

4. Исаев А.А. Психопрограммистика. – Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 62 с.
5. Бачерикова М. Л. Маркетинговые технологии формирования благоприятного имиджа территории: автореф. дис.... канд. экон. наук: 08.00.05. – Владивосток, 2018. – 328 с.

Рубрика: Экономика, народное хозяйство и экономические науки

УДК 338

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

А.М. Приезжева, Д.В. Стратова

бакалавры

Л.В. Салова

научный руководитель

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Поддержание конкурентоспособности предприятия общественного питания – является актуальным вопросом для руководителей организации. Данная работа содержит основные теоретические положения раскрывающие сущность понятия конкурентоспособности, ее преимущества и недостатки. Теоретические аспекты применения конкурентоспособности как способы исследования рынка общественного питания и перспективы его развития раскрывается на примере сети ресторанов «Фабрика» и сети ресторанов быстрого питания «8 минут».

Ключевые слова и словосочетания: конкурентоспособность, исследование рынка, общественное питание, группа компаний, перспективы развития, национальная кухня, гастрономический туризм, социальное питание.

RESEARCH OF THE FOOD AND FOOD MARKET OF THE CITY OF VLADIVOSTOK AND THE PROSPECTS OF ITS DEVELOPMENT

Maintaining the competitiveness of public catering enterprises is an urgent issue for the leaders of the organization. This work contains basic theoretical principles that reveal the essence of the concept of competitiveness, its advantages and disadvantages. The theoretical aspects of the application of competitiveness as a means of researching the catering market and the prospects for its development are disclosed by the example of the Fabrika restaurant chain and the 8-minute fast-food restaurant chain.

Keywords: competitiveness, market research, public catering, group of companies, development prospects, national cuisine, gastronomic tourism, social nutrition.

Исследование рынка общественного питания является актуальной темой для собственников ресторанного бизнеса, а также для предприятий только начинающих свой путь. Руководителям организаций необходимо уделять особо важное внимание новообразовавшимся предприятиям, для повышения своей конкурентоспособности и увеличения перспектив развития.

Целью данного исследования является определение особенностей и перспектив развития системы общественного питания Приморского края. Основными задачами исследования в рамках поставленной цели являются следующие:

- анализ оборота предприятий в сфере общественного питания Приморского края;
- анализ предпочтений потребителей предприятий общественного питания города Владивостока;
- выявление предпосылок формирования уникального гастрономического бренда Приморского края;
- анализ процесса формирования уникального гастрономического бренда Приморского края;
- оценка значимости предприятий общественного питания города Владивостока.

Сфера общественного питания играет важную роль в жизни каждого человека. Отрасль общественного питания занимает особое место в сфере услуг и набирает масштабные обороты. Если расшифровать термин «общественное питание», то это будет выглядеть так: методы приготовления большого количества пищи, выполненные без предварительной договоренности с потребителем, выполненные вне дома. Общественное питание в России до конца восьмидесятых в большинстве имело социальную нагрузку: столовые предприятий, школ, лечебных, санитарно-курортных и детских учреждений. Некоторые, единичные точки общепита рассматривались, как предприятия «высокой кухни» – рестораны. Сейчас это развитая успешная отрасль. С каждым днем открывается все больше сетей общественного питания, кафе, ресторанов. Уже в 2015 году в городе Москве насчитывалось 11087 предприятий.

Почти во всех крупных городах работают международные сети общественного питания. Например, первый МакДональдс открылся в России 31 января 1990 года в Москве на Пушкинской площади. На сегодняшний день можно выделить такие популярные сети зарубежного общепита, как «Стардог!s» – компания по продаже хот-догов и сэндвичей; McDonald's – под всемирно известным американским брендом в России работает 659 точек. KFC, PizzaHut – владельцем бренда на территории России является ООО «Ям Ресторантс Раша». SUBWAY – американская сеть ресторанов быстрого питания в России насчитывает 576 точек. Компания основана в 1965 году и сегодня работает более чем в 110 странах. Burger King – в России сеть насчитывает 530 заведений. В июне 2012 года инвестбанк «ВТБ Капитал» стал одним из основных акционеров «Бургер Кинг Россия» [1].

