

РИСКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Тарасова С.В.

**Научный руководитель – Лабкова О.П., ст. преподаватель
Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь**

Осуществляя предпринимательскую деятельность, мы имеем дело с неопределенностью и повышенным риском. Риск – это некое событие или условие, которые могут привести как к потере репутации предприятия, так и к потерям в денежном выражении, причем потеря репутации может являться и предпосылкой к финансовым потерям. Согласно оценке отечественных специалистов, стартовый срок не выдерживают 15–20% предприятий общественного питания. По какой причине это происходит?

1. В первую очередь, из-за отсутствия «финансовой подушки». В реальной жизни расходы всегда будут больше, чем указанные в бизнес-плане. Именно в дни расчетов предприниматель и должен доставать деньги из «финансовой подушки», то есть брать из заранее отложенных финансовых средств. Чтобы снизить данный риск, следует еще при расчете бюджета на открытие кафе отложить сумму денег, которой должно хватить на погашение аренды, заработной платы, коммунальных платежей и, в случае кредита, на погашение ежемесячных платежей – хотя бы на 3-4 месяца, в лучшем случае, на полгода.

2. Неправильно выбранная концепция заведения может тоже нанести серьезный урон начинающему предпринимателю. Следует заранее продумать, к какой категории ценового диапазона будет принадлежать заведение и какого направления будет кухня. Существует огромное количество различных форматов заведений общественного питания, и на каждый из них есть «свой клиент». Основная задача – сделать все возможное, чтобы найти наиболее оптимальную концепцию точки общепита. Хорошо, если у вас есть несколько возможных концепций, которые вам хотелось бы реализовать. Тогда снижается риск выбора помещений в различных районах города.

3. Плохой сервис и качество еды. Этот риск может вызвать не только потерю репутации, но и финансовые убытки, которые возникнут после того, как клиенты постепенно перестанут посещать кафе с плохим обслуживанием. Лишь постоянный контроль (даже над самыми опытными и профессиональными сотрудниками) может обеспечить достойный уровень сервиса и высокое качество подаваемых блюд.

4. Ассортимент. Увеличение ассортимента и высокое качество продукции, в конечном счете, поможет привлечь клиента, а как следствие, увеличит товарооборот и снизит финансовые риски.

Бизнес в области общественного питания всегда был и будет популярным и выгодным. Рентабельность заведения не зависит от его классности, будь то элитный ресторан, middle-class или распространенный фаст-фуд. Как показывает практика, минимальная рентабельность заведения составляет 20%, средняя – около 25%, а в случае успеха она может достигать и 50%, в зависимости от приложенных усилий.

Задача предпринимателя состоит не в том, чтобы искать дело с заведомо предвидимым результатом, дело без риска. Нужно не избегать риска, а предвидеть его, стремясь снизить до возможного более низкого уровня.