



Creating Conditions for High-Quality Operation of Catering Enterprises

Kamola Zaynalova¹

Deputy Director for Full-Time and Evening Education, International Kimyo University in Tashkent

* Correspondence: zaynalovakamola@gmail.com

Abstract: The article highlights the importance of catering enterprises. The new economic situation has changed the public's attitude toward catering enterprises, with their development being seen as beneficial for the population. This thought must be accepted, as catering enterprises provide jobs with moderate salaries for tens of thousands of people, which is reassuring for society. In this regard, the article presents specific approaches to defining the path from final outcomes, such as salary and profit indicators. It is noted that a number of scientific perspectives and solutions will lead to a significant conclusion, proving that all problems are inextricably linked to the improvement of the general system of enterprises and the pricing of self-produced goods in catering enterprises. The article suggests the need to stimulate the growth of the volume of self-produced goods and services through financial levers and to achieve an optimal combination of the economic interests of enterprises and the state as a whole.

Keywords: net income, standards, planning, interconnection, self-produced goods, product sales, stimulation, final outcome, combination of interests.



This is an open-access article under the CC–BY 4.0 license

Введение

Современное развитие предприятий общественного питания играет ключевую роль в экономической и социальной сферах, оказывая влияние на занятость населения, формирование рыночных отношений и удовлетворение потребностей общества. В условиях динамических экономических изменений и усиления конкуренции эффективность функционирования данной отрасли напрямую зависит от рационального распределения доходов, механизмов ценообразования и стимулирования работников. Несмотря на наличие нормативных документов, регулирующих деятельность общественного питания, их реализация не всегда приводит к необходимым результатам, что требует более глубокого анализа существующих проблем и путей их решения. В частности, важно учитывать взаимосвязь между доходностью предприятий, государственным регулированием и материальной заинтересованностью сотрудников, поскольку именно этот фактор определяет

конечные показатели эффективности. В данной работе рассматриваются экономические механизмы, способствующие повышению качества работы предприятий общественного питания, с акцентом на совершенствование системы самофинансирования, распределения прибыли и финансового стимулирования. Анализ существующих подходов позволит выявить наиболее оптимальные решения для достижения баланса между экономической выгодой предприятий и интересами общества. Исследование направлено на разработку теоретических основ и практических рекомендаций, способствующих развитию устойчивых бизнес-моделей в данной отрасли и формированию эффективных стратегий управления, соответствующих современным экономическим условиям.

Методы исследования

Методология данного исследования основана на комплексном анализе экономических факторов, влияющих на эффективность работы предприятий общественного питания, с акцентом на механизмы формирования доходов и стратегию ценообразования. В ходе исследования использовались методы экономико-статистического анализа, позволяющие выявить закономерности в распределении доходов между предприятиями и государственным бюджетом, а также определить влияние финансовых стимулов на объем производства и предоставляемых услуг. Анализ структуры стоимостных показателей осуществлялся посредством изучения взаимосвязи между такими параметрами, как чистый доход, валовая продукция, себестоимость, амортизационные отчисления и фонд заработной платы. В работе применен сравнительный анализ теоретических концепций самофинансирования и их практической реализации в сфере общественного питания, что позволило обосновать преимущества и потенциальные риски данного подхода. Для определения оптимального баланса между рентабельностью предприятий и социальными интересами общества были изучены механизмы стимулирования работников к достижению высоких экономических показателей, а также методы формирования ценовой политики, включающие систему скидок и наценок. В исследовании также использовался системный подход, позволяющий рассматривать предприятия общественного питания как часть общей экономической структуры и анализировать их деятельность в контексте государственного регулирования. Полученные данные и теоретические обоснования стали основой для формулирования практических рекомендаций по повышению эффективности работы предприятий и внедрению механизмов, обеспечивающих стабильный рост отрасли.