Российские сети также выходят на зарубежные рынки и открывают свои точки в других странах (например, «Теремок» в Нью-Йорке, «Burger & Lobster» в Лондоне)

Предприятия общественного питания прямо зависят от платежеспособности населения. Несмотря на то, что по статистике доход населения падает уже шестой год подряд, «питание вне дома» на 2019 год выросло на 5 процентов. В связи с напряженным и динамичным графиком работы среднестатистического человека, он все чаще прибегает к использованию услуг общественного питания, для разграничения своего свободного времени. Некоторые предпочитают обедать или ужинать вне дома, потому что можно отведать блюда, которые дома приготовить нет возможности. Еще как вариант, отметить какую-нибудь значимую дату, мероприятие, праздник также в большей степени предпочитают в уютном кафе или ресторане. Конечно же, современный список заведений общественного питания для всех подобных случаев широк. Советские пирожковые перевоплотились в пиццерии,пельменные, бургерные, пит-стопы и так далее.

Развитие сектора общественного питания в столице Приморского края города Владивосток имеет свои особенности. Последние годы отрасль претерпела кардинальные перемены. Главной причиной этих перемен является бурное развитие туризма. В 2018 году Приморский край посетили более 4 миллионов человек, из них 780 тысяч зарубежных гостей. С изменением отрасли меняется и поведение потребителей услуг системы общественного питания. Предприятия общественного питания все в большей степени берут на себя функции организации досуга и культурного отдыха.

Приморский край отличает высокая толерантность к национальным культурам, зародившаяся во времена Советского Союза. Сегодня в городе работают рестораны и кафе, в которых представлены национальные кухни почти всех республик бывшего Советского Союза. Оказалось, что туристы из Китая или Кореи в путешествии предпочитают пробовать национальную кухню страны, в которую прибыли. Рестораторам края пришлось приспособливаться к спросу гостей. Для этого в крае было открыто множество заведений, специализирующихся на русские и европейские кухни. Уникальная природа дальневосточной тайги (флора и фауна) служит важным поставщиком ингредиентов многих блюд, предлагаемых в ресторанах края.

На рынке общественного питания города Владивостока в той или иной степени проявляются общие тенденции развития рынка страны. На рисунке 1 официальные статистические данные свидетельствуют о том, что оборот предприятий сферы общественного питания Приморского края показывает неуклонный рост уже почти 20 лет [2].

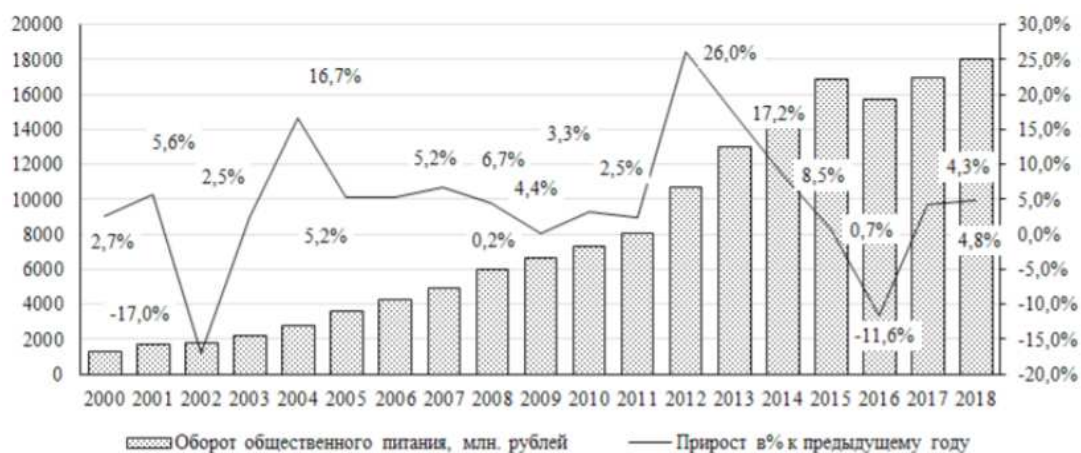


Рис. 1. Оборот предприятий сферы общественного питания Приморского края, млн. рублей [2]

Следовательно, отрасль находится в стадии роста. Общественное питание является зоной малого предпринимательства. На территории края действует более 1,5 тысяч предприятий общественного питания. В отрасли занято более 10 тысяч человек, из них в крае зарегистрировано 1,8 тысяч индивидуальных предпринимателей.

