

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (ВГУЭС)

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –
НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА
РОССИИ И СТРАН АТР**

Материалы XXII международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
мая 2021 г.

В пяти томах
Том 1

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Электронное научное издание

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2021

людям важно сохранять и поддерживать позитивную атмосферу и хорошие отношения между собой, поэтому они стараются больше хвалить друг друга и избегают критики, чтобы не обидеть кого-то. В сплоченной группе по степени значимости для сотрудников желание иметь хорошие отношения часто преобладают над профессиональной ответственностью. В результате критическая оценка принимаемых решений в такой команде может либо не проявляться, либо вообще отсутствовать.

Исходя из системы мотивации персонала, можно сделать вывод о том, что система мотивации персонала в АО «НСРЗ» достаточно эффективная. В ходе аудиторской проверки не было выявлено никаких недостатков действующей системы мотивации персонала. Весь персонал АО «НСРЗ» удовлетворен существующей системой мотивации. На предприятии существует эффективная нематериальная система мотивации. Но и материальная система полностью позволяет сотрудникам удовлетворять все необходимые для них потребности. Так же есть возможность дальше совершенствовать данную систему мотивации, что в дальнейшем может повысить эффективность предприятия в целом.

1. Ганжа В.В., Куликова В.В. Диагностика оценки мотивации персонала предприятия // 13 Международная студенческая научная конференция. Студенческий научный форум. – URL: <https://files.scienceforum.ru/pdf/2021/5fc8b048bef4e.pdf>

2. Мотивация персонала. Бухгалтерский учёт, налоги и аудит. – URL: https://www.audit-it.ru/terms/trud/motivatsiya_personala.html (дата обращения 10.03.2021)

3. Программа развития кадрового потенциала акционерного общества «Находкинский судоремонтный завод» от 11 апреля 2017 года № 43/1 / АО «НСРЗ» по г. Находка. – Находка, 2017. – 16 с.

Рубрика: Актуальные вопросы предпринимательства в контексте учебных дисциплин среднего профессионального образования

УДК 338.1

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Д.В. Ганник, Е.Д. Марченко

учащиеся АК

С.К. Худякова

руководитель, преподаватель первой категории Академического колледжа ВГУЭС

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Столица Приморского края г. Владивосток приобретает статус центра международного бизнеса. Темпы роста въездного туризма одни из самых высоких в России. Это оказывает позитивное влияние на развитие системы общественного питания города. Высокие темпы роста подтверждает анализ основных экономических показателей системы общественного питания. В работе представлены исследование на тему развития сферы общественного питания в период пандемии.

Ключевые слова: *малый бизнес, средний бизнес, система общественного питания, предприятия fast-food, социальное питание.*

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUMSIZED BUSINESSES IN PUBLIC CATERING ON THE EXAMPLE OF THE PRIMORSKY TERRITORY

The capital of the Primorsky Territory, Vladivostok, acquires the status of an international business center. The growth rate of inbound tourism is one of the highest in Russia. This has a positive impact on the development of the city's public catering system. High growth rates are confirmed by the

analysis of the main economic indicators of the public catering system. The paper presents a study on the topic of the work of the public catering sector during a pan-demic.

Keywords: *small business, medium business, catering system, fast-food enterprises, social food.*

Целью данной работы является определение тенденций развития системы общественного питания Приморского края в период пандемии. Данная тема весьма актуальна в данный момент. Основными задачами исследования в рамках поставленной цели являются:

- анализ основных экономических показателей системы общественного питания Приморского края в период пандемии;
- выявление способов самостоятельной борьбы малого и среднего бизнеса в период кризиса;
- оценка положительных и отрицательных сторон пандемии.

Для определения актуальности данной темы был применен метод опроса. Инструментом сбора послужила онлайн-анкета.