Результаты исследования

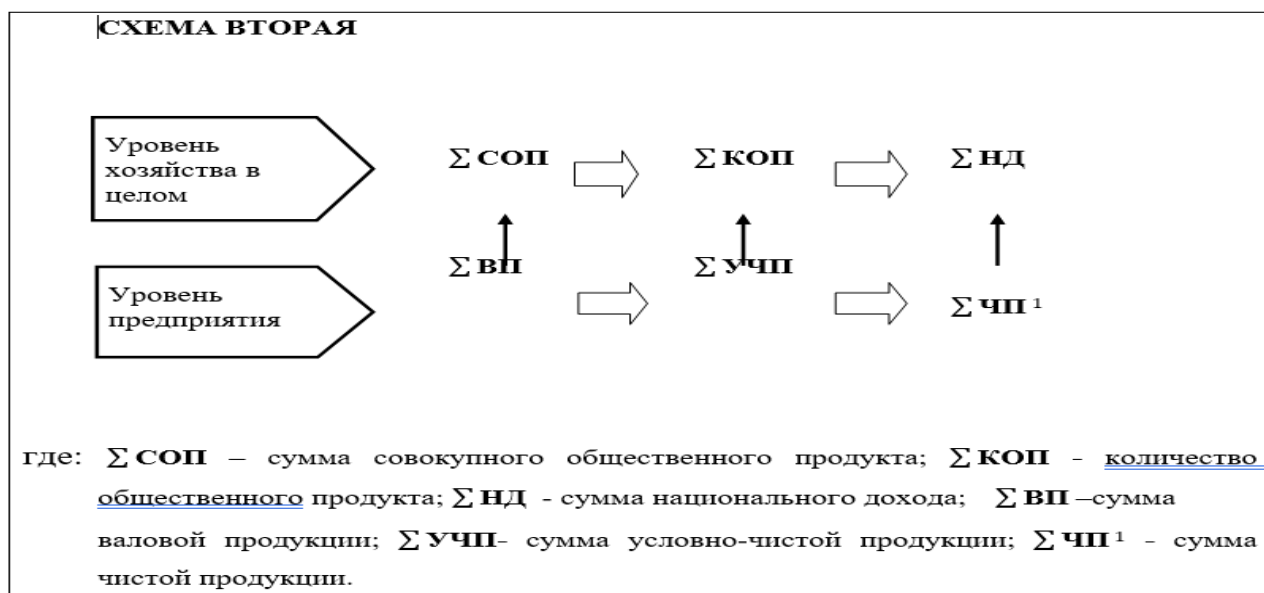
Рассмотрим первую схему, иллюстрирующую взаимосвязь между стоимостными показателями предприятий (предупредив читателей от возможной ошибки: не следует показатели «валовая продукция», «валовой оборот» понимать как «валовой оборот продукции собственного производства и реализации покупных товаров»).

Схема первая



Уяснив взаимосвязи, показанные на первой схеме, отметим существенное обстоятельство: стоимостные показатели предприятий отрасли основаны на том же, общем для всего народного хозяйства, методологическом подходе. Он предполагает как внутреннее единство системы показателей всей экономики, так и одновременно – различия, присущие разным звеньям (отраслям) экономики.

Смысл сказанного прояснит вторая схема.

