

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА,  
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ  
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

## ОТЧЕТ

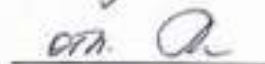
по учебной ознакомительной практике  
ФГБОУ ВО «ВВГУ», ИМБЭУ, кафедра экономики  
и управления, г. Владивосток

Студент  
группы БЭУ-21-ЭБ1



С.П. Меженько

Руководитель  
канд. экон. наук, доцент



Е.В. Красова

Руководитель от предприятия  
директор ИМБЭУ



Т.В. Варкулевич

Нормоконтролер  
канд. экон. наук, доцент



Е.В. Красова

## РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ учебной ознакомительной практики

Студент: Меженко Снежана Павловна  
Группа: БЭУ-21-ЭБ1  
Кафедра: экономики и управления

Руководитель практики: доцент кафедры Красова Е.В.

Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности прошел

\_\_\_\_\_  
(подпись уполномоченного лица, МП) Варкулевич Т.В.

С правилами трудового распорядка ознакомлен \_\_\_\_\_ Меженко С. П.  
(подпись обучающегося)

Этапы практики	Виды работы	Срок выполнения	Отметка руководителя о выполнении
1. Подготовительный	Организационное собрание	13.06.2023	
	Инструктаж по технике безопасности	13.06.2023	
2. Практический (исследовательский, аналитический)	Собрать, структурировать и проанализировать информацию, раскрывающую особенности деятельности предприятия: - составить "Паспорт организации"; - проанализировать основные экономические показатели хозяйственной деятельности за два-три последних отчетных года. По итогам написать раздел 1 отчета	14.06.2023 – 30.06.2023	
	Провести социально-экономический анализ отрасли (вида экономической деятельности), к которой относится исследуемое предприятие. По итогам написать раздел 2 отчета	01.07.2023 – 14.07.2023	
3. Заключительный	Подготовка, оформление и защита отчета	15.07.2023	

Руководитель практики:  
канд. экон. наук, доцент кафедры ЭУ

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Красова Е.В.

Руководитель учебной практики от предприятия - ФГБОУ ВО «ВВГУ», ИМБЭУ, кафедра экономики и управления, г. Владивосток:

Директор ИМБЭУ

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Варкулевич Т.В.

МНОБРАНУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА, ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ  
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**  
на учебную ознакомительную практику

Студент: Меженько Снежана Павловна

Группа: БЭУ-21-ЭБ1

**Цель практики** – получение студентами первичных профессиональных умений и навыков по сбору, анализу и обработке данных, необходимых для решения профессиональных задач на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы.

**Задания практики:**

1. Собрать, структурировать и проанализировать информацию, раскрывающую особенности деятельности предприятия (организации):

- составить "Паспорт организации": основные реквизиты (название, форма собственности, юридический адрес, местонахождение и т.п.), основные виды деятельности, организационная структура, особенности организационно-правовой формы, система налогообложения;

- проанализировать основные экономические показатели хозяйственной деятельности за два-три последних отчетных года (выручка, затраты, численность персонала, фонд заработной платы, стоимость основных средств, прибыль, рентабельность и др.).

2. Провести социально-экономический анализ отрасли (вида экономической деятельности), к которой относится исследуемое предприятие (организация).

*Отчет по практике должен содержать:*

1. Титульный лист (должны быть подпись студента и руководителя практики от организации).

2. Задание на практику (должны быть подписи студента, руководителей практики от университета и предприятия, печать организации).

3. Рабочий план-график практики (таблица должна быть заполнена, в столбце «отметка руководителя о выполнении» должна быть оценка и подпись руководителя практики. Внизу графика должна быть подпись руководителя практики от предприятия и печать организации).

4. Отзыв-характеристика, заверенная руководителем практики от предприятия и печатью организации.

5. Собственно отчет:

Введение: отразить цель и задачи практики, дать краткую характеристику предприятия (1 стр.).

1 Особенности хозяйственной деятельности предприятия (Паспорт организации, основные виды деятельности, организационная структура, особенности организационно-правовой формы, система налогообложения) (ОПК-2).

2 Социально-экономический анализ отрасли (вида экономической деятельности, которым занимается предприятие) (ОПК-3).

Заключение: отразить результаты практики, достигнуты ли цели и задачи (1 стр.).

Список использованных источников: до 10-ти позиций в соответствии с тематикой отчета.

Приложения (копия или скан финансовых документов, используемых при написании отчета).

*Отчет по практике и сопутствующие документы в печатном и электронном (СУЭД: форматы .doc и .pdf) виде оформляются в соответствии с требованиями ВВГУ (СТО) и представляются на защиту в установленные графиком практики сроки.*


Руководитель учебной практики от университета:

к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

Задание получил:

Руководитель учебной практики от предприятия

- ФГБОУ ВО «ВВГУ», ИМБЭУ, кафедра экономики и управления, г. Владивосток:



Красова Е.В.

Меженько С.П.

Директор ИМБЭУ

Варкулевич Т.В.