Система общественного питания – это один из видов предпринимательской деятельности. Структура предприятий общественного питания представлена следующими разновидностями: гастрономические рестораны, корпоративное питание, быстрое обслуживание, социальное питание. Общественное питание это одна из быстроразвивающихся сфер деятельности, которая постоянно подстраивается под изменяющийся стиль жизни современного человека. Набирают популярность услуги, облегчающие повседневную жизнь: например, приобретение готовых блюд или их заказ домой и на работу с доставкой.

Развитие сектора общественного питания в столице Приморского края г. Владивостоке имеет свои особенности. Последние годы отрасль претерпела кардинальные перемены. Главной причиной этих перемен является пандемия коронавируса.

С наступлением карантина, когда большинство населения планеты вынуждено оставаться дома и соблюдать дистанцию, некогда шумные кафе и рестораны теперь пустуют. Несмотря на то, что в некоторых ресторанах быстрого обслуживания появился повышенный спрос на доставку, а некоторые заведения уже закрылись навсегда. [4]

Пандемия коронавируса – это гуманитарный кризис, экономические последствия которого будут очень серьезными. Общественное питание пострадало особенно сильно. Некоторые рестораторы уже объявили о банкротстве; другие говорят, что уже в ближайшем будущем они не смогут покрыть расходы на аренду и персонал. Исследование Росстата показало, что оборот предприятий общественного питания за время карантина снизился почти в два раза по сравнению с тем же периодом 2019 года (рис.1). Чтобы компенсировать часть расходов, рестораны и кафе работали на вынос и доставку. После снятия ограничений в июле открылись летние веранды, в августе и сентябре разрешили открыть залы, но с ограничениями по количеству посетителей и требованием выполнять рекомендации Роспотребнадзора.

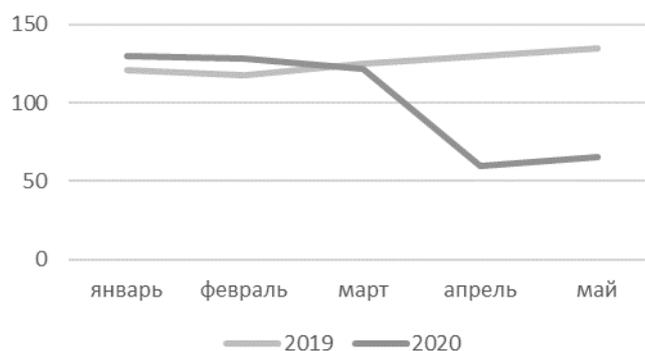


Рис. 1. Оборот предприятий общественного питания за 2019–2020 гг.

Несмотря на ограничения, рестораны могут продолжать генерировать продажи. В местах, где запрещено принимать гостей в помещении, рестораторы переключились на самовывоз и доставку, разработали новую маркетинговую стратегию, чтобы охватить потенциальных клиентов, которые, возможно, не ищут эти услуги намеренно.

По данным Росстата, большинство субъектов малого и среднего бизнеса пытались справиться с кризисом самостоятельно, применяя следующие способы:

1. Оптимизация расходов. Финансовой подушки не было у 62% компаний, поэтому им пришлось экстренно оптимизировать расходы. Чаще всего уменьшали затраты на маркетинг, зарплаты сотрудников и офис, а 34% предпринимателей сокращали штат (рис. 2).

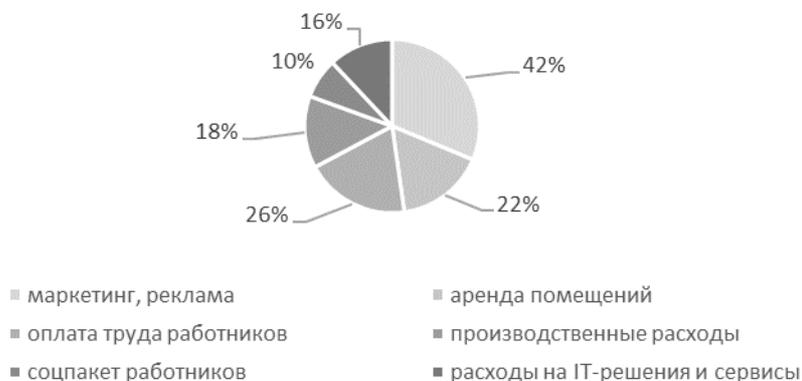


Рис. 2. Оптимизация расходов субъектов малого и среднего бизнеса в период пандемии.

