022 год

Округ / год	2018 год	2018/2017	2019 год	2019/2018	2020 год	2020/2019	2021 год	2021/2020
Центральный федеральный округ	579867,8	145,5	635032,8	109,5	484271,7	76,3	655906,6	135,4
Владимирская область	10837,0	100,6	11583,1	106,9	9387,4	81,0	12341,6	131,5
Северо-Западный федеральный округ	170391,0	105,8	191398,6	112,3	152464,9	79,7	210713	138,2
Южный федеральный округ	161135,4	104,2	173439,7	107,6	155837,4	89,9	183269,6	117,6
Северо-Кавказский федеральный округ	138058,4	91,9	144042,0	104,3	105877,4	73,5	136392	128,8

Для наглядности рассмотрим динамику оборотов сферы общественного питания на рисунке 1.

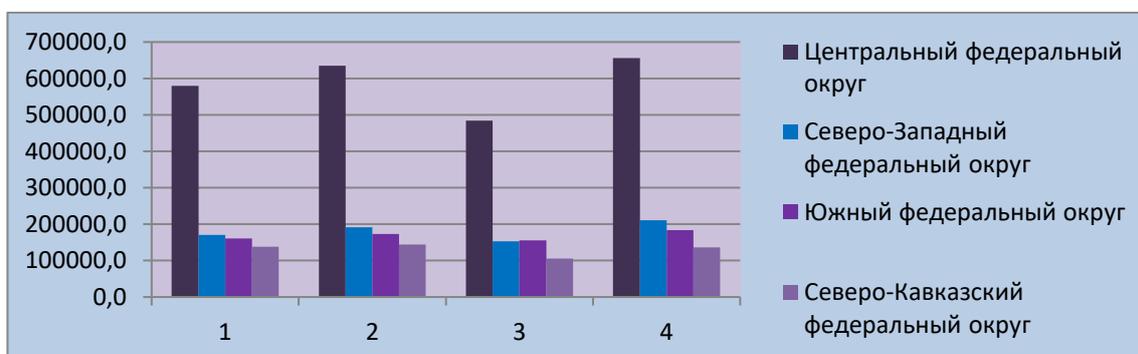


Рисунок 1 – Динамика оборотов сферы общественного питания за 2021 год, млн. рублей

На рисунке 1 видно, что обороты общественного питания на конец 2021 года выросли по сравнению с предыдущими рассматриваемыми периодами. К 2022 году обороты выросли на 31,5% по сравнению с 2020 годом и превысили показатели 2019 года – период до пандемии.

В современных условиях сфера общественного питания развита достаточно широко и продолжает развиваться быстрыми темпами, а вхождение в данную сферу не составляет большого труда, но для того, чтобы продержаться на достойном уровне и занять более высокие позиции, необходимо очень сильно постараться, чтобы удовлетворить потребности каждого своего клиента в частности [3].

За период с 2018 по 2022 год основной проблемой в сфере общественного питания, которая затронула абсолютно все сферы деятельности, стала пандемия коронавируса. Но данная проблема дала толчок для развития не только данной сферы деятельности, но и всех остальных.

Рассмотрим современные популярные тенденции в сфере общественного питания за период с 2018 по 2022 годы [4]:

1) В настоящее время набирает популярность направления open-kitchen «открытая кухня», что обусловлено желанием клиента видеть, что и как для них готовят. Данная тенденция вызвана неготовностью заведений к пандемии и их боязнью потерпеть колоссальные убытки, в связи с чем на рынок поступило огромное количество продуктов питания, срок годности которых слишком маленький. Данные продукты активно закупались заведениями категории fast-food. В конечном счете, в рассматриваемый период выросла статистика отравлений из-за испорченных продуктов питания, что привело к популярности направления open-kitchen, чтобы успокоить испуганных клиентов.

2) В современных условиях растет популярность среди ритейлеров открывать заведения общественного питания на территории своих магазинов, чтобы удержать клиентов на более длительное время и заставить их как можно дольше и тщательнее смотреть на предлагаемую продукцию. Данное направление активно развивается такими сетями как «Ашан» и «О`Кей», которые уже открыли кафе на территории большинства своих супермаркетов под своим логотипом. В них продается дешевые и сытные блюда, что ведет к снижению потока клиентов в кафе и ресторанах.

3) Быстрое развитие доставки продуктов и готовой пищи также стало проблемой для сферы общественного питания, а именно для предприятий ресторанного бизнеса, кафе и баров, которые в большинстве случаев ждут клиентов в своем заведении.

Существует еще несколько не менее популярных тенденций, но особое внимание, на мой взгляд, следует обратить на направление, которое связано с диверсификацией сфер деятельности. Диверсификация в сфере общественного питания – это расширение ассортимента продукции и освоение новых рынков сбыта с целью увеличения ассортимента продукции и привлечения новых клиентов.

Данное направление является одним из способов повышения конкурентоспособности предприятия, особенно в сфере общественного питания. Оно связано с повышением эффективности использования основных внеоборотных фондов.

Достаточно большое количество предприятий общественного питания полностью задействуют свои площади и активно ведут деятельность на всей территории. Но имеется также много заведений, в которых есть свободные помещения, которые никак не используются.

Существуют различные примеры совмещения деятельности на территории одного заведения, и это помогает привлечь дополнительное количество новых и потенциальных постоянных клиентов, например магазин и кафе, кинотеатр и ресторан, и так далее.

Для более полного понимания сущности диверсификации необходимо рассмотреть ее действие на примере конкретного заведения.

Одним из заведений города Муром было принято решение провести диверсификацию деятельности с целью привлечения новых клиентов, а также повышения конкурентоспособности, а именно объединить в одном месте – ресторан и музей. Данный выбор был сделан благодаря широкому ассортименту коллекции бутылок водки, которые годами украшали стены кафе и не привлекали особого внимания. Концепция заведения связана с окультивированием местного населения и приезжих туристов, контакты с которыми

налаживаются заранее, а также предоставлением услуг общественного питания, а именно продукции собственного производства.

Выбор данного заведения несет положительный эффект не только для самого заведения, но и для города в целом. Таких примеров можно привести достаточно много, главное, правильно подобрать решение для существующих проблем и выбрать наиболее подходящее конкретно для каждого заведения в частности.

Литература

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Розничная торговля, услуги населению, туризм. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457>;
2. Электронный портал: Статья Ресторанный рынок России 2022 год. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Ресторанный_рынок_России;
3. Электронный журнал «Новый проспект». URL: https://rostov-gorod.ru/press_room/news/Обозначены_шесть_главных_тенденций_развития_года_маленькие_кафе_и_рестораны;
4. Электронный журнал «Studref»: Статья: Современные тенденции индустрии общественного питания. URL: https://studref.com/306334/turizm/sovremennye_tendentsii_industrii_obschestvennogo_pitaniya;
5. Круглова А.Ю. Повышение конкурентоспособности ресторана на принципах маркетинга [Электронный ресурс] // Совр. науч. исследования и инновации : электрон. науч.-практ. журн. – 2015. – № 6, ч. 3. – URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/06/55103>.