

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**Подачаина Е.С.**

**Научный руководитель док. экон. наук Суслова Ю.Ю.**

*Сибирский Федеральный университет*

Переход к рыночной экономике сопровождается изменениями в деятельности всех хозяйствующих субъектов потребительского рынка, в том числе в общественном питании, укреплением финансовой самостоятельности предприятий, совершенствованием методов хозяйствования, направленных на повышение их эффективности. Деятельность предприятий общественного питания заключается в решении как экономических, так и социальных задач, направленных на удовлетворение потребности населения в организации внедомашнего питания и досуга.

Рыночные преобразования в экономике страны создали условия для развития конкуренции в сфере общественного питания, изменения структуры, характера услуг предлагаемых населению, повышения роли предприятий отрасли в развитии экономики страны и удовлетворении индивидуальных потребностей человека.

Развитие рыночных отношений и усиление конкуренции объективно требует повышенного внимания ученых и практических работников к проблеме оценки эффективности субъектов хозяйствования в общественном питании.

Научные исследования в области общественного питания в основном ориентированы на изучение технологии производства продукции и организации обслуживания населения на предприятиях отрасли. Вместе с тем, остается малоизученными вопросы оценки эффективности предприятий общественного питания.

Исследование проблем и перспектив развития общественного питания актуально и в плане понимания его роли в социальной и экономической жизни общества и определение основных направлений развития отрасли.

Вопросы методики оценки эффективности деятельности предприятий, относящиеся к направлениям научных исследований, достаточно широко освещены в работах экономистов разных периодов времени и научных направлений.

В настоящее время в условиях развития рыночных отношений, вопросы эффективности предприятий общественного питания с учетом специфики их функционирования не нашли достаточно глубокого развития и отражения в учебной и научной литературе.

Актуальностью данной статья является необходимость создания целостной теоретико-методологической системы изучения, оценки и обоснования мер по повышению эффективности предприятий общественного питания.

В системе общественного питания рыночные отношения получили наибольшее развитие и способствуют формированию эффективного механизма удовлетворения потребностей населения в услугах по организации внедомашнего питания и досуга.

В условиях доперестроичного периода развития экономики общественное питание рассматривалось как отрасль, основной целью которой являлось удовлетворение потребности населения в услугах по организации питания. Определенной спецификой советской системы общественного питания являлось одномоментное массовое обслуживание населения, как в общедоступных предприятиях

общественного питания, так и при промышленных предприятиях, образовательных учреждениях.

В настоящее время миссия предприятий общественного питания заключается в удовлетворении персонифицированных потребностей населения не только в услугах по организации питания, но и по организации досуга и отдыха населения.

Меняется содержание функций, выполняемых общественным питанием. Наряду с производственной, функциями реализации и функцией организации питания необходимо выделить такую функцию общественного питания как «организация досуга и социальных мероприятий населения», так как эффективность, конкурентоспособность предприятий напрямую зависит от выполнения этой функции.

В связи с рыночными преобразованиями в стране изменилась сущность общественного питания. Термин «общественное питание» нами рассматривается как «отрасль национального хозяйства, специфический вид экономической деятельности по удовлетворению потребностей населения в сфере внедомашнего питания и организации досуга путем производства, реализации и организации потребления продукции собственного производства и покупных товаров, оказания разнообразных услуг населению с целью получения прибыли».

Услуги общественного питания занимают все большую долю в деятельности предприятий. Выделение услуг общественного питания обусловлено их значимостью в современной жизни потребителей. Помимо организации питания, реализации продукции, все большую долю в структуре функций занимают разнообразные услуги, которые являются основополагающими при выборе населением предприятий питания.

Сущность услуги общественного питания, по нашему мнению, следует понимать как «совокупность действий и/или результат деятельности предприятий и граждан предпринимателей, связанных или не связанных с продукцией общественного питания, направленных на удовлетворение потребностей населения в питании и проведении досуга и являющихся объектом купли-продажи».

Проведенный научный анализ методических подходов к оценке эффективности предприятий общественного питания отечественных экономистов показал, что в настоящее время отсутствует единая комплексная методика оценки эффективности предприятий, как в экономическом, так и в социальном аспектах. Это приводит к тому, что каждое предприятие общественного питания проводит оценку эффективности своей деятельности субъективно, а отсутствие единого подхода к оценке эффективности, не позволяет в большинстве случаев дать всестороннюю объективную оценку эффективности. В связи с этим, есть необходимость разработки методики оценки эффективности предприятий общественного питания на основе системного, дифференцированного подхода с учетом социальной значимости предприятий отрасли в экономике и социальной жизни нашей страны.

Так как специфика предприятий общественного питания состоит в выполнении ими основных функций: производство, реализация, и организация потребления продукции собственного производства и покупных товаров, организация досуга населения с помощью оказания услуг, то основными критериями экономической эффективности предприятия общественного питания, должны быть: эффективность использования ресурсов, результативность деятельности предприятия, конкурентное положение предприятия, а критериями социальной эффективности предприятия общественного питания: качество производственной деятельности, качество сервиса, качество обслуживания (рисунок 1).