## Отзыв-характеристика

На студента 2 курса группы БЭУ-21-ЭБ1 направления «Экономика. Экономическая безопасность» кафедры Экономики и управления

Меженько Снежана Павловна с 13 июня 2023 года по 15 июля 2023 года прошла учебную ознакомительную практику по получению первичных профессиональных умений и навыков (ознакомительную) в ООО «Фуд-Плюс» 690039, Приморский край, г. Владивосток, ул. Русская д. 466, офис 518

В период практики были изучены способы сбора, анализа и обработки, полученных в предприятии данных, которые необходимы для оценки основных экономических показателей деятельности предприятия, методы экономического анализа.

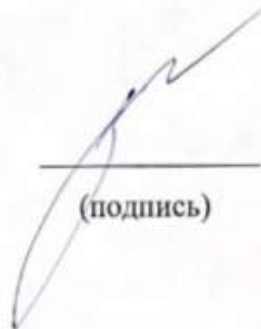
Во время прохождения практики Меженько Снежана Павловна показала отличный уровень теоретических знаний и умений применять их на практике, хорошо справлялась с поставленными перед ней задачами, проявляла активный интерес к работе. Проявила себя как трудолюбивый, отзывчивый, исполнительный сотрудник, который ответственно подходит к работе.

В целом работа Меженько Снежаны Павловны заслуживает оценки «Отлично».

Руководитель практики от предприятия:

Директор

Дата



(подпись)

Поляков Ю.В.

## Содержание

Содержание	1
Введение	2
1 Особенности хозяйственной деятельности предприятия	3
2 Анализ социально-экономического состояния отрасли	7
Заключение	18
Список используемых источников	19
Приложение А	20
Приложение Б	22

## Введение

Местом для прохождения учебной ознакомительной практики является ФГБОУ ВО «ВВГУ», ИМБЭУ, кафедра экономики и управления, г. Владивостока, объектом исследования является ООО «Фуд-плюс».

Целью учебной ознакомительной практики является получение студентами первичных профессиональных умений и навыков по сбору, анализу и обработке данных, необходимых для решения профессиональных задач на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы.

Задачами учебной ознакомительной являются:

- получение практических навыков поиска информации о деятельности организации в СПС;

- ознакомление с различными аспектами деятельности предприятия (организации) базы практики: направлениями и видами хозяйственной деятельности, организационной структурой, системой налогообложения, основными показателями хозяйственной деятельности, и др.

- развитие навыков сбора данных для проведения расчетов экономических показателей деятельности предприятий(организаций);

- развитие навыков расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующего субъекта;

- развитие умений интерпретировать основные экономические показатели на микро- и макроуровне.

## 1 Особенности хозяйственной деятельности предприятия

ООО «Фуд-Плюс» — это компания, занимающаяся предоставлением услуг в сфере питания и общественного питания в городе Владивосток. «Фуд-Плюс» обладает богатым опытом и профессионализмом, предлагая широкий ассортимент блюд и услуг, чтобы удовлетворить потребности как корпоративных клиентов, так и частных лиц.

Компания стремится предложить своим клиентам высокое качество продуктов и индивидуальный подход к каждому заказу. Она также активно следит за трендами в области общепита и постоянно обновляет свое меню, чтобы удовлетворить разнообразные предпочтения и вкусы клиентов.

ООО «Фуд-Плюс» гордится своим профессиональным персоналом, который состоит из опытных поваров, квалифицированных официантов и преданных сотрудников, готовых предоставить высокий уровень обслуживания и создать приятную атмосферу для своих гостей.

Таблица 1.1 - Основные реквизиты ООО «Фуд-Плюс»

Название	«Фуд-Плюс»
Форма собственности	Общество с ограниченной ответственностью
Юридический адрес	690039, Приморский край, г. Владивосток, ул. Русская, д. 46б, офис 518
Отрасль	Общественное питание
Дата регистрации	27.03.2014
Генеральный директор	Аввакумов Валерий Рафаилович
Учредители	Матафонов Константин Николаевич, Скокленева Юлия Сергеевна, Некрасова Ирина Валерьевна, Филиппова Анна Александровна, Лемешко Алена Александровна
ОГРН	1142536002608
Величина уставного капитала	10000 рублей

## Продолжение таблицы 1.1

ИНН	2536271246
КПП	254301001

Основным видом деятельности компании является деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания. Также компания имеет 7 дополнительных видов деятельности:

- 1) производство мяса в охлажденном виде;
- 2) производство пищевых субпродуктов в охлажденном виде;
- 3) производство мяса и пищевых субпродуктов в замороженном виде;
- 4) деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания;
- 5) деятельность ресторанов и баров по обеспечению питанием в железнодорожных вагонах-ресторанах и на судах;
- 6) деятельность предприятий общественного питания по прочим видам организации питания;
- 7) подача напитков [1].

ООО «Фуд-Плюс» находится на упрощенной системе налогообложения (УСН). Это позволяет:

- 1) ООО «Фуд-Плюс» может отложить подачу налоговых деклараций до срока, установленного налоговыми органами. Это дает компании больше времени для точной подготовки и представления финансовой информации;
- 2) УСН позволяет отсрочить уплату налогов до установленного срока. Это означает, что ООО «Фуд-Плюс» может отсрочить уплату налогов до указанного срока, что может помочь в управлении денежными потоками;
- 3) в то время как ведение точного финансового учета необходимо для любого бизнеса, упрощенная система налогообложения может позволить ООО «Фуд-Плюс» упростить процесс ведения бухгалтерского учета. Они могут сосредоточиться на ведении записей, необходимых для налоговой отчетности,



таких как доходы и расходы, без необходимости сложных методов бухгалтерского учета;

4) упрощенная система налогообложения может избавить ООО «Фуд-Плюс» от бремени обширных требований по годовой отчетности. У них может быть меньше форм для заполнения и меньше документации для предоставления, что позволяет им экономить время и ресурсы.

Дальше предлагаю ознакомиться с финансовым состоянием компании, проанализировать основные показатели и сделать выводы на основе полученных данных. Для удобства представим данные в виде таблицы 1.2 [2].

Таблица 1.2 – Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «Фуд-Плюс» за 2021-2022 гг.

Показатель	2021	2022	Изменение
Выручка, тыс. руб.	167 617	191 499	23 882
Себестоимость продаж, тыс. руб.	155 096	207 026	51 930
Чистая прибыль, тыс. руб.	8 944	- 20 175	-29 119
Стоимость основных средств, тыс. руб.	18 981	18 831	-150
Численность персонала, чел.	14	28	14
Фондоотдача, тыс. руб.	8,83	10,17	1
Рентабельность продаж, %	5,34	- 10,54	-16

Проанализировав данные из таблицы можно сказать, что в 2021 году выручка составляла 167 617 тысяч рублей, а в 2022 году она выросла до 191 499 тысяч рублей. Это говорит о положительных изменениях в объеме продаж компании за последний год. Себестоимость продукции или услуг является важным показателем эффективности хозяйственной деятельности. В 2021 году себестоимость составляла 155 096 тысяч рублей, а в

2022 году она увеличилась до 207 026 тысяч рублей. Увеличение себестоимости может указывать на рост затрат на производство или закупку продукции. Снижение чистой прибыли может быть связано с увеличением себестоимости. В 2021 году фондоотдача составляла 8,83 тысяч рублей, а в 2022 году она увеличилась до 10,17 тысяч рублей. Это говорит о том, что компания получает больше прибыли от каждого вложенного в основные средства рубля. Численность персонала компании ООО «Фуд-Плюс» также изменилась за последние два года. В 2021 году в компании работало 14 человек, а в 2022 году этот показатель увеличился до 28 человек. Это может указывать на расширение бизнеса и увеличение потребности в рабочей силе. Рентабельность продаж показывает, сколько процентов от выручки компания получает в виде прибыли. В 2021 году рентабельность продаж составляла 5,34%, а в 2022 году она упала до -10,54%. Отрицательная рентабельность продаж может указывать на проблемы в бизнес-модели компании или на неэффективность использования ресурсов [3].

Итак, можно сделать несколько выводов о хозяйственной деятельности ООО «Фуд-Плюс». В последние два года компания столкнулась с ростом выручки, однако при этом увеличилась себестоимость, что привело к убыточности в 2022 году. Увеличение численности персонала и стоимости основных средств могут свидетельствовать о стремлении компании к расширению. Рентабельность продаж снизилась, что может указывать на неэффективность использования ресурсов или другие факторы, влияющие на прибыльность компании.

## 2 Анализ социально-экономического состояния отрасли

Общественное питание является одним из самых перспективных и быстроразвивающихся направлений пищевой индустрии. В значительной степени уровень его развития отражает и уровень социально-экономического развития государства. Значительное развитие рынка общественного питания в его современном виде произошло только в конце 20-го века. И сейчас рост объема мирового рынка общественного питания продолжается. Например, в США, являющимся крупнейшим рынком в мире, потребители тратят больше денег на питание вне дома, чем на покупку продуктов и приготовление еды дома. Аналогичная ситуация наблюдается и в Великобритании. А вот в России ситуация совсем иная - оборот питания за пределами дома почти в 10 раз меньше оборота продажи продовольственных товаров.

Однако рынок общественного питания в России развивается достаточно динамично. Основопологающими факторами его роста являются: увеличение доходов населения, изменение образа жизни и культуры питания, технологические инновации быстрого обслуживания, расширение ассортимента блюд быстрого питания. Учитывая тенденцию вовлечения все большего числа людей в культуру питания за пределами дома, российский рынок общественного питания имеет большой потенциал к дальнейшему расширению.

Характерной чертой сегодняшнего состояния рынка общественного питания является его разнородность и многосторонний охват почти всех целевых аудиторий потребителей: по уровню доходов, по социальному статусу и интересам, по возрасту и полу. В настоящее время рынок общественного питания в РФ представлен широким разнообразием концепций и форматов, рассчитанных на разные целевые группы потребителей:

- сети ресторанов привилегированного и премиального сегмента (это независимые заведения, рестораны при отелях, рестораны при казино, рестораны известных шеф-поваров, ресторанами на транспорте);

- мультиформатные ресторанные дома: данные заведения развивают мультибрендовые форматы и франчайзинг, в рамках чего одни из них делают

акцент на развитие авторских ресторанов, связанных с именем владельца, другие развивают мультибрендовые направления;

- кейтеринговые компании, представляющие собой компании выездного обслуживания, которые подразделяются по уровню предоставляемых услуг, технологическим возможностям и по максимальному количеству обслуживаемых гостей;

- сети ресторанов демократичного формата, куда помимо самих ресторанов, входят кофейни, пиццерии, суши-бары, пабы, стейк-хаусы (наиболее известными примерами являются «Шоколадница», «Грабли», «Планета суши»);

- сети ресторанов быстрого питания (фаст-фуд) с ограниченным меню и самообслуживанием, а также уличное питание (стрит-фуд).

