Российской Федерации проводится активная политика формирования региональных туристических кластеров, детальная информация необходима как с точки зрения взвешенного формирования предложения, так и с точки зрения оценки эффективности проводимых программ.

Таким образом, статистических данных о туризме в Российской Федерации недостаточно для оценки спроса на туристские услуги. В этих условиях формирование оптимальных структуры и объема предложения туристских услуг существенно затруднено.

Для формирования грамотной стратегии развития въездного туризма в Российской Федерации нужно, прежде всего, сформировать конкурентоспособный отечественный туристический продукт. Внедрение индикаторов конкурентоспособности, установленных международными организациями, в качестве целевых показателей деятельности ответственных государственных органов позволит повысить позицию Российской Федерации по отношению к другим странам и сделать ее более привлекательной для иностранных туристов.

1. Об утверждении методологических положений о проведении статистических туристских обследований Приказ Росстата от 24.08.2012 № 465.
2. Система статистического учета въездного туризма: барьеры развития отрасли: Сборник (бюллетень о развитии конкуренции). - март 2017 г. - стр. 10-17.

Горелова А.А.

Разработка моделей обеспечения питанием рассредоточенных трудовых коллективов

*Высшая школа биотехнологиии пищевых технологий Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого
(Россия, Санкт-Петербург)*

doi: 10.18411/lj-06-2019-85

idsp: ljjournal-06-2019-85

Аннотация

В силу ряда причин некоторые предприятия и организации не имеют возможности организовать питание сотрудников в стационарных столовых. Особенно это характерно для рассредоточенных трудовых коллективов. Чаще всего в настоящее время организация питания в таких коллективах осуществляется посредством доставки в них продукции общественного питания из кейтеринговых компаний. Автором проведен анализ организационных форм реализации корпоративного питания и разработаны их модели. В первой модели все технологические операции, начиная с производства продукции общественного питания и заканчивая ее реализацией и организацией потребления, выполняются кейтеринговой компанией. Во второй модели кейтеринговая компания выполняет только функции производства, а доставкой и организацией потребления занимается заказчик услуги. В третьей модели в цепочке кейтеринговое предприятие – заказчик появляется посредник. В статье проанализированы положительные и отрицательные стороны каждой модели. Сделан вывод, что выбор стратегии работы с заказчиком определяется кейтеринговой компанией в каждом конкретном случае в соответствии с договором.

Ключевые слова: кейтеринг, кейтеринговая компания, продукция общественного питания, организационные формы корпоративного питания.

Abstract

For a number of reasons, some enterprises and organizations do not have the ability to organize meals for employees in stationary canteens. In this case, catering companies bring their products to them. The author analyzes the organizational forms of implementation of corporate nutrition and developed their models. In the first model, all technological operations, starting with the production of catering products and ending with its implementation and organization of consumption, are carried out by a catering company. In the second model, the catering company performs only the functions of production, and the customer of the service is engaged in the delivery and organization of consumption. In the third model, an intermediary acts between the catering company and the customer. The article analyzes the positive and negative sides of each model. It is concluded that the choice of strategy of work with the customer is determined by the catering company in each case in accordance with the contract.

Keywords: catering, catering company, products of public catering, organizational forms of corporate nutrition.

Актуальность. С приходом рынка в нашей стране многое изменилось не только в сфере экономики, но и в социальной области. К сожалению, многими предприятиями и организациями утрачен советский опыт обеспечения питанием трудовых коллективов. Действовавшие ранее физиологические нормы потребности в основных пищевых веществах и калориях для трудоспособного населения в возрасте от 18 до 60 лет, утвержденные сначала в 1968 году и пересмотренные в 1982, 1991 и 2008 годах [1,2, 3], часто не учитываются при разработке рационов питания рабочих и служащих. А перед обществом стоит задача по сохранению и преумножению населения [4]. Решить ее можно, в том числе, правильной организацией и полным охватом питанием трудовых коллективов. Организовать столовые при предприятии в ряде случаев не представляется возможным, поэтому в решении данной проблемы активно участвует кейтеринг. В Соединенных Штатах Америки кейтеринг появился в начале XX века, решая задачу организации питания рабочих, задействованных на строительстве небоскребов. В нашу страну этот вид экономической деятельности пришел в конце XX века. Сначала он был ориентирован на обслуживание выездных банкетов и приемов, и только через некоторое время занял прочное место в организации питания трудовых коллективов. В 2012 году был принят ГОСТ Р 55051 «Услуги общественного питания. Общие требования к кейтерингу», в котором представлена такая форма выездного обслуживания, как доставка продукции общественного питания по заказам организаций и потребителей с возможным обслуживанием [5]. Кейтеринговыми же компаниями чаще используется термин «корпоративное питание», т.е. питание, которое организуется по месту работы потребителей.

