

## ПРОФЕССИОНАЛЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Гагаулина Г.А.,  
Акимова Н.А., кандидат технических наук, доцент,  
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

**Аннотация:** в статье рассмотрены общие тенденции, сложившиеся в ресторанном бизнесе, в том числе в предприятиях малого бизнеса в современных условиях коронавирусной пандемии в России. Современные процессы, происходящие на предприятиях требуют новых управленческих решений от менеджеров всех уровней. Вследствие высокого уровня риска распространения вирусной инфекции, одни рестораторы предпочли закрыть предприятия, другие посчитали работу в сложившихся условиях возможной и произвели оптимизацию технологических процессов производства кулинарной продукции, блюд, а так же человеческих и материально-технических ресурсов. Проведенное исследование, позволяет транслировать эти тенденции на различные типы предприятий ресторанного бизнеса. Авторами проведен анализ экономических показателей, в том числе такого важного, как динамика изменения выручки предприятий питания, а также рассмотрены основные аспекты схем оптимизации работы предприятий. Описаны возможные форматы эффективной работы предприятий по выпуску готовых блюд и полуфабрикатов высокой степени готовности. В соответствии с современными принципами систем менеджмента качества, одним из которых является ориентация на потребителя, удовлетворение его пожеланий, проведено исследование и даны итоги анализа результатов потребительских предпочтений. Авторы привели примеры наиболее распространенных моделей поведения представителей бизнес-сообщества, в том числе отличающихся высокой гражданской позицией, которые взяли на себя непростую, в этих условиях, ношу по организации благотворительных акций, прежде всего для врачей и медперсонала больниц. Сегодня предприниматели реализуют то, что всегда было востребовано, любимо и популярно людьми.

**Ключевые слова:** коронавирусная пандемия, предприятия питания, выручка, потребительские предпочтения, методы и формы обслуживания, управленческие решения

Задача выживания бизнеса в условиях охватившей практически весь мир коронавирусной инфекции COVID-19 в настоящее время требует от собственников и менеджеров предприятий общественного питания новых гибких управленческих решений, в том числе по выбору формата общения с потребителями.

Применяемые властями меры по противодействию распространению коронавирусной инфекции на время сделали невозможным работу предприятий общественного питания в привычном формате и создали серьезные предпосылки для сворачивания бизнеса.

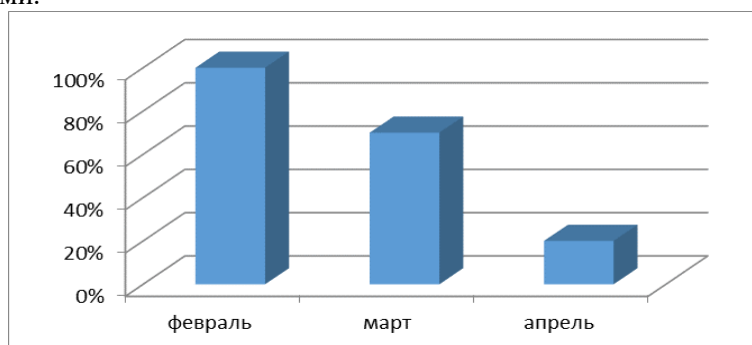


Рис. 1. Динамика изменения выручки предприятий питания в период наступления коронавирусной пандемии в России, 2020 г (2 )

Общий кризис, вызванный пандемией коронавируса, снизил количество гостей в заведениях еще до того, как предприятия питания (рестораны, кафе бары) были закрыты по решению Правительства Российской Федерации. Падение выручки, как в столичных предприятиях общественного питания, так и в региональных, произошло из-за падения трафика посетителей в предприятиях пи-

тания, связано не только со страхом людей заболеть от контакта вирусонасителями в заведении, но и в следствии того, что кого-то уже настигли сокращения, многие сотрудники были отправлены в неоплачиваемые отпуска, и финансовые перспективы оказались весьма туманны. Позднее президент России Владимир Путин принял решение

продлить режим нерабочих дней «с сохранением зарплаты».

Не смотря на желание рестораторов сохранить бизнес многие предприятия питания закрываются или замораживаются, причиной тому карантин и самоизоляция. Однако, по всей стране многие менеджеры ищут новые для них форматы взаимодействия с потребителями, принимают кадровые решения, которые позволяют сохранить часть команды сотрудников и следовательно удержать бизнес.