Большинство потребителей города предпочитают посещать заведения, которые специализируются на национальных кухнях мира. Во Владивостоке представлены национальные кухни практически всех регионов мира. Здесь можно встретить и заведения мексиканской кухни, и даже индийской. И все-таки лидируют заведения с традиционной русской кухней и всемирно популярной европейской кухней.

Основную долю любителей русской кухни составляют туристы из Восточной Азии и Южной Кореи.

Приморская кухня стала гастрономическим котлом различных кулинарных направлений. Важным преимуществом бренда является качество и особенная свежесть продуктов. Можно утверждать, что в настоящее время в крае сформировалась узнаваемая концепция гастрономического бренда.

В городе Владивостоке присутствует несколько сетей популярных ресторанов. Посетители, руководствуются решением посетить тот или иной ресторан, основываясь на отзывах других людей, посетивших заведения ранее. Среди них можно выделить сеть ресторанов «Фабрика» и сеть ресторанов быстрого питания «8 минут» [3].

Данные заведения были выделены среди своих конкурентов потребителями благодаря тому, что сеть ресторанов «Фабрика» имеет большое количество ресторанов и пабов по всему городу, которые специализируются на разных кухнях мира, данные представлены в таблице 1 «составлено авторами».

Таблица 1

Общая информация о заведениях сети ресторанов «Фабрика»

Наименование	Адрес	Тип кухни	Средний чек
Gastroli Grill	Проспект 100-летия Владивостоку, 54а	Американская, европейская, итальянская	1500 рублей
PastaMore	Светланская, 44	Итальянская	1300 рублей
Brugge Pub	Светланская, 44	Авторская	1500 рублей
Billy's Pub	Острякова, 49	Английская	1400 рублей
Пхали-хинкали	Светланская 44	Грузинская	800 рублей
Пхали-хинкали	Проспект 100-летия Владивостоку, 124а	Грузинская	800 рублей
Шибер бар	Павленко, 6	Европейская	1200 рублей

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что сеть ресторанов «Фабрика» динамично развивается и с каждым годом открывает все больше новых филиалов. Среди жителей и гостей города особой популярностью пользуются ресторан итальянской кухни PastaMore и ресторан грузинской кухни Пхали-хинкали имеющий два филиала в городе, что свидетельствует о популярности данной кухни на территории города Владивосток.

Сеть ресторанов быстрого питания «8 минут» пользуется популярностью среди жителей, а также гостей города благодаря своей демократичной ценовой политике и наличию готовых блюд, данные представлены в табл. 2, «составлена авторами».

Таблица 2

Общая информация о сети ресторанов быстрого питания «8 минут»

Адрес филиала	Тип кухни	Средний чек
Улица Светланская, 56	Русская	200 рублей
Улица Русская, 40В	Русская	150 рублей
Улица Алеутская, 11	Русская	200 рублей
Улица Светланская, 1	Русская	180 рублей
Новосибирск, улица Карла Маркса площадь, 3 — 2 этаж	Русская	145 рублей
Батарейная, 6А	Европейская	250 рублей

Изучив основной сегмент сети ресторанов быстрого питания «8 минут», стоит отметить, что в отличии от сети ресторанов «Фабрика», данное заведение клиенториентированно на людей со средним уровнем дохода, так как выстроив данную ценовую политику они привлекают людей, работающих в офисе, на посещение заведения в обеденное время, а также школьников и студентов.

Несмотря на разный уровень данных заведений общественного питания, стоит отметить, что оба выполняют одну и ту же функцию.