Цель статьи: провести анализ организационных форм реализации корпоративного питания и разработать их модели.

Основная часть. Изучение работы ряда кейтеринговых компаний по организации корпоративного питания, показало, что она может реализовываться в виде различных моделей. Во-первых, кейтеринговая компания может напрямую работать с организацией, пользующейся ее услугой (рисунок 1).

Последовательность технологических и организационных операций в данной модели следующая: приготовление продукции общественного питания в кейтеринговом предприятии, ее подготовка к транспортированию (фасовка, упаковка, маркировка, охлаждение или замораживание при необходимости), транспортирование (доставка), разгрузка, доведение до температуры подачи, реализация и организация обслуживания, уборка рабочего места, упаковка использованной тары и инвентаря и их возврат на предприятие-изготовитель. В представленных в статье моделях указаны только ключевые операции работы кейтеринговой компании с заказчиком.

Рисунок 1. Первая модель организации услуг корпоративного питания кейтеринговым предприятием

Вторая модель более простая и менее затратная для кейтерингового предприятия (рисунок 2).

Рисунок 2. Вторая модель организации услуг корпоративного питания кейтеринговым предприятием

При реализации второй модели продукция общественного питания готовится в кейтеринговом предприятии, подготавливается к транспортированию, а клиент своим или арендованным транспортом доставляет ее на место потребления. Здесь ответственность кейтерингового предприятия реализуется на стадии производства и передачи продукции и основывается на строгом соблюдении технологии приготовления, санитарно-гигиенических норм и правил, требований системы пищевой безопасности НАССР [6]. Ответственность за доставку готовой продукции и соблюдение при этом требований к безопасности продукции несет клиент.

По третьей модели организации бизнеса в цепочке обслуживания может участвовать посредник, который заключает договор с потребителем и кейтеринговой компанией на доставку продукции общественного питания и/или последующее обслуживание (рисунок 3).

Рисунок 3. Третья модель организации услуг корпоративного питания кейтеринговым предприятием

По договору с заказчиком продукция общественного питания может производиться в виде полуфабриката, кулинарного изделия, блюда [7] и поставляться в охлажденном или замороженном состоянии. Приготовление охлажденной и замороженной продукции осуществляется в соответствии с технологическими инструкциями и техническими условиями, санитарными правилами и требованиями пищевой безопасности НАССР. Транспортировать охлажденные блюда, гарниры, кулинарные изделия разрешается в гастрономических емкостях с крышками, герметизированных мягких полимерных пакетах, изотермических контейнерах, оборотных металлических и полимерных ящиках с крышками, лотках и контейнерах из полимерных и других упаковочных материалов, термосах, термопакетах, ланч-боксах, снэк-боксах и другой таре, разрешенной к использованию в пищевых целях. Требования к упаковке, маркировке, правилам приемки, качеству и безопасности продукции представлены в ГОСТ 30390 «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия» [8]. Для транспортирования используют передвижные контейнеры и автотранспорт с охлаждаемыми или изотермическими кузовами. Продолжительность транспортирования – не более двух часов.

Сроки хранения охлажденных блюд в гастрономических емкостях с крышками от 1 до 4 суток, вторых блюд в герметизированных мягких полимерных пакетах от 2 до 6 суток при температуре 0-4 °С. Максимальные сроки хранения замороженных мясных полуфабрикатов при температуре минус 18 °С – 0,5-2 месяца, полуфабрикатов из картофеля – 3-9 месяцев, салатов – 9-12 месяцев, супов и вторых блюд в полимерных пакетах – до 12 месяцев, мясных блюд в алюминиевых формочках – 1-3 месяца, блинчиков с начинками – 2-3 месяца [9, с. 338].

Реализация охлаждаемых блюд осуществляется в следующем порядке: доведение до температуры подачи (применяемое при этом оборудование: электроплиты, жарочные шкафы, пароварочные шкафы, СВЧ-аппараты), порционирование и оформление, отпуск блюд (реализация и организация потребления).

Продукцию, упакованную в герметизированные мягкие полимерные пакеты, разогревают не вскрывая упаковку в СВЧ-аппаратах или в горячей воде. Ряд изделий, например, ромштекс, котлеты отбивные, разогревают после извлечения из первичной

упаковочной тары. Как режимы размораживания полуфабрикатов и готовых быстрозамороженных изделий, так и доведение до готовности продукции общественного питания представлены в технологических инструкциях. Ассортимент охлажденных, замороженных блюд и изделий, изделий с повышенной пищевой и биологической ценностью постоянно расширяется [10, 11, 12, 13 и др.]. Разрабатываются изделия и блюда с использованием современных инновационных технологий и оборудования [14, 15, 16, 17 и др.].

Первая модель предоставления услуг является более затратной, так как кейтеринговая компания вкладывается в транспорт, покупку специализированного оборудования для транспортировки, оборудования для организации обслуживания [18] и др. Но с точки зрения получения прибыли эта модель более эффективна. Вторая модель проще организационно реализуется, так как часть экономических издержек отсутствуют, можно работать, не закупая дополнительного оборудования и инвентаря. С клиентом требуется уточнить как он планирует организовать доведение пищи до температуры подачи. От этого зависит технология приготовления кулинарной продукции с применением охлаждения или замораживания: «Cook&Chill» или «Cook&Service». Третья модель для кейтерингового предприятия является очень удобной, так как после передачи посреднику кулинарной продукции надлежащего качества, ответственность за процесс доставки и обслуживания полностью возлагается на другую организацию. Единственный минус – уменьшение прибыли вследствие выполнения меньшего количества технологических операций в цепочке организации корпоративного питания.

Выводы. Автором проанализированы варианты организации корпоративного питания кейтеринговыми компаниями. Разработаны три модели ведения бизнеса. В первой модели все технологические операции, начиная с производства продукции общественного питания и заканчивая ее реализацией и организацией потребления, выполняются кейтеринговой компанией. Во второй модели кейтеринговая компания выполняет только функции производства, а доставкой и организацией потребления занимается заказчик услуги. В третьей модели в цепочке кейтеринговое предприятие – заказчик появляется посредник. Показано, что каждая из моделей имеют свои плюсы и минусы. Выбор стратегии работы с заказчиком определяется в каждом конкретном случае в соответствии с договором.

1. Нормы физиологических потребностей в пищевых веществах и энергии для различных групп населения СССР. Утверждены Коллегией Министерства здравоохранения СССР 22 марта 1982 г., протокол № 6. Источник: http://www.libussr.ru/doc_ussr/ussr_11088.htm (дата обращения 06.06.2019)
2. Нормы физиологических потребностей в пищевых веществах и энергии для различных групп населения СССР. Утверждены Главным санитарным врачом СССР 28 мая 1991 г. № 5786-91. Источник: https://otr-soft.ru/org/zakony_pitanie/sn_5786_91/ (дата обращения 06.06.2019)
3. МР 2.3.1.2432-08 Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации (дата введения 18 декабря 2008 г.). Источник: <http://docs.cntd.ru/document/1200076084> (дата обращения 06.06.2019)
4. Чернова Е.В. Формирование государственной продовольственной политики как фактора экономической безопасности России: автореферат диссертации... доктора экономических наук – СПб., 2008. – 37 с. Источник: <https://www.dissercat.com/content/formirovanie-gosudarstvennoi-prodovolstvennoi-politiki-kak-faktora-ekonomicheskoi-bezopasnos/read> (дата обращения 05.06.2019)
5. ГОСТ Р 55051-2012 Услуги общественного питания. Общие требования к кейтерингу. Источник: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-55051-2012> (дата обращения 22.05.2019).
6. Чернова Е.В., Гущина М.Д., Чернышова Е.П. Внедрение принципов НАССР в предприятиях питания социальной сферы: требования и проблемы // Технология и продукты здорового питания: материалы VIII международной научно-практической конференции. – Саратов, 2014. – С. 376-381.
7. ГОСТ 31985-2013 Услуги общественного питания. Термины и определения. Источник: <http://docs.cntd.ru/document/1200103471> (дата обращения 07.06.2019).
8. ГОСТ 30390-2013 Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия. Источник: <http://docs.cntd.ru/document/1200107326> (дата обращения 07.06.2019).

9. Справочник технолога общественного питания / А.И. Мглинец, Г.Н. Ловачева, Л.М. Алешина и др. – М.: Колос, 2000. – 416 с.
10. Быченкова В.В., Громкова О.И. Разработка рецептур по производству новых видов пресного жидкого теста // Актуальные вопросы современной науки: сборник статей VIII международной научно-практической конференции. – Уфа. – 2017. – С. 167-172.
11. Елисеева С.А. Технология универсальных овощных полуфабрикатов, консервированных холодом для предприятий общественного питания: автореферат диссертации... кандидата технических наук. – СПб., 2013. – 16 с.
12. Баженова Т.С., Баженова И.А. Разработка рецептур мучных кулинарных и кондитерских изделий с использованием пшеничной муки для специализированного питания // Инновации в технологии продуктов здорового питания: сборник международной научной конференции. – 2016. – С. 40-47.
13. Шершнева П.С., Тимошенкова И.А., Несмелова С.В. Разработка рецептуры бисквитного полуфабриката на основе смеси черемуховой и рисовой муки // Неделя науки СПбПУ: материалы научной конференции с международным участием. – СПб., 2018. – С. 198-201.
14. Смоленцева А.А., Елисеева С.А., Котова Н.П. Исследование содержания антиоксидантов в овощах для проектирования функциональных пищевых продуктов // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. – 2018. – Т. 7, № 1 (41). – С. 35-39.
15. Сафонова Э.Э., Мелая Т.Р. Инновационные режимы обработки кулинарной продукции с использованием дикорастущего сырья // Новая наука: стратегии и векторы развития. – 2016. – № 10-1. – С. 130-132.
16. Ахмадова А.А., Чернова Е.В. О целесообразности использования мяса индейки в производстве кулинарной продукции диетического и функционального назначения // Наука России: цели и задачи: сборник научных трудов IV международной научной конференции. – Екатеринбург. – 2017. – С. 18-21.
17. Фединишина Е.Ю., Елисеева С.А. Исследование параметров обработки растительного и животного сырья с применением высокотехнологичного оборудования // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 3-2 (45). – С. 51-53.
18. Барсукова Н.В., Котова Н.П. Научно-технический прогресс в организации обслуживания потребителей на предприятиях индустрии питания // Технологии и продукты здорового питания: материалы IX международной научно-практической конференции. – Саратов, 2015. – С. 21-24.

Жуковская О.В.

Анализ подходов к оценке стоимости компании

*ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики
и управления «НИНХ»
(Россия, Новосибирск)*

doi: 10.18411/lj-06-2019-86

idsp: ljournal-06-2019-86

Аннотация

В современном мире оценка стоимости компаний является важнейшим инструментом в хозяйственной деятельности множества компаний. В большинстве случаев оценка стоимости компаний производится с применением трех основных подходов: доходного, затратного и сравнительного. Для их эффективного применения в практике оценочной деятельности необходимо понимать характерные каждому из подходов преимущества и недостатки.

Ключевые слова: стоимость компании, оценка стоимости компании, доходный подход, затратный подход, сравнительный подход.

Abstract

Nowdays, the valuation of companies is an essential tool in the economic activities of many companies. Three different approaches are commonly used in company valuation: the income approach, the asset-based approach, and the market approach. It is necessary to understand the advantages and disadvantages characteristic of each approach for their effective use in the practice of valuation.

Keywords: company value, company valuation, income approach, asset-based approach, market approach.