2. Запуск новых направлений. Чтобы подстроиться под новые реалии карантина и самоизоляции, предприниматели перепрофилировали бизнес.

3. Переход в онлайн систему обслуживания. Аудитория интернет-магазинов весной увеличилась на 15–17 млн человек. Чтобы не потерять клиентов, предприниматели использовали разные каналы: интернет-магазины, группы в соцсетях и маркетплейсы.

4. Попытки сохранить персонал. По словам владельцев ресторанов и кафе, часть сотрудников на это время были переориентированы: работники зала, бармены принимали заказы по телефону, помогали с доставкой. Так удалось сохранить 80-90% штата, но часть пришлось сократить. Навстречу пошли арендодатели: снизили арендную плату или разрешили платить в рассрочку.

5. Использование государственной поддержки. Правительство предложило малому и среднему бизнесу 11 мер поддержки. Самыми популярными оказались прямые субсидии на выплату зарплат, отсрочка и освобождение от уплаты налогов. Для оценки удовлетворенности субъектами малого и среднего бизнеса предлагаемой им государственной поддержки, был проведен интернет опрос (рис. 3). Вопрос по предпочтению предприятий общественного питания был задан в открытой форме. О результатах можно сделать следующий вывод – бюрократия и низкая эффективность мер привели к тому, что предприниматели восприняли помощь от государства без энтузиазма. Мерами поддержки правительства РФ довольны только 27,8 % предприятий.

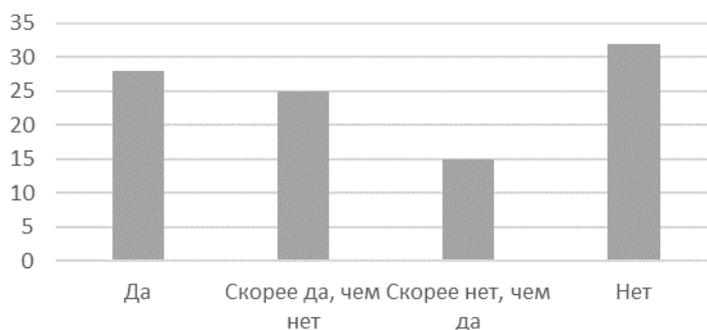


Рис. 3. Результаты интернет-опроса, об удовлетворенности бизнеса мерами государственной поддержки

Однако не все компании пережили три месяца самоизоляции: закрылись 29 заведений, 14 из них – в июне (рис. 4). Выжившие кафе заполняются на 70-80%. В хорошую погоду посетителей больше. Летом гости предпочитают сидеть на верандах или террасах.

Несмотря на финансовый кризис и убытки многих предприятий во время пандемии, есть и несколько положительных сторон. Например, именно во время пандемии во Владивостоке открылся филиал крупнейшей сети ресторанов быстрого питания McDonald's. С целью выявления предпочтений потребителей был проведен опрос на тему популярности сетей общественного питания типа «Fast food».



Рис. 4. Количество закрывшихся предприятий общественного питания, 2020 г.

В опросе приняло участие 350 человек жителей Приморского края. Респонденты выбраны случайным способом. 78% выборки составили женщины и 22% мужчины. Возрастная категория респондентов оказалась весьма разнообразной: 80% составили жители края от 18 до 35 лет – это наиболее мобильные возрастные категории, которые составляют наибольший удельный вес среди посетителей сетей общественного питания, оставшиеся 20% разделились следующим образом: 10% от 36 до 50 лет, 3% от 51 до 60, 2% свыше 61 года, 5% категория младше 18 лет (рис. 5).