Формат быстрого питания в течение уже долгого времени занимает наибольшую долю рынка общественного питания. Сегмент фаст-фуда в России представлен такими корпорациями, как McDonald's, KFC, Subway, а также отечественными компаниями («Теремок», «Крошка Картошка», «Пышка» и др.). Большинство сетей фаст-фуда имеют собственные производственно-логистические центры, на которых производятся полуфабрикаты различной степени готовности. Данный сектор рынка общественного питания меньше остальных пострадал от экономического кризиса, а его доля продолжает увеличиваться каждый год [5].

Главным фактором, который определяет динамику развития рынка питания, является изменение уровня жизни населения, определяемое через уровень доходов. Начавшийся в 2021 году кризис в российской экономике стал следствием совокупного влияния сразу нескольких неблагоприятных факторов, обнаживших имеющиеся в стране проблемы. Среди таковых мы выделяем неблагоприятную ценовую конъюнктуру на рынке нефтепродуктов, что сильно влияет на российскую экономику в условиях снижения мировых цен на энергоресурсы, продажа которых составляет большую часть в доходах бюджета РФ. Введение финансовых санкций в отношении нашей страны и жесткая

монетарная политика Банка России повлекли значительное снижение курса рубля относительно иностранных валют, что привело к росту инфляции и снижению реальных доходов населения.

Дефицит «длинных денег» привел к трудностям в реализации стратегических проектов и переходу к новому технологическому укладу во всех отраслях экономики страны [6].

По итогам 2022 г. в структуре использования денежных доходов выросли расходы на покупку товаров и оплату услуг, а расходы на финансовые активы сократились. В условиях снижения динамики покупательной способности доходов люди стали более сильно экономить. По данным Федеральной службы государственной статистики РФ денежные доходы в среднем на душу населения в 2020 г. составили 30311 руб., что на 10,1% больше в сравнении с 2019 г. В то же время реально располагаемые доходы к январю-декабрю 2019 г. сократились на 4%. Среднемесячная начисленная зарплата за 2019 год показала рост на 4,6% до 33925 руб., за декабрь к декабрю 2019 г. – на 1,6% до 42684 руб. В то время как реальная зарплата в январе-декабре 2020 г. снизилась на 9,5%, а пенсии – на 3,9% [7].

Снижение роста заработной платы, высокий уровень закредитованности населения, торможение экономического роста отрицательно повлияли на темпы роста российского рынка общественного питания [8].

Динамика оборота организаций общественного питания в РФ в 2018–2022 гг. представлена в таблице 2.1

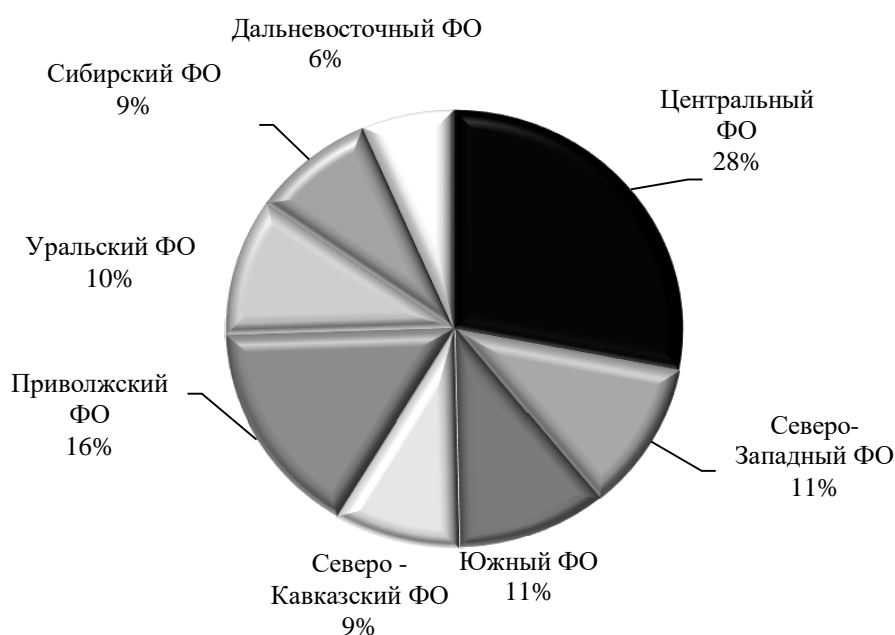
Таблица 2.1 – Динамика оборота организаций общественного питания в РФ в 2018–2022 гг. [5]

Год	Оборот общественного питания по РФ, млн. руб.	Темп роста, %
2018	1 527 747	106,5
2019	1 621 123	107,3
2020	1 700 121	104,8
2021	1 775 322	105,2
2022	1 611 211	90,1

На основании данных можно сделать вывод, что товарооборот общественного питания в Российской Федерации в целом с годами увеличивается с некоторыми колебаниями. Однако в 2022 году произошло небольшое падение оборота по сравнению с предыдущим годом. Анализ дает представление о тенденциях товарооборота общественного питания в данный период времени.