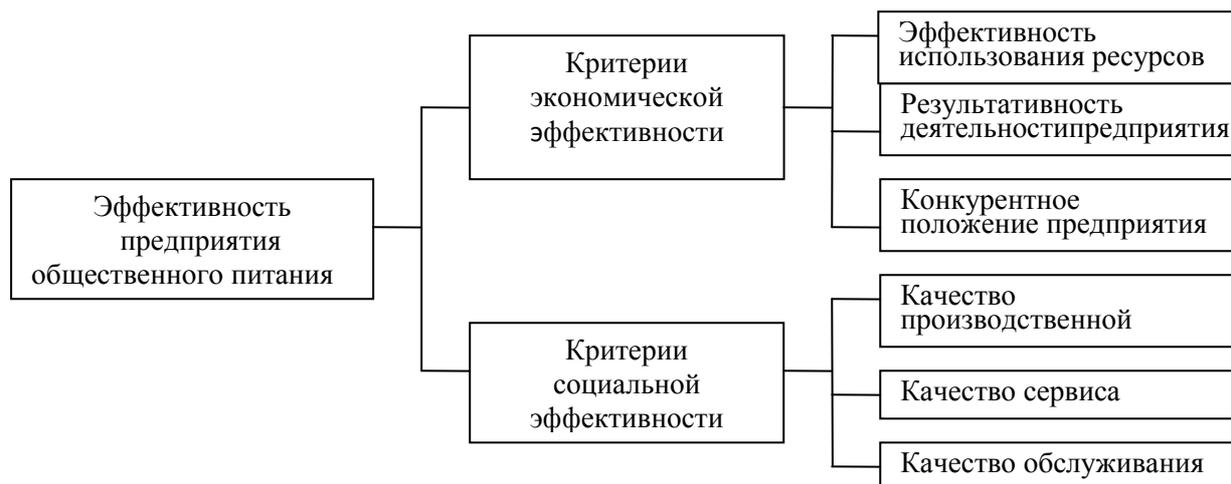


Рисунок 1 – Критерии эффективности предприятий общественного питания

Функционирование любого предприятия осуществляется в условиях сложного взаимодействия целого комплекса факторов, поэтому важной методологической проблемой становится построение развернутой системы показателей, характеризующих экономическую и социальную эффективность субъекта.

Показатели эффективности нами сгруппированы в блоки, позволяющие оценивать экономические и социальные аспекты деятельности предприятия.

На базе рассмотрения каждого блока, как относительно обособленной системы, в работе предложена совокупность аналитических показателей и методика их преобразования в синтетические показатели, позволяющие выявить причинно-следственные связи и степень влияния на эффективность предприятия общественного питания (табл.1).

Таблица 1 – Методика оценки эффективности предприятия общественного питания

Наименование блока	Показатели эффективности хозяйствующего субъекта
<b>Экономическая эффективность предприятия</b>	
1. Эффективность использования ресурсов (Эр)	1.1 Коэффициент изменения уровня издержек ( $I_{(И)}$ ) 1.2 Коэффициент изменения фондоотдачи ( $I_{(Ф)}$ ) 1.3 Коэффициент изменения оборачиваемости оборотных средств ( $I_{(ОС)}$ )
2. Результативность деятельности предприятия общественного питания (Эрп)	2.1 Коэффициент роста оборота общественного питания ( $I_{(ООП)}$ ) 2.2 Коэффициент рентабельности оборота ( $I_{(R)}$ ) 2.3 Коэффициент рентабельности валового дохода ( $I_{(РВД)}$ )
3. Конкурентное положение предприятия (Экп)	3.1 Коэффициент соотношения уровня рентабельности оборота к среднему по территории ( $K_R$ ) 3.2 Индекс уровня цен ( $K_{Ц}$ ) 3.3 Доля рынка ( $K_{ДР}$ )
<b>Социальная эффективность предприятия</b>	
1. Качество производственной деятельности (Экпд)	1.1 Коэффициент удовлетворенности качеством продукции ( $I_{(КП)}$ ) 1.2 Коэффициент удовлетворенности широтой ассортимента продукции ( $I_{(ША)}$ ) 1.3 Коэффициент удовлетворенности обновляемостью ассортимента продукции ( $I_{(ОА)}$ )
2. Качество сервиса (Экс)	2.1 Коэффициент удовлетворенности качеством

	сервиса ( $I_{КС}$ ) 2.2 Коэффициент удовлетворенности номенклатурой услуг ( $I_{НУ}$ ) 2.3 Коэффициент удовлетворенности временем обслуживания ( $I_{ВО}$ )
3. Качество обслуживания (Эко)	3.1 Коэффициент удовлетворенности атмосферой предприятия ( $I_{АТМ}$ ) 3.2 Коэффициент удовлетворенности режимом работы предприятия ( $I_{РР}$ ) 3.3 Коэффициент удовлетворенности уровнем рекламно-информационной работы ( $I_{РИ}$ )

Данная система показателей обладает аналитическими возможностями и обеспечивает диагностику текущего состояния предприятия, что служит основой для принятия управленческих решений, направленных на рост эффективности.

Для расчета комплексных коэффициентов экономической и социальной эффективности предприятия общественного питания рекомендуется поэтапный расчет коэффициентов по каждому блоку в отдельности.

Получение частных и интегральных показателей по каждому блоку дает возможность выявить резервы или достижения в сфере важнейших направлений деятельности предприятия общественного питания, а на этой основе подтвердить, скорректировать или коренным образом изменить управление по каждому направлению деятельности. Данная методика позволяет быстро и объективно получить картину эффективности предприятия общественного питания, базируется на доступной информации и адекватна уровню подготовки и квалификации менеджеров.

#### *Библиографический список*

1. Подача Л.И. Экономическая и социальная оценка услуг общественного питания при вузах // диссертация на соискание ученой степени к.э.н. г. Красноярск КГТЭИ 2006. – 177С.

4. Фадеева З.О. Эффективность деятельности предприятий общественного питания // Конкурентоспособность территорий и предприятий во взаимозависимом мире: Тез. 9 всероссийского форума мол.уч. и студентов. Екатеринбург. Изд-во УрГЭУ, 2006. - 0,1 п.л.