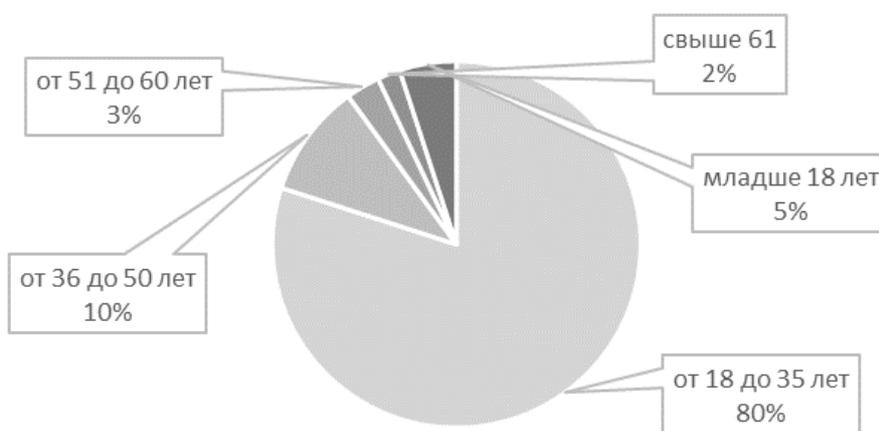


Рис. 5. Градация респондентов по возрасту

При ответе на вопрос «Как часто Вы посещаете заведения общественного питания» большинство респондентов ответили чаще одного раза в месяц 45%, 38% посещают данные заведения практически ежедневно – эту категорию составили респонденты, которые работают в реальном секторе бизнеса и вынуждены часто посещать заведения общественного питания по долгу службы и проведения обеденного времени, а также студенты. 2% опрошенных посещают предприятия общественного питания по большим праздникам, к этой категории относятся респонденты от 51 года и старше. 11% опрошенных посещают заведения общественного питания 2-3 раза в месяц (рис. 6).

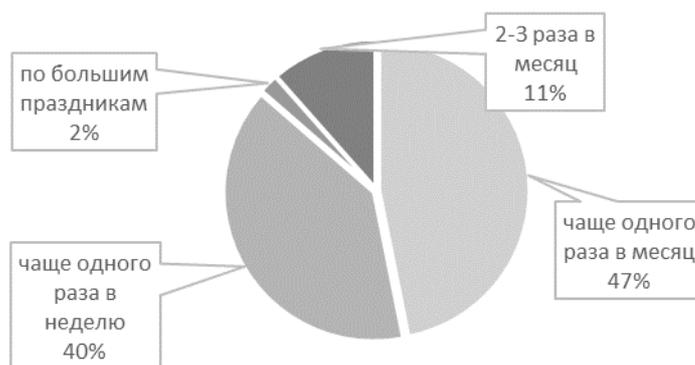


Рис. 6. Частота посещения заведений общественного питания
 Результаты опроса, о посещаемости предприятий быстрого питания представлены в табл.

Таблица

Результаты опроса о популярности сетей Fast-food

Бренд сети fast-food	Посещаю чаще других	Посещаю достаточно часто	Посещаю время от времени	Никогда не посещал
KFC	0,2	0,32	0,15	0,3
Burger King	0,1	0,15	0,15	0,2
McDonald's	0,5	0,69	0,27	0,1
Oki Doki	0,2	0,65	0,30	0,1
Hesburger	0,1	0,15	0,26	0,2

Исследование показало, что сеть McDonald's пользуется большой популярностью у молодого населения, в частности у студентов. Из-за пандемии усилились меры безопасности после возобновления работы заведений сети. Большое внимание уделено социальной дистанции и способу оплаты. Сотрудники данной сети предлагают посетителям оплатить заказ бесконтактным способом. А также не было свободного входа в данный ресторан. Посетителям предлагали подождать своей очереди, стоя на специальной разметке на улице. Сотрудник на входе открывал им дверь и регулировал загрузку зала – не больше 10 человек на первом этапе снятия ограничений, позже – не более 20 человек.

Популярные сети быстрого питания такие как «KFC» и «Burger King» ограничили методы оплаты заказов до бесконтактного способа. Дезинфекция всех поверхностей производилась раз в полчаса. Размещены предупреждающие знаки о необходимости соблюдения дистанции. Поток посетителей стал намного меньше, но данные предприятия выдержали напор кризиса.

В целом, если говорить о тенденциях развития данных форм бизнеса, то можно сказать что тенденция положительна. Так как предприятия, сохранившие место на рынке, достаточно хорошо закрепились. Они имеют государственную поддержку, посетителей и возможность развиваться, несмотря на пандемию и самоизоляцию.

1. Зиятдинова П.М., Зиятдинова В.В. Тенденции развития рынка общественного питания // Вестник Димитровградского инженернотехнологического института. – 2018. – № 2 (16). – С. 79–84

2. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С. Применение когнитивной модели для управления качеством жизни в регионе // Вестник НГИЭИ. – 2016. – № 9 (64). – С. 98–107.

3. Овчинникова К.А. Тенденции развития регионального рынка общественного питания // Экономика и социология. – 2017. – № 35. – С. 30–33.

4. Анализ рынка специализированных предприятий общественного питания г. Владивостока [Электронный ресурс]. – URL: <https://knowledge.allbest.ru>

О ВЛИЯНИИ ПАНДЕМИИ «COVID-19» НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

В.А. Горева, Д.Д. Пронин
бакалавры

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

В статье рассмотрено влияние пандемии «COVID-19» на хозяйственную деятельность приморских предприятий – импортёров китайской продукции, выявлены основные экономические последствия и обоснованы мероприятия по устранению их последствий.

Ключевые слова: пандемия «COVID-19», экономический кризис, устранение последствий.

ON THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL ENTERPRISES IN PRIMORSKY KRAI

The article examines the impact of the COVID-19 pandemic on the economic activities of coastal enterprises importing Chinese products, identifies the main economic consequences and justifies measures to eliminate their consequences.

Keywords: COVID-19 pandemic, economic crisis, elimination of consequences.

Пандемия – это «...необычайно сильная эпидемия, распространившаяся на территории многих стран и континентов, высшая степень развития эпидемического процесса...» [1]. Таким чрезвычайным происшествием в современности стала пандемия коронавируса «COVID-19». Пандемия достаточно редкое явление в мировом пространстве и чрезвычайное происшествие, оказывающее свое негативное воздействие на все сферы деятельности общества.

Поэтому представляется актуальным рассмотреть влияние последней пандемии на экономические процессы (цель) на примерах, имеющих отношение к экономике Приморского края. Достижение данной цели решается посредством задач – определения влияния пандемии на макро- и микро уровнях, прогноз восстановления ситуации по истечении пандемии. Данные задачи могут быть решены посредством приемов экономического анализа, с использованием публикаций государственных органов власти, отчетных публикаций хозяйствующих субъектов и др.

Впервые о «COVID-19» заговорили в конце 2019 года после возникновения очаговых заболеваний в Китае. В последующие несколько месяцев коронавирус распространился по всему Миру и к исходу первого квартала 2020 года охватил большинство стран. 11 марта 2020 года распространение «COVID-19» было признано «Всемирной организацией Здравоохранения» пандемией.

В свете новой и масштабной угрозы, все страны Мира стали принимать защитные меры, что в экономической сфере привело к существенному сокращению делового оборота между хозяйствующими субъектами. Это наглядно проявилось и во внешнеторговых отношениях Российской Федерации и Китайской Народной Республики.

В современности, КНР является одним из основных экономических партнеров нашей страны. Начиная с начала 1990-х гг., продукция китайских производителей занимала все большее и большее место в российском товарном импорте. Стоимостная динамика данной тенденции за последние три года представлена в табл. 1.