

Бокая Юлия Олеговна,
студентка V курса филиала ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» в г. Находка
yulechka92.2010@mail.ru



Расширение перечня услуг общественного питания как фактор конкурентоспособности

Аннотация. В статье проведено исследование необходимости расширения перечня услуг общественного питания как фактора конкурентоспособности на примере ресторана «Докер паб», г. Находка. В ходе исследования были рассмотрены способ расширения услуг и его влияние как фактора конкурентоспособности на дальнейшую деятельность предприятия. Способом расширения было выбрано создание нового ночного клуба на втором этаже ресторана. Для этого автор рассмотрел предприятие, на котором планируется размещение ночного клуба, проанализировал условия для создания нового заведения, провел сравнительный анализ главного конкурента «Техас-салоон» по основным критериям и составил бизнес-план нового ночного клуба. Также были рассмотрены необходимые средства для осуществления проекта, на основе которых проведены расчеты затрат, выделен сегмент потенциальных потребителей и рассчитаны эффективность и риски для нового заведения.

Ключевые слова: услуги, предприятие общественного питания, ночной клуб, бизнес-план, расчеты, анализ.

Раздел: (04) экономика.

В настоящее время туризм и индустрия гостеприимства развиваются очень быстрыми темпами, благодаря чему создаются новые рабочие места, развиваются транспорт и связь, улучшается экономика страны. Индустрия туризма представлена многочисленными предприятиями разного профиля: предприятиями размещения, общественного питания, туризма (туроператорская и турагентская деятельность), предприятиями по перевозке и предприятиями проведения досуга. Эти профили также имеют различные виды и подвиды.

Находкинский городской округ является одним из рекреационных центров Приморского края и обладает огромным потенциалом для развития аттрактивности своей территории. На данный момент администрация округа проводит политику по развитию туризма – уже несколько лет подряд Находкинский городской округ признан лучшим по развитию туризма среди муниципальных образований края. Высокая оценка характеризует правильность выбранной на муниципальном уровне политики по повышению инвестиционной привлекательности и созданию благоприятных условий для развития туристской деятельности [1].

Наряду с успехами есть и проблемы. Так, в Находке индустрия туризма представлена многочисленными предприятиями питания, туризма и очень ограниченно – предприятиями развлечения – в городе существует только один ночной клуб. Это негативно сказывается на имидже и экономике города.

Актуальность исследования заключается в необходимости расширения услуг общественного питания.

Объектом исследования выступил ресторан «Докер Паб», г. Находка. Предмет исследования – необходимость расширения перечня услуг общественного питания как фактор конкурентоспособности.

По определению ГОСТ 31985-2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения», предприятие общественного питания (предприятие питания) – это объект хозяйственной деятельности, предназначенный для изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и покупных товаров (в том числе пищевых продуктов промышленного изготовления) как на месте изготовления, так и вне его по заказам, а также для оказания разнообразных дополнительных услуг, в том числе по организации досуга потребителей [2].

Тип предприятия общественного питания – вид предприятия с характерными особенностями кулинарной продукции и номенклатуры предоставляемых услуг потребителям. Согласно ГОСТ Р 50762-2007 «Общественное питание. Классификация предприятий», основные типы предприятий общественного питания – это рестораны, бары, столовые, кафе, закусочные [3].

Как и предприятия общественного питания, ночные клубы также имеют огромное влияние на индустрию гостеприимства. Иногда уровень организации развлекательной программы создает имидж города или определенного предприятия. Ночной клуб (англ. night club) – общественное заведение, работающее обычно после 21 часа, которое предназначено для свободного времяпрепровождения (как правило, для молодежи) [4].

Ночные клубы вышли на такой уровень развития, когда ночная клубная жизнь становится областью развлечений в чистом виде [5].

Ночные клубы в индустрии гостеприимства Приморского края появились сравнительно недавно, около десяти лет назад. Ночные клубы являются делом, приносящим хороший постоянный доход и при этом ничем не отличающимся от ресторанов, хотя разница между ними колоссальная. Ресторан, благодаря месторасположению и удобному подъезду, сможет эффективно существовать, а ночному клубу помимо всего представленного необходима интересная концепция, как для гостей, так и для инвесторов. Главное различие между этими понятиями в том, что главная и основная услуга ресторана – это оказание услуг по общественному питанию, где развлекательная программа является дополнением, в то время как в ночном клубе, наоборот, развлечение выступает основной услугой, а услуги общественного питания – дополнением.

Ресторан «Докер Паб» в г. Находке является современным предприятием общественного питания с уникальной специализацией – ирландский паб. На это указывают особенности интерьера, обслуживания, специфика кухни и собственная пивоварня. Предприятие существует 2 года, при этом хорошо себя зарекомендовало перед жителями и гостями города, что способствует эффективной работе организации и конкурентоспособности заведения. У предприятия имеется главный конкурент – ресторан «Кот и Клевер», конкурентный анализ которого представлен в табл. 1.

Исследовав преимущества и недостатки предприятия «Докер Паб» с помощью анкетирования гостей (анкетирование проходило в период с 1 декабря 2014 г. по 1 января 2015 г.), сравнительного анализа с главным конкурентом «Кот и Клевер», мы выявили, что развивающееся предприятие «Докер Паб» имеет огромные перспективы для дальнейшего развития и повышения конкурентоспособности на рынке услуг на основе уже имеющихся преимуществ. Также нельзя не отметить, что данное заведение располагает благоприятными условиями для создания нового ночного клуба. На предприятии существует второй этаж общей площадью 200 квадратных метров и высотой 8 метров, что эквивалентно двухэтажному жилому зданию. Это поспособствует комфортному и просторному расположению ночного клуба на двух уровнях второго этажа паба, что не только привлечет новых клиентов в клуб, но и будет способствовать привлечению потребителей в ресторан.

Таблица 1

Конкурентный анализ главного конкурента – ресторана «Кот и Клевер»

Характеристика	«Докер Паб»	«Кот и Клевер»
Существование на рынке	2 года	5 лет
Кухня	Европейская	Европейская кухня с элементами азиатской
Расположение	В центре города, удобное расположение – рядом остановка, высокий поток посетителей	В центре города, но неудобное расположение – находится между домами
Цены	Средние	Чуть выше средних
Развлекательная программа и ее соответствие стилю заведения	Выступления местных исполнителей и музыкантов из ближайших городов	Выступление международных звезд и местных исполнителей
Face-control	Ограничение – от 21 года	Ограничение – от 25 лет
Вместительность	200–210 мест	170 мест
Наличие танцпола	Есть	Нет
Реклама в последнее время	Часто рекламируют на радио, в Интернете в социальных сетях, а также много наружной рекламы	Давно не слышно на радио, по телевидению, в Интернете. Из наружной рекламы – небольшой баннер рядом с остановкой городских автобусов
Степень «раскрутки бренда»	Предприятие находится в стадии развития, в связи с чем немногие знают о его существовании	Так как предприятие давно находится на рынке услуг, имеет уже свой раскрученный бренд

Чтобы анализировать условия для создания нового ночного клуба в городе Находке, автором был проведен сравнительный анализ главного конкурента среди ночных клубов – «Техас saloon», основными критериями для сравнения выступили пункты смешанной концепции для создания ночного клуба. На основе полученных данных сделан вывод, что главный конкурент предлагаемого проекта «Техас saloon» – предприятие общественного питания, оформленное в соответствии со стилистикой «дикого Запада», существующее на местном рынке индустрии гостеприимства достаточно давно и зарекомендовавшее себя как предприятие класса «люкс». На данный момент предприятие не проводит никакой стимулирующей политики для привлечения клиентов благодаря имеющейся репутации. Предприятие представляет конкуренцию для создания нового ночного клуба, при этом имеет недостатки, которые создают преимущества перед ним, а именно: неудобное расположение заведения; неудобные пути подъезда и выезда; маленький танцпол, не рассчитанный на количество посадочных мест; нет никакого внешнего оформления заведения; униформа не выдержана в едином стиле с заведением; не проводится никакой маркетинговой политики для развития заведения. Проведя анализ по основным критериям, можно сделать вывод, что данное заведение отвечает представленным параметрам, но по некоторым пунктам не совсем соответствует потребностям рынка.

Создание нового ночного клуба, по мнению автора, поспособствует благоприятному влиянию на имидж не только заведения, но и города, что может повысить конкурентоспособность предприятия.

Проведенное автором анкетирование гостей ресторана «Докер Паб» выявило, что потенциальные клиенты нового заведения – жители и гости города в возрасте от 18 до 35 лет со средним уровнем дохода, преимущественно незамужние или неженатые. При выборе клуба люди обращают внимание на шоу-программу и музыку, а также цены, респектабельность заведения и уровень обслуживания. Из недостатков

большая часть респондентов выделила неинтересную программу и высокие цены главного конкурента. Посещают клуб респонденты не более 2 раз в месяц в компании друзей. Информацию люди получают из Интернета и наружной рекламы, что позволило составить портрет потенциального потребителя услуг.

На основе проведенных исследований и представленных данных автором был составлен бизнес-план нового ночного клуба на втором этаже предприятия общественного питания ООО «ОРИОН ДВ» «Докер Паб».

Автор предлагает открыть новый ночной клуб в современном индивидуальном стиле без какой-либо определенной стилистики с интересной и неповторимой развлекательной программой для гостей, а также эксклюзивной клубной музыкой и выступлением танцевальной группы. Для развлекательной программы автор предлагает привлечь музыкантов различного масштаба, что поспособствует привлечению потенциальных клиентов, увеличению прибыли и созданию положительного имиджа как предприятия, так и города, увеличит конкурентоспособность предприятия.

Потребителями услуг нового ночного клуба выступают физические лица – жители и гости города в возрасте от 18 лет и с доходом выше среднего. Так как планируется открытие заведения для людей с доходом выше среднего, предлагается установить face-control. Это поможет выявить людей, которые не желают активно тратить деньги в данном заведении, ведь большая часть доходов приходится на услуги питания и бар.

В качестве персонала данного заведения автор предлагает привлечь специалистов данной отрасли. В городе существует несколько учебных заведений, специализирующихся на подготовке квалифицированного персонала для индустрии гостеприимства, привлечение которого поспособствует высокому уровню обслуживания на предприятии, получению опыта для будущих работников и развитию предприятия в целом.

Освоение производства рассчитано на пять месяцев и предполагает следующие стадии: регистрация, получение кредита, выполнение ремонтных работ, закупка оборудования, установка оборудования, найм сотрудников, реклама, эксплуатация оборудования, начало функционирования бизнеса.

Отделка и ремонт помещения ночного клуба потребует 303 320 рублей. Затраты на мебель составят 5395 000 рублей, а на звуковое и световое оборудование – 906 520 рублей. Предлагаемый автором интерьер нового ночного клуба представлен на рис. 1, 2 и 3.

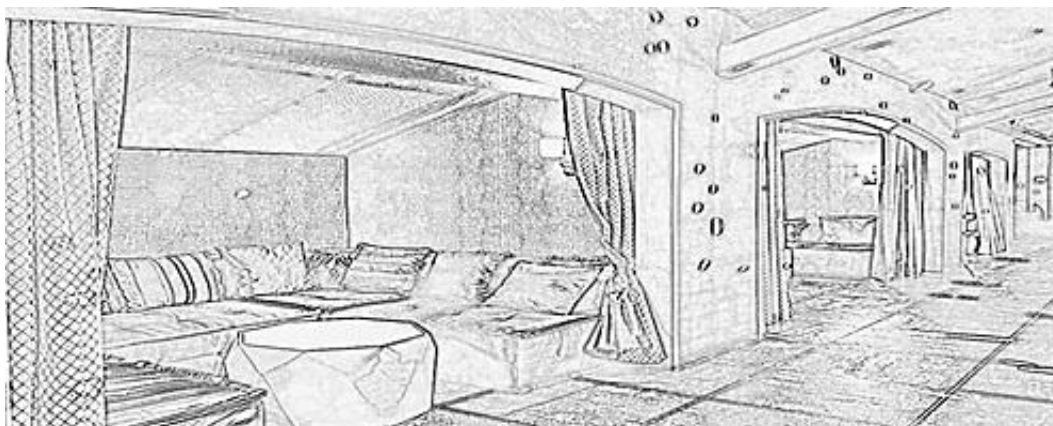


Рис. 1. Вид на индивидуальные кабинки в ночном клубе



Рис. 2. Вид на ночной клуб с нижнего уровня клуба

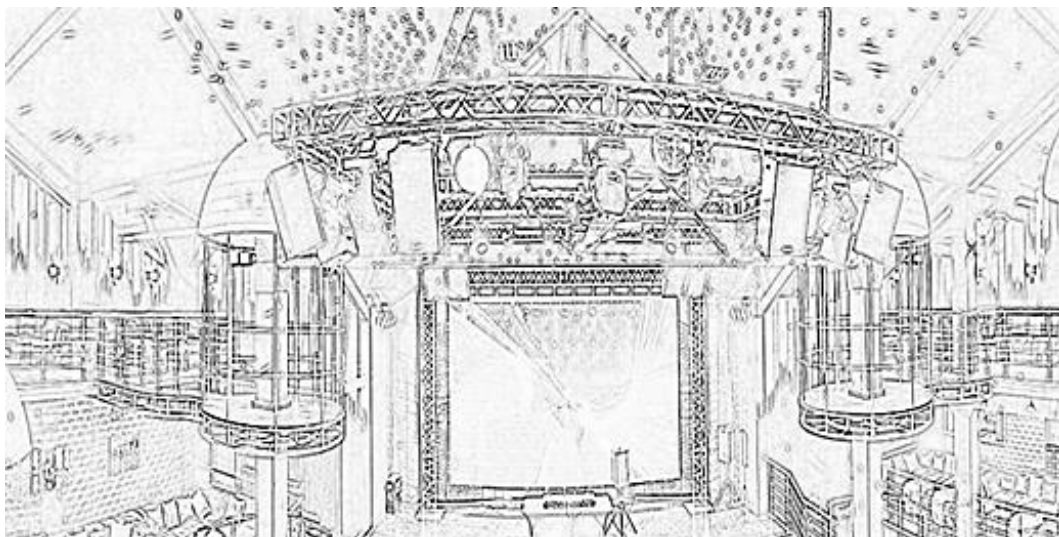


Рис. 3. Вид на ночной клуб с верхнего уровня клуба

На основе сравнительного анализа главного конкурента было выявлено, что на местном рынке сбыта нет жесткой конкуренции, соответственно, создание нового ночного клуба не будет требовать огромных вложений для дальнейшего развития и поддержания интереса посредством PR-кампании. Основными средствами рекламирования выступают наружная реклама, Интернет, радио- и телереклама. Необходимые затраты составят 535 000 рублей.

На период освоения производства до открытия заведения для гостей общий баланс предприятия составил 8497 205 рублей. Планируется, что вклад всех учредителей составит 5000 000 рублей, то есть каждый учредитель внесет по 500 000 рублей, каждый учредитель имеет право на 10 процентов от общей выручки заведения. В планируемый период прогнозируется потребность в привлечении кредитов, поэтому автор предлагает взять кредит на такие цели, как приобретение основного оборудования, необходимой мебели и прочие расходы, в сумме 3500 000 рублей сроком на 24 месяца.

Благодаря проведенным расчетам прибыль с входных билетов за месяц составит 357 000 рублей, прибыль с бара за месяц – 840 000 рублей, прибыль ночного клуба за

месяц – 1197 000 рублей, а средняя прибыль за смену составит 149 625 рублей. При расчете средней прибыли не учитывался фактор прибыли с продаваемых блюд кухни, так как данные расчеты необходимо проводить при расчете сырья.

На основе всех проведенных расчетов затрат выявлено, что в месяц для функционирования потребуется 1211 293 рубля без учета сырья для приготовления блюд кухни. Чтобы проследить динамику работы предприятия, а также распланировать, когда предприятие сможет окупить все затраты, автор разработал общую таблицу предполагаемой прибыли и убытков для нового предприятия (табл. 2).

Таблица 2

Предполагаемые прибыли и убытки для нового предприятия

Показатели		2015 год		2016 год		2017 год		
Доходы	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август
	648993,12	648993,12	648993,12	713993,12	843993,12	973993,12	1168993,12	1363993,12
Расходы	50000000	—	—	—	—	—	—	—
Итого по строке	— 49351007	648993,12	648993,12	713993,12	843993,12	973993,12	1168993,12	1363993,12
Итого с нарастающим итогом	— 49351007	— 4286107	—3637114	—2923121	—2079128	—1105135	63858	1300135

Анализируя данную таблицу, можно сделать вывод о том, что проект окупится за 3 года, а в последующие годы будет приносить достаточно большую прибыль, что говорит о выгоде данного проекта.

Чтобы подтвердить выгоду нового проекта, а также эффективность разработанного бизнес-плана, автор рассчитал и проанализировал критериальные показатели оценки эффективности проекта при цене авансированного капитала 10 процентов. Текущая стоимость всех доходов за весь период проекта составила 9982 793,84 рублей, чистый доход – 4882 793 рубля, индекс доходности равен 2, среднегодовой доход с учетом инфляции 1247 849,23 рублей, срок окупаемости проекта 4 года, рентабельность инвестиций равна 1.

Расчет показателей эффективности проекта показал, что предложенный автором бизнес-план достаточно эффективен.

Данное исследование показало, что разработанный автором бизнес-план нового ночного клуба выступает как необходимость расширения перечня услуг предприятия, на котором планируется расположить новое заведение, а также средство удовлетворения потребностей жителей и гостей города. Описанный бизнес-проект подтвердил необходимость расширения перечня услуг общественного питания для данного предприятия, привлекательность для инвестирования, а также показал, что будущее предприятие будет конкурентоспособно на местном и, возможно, на региональном рынке сбыта услуг индустрии гостеприимства.

Ссылки на источники

1. Находка снова лучшая в развитии туризма. – URL: <http://www.travelforlife.ru/p16/11239/index.html>.
2. ГОСТ Р 31985-2013. Услуги общественного питания. Термины и определения. – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_165477.
3. ГОСТ Р 50762-2007. Общественное питание. Классификация предприятий: Ohranatruda.ru: библиотека ГОСТов и нормативов. – URL: http://ohranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/53/53394/index.php.
4. Ночной клуб. – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/418429/%D0%9D%D0%BE%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B9>.
5. Ночной клуб 61. – URL: <https://rulove.ru/place?id=218>.

Yuliya Bokaya,

Student of the 5th course Branch "Vladivostok State University of Economy and Service", Nakhodka
yulechka92.2010@mail.ru

Need of extension of the list of services of public catering as competitiveness factor on the example of Docker pub restaurant, Nakhodka city

Abstract. In this article research of need of extension of the list of services of public catering, as competitiveness factor on the example of Docker Pub restaurant Nakhodka is conducted. During research the way of expansion of services and its influence as competitiveness factor on further activity of the enterprise was considered. As way of expansion creation of new night club on the second floor of Docker Pab restaurant Nakhodka was chosen as me. For this purpose I considered the enterprise at which placement of night club is planned, analysed conditions for creation of a new institution, carried out the comparative analysis of the main competitor "Texas-saloon" by the main criteria and made the business plan of new night club. In its sections I considered necessary means for implementation of the project on the basis of which calculations of expenses are carried out, the segment of potential consumers is allocated and efficiency and risks for a new institution is calculated.

Key words: services, catering establishment, night club, business plan, computation, analysis.

References

1. *Nahodka snova luchshaja v razvitii turizma*. Available at: <http://www.travelforlife.ru/p16/l1239/index.html> (in Russian).
2. *GOST R 31985-2013. Uslugi obshhestvennogo pitaniya. Terminy i opredeleniya*. Dostup iz sprav.-pravovoj sistemy "Konsul'tantPljus". Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_165477 (in Russian).
3. *GOST R 50762-2007. Obshhestvennoe pitanie. Klassifikacija predpriyatij: Ohranatruda.ru: biblioteka GOSTov i normativov*. Available at: http://ohranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/53/53394/index.php (in Russian).
4. *Nochnoj klub*. Available at: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/418429/%D0%9D%D0%BE-%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B9> (in Russian).
5. *Nochnoj klub 61*. Available at: <https://rulove.ru/place?id=218> (in Russian).

Рекомендовано к публикации:

Утёмовым В. В., кандидатом педагогических наук;
 Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,
 главным редактором журнала «Концепт»



www.e-koncept.ru

Поступила в редакцию <i>Received</i>	29.06.15	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	01.07.15
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	01.07.15	Опубликована <i>Published</i>	02.07.15

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2015

© Бокая Ю. О., 2015