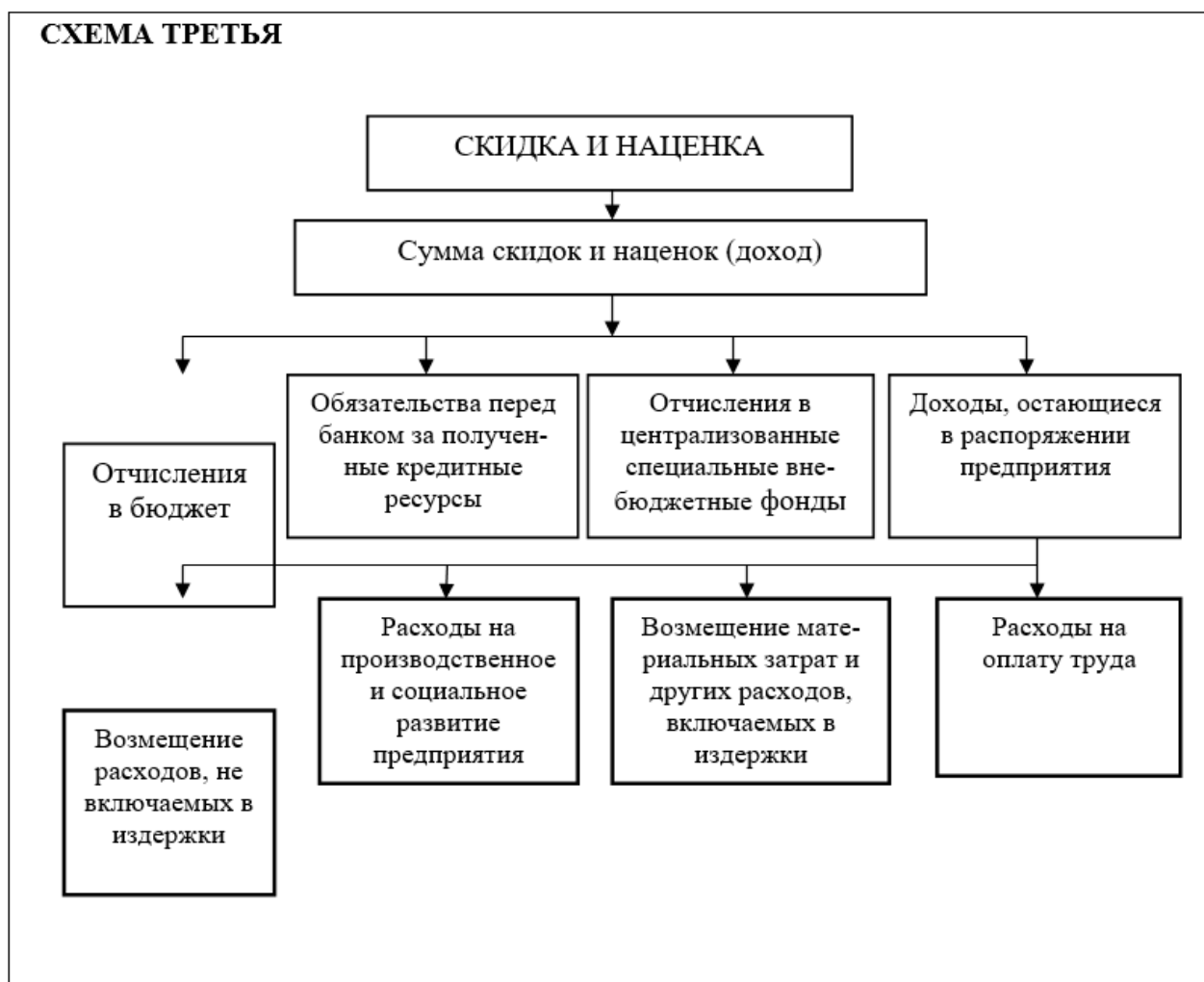


Теперь обратим внимание на первую схему и рассмотрим ее, так сказать, снизу вверх, т.е. начиная «путь» от конечных результатов – показателей «заработная плата», «прибыль». Такой «обратный ход» позволит четко увидеть внутреннюю логику и механизм взаимосвязи стоимостных показателей. И станет понятным, очевидным вывод: создав механизм стимулирования коллектива (и каждого работника) к улучшению конечных результатов, доходов предприятия, мы тем самым через определенные экономические рычаги будем стимулировать рост объема продукции и услуг (иными словами, совокупного оборота общественного питания).

При этом, разумеется, надо стремиться к оптимальному, наилучшему сочетанию экономических интересов предприятия общественного питания. Первостепенное значение для этого имеют два обстоятельства:

- механизм распределения доходов между предприятиями общественного питания и государственным бюджетом;
- механизм формирования доходов предприятий общественного питания, т.е. система ценообразования (сумма скидок и наценок).

Установленный порядок нормативного метода распределения и использования доходов предприятий общественного питания можно представить по третьей схеме.



Выводы

Обсуждение На этой схеме четко видны приоритеты в распределении дохода и взаимосвязь экономических интересов: государственные интересы → интересы предприятия → интересы отдельного работника (зарплата). Фактический характер этой взаимосвязи можно показать «обратным ходом»: в новых условиях хозяйствования интересы отдельного работника

побуждают соответствующим образом действовать предприятие, а, в свою очередь, интересы предприятия действуют в том же направлении, что и интересы государства.

Все, о чем говорилось выше, позволяет прийти к существенному заключению. Порядок свободного распределения и использования доходов предприятий общественного питания логически подводят к широкому внедрению системы самофинансирования. На него могут быть переведены отдельные виды направления отдельных столовых, кафе, закусочных.

Идея коллективного (совместного) предприятия общественного питания означает, что, если не принимать в расчет необходимость разработки соответствующей нормативной документации, то она состоит в следующем: предприятию определяется общий размер доходов, остающихся в его распоряжении, и не устанавливаются, напр., влияние на их использование.

Первостепенное значение приобретает тут, опять-таки, сам механизм формирования доходов. Суть проблемы такова: материальная заинтересованность, чтобы получить большие доходы, не должна войти в противоречие с общественными интересами, а конкретно – с интересами населения (получать продукцию и услуги в широком ассортименте, высокого качества и недорогую).

Вряд ли надо доказывать, что эта проблема неразрывно связана с совершенствованием общей системы планирования и ценообразования в отрасли. Но это – тема особой работы.

Заключение

На основе результатов данного исследования можно сделать вывод, что развитие и совершенствование предприятий общественного питания неразрывно связано с оптимизацией механизмов распределения доходов и стратегий ценообразования. Исследование подчеркивает необходимость применения финансовых стимулов для увеличения объема продукции собственного производства и услуг, обеспечивая оптимальный баланс между рентабельностью бизнеса и экономическими интересами государства. В работе отмечается, что эффективная организация деятельности предприятий общественного питания зависит от согласования индивидуальных стимулов работников с целями предприятия и государства, что способствует внедрению системы самофинансирования. Полученные результаты имеют важные последствия для разработчиков государственной политики и владельцев бизнеса, так как предоставляют основу для повышения операционной эффективности при сохранении доступности и качества продукции для потребителей.

Список литературы

1. Y. Liu, W. Shi, Y. Yu, L. Peng, and A. Zhang, "Evaluation of the Resilience of the Catering Industry in Hong Kong before and after the COVID-19 Outbreak Based on Point-of-Interest Data," *ISPRS International Journal of Geo-Information*, vol. 12, no. 11, p. 443, 2023. DOI: 10.3390/ijgi12110443.
2. R. Alt, "Digital Transformation in the Restaurant Industry: Current Developments and Implications," *Journal of Smart Tourism*, vol. 1, no. 1, pp. 69–74, 2021. DOI: 10.52255/smarttourism.2021.1.1.9.
3. L. N. Rozhdestvenskaya, O. V. Rogova, and L. Ye. Cherednichenko, "Digital Technologies in Managing Food Industry Enterprises," in *Proc. 2nd Int. Scientific and Practical Conf. 'Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global*

- Economic Growth' (MTDE 2020), 2020, pp. 696–700. DOI: 10.2991/aebmr.k.200502.096.
4. C. H. Kuo and C. C. Chen, "The Sustainable Innovation Design in Catering Service," *Sustainability*, vol. 14, no. 1, p. 278, 2022. DOI: 10.3390/su14010278.
 5. Y. Gusev, T. Polovova, and A. Pinsky, "Digital Innovations of Public Catering Enterprises: The Need and Opportunities," in *Proc. 2022 IEEE Conf. Quality Management, Transport and Information Security, Information Technologies (IT&QM&IS)*, 2022, pp. 1–4. DOI: 10.1109/ITQMIS55535.2022.9918965.
 6. L. N. Rozhdestvenskaya and O. V. Rogova, "Prerequisites for Creating a New Classification of Public Catering Facilities in the Food Industry," *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, vol. 666, no. 2, p. 022045, 2021. DOI: 10.1088/1755-1315/666/2/022045.
 7. P. S. Shpak, "The Concept of 'Smart Production' as an Effective Tool for the Digital Transformation of an Enterprise," *Journal of Physics: Conference Series*, vol. 2311, no. 1, p. 012013, 2022. DOI: 10.1088/1742-6596/2311/1/012013.
 8. T. Shimmura, T. Nonaka, T. Yamamoto, and K. Arai, "Introducing Batch Production and Training Game for Enhancing Both Quality of Dish and Labor Productivity at Japanese Cuisine Restaurant," *Journal of Foodservice Business Research*, vol. 22, no. 1, pp. 1–15, 2019. DOI: 10.1080/15378020.2018.1546070.
 9. R. Panchendrarajan, B. Murugaiah, S. Prakash, and A. Pemasiri, "Cheap Food or Friendly Staff? Weighting Hierarchical Aspects in the Restaurant Domain," in *Proc. 2016 IEEE Int. Conf. Computational Intelligence and Computing Research (ICCIC)*, 2016, pp. 1–5. DOI: 10.1109/ICCIC.2016.7919530.
 10. L. N. Rozhdestvenskaya and O. V. Rogova, "Unified Digital Information Environment of the Food Industry Enterprises of Novosibirsk," in *Proc. 2019 Int. Conf. Modern Trends in Manufacturing Technologies and Equipment (ICMTMTE 2019)*, 2019, pp. 119–123. DOI: 10.2991/mtde-19.2019.22.
 11. J. Bokunewicz and J. Shulman, "Influencer Identification in Twitter Networks of Destination Marketing Organizations," *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, vol. 8, no. 2, pp. 205–219, 2017. DOI: 10.1108/JHTT-09-2016-0054.
 12. L. N. Rozhdestvenskaya and O. V. Rogova, "Information Needs Assessment of Decision Making by Stakeholders of the Food Industry," *AIP Conference Proceedings*, vol. 2333, no. 1, p. 060002, 2021. DOI: 10.1063/5.0041700.
 13. R. Alt, "Electronic Markets on Digital Transformation in the Restaurant Industry," *Electronic Markets*, vol. 31, no. 4, pp. 1–4, 2021. DOI: 10.1007/s12525-021-00477-8.
 14. Y. Liu, W. Shi, Y. Yu, L. Peng, and A. Zhang, "Spatial Analysis of the Resilience of the Catering Industry in Hong Kong during COVID-19," *ISPRS International Journal of Geo-Information*, vol. 12, no. 4, p. 243, 2023. DOI: 10.3390/ijgi12040243.
 15. L. N. Rozhdestvenskaya and O. V. Rogova, "Digital Transformation of Public Catering Enterprises: Challenges and Opportunities," *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, vol. 940, no. 1, p. 012123, 2020. DOI: 10.1088/1757-899X/940/1/012123.