Но из-за непопулярности данного заведения среди студентов и подростков, они все чаще прибегают к потреблению еды приготовленных в ресторанах быстрого питания, а именно fast-food, что негативно влияет на рынок общественного питания. В связи с динамично растущей сетью ресторанов быстрого питания (fast-food), заведения более высокого уровня, такие как сеть «Фабрика» и сеть «8 минут», теряют своих клиентов, следовательно, теряют долю выручки. Данным заведениям следует обратить внимания и пересмотреть политику ценообразования и в перспективе расширить ассортимент, а также дополнить маркетинговую стратегию, которая будет отвечать всем требованиям. Из-за пагубного влияния жирной пищи ухудшается здоровье. Самое печальное, что последствия могут проявиться не сразу, а спустя некоторое время. Поэтому необходимы определенные меры по снижению распространения этого вида деятельности. Прежде всего – это несбалансированное питание, увлечение которым неизбежно приводит к нарушению работы желудочно-кишечного тракта и быстрому ожирению. Технологии приготовления fast-food часто содержат канцерогенные вещества, что также наносит вред организму. Кроме всего прочего, ингредиенты, используемые для приготовления fast-food, содержат пищевые добавки: красители, разрыхлители, ароматизаторы, стабилизаторы, консерванты, антиоксиданты. В заключение необходимо обратить внимание на организацию социального питания. В настоящее время в системе школьного питания сложилась более или менее благополучная обстановка. Однако питание студентов в вузах никак нельзя назвать социальным.

Выводы исследования и перспективы дальнейшего развития рынка общественного питания города Владивосток, на примере ресторанов сети «Фабрика» и ресторанов быстрого питания «8 минут».

Проанализировав рынок общественного питания на примере двух предприятий, необходимо отметить, что данные заведения теряют своих потребителей из-за возросшей популярности сети ресторанов быстрого приготовления еды (ФАСТ ФУД). Необходимые меры предотвращения потери потребителей для сети ресторанов «Фабрика»:

- 1) введение дополнительного меню с комплексными обедами в обеденное время, средний чек которых будет составлять от 150 до 400 рублей;
- 2) доставка обедов по городу;

3) уменьшение общего время приготовления заказов;
Для сети ресторанов быстрого питания «8 минут» необходимо:

- 1) повышение качества приготовленной продукции;
- 2) повышения статуса заведения;
- 3_ внедрение акции «блюдо дня».

При выполнении необходимых мер для обоих предприятий, перспективами послужит повышение процента посещаемости потребителей обоих заведений, вследствие чего, повысится доля выручки, что позволит предприятиям открывать новые заведения не только в городе Владивосток, но и на всей территории Приморского края. Благодаря своей узнаваемости и рекомендации потребителей, заведения будут востребованы по всему Приморскому краю.

1. Информационный портал [Электронный ресурс]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Общественное_питание
2. Приморье в цифрах: Краткий статистический сборник/ Приморскстат, 2019. – 68 с.
3. Информационный портал [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-dislokatsii-seti-predpriyatii-obschestvennogo-pitaniya-pogorodu-vladivostoku/viewer>
4. Мыльникова Е.В. К вопросу оценки конкурентоспособности предприятий общественного питания [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-otsenki-konkurentosposobnosti-predpriyatii-obschestvennogo-pitaniya>

Рубрика: Современное управление

УДК 351

ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИТ В УПРАВЛЕНИИ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ТАМОЖЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ НАХОДКИНСКАЯ ТАМОЖНЯ, г. НАХОДКА

В.К. Смирнова
бакалавр

*Филиал Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Находка, Россия*

Актуальность данной статьи заключается в том, что на сегодня каждая государственная структура для более эффективного функционирования должна внедрять и использовать современные ИТ в своём управлении и сталкивается с определёнными сложностями. Роль электронных технологий в управлении государственными учреждениями бесспорно велика, по причине хотя бы того, что благодаря этим технологиям существенно повышается эффективность принятия решений и сама система менеджмента. Использование данных технологий позволяет усовершенствовать внутренние процессы государственного предприятия, ярко выделить преимущества и позволить государственному учреждению использовать свои преимущественные позиции. Данное позиционирование делает статус такой организации более прочными и вызывает дополнительный уровень доверия со стороны гражданского общества.

Ключевые слова и словосочетания: *государственный гражданский служащий, информационные технологии, совершенствