

**ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В УСЛОВИЯХ
ПАНДЕМИИ COVID-19**

Пташкин Сергей Анатольевич, аспирант Ростовского государственного университета РГЭУ (РИНХ), г. Ростов-на-Дону.

Аннотация: в научной статье поднимается проблема увеличения конкурентоспособности предприятий общественного питания в современном мире, в котором активно распространяется пандемия коронавируса, приносящая большие потери для экономики государств. Исследуется сущность конкуренции. Изучаются понятие и факторы конкурентоспособности. Определяется роль конкурентных преимуществ в конкурентоспособности предприятия. Проводится анализ рынка общественного питания и уровень конкуренции. В данной статье выявляются проблемы повышения конкурентоспособности предприятий общественного питания и пути их решения.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, факторы конкурентоспособности, конкурентные преимущества, рынок общественного питания, предприятие общественного питания, бенчмаркинг.

**THE CHALLENGES OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF
PUBLIC CATERING IN THE COVID-19 PANDEMIC**

Ptashkin Sergey Anatolyevich, post-graduate student of the Rostov State University, Russian State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don.

The scientific article raises the problem of increasing the competitiveness of public catering enterprises in the modern world, in which the coronavirus pandemic is actively spreading, bringing great losses to the economies of states. The essence of competition is investigated. The concept and factors of competitiveness are

studied. The role of competitive advantages in the competitiveness of an enterprise is determined. The analysis of the public catering market and the level of competition is carried out. This article identifies the problems of increasing the competitiveness of public catering enterprises and ways to solve them.

Key words: competition, competitiveness, competitiveness factors, competitive advantages, public catering market, public catering enterprise, benchmarking.

Известно, что под конкуренцией понимается борьба между хозяйственными субъектами за максимально эффективное применение факторов производства, при единых правилах для всех её участников. Способность побеждать в этой борьбе и занимать желаемое место и именуется как «конкурентоспособностью» [5, с. 342].

Конкурентоспособность является способностью конкретного объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях. Касаемо предприятия – это возможность достигать установленных целей при сопротивлении со стороны остальных рыночных участников.

Факторы конкурентоспособности предприятия – это те его процессы производственно-хозяйственной деятельности, которые вызывают изменение абсолютной и относительной величины затрат на производство, а вследствие изменения уровня его конкурентоспособности. На сегодня распространены следующие факторы:

– внешние факторы: факторы производства, спроса, инициативность конкурентов, ограничения правительства, случайные события;

– внутренние факторы: рыночная эффективность, потенциал кадров, оптимизация издержек, экологическая эффективность [1, с. 183].

Основой для формирования конкурентоспособности предприятия становится структура его конкурентных преимуществ. Это те характеристики, свойства товара или услуги, которые образуют для предприятия установленное превосходство над собственными прямыми конкурентами.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия является отличительной чертой, которая устанавливает степень отличия определенного предприятия от конкурентов в разрезе удовлетворения потребностей потребителей. Конкурентоспособность считается важной основой многих предприятий, в том числе и рынка общественного питания.

Рынок общественного питания – это одна из самых перспективных и быстроразвивающихся отраслей пищевой отрасли, которая на примере своего развития демонстрирует уровень социально-экономического состояния государства [2, с. 483]. Образуют данный рынок следующие предприятия, представленные ниже:

- заготовочные предприятия;
- доготовочные предприятия;
- предприятия общественного питания.

Заготовочные предприятия общественного питания – это предприятия, которые производят полуфабрикаты и готовую продукцию для снабжения остальных предприятий общественного питания.

Доготовочные предприятия – это предприятия общественного питания, которые реализовывают приготовление блюд из полуфабрикатов и кулинарных изделий, их продажу и организацию потребления.

Предприятия общественного питания – предприятия, которые оказывают услуги общественного питания за счет: производства кулинарной продукции, её реализации и организации питания различных групп людей.

На сегодняшний день отечественный рынок общественного питания представлен большим множеством предприятий с разнообразным уровнем обслуживания, качеством продукции, многообразием применяемого оборудования. В таблице 1 представлено численность предприятий общественного питания за 2017-2019 годы.

Таблица 1 – Численность предприятий общественного питания в Российской Федерации за 2017-2019 годы, тыс. единиц

Наименование	2017	2018	2019
Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания	69,9	65,5	61,9
Деятельность предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий и прочим видам организации питания	8,6	8,0	7,3
Подача напитков	6,3	5,7	5,2
Индивидуальные предприниматели в общественном питании, тыс. человек	87,5	96,1	103,3

Таким образом, численность предприятий общественного питания за 2019 год существенно снизилось. Прежде всего, они не выдерживают конкуренции по следующим причинам:

- рост затрат;
- низкое качество;
- невысокий уровень работы персонала;
- повышение арендной платы.

В 2020 году на фоне распространения пандемии коронавируса, еще больше российских предприятий общественного питания столкнулась с проблемами повышения конкурентоспособности. Некоторые из них даже обанкротились и ушли с данного рынка.

На начало 2021 года существуют следующие проблемы, с которыми сталкиваются предприятия общественного питания в процессе повышения конкурентоспособности:

- избыточное регулирование;
- административные барьеры;
- отсутствие инициативности;
- ограничительные меры в деятельности предприятий общественного питания, связанные с коронавирусной инфекцией.

Для решения данных проблем, которые препятствуют развитию российских предприятий общественного питания, необходимо предложить следующие пути повышения их конкурентоспособности:

- рост конкурентных преимуществ предприятий общественного питания посредством уменьшения издержек в процессе обслуживания и приготовления продукции;
- разработка методов оценки уровня конкурентоспособности;
- повышение уровня обслуживания;
- использование бенчмаркинга [4, с. 243].

Наиболее эффективным способом повышения конкурентоспособности предприятий общественного питания в Российской Федерации является бенчмаркинг. Это систематическая работа, которая направлена на поиск, оценку и учебу на лучших примерах ведения бизнеса [3, с. 43]. На базе полученного – формирование и поддержка системы непрерывных улучшений результативности бизнеса.

Таким образом, можно сделать вывод, что конкурентоспособность предприятия – является его свойством, которое связано со степенью реального или потенциального удовлетворения им определенной потребности по сравнению с аналогичными предприятиями, представленными на рынке общественного питания. Ее повышение считается ключевой задачей каждого современного предприятия общественного питания в Российской Федерации, особенно в условиях пандемии коронавирусной инфекции.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Абдурахимова, Ф.Т.К. Конкурентоспособность: понятие и факторы / Ф.Т.К. Абдурахимова // Life Sciences and Agriculture. 2020. – № 2-2. – С. 180-185.

2. Ахмадеева, О.А. Тенденции развития рынка общественного питания в России / О.А. Ахмадеева, А.И. Идрисова // Молодой ученый. – 2016. – № 8 (112). – С. 483-486.
3. Годин, А.М. Инструменты современного маркетинга: Монография / А.М. Годин, О.А. Масленникова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 178 с.
4. Ли, Г.С. Анализ тенденций к повышению конкурентоспособности предприятий общественного питания в России / Г.С. Ли, А.М. Пучкова // Молодой ученый. – 2019. – № 2 (240). – С. 242-243
5. Угурчиев, О.Б. Шахалиева, Д.Р. Некоторые особенности трактования понятия «конкуренция» / О.Б. Угурчиев, Д.Р. Шахалиева // Вестник Академии знаний. – 2020. – № 4 (39). – С. 341-346.