Наступивший экономический кризис оказал значительное влияние на перераспределение долей между участниками различных ценовых сегментов рынка. Так, доходы заведений общественного питания верхнего ценового сегмента за 2021г. снизились в среднем на 20–30%, в пользу низкого сегмента. Относительно устойчивым оказался средний ценовой сектор рынка общепита. Кризис, прежде всего, затронул компании премиального и привилегированного сегмента и привел к развитию недорогих заведений общественного питания. Рыночный кругооборот столичных компаний общественного питания упал на 25-30%, снизилась цена среднего человека в ресторанах, и уменьшилось количество посетителей. В сегменте фаст-фуда число посетителей не уменьшилось, тем не менее, средний чек сократился на 4% [7].

Структура рынка общественного питания по Федеральным округам представлена на рисунке 2.1





## Рисунок 2.1 – Структура рынка общественного питания по Федеральным округам

Таким образом, 2021 г. оказался одним из самых трудных для российского рынка общественного питания: понижение потребительской способности населения, вызванное уменьшением доходов, было усугублено воздействием продовольственного эмбарго и обвалом рубля [8]. Но, тем не менее, эксперты считают рынок общественного питания в РФ одним из наименее пострадавших от кризиса. Не смотря на нестабильную финансовую ситуацию в стране и уязвимость данной отрасли, ее преимуществом является относительная неразвитость в сравнении с другими европейскими государствами и США, а также географический перекос, так как большая доля рынка сконцентрирована в Москве и Санкт-Петербурге, где проживает всего лишь 12% жителей РФ [9].

Наибольшая доля рынка среди федеральных округов РФ принадлежит Центральному ФО. Его доля составляет чуть больше четверти всего оборота рынка. На втором месте находится Приволжский федеральный округ. Наименьшая доля рынка приходится на Дальневосточный федеральный округ и составляет 6% рынка общественного питания в стране. Что касается количества объектов общественного питания, ситуация в федеральных округах во многом похожа. В пределах ЦФО находится 24,6% от всех компаний рынка общепита в стране, в ПФО – 22,9% всех заведений.

Таким образом, рынок общественного питания в России пополнился большим количеством новых заведений, способных адаптироваться к сложившимся экономическим условиям. Выявлено, что российскому рынку общественного питания в условиях структурного кризиса свойственен ряд тенденций: значительными темпами развивается концепция ресторанов в больших торговых центрах, благодаря чему увеличивается как число посетителей торгового центра, так и время пребывания в нем, что ведет к росту объема продаж в среднем от 10 до 30%.

Наиболее узнаваемы и широко представлены на ресторанном рынке сети быстрого питания, что связано с индустрией развлечений и строительством торговых комплексов.

Одной из тенденций развития рынка общественного питания в Российской Федерации стало появление фуд-кортов, представляющих собой пространство, на котором находятся множество точек общественного питания, представляющих кухни различных государств мира, с организацией для всех заведений общей посадочной зоны и места проведения мероприятий, позволяющих разнообразить досуг (концерты, тематические фестивали мастер-классы и прочие).

Еще один из трендов – формат мест семейного досуга, где организовываются игровые зоны для детей и различные аттракционы. Лидирующие позиции на рынке продолжают удерживать фастфуды и стрит-фуды, при этом среди них набирает популярность объекты, ориентированные на полезные продукты в совокупности с быстрым обслуживанием.

Вопреки негативным ожиданиям, совокупный оборот общественного питания в России в 2022 году, согласно данным Росстат, вырос на 18,3% по отношению к 2021 году до уровня 2,28 трлн. рублей. В существенной степени рост был вызван инфляцией, составившей в секторе общественного питания 13%. Однако физический объем также вырос на 4,7%. При этом, существенный вклад в прирост физического объема оборота общественного питания внес последний квартал – в октябре рост составил 8,3% к октябрю 2021, в ноябре – 15,2%, а в декабре – 7,4%.

Данные цифры, на первый взгляд, выглядят излишне оптимистично, однако могут быть объяснены рядом факторов. Во-первых, следует учитывать относительно низкую стартовую базу 2021 года, в течение которого в ряде регионов все еще действовали коронавирусные ограничения (ограниченные часы работы ресторанов, вход по QR-кодам и т.п.). По итогам 2021 года физические объемы оборота общественного питания не восстановились полностью до допандемийного уровня 2019 года – окончательное

восстановление в итоге как раз и произошло в 2022.

Во-вторых, в 2022 году наблюдался бум внутреннего туризма – в отдельных регионах (г. Санкт-Петербург, Иркутская область, Карелия и т.п.) внутренний туристический поток вырос более, чем на 30% в сравнении с 2021. В этих регионах физический объем оборота общественного питания вырос существенно выше, чем в среднем по России – в Санкт-Петербурге – на 8,5%, в Карелии – на 20,6%, а в Иркутской области – на 20,8%.

Ряд источников, которые собирают данные об общепите в России альтернативными Росстату методами, зафиксировали существенное сокращение трафика в российском секторе общественного питания. Российская аналитическая компания Focus Technologies зафиксировала снижение трафика ресторанов в г. Москве на 11% в августе, на 22-29% во второй половине сентября (как следствие объявления частичной мобилизации населения) и на 4% в конце 2022-начале 2023 гг. Специалисты ВЦИОМ также зафиксировали снижение посещаемости мест общественного питания в России – согласно их данным за 11 месяцев 2022 года 22% россиян стали реже посещать рестораны и кафе.

Эти данные в целом не противоречат данным Росстата по совокупным результатам за год. Во-первых, они в существенной степени основывались на потребительской аналитике в Москве (где и Росстат не зафиксировал значимого прироста физического объема оборота общественного питания в 2022). А во-вторых, снижение трафика согласно всем источникам было компенсировано ростом среднего чека и совокупной выручки ресторанов.

В любом случае, бесспорным фактом является то, что на рынке произошли структурные изменения. Рестораны столкнулись с резким разрывом логистических и производственных цепочек и уходом с рынка зарубежных поставщиков продуктов. В этих условиях существенно выросла себестоимость и снизилась рентабельность в отрасли. Одновременно с этим снизились доходы потребителей (согласно данным Росстата реальные располагаемые доходы населения России сократились в 2022 г. на 1% в сравнении с 2021 г.) и

платежеспособный спрос со стороны россиян.

Структурные изменения на российском рынке общественного питания также привели к существенным перераспределениям в разрезе сегментов и форматов – в то время, как отдельные сегменты и форматы сильно пострадали, другие пострадали в меньшей степени, а некоторые даже выиграли. Больше всего пострадали заведения верхнеценового сегмента (со средним чеком более 2500 рублей) с существенной долей импортных продуктов. Выручка отдельных точек сократилась на 30-40%. И это при том, клиентская база таких заведений мало зависит от внешних факторов, а степень конкуренции в сегменте самая низкая.

Одна из причин снижения выручки в заведениях верхнеценового сегмента – сокращение самой клиентской базы в результате двух волн эмиграции из России. Но, насколько эта причина являлась основной, оценить трудно. Во-первых, нет точных цифр по миграционному оттоку - по разным оценкам из России за две волны эмиграции уехали 200-700 тыс. человек, но часть из них вернулись. А во-вторых, портрет посетителей заведений верхнеценового сегмента не в полной мере пересекается с портретом уехавших. Так, в первом случае, к примеру, это сравнительно высокая доля государственных служащих управленческого звена, топ-менеджеров и владельцев средних и крупных бизнесов возраста 35+ с семьями и несовершеннолетними детьми. А во втором случае – более молодые айтишники, прочие фрилансеры и сотрудники международных компаний, живущие в гражданском браке и не имеющие несовершеннолетних детей [8].

Также пострадали рестораны, которые находились в торговых центрах: из них ушли многие арендаторы, и поток посетителей резко снизился. В значительно меньшей степени пострадали заведения, расположенные в туристических локациях. А сегмент фастфуда (на который в 2021 году, согласно данным INFOLine, приходился 31% от совокупного объема рынка общественного питания в России), даже, скорее, выиграл от сложившейся ситуации – в данном сегменте в течение года наблюдался рост как трафика, так

и среднего чека.

Согласно исследовательскому проекту Tinkoff Data, реализованному на обезличенных данных 25 млн розничных клиентов «Тинькофф», по итогам июня-августа 2022 г. совокупные траты российских потребителей в заведениях фастфуда выросли на 9-16%, в то время как в заведениях кафе и ресторанов потребительские траты сократились на 15-26%. Тем не менее, несмотря на то, что на снижение трафика и выручки крупные российские операторы фастфуда не жаловались, проблема снижения операционной рентабельности не обошла и этот сегмент.

В ответ на инфляционное давление в отрасли и сокращение рентабельности (из-за ограниченной возможности переложить инфляционное бремя на потребителей с упавшими реальными доходами), рестораторы во всех рыночных сегментах предпринимали различные меры по повышению операционной эффективности. Эти меры включали пересмотр поставщиков и ингредиентов (некоторые рестораторы сделали акцент на блюда из локальных продуктов), централизацию производства по части ассортимента, упрощение рецептуры блюд, переход на электронные меню (с целью экономии бумаги и возможности частого пересмотра ассортимента и цен), переговоры с арендаторами о скидках и рассрочках, организацию совместных закупок и т.п.

Развитие рынка общественного питания в России в 2023 году будет зависеть от макроэкономических показателей: динамики реальных доходов населения и инфляции, а также от возможных эффектов СВО (новых волн мобилизации и эмиграции и т.п.) на численность клиентской базы. Конечно, в текущих реалиях прогнозировать что-либо даже в перспективе одного года крайне сложно. Однако, наиболее актуальные внешние макроэкономические прогнозы не предполагают ухудшения ситуации в 2023 г. в сравнении с 2022 г. А именно речь про снижение реального ВВП на 0,1% против снижения на 2,4% в 2022 г. при росте показателя в 2-4 кварталах, стабилизация потребительской инфляции с 11,9% в 2022 г. до 4% в 2023 г. и т.п. [9].

Конечно, в текущих условиях возможны любые негативные сценарии, но

нужно понимать, что и позитивные тоже не исключены. Например, повышение доходов бюджета РФ в результате роста цен на энергоресурсы из-за восстановления экономики в Китае после снятия ограничительных мер пандемии. Все это позволяет строить умеренно позитивные ожидания, особенно с учетом того, что отрасль в последние три года сталкивалась с беспрецедентной нестабильностью и турбулентными внешними условиями.

Рестораторы продолжают фокусироваться на повышении операционной эффективности. Например, централизовать закупки ингредиентов, внедрять инструменты для контроля эффективности расходов на маркетинг. А также оптимизировать расходы на персонал за счет внедрения заказов через мобильные приложения без участия официантов, установки киосков самообслуживания, вывода части персонала за штат компании. Тренд на операционную оптимизацию актуален с начала пандемии в 2020 году.

Часть заведений будет закрываться, оставаться на рынке будут лучшие по лояльности, сервису и качеству. Количество новых открытий, при этом превысит количество закрытий, как это было и в прошлом году. Произойдет это прежде всего за счет продолжения опережающего роста сетей фастфуда, а также из-за низкой насыщенности точками общепита в городах, где только недавно начал активно развиваться внутренний туризм.

Важным трендом на рынке общественного питания, о котором также хотелось бы упомянуть, станет трансформация бизнес-моделей в сегменте доставки еды из ресторанов. В 2020-2021 гг. рынок стремительно рос благодаря пандемии и мерам, ограничивающим работу ресторанов. Однако в 2022 г. темпы роста этого рынка существенно замедлились – как в результате снятия всех связанных с пандемией ограничений, так и ухудшения макроэкономической ситуации.

В результате операторы сервисов по доставке еды, которые в своем большинстве еще не вышли не только на самоокупаемость, но и на безубыточность, резко сменили фокус с привлечения инвестиций, масштабирования и роста капитализации на минимизации убытков. Как



ожидается, реализуемые в данном направлении меры будут включать отказ от экспансии в регионы с неочевидным потенциалом спроса и закрытие наиболее убыточных направлений (например, направление доставки готовых рационов в премиальном сегменте), фокус на бюджетном сегменте (фастфуд), отказ от экспресс-доставки, сокращение маркетинговой активности и акционных предложений, сокращение расходов на персонал и т.п. Тем не менее, сам по себе рынок доставки еды из ресторанов в России, как ожидается, продолжит рост и останется значимым драйвером развития отрасли.

## Заключение

Местом для прохождения учебной ознакомительной практики является ФГБОУ ВО «ВВГУ», ИМБЭУ, кафедра экономики и управления, г. Владивосток, объектом исследования было ООО «Фуд-плюс».

В ходе моей практики в ФГБОУ ВО «ВВГУ» я приобрела ценные навыки анализа и сбора информации, а также опыт работы с основными справочно-правовыми источниками. Я занималась изучением нормативных документов, которые регулируют деятельность организации, а также анализировала документы, содержащие отчетность организации.

По истечении срока практики, у меня сложилось общее представление об организации, и я провела анализ социально-экономического состояния ФГБОУ ВО «ВВГУ» по отрасли.

В целом, практика в ФГБОУ ВО «ВВГУ» позволила мне получить ценный опыт и понимание организации и ее деятельности. Я ознакомилась с финансовыми результатами, численностью сотрудников, учредителями и руководителями, а также с основными событиями, происходящими в организации. Я уверена, что полученные знания и навыки будут полезны в моей будущей профессиональной деятельности.

## Список используемых источников

- 1 Контрагент ООО «Фуд-Плюс» – Текст: электронный // Бухгалтерский учет. Налоги. Аудит: [сайт]. – URL: [https://www.audit-it.ru/contragent/142536002608\\_ooo-fud-plyus#finances](https://www.audit-it.ru/contragent/142536002608_ooo-fud-plyus#finances) (дата обращения 02.07.2023)
- 2 ООО «Фуд-Плюс»: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ – Текст: электронный // Бухгалтерский учет. Налоги. Аудит: [сайт]. – URL: [https://www.audit-it.ru/buh\\_otchet/2536271246\\_ooo-fud-plyus](https://www.audit-it.ru/buh_otchet/2536271246_ooo-fud-plyus) (дата обращения 03.07.2023)
- 3 ООО «Фуд-Плюс» – Текст: электронный // Всероссийская система проверки контрагентов: [сайт]. – URL: [https://zachestnyibiznes.ru/company/ul/1142536002608\\_2536271246\\_OOO-FUD-PLYuS](https://zachestnyibiznes.ru/company/ul/1142536002608_2536271246_OOO-FUD-PLYuS) (дата обращения 06.07.2023)
- 4 ООО «Фуд-Плюс» – Текст: электронный // СБИС: [сайт]. – URL: <https://sbis.ru/contragents/2536271246/253601001> (дата обращения 09.07.2023)
- 5 Фролова Т.А. Тенденции развития российского рынка общественного питания // Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы. – 2018. – С. 72–74. (дата обращения 15.07.2023)
- 6 К вопросу о приоритетах денежно-кредитной политики Банка России и их влиянии на развитие экономики / Соловьева Т.Н., Пожидаева Н.А., Зюкин Д.А., Жилин В.В. // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 12–1. – С. 149–152. (дата обращения 15.07.2023)
- 7 Литовская Ю.В., Агеева И.А. Функционирование рынка общественного питания в России в период кризиса: особенности и тенденции развития // Современный менеджмент: теория и практика. – 2016. – С. 32–38. (дата обращения 15.07.2023)
- 8 Баранова И.В. Влияние финансового кризиса на рынок общественного питания // Сибирская финансовая школа. – 2016. – № 6. – С. 21-24. (дата обращения 15.07.2023)
- 9 Розничная торговля, услуги населению, туризм // Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. – URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/) (дата обращения 15.07.2023)

Приложение А  
Бухгалтерский баланс за 2021 год

**ООО "ФУД-ПЛЮС"**

16.07.2023

**Форма №1. Бухгалтерский баланс**

*Суммы указаны в тысячах рублей*

	Код	Начало 2021	Конец 2021
<b>Баланс</b>	<b>1600</b>	<b>33 675</b>	<b>71 641</b>
<b>Внеоборотные активы</b>			
Нематериальные активы	1110	—	—
Результаты исследований и разработок	1120	—	—
Нематериальные поисковые активы	1130	—	—
Материальные поисковые активы	1140	—	—
Основные средства	1150	11 172	18 981
Финансовые вложения	1170	—	36
Отложенные налоговые активы	1180	—	—
Прочие внеоборотные активы	1190	—	—
<b>Итого</b>	<b>1100</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
<b>Оборотные активы</b>			
Запасы	1210	1 839	—
НДС по приобретенным ценностям	1220	—	—
Дебиторская задолженность	1230	19 216	48 785
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	—	—
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1 447	3 839
Прочие оборотные активы	1260	—	—
<b>Итого</b>	<b>1200</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
<b>Капитал и резервы</b>			
Уставный капитал	1310	—	—
Переоценка внеоборотных активов	1340	—	—

Добавочный капитал (без переоценки)	1350	—	—
Резервный капитал	1360	—	—
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	—	—
<b>Итого</b>	<b>1300</b>	<b>5 321</b>	<b>15 872</b>

#### Долгосрочные обязательства

Заемные средства	1410	7 900	22 460
Отложенные налоговые обязательства	1420	—	—
Прочие обязательства	1450	—	—
<b>Итого</b>	<b>1400</b>	<b>—</b>	<b>—</b>

#### Краткосрочные обязательства

Заемные средства	1510	—	—
Кредиторская задолженность	1520	20 453	33 309
Доходы будущих периодов	1530	—	—
Оценочные обязательства	1540	—	—
<b>Итого</b>	<b>1500</b>	<b>—</b>	<b>—</b>

Приложение Б  
Бухгалтерский баланс за 2022 год

**ООО "ФУД-ПЛЮС"**

16.07.2023

**Форма №1. Бухгалтерский баланс**

*Суммы указаны в тысячах рублей*

	Код	Начало 2022	Конец 2022
<b>Баланс</b>	<b>1600</b>	<b>71 641</b>	<b>79 394</b>
<b>Внеоборотные активы</b>			
Нематериальные активы	1110	—	—
Результаты исследований и разработок	1120	—	—
Нематериальные поисковые активы	1130	—	—
Материальные поисковые активы	1140	—	—
Основные средства	1150	18 981	18 831
Финансовые вложения	1170	36	—
Отложенные налоговые активы	1180	—	—
Прочие внеоборотные активы	1190	—	—
<b>Итого</b>	<b>1100</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
<b>Оборотные активы</b>			
Запасы	1210	—	7
НДС по приобретенным ценностям	1220	—	—
Дебиторская задолженность	1230	48 785	58 922
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	—	—
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	3 839	1 634
Прочие оборотные активы	1260	—	—
<b>Итого</b>	<b>1200</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
<b>Капитал и резервы</b>			
Уставный капитал	1310	—	—
Переоценка внеоборотных активов	1340	—	—



Добавочный капитал (без переоценки)	1350	—	—
Резервный капитал	1360	—	—
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	—	—
<b>Итого</b>	<b>1300</b>	<b>15 872</b>	<b>8 704</b>

#### Долгосрочные обязательства

Заемные средства	1410	22 460	31 342
Отложенные налоговые обязательства	1420	—	—
Прочие обязательства	1450	—	—
<b>Итого</b>	<b>1400</b>	<b>—</b>	<b>—</b>

#### Краткосрочные обязательства

Заемные средства	1510	—	—
Кредиторская задолженность	1520	33 309	39 348
Доходы будущих периодов	1530	—	—
Оценочные обязательства	1540	—	—
<b>Итого</b>	<b>1500</b>	<b>—</b>	<b>—</b>