Понять рестораторам, что происходит с форматами предприятий сегодня непросто. Какие форматы будут работать, какие будут уходить в off-line или on-line и наконец, как быть с сотрудниками? Здесь вопросов больше, чем ответов.

Происходит расширение границ между возможным и невозможным.

Проведенный анализ деятельности предприятий показывает, что одним из основных возможных вариантов сохранения деятельности предприятия является переход предпринимателей на оказания услуг питания в виде продажи продукции на вынос и по доставке кулинарной продукции и кондитерских изделий по заказам. Это направление -наращивание объема услуг доставки и на вынос, для тех предпринимателей, менеджеров предприятий питания, кто уже изначально имел опыт оказания услуг доставки еды на дом потребителям или в офисы, на работу, было сделать быстрее и проще, и кто быстро перешел на увеличение продаж. Те же предприниматели, кто не смог перевести услуги в данный формат приостановил свою деятельность или временно закрылся.

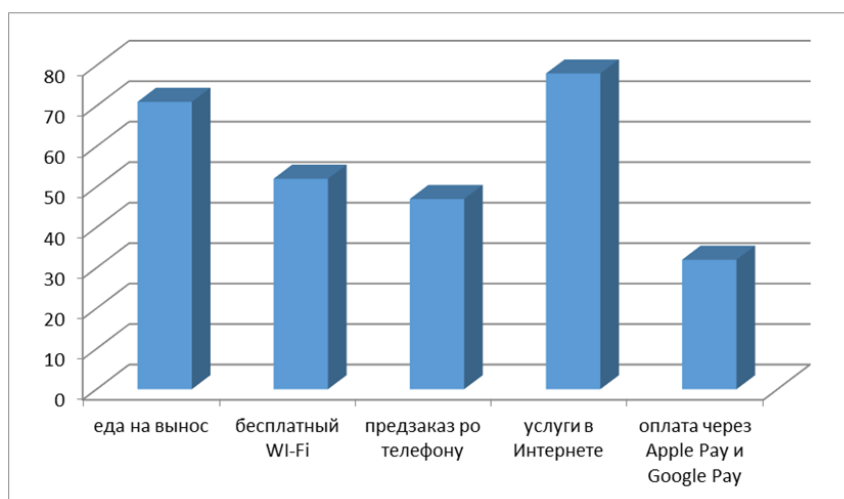


Рис. 2. Анализ потребительских предпочтений

Анализ ситуации показал, что 71% посетителей предприятий питания важна возможность заказать еду на вынос, 52% гостей ожидают в ресторане бесплатный Wi-Fi, 47% людей рассчитывают, что в предприятие можно сделать предзаказ по телефону, 78% миллениалов ищут меню заведения в интернете, 32% потребителей уже платят через Apple Pay и Google Pay.

Ситуация меняется и предприятия стали предлагать скидки 25% тем заказчикам, кто живет рядом с предприятиями питания, расположенными в шаговой, т.к. доставка ими осуществляется «пешая», происходит экономия на затратах на такси, велосипедах и др.

Другой тенденцией является ориентация предприятий на потребителей – горожан, находящихся на дачных участках, вне городской черты. Вместо обычного меню предприятие питания осуществляют, например, take away (teku vey) «мясо и вино», предлагаются продукты и полуфабрикаты высокой степени готовности для пикника, в том

числе шашлыка, подготовленные и упакованные в подарочную упаковку, что помогает предприятию сохранить 10% от обычных доходов, организуют при необходимости и выездную доставку.

Одновременно происходит оптимизация всех процессов, в том числе технологических. Предприниматели малого и среднего бизнеса активно раскручивают Интернет приложения, магазины on-line, а так же совершенствуют свои сайты. Те предприятия, кто не планировал, срочно начинают организовывать доставку продукции собственного производства, в том числе готовых блюд и полуфабрикатов высокой степени готовности.

Доставка на дом сегодня, по словам предпринимателей, похожа на компьютерную игру, в которой команда преодолевает каждый раз новый уровень сложности и каждый раз идет усложнение следующего уровня. Схемы работы в предприятиях меняются, ежедневно модифицируются, подстраиваясь под новые условия.

Запускаются и апробируются передвижные форматы доставки и реализации замороженной продукции, например, проводят предварительную рекламу для жителей района (сладкие блюда или пасхальная продукция или пицца) о том, что будет реализовываться продукция по определенной, более низкой цене в определенный день. Собирают предварительные заказы. Специализированный автотранспорт с холодильным оборудованием, использующийся как склад, приезжает в определенное заранее установленное место в муниципальном округе, и за тем курьеры развозят заказы. Однако, предприниматели считают, что в этом случае страдает сервис, качество предоставляемых услуг.

Сегодня предприниматели реализуют то, что всегда было востребовано, любимо и популярно людьми. Самый востребованный ассортимент ориентированный на доставку это продукция ПБО – пицца, азиатская еда – китайская, тайская, а так же суши, т.к. все они реализуются в специальной упаковке. Продажи этих блюд резко выросли.

Кофейни мелкие разоряются, а те кто может сохраниться, быстро масштабируются и в перспективе увеличатся в размере. Предприятия питания – кофейни снизилась значительно эффективность работы. Предприниматели пробовали реализацию кофе и обжаренных кофейных зерен по подписке и по доставке, но результатов положительных это не дало, пока нет понимания в этом вопросе у потребителей- кофеманов. Заплатить, сделать подписку на несколько недель или месяцев потребители не решаются, особенно в условиях кризиса.

Есть и еще одна тенденция. Так, например по всей стране прокатились благотворительные акции, связанная с помощью медицинским работникам, которые борются за жизни наших близких. Некоторые рестораторы, отличающиеся высокой гражданской позицией, взяли на себя непростую в этих условиях ношу по организации закупки и приготовлению обедов, доставки их в больницы, на рабочие места.

Еще один сложный кадровый вопрос у собственников, предпринимателей – команда работников. Кого оставить, а кто уйдет? В условиях оптимизации бизнес-процессов, часть сотрудников в связи с самоизоляцией и карантином уезжает в другие города. Часть команды предприниматели пристраивают по месту жительства, по своим друзьям. Другой части – ключевым сотрудникам оказывается помощь, что бы их поддержать используются такие, например, методы как использование машин сотрудников, дает возможность им работать в качестве курьеров, а не в отпуск.

В сложившейся обстановке не всем просто работать, поэтому часть предпринимателей приняли решение закрыть или заморозить свой бизнес сразу, другая часть приняла решение работать.

Федерация рестораторов и отельеров (ФРИО) подготовила «Декларация солидарности бизнес-сообщества по вопросам аренды в период борьбы с пандемией и восстановительный период», которая позволила бы предприятиям

1. Период вынужденной остановки деятельности общепита отменить арендную плату и связанных с ней платежей (кроме потребленных коммунальных услуг).

2. Предприятиям, которые продолжают работать только на доставку, установить арендную плату в виде процента от выручки, но не более 10%.

3. После прекращения режима повышенной готовности, с момента возобновления деятельности ресторана установить на год арендную ставку в виде процента от оборота.

4. Подписавшиеся под декларацией участники рынка не могут обсуждать и заключать договоры аренды по помещениям, где работают другие рестораторы на дату подписания декларации.

Не смотря на все сложности малого и среднего бизнеса, бизнес должен выжить. Это обязательно произойдет и мы увидим это через некоторое время.

### Литература

1. Заседание Правительства г. Москвы URL: <http://government.ru/news/39510/> (16.04.2020)
2. Как индустрии выживают в период пандемии: рестораны URL: <https://style.rbc.ru/impressions/5e8efab79a79471a1d036a43> (16.04.2020)
3. Крупнейшие рестораторы решили взять спасение отрасли на себя. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2020/04/14/827979-krupneishie-restoratori-reshili-vzyat-spasenie-otrasli> (16.04.2020)
4. Мухина М.В. Акимова Н.А. Инновационные направления развития общественного питания (научный руководитель Акимова Н.А.) Первая Международная научно-практическая конференция “Траектории развития” М.: 2018. С. 47 – 51.
5. Минпромторг разъяснил регионам правила работы торговли во время карантина URL: <https://www.interfax.ru/business/702447> (03.04.2020)

6. Нам осталось несколько недель»: как коронавирус убивает малый бизнес в России URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/395715-nam-ostalos-neskolko-nedel-kak-koronavirus-ubivaet-malyy-biznes-v-rossii>

7. Соколов А.Ю., Борковой В.И., Акимова Н.А. Оптимизация технологических и организационных процессов питания: учебное пособие. М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2017. 116 с.

8. Предприниматели назвали сферы бизнеса с наибольшими убытками из-за вируса URL: <https://www.rbc.ru/finances/06/04/2020/5e8a973e9a79472ba315b929>  
<https://www.rbc.ru/finances/06/04/2020/5e8a973e9a79472ba315b929> (06.04.2020)

9. Сокрушительные потери. Как спасти бизнес в России от коронавируса. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-52026757>

10. Рестораторы ожидают закрытия до 50% кафе и ресторанов после карантина URL: Коммерсант <https://www.kommersant.ru/doc/4302109> (26.03.2020)

11. Рестораторы заказали комплексные льготы / Коммерсантъ, URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4291843> (18.03.2020)

12. Как индустрии выживают в период пандемии: рестораны, Стиль URL: <https://style.rbc.ru/impressions/5e8efab79a79471a1d036a43> (09.04. 2020)

### References

1. Zasedanie Pravitel'stva g. Moskvy URL: <http://government.ru/news/39510/> (16.04.2020)

2. Как индустрии выживают в период пандемии: рестораны URL: <https://style.rbc.ru/impressions/5e8efab79a79471a1d036a43> (16.04.2020)

3. Крупнейшие рестораторы reshili vzjat' spasenie otrasli na sebja. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2020/04/14/827979-krupneishie-restoratori-reshili-vzyat-spasenie-otrasli> (16.04.2020)

4. Muhina M.V. Akimova N.A. Innovacionnye napravlenija razvitija obshhestvennogo pitaniya (nauchnyj rukovoditel' Akimova N.A.) Pervaja Mezhdunarodnaja nauchno-prakticheskaja konferencija "Traektorii razvitija" M.: 2018. S. 47 – 51.

5. Minpromtorg raz#jasnil regionam pravila raboty trgovli vo vremja karantina URL: <https://www.interfax.ru/business/702447> (03.04.2020)

6. Нам осталось' neskol'ko nedel'»: kak koronavirus ubivaet malyj biznes v Rossii URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/395715-nam-ostalos-neskolko-nedel-kak-koronavirus-ubivaet-malyy-biznes-v-rossii>

7. Sokolov A.Ju., Borkovoj V.I., Akimova N.A. Optimizacija tehnologicheskikh i organizacionnyh processov pitanii: uchebnoe posobie. M.: FGBOU VO «RJeU im. G.V. Plehanova», 2017. 116 s.

8. Predprinimateli nazvali sfery biznesa s naibol'shimi ubytkami iz-za virusa URL: <https://www.rbc.ru/finances/06/04/2020/5e8a973e9a79472ba315b929>  
<https://www.rbc.ru/finances/06/04/2020/5e8a973e9a79472ba315b929> (06.04.2020)

9. Sokrushitel'nye poteri. Kak spasti biznes v Rossii ot koronavirusa. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-52026757>

10. Restoratory ozhidajut zakrytija do 50% kafe i restoranov posle karantina URL: Kommersant <https://www.kommersant.ru/doc/4302109> (26.03.2020)

11. Restoratory zakazali kompleksnye l'goty. Kommersant#, URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4291843> (18.03.2020)

12. Как индустрии выживают в период пандемии: рестораны, Stil' URL: <https://style.rbc.ru/impressions/5e8efab79a79471a1d036a43> (09.04. 2020)

## PROFESSIONALS OF SMALL BUSINESS IN MODERN CONDITIONS

*Gagaulina G.A.,  
Akimova N.A., Candidate of Engineering Sciences (Ph.D.), Associate Professor,  
Plekhanov Russian University of Economics*

**Abstract:** the authors reviewed the general trends in the restaurant business, including small businesses in the current coronavirus pandemic conditions in Russia. Modern processes that occur in enterprises require new management solutions. Due to the high risk of viral infection, some restaurateurs chose to close their businesses. Other enterprises considered it possible to work in the current conditions and optimized technological processes for the production of culinary products, dishes, as well as human and material resources. The conducted research allows to spread these trends in various enterprises of the restaurant business. The authors analyzed economic indicators, including the dynamics of changes in the revenue of catering enterprises, and considered the main aspects of enterprises optimization schemes. The authors described possible options for effective work of enterprises for the production of ready meals and semi-finished products. The authors conducted a study and made a conclusion about consumer preferences, in accordance with modern principles of quality management systems, one of which is consumer orientation. The authors cited examples of the most common behaviors of representatives of the business community, who took on the burden of organizing charity events, primarily for doctors and hospital staff. Today, entrepreneurs implement something that has always been popular, beloved and popular by people.

**Keywords:** coronavirus infection, the enterprises of restaurant business, company's revenue, consumer preferences, methods and forms of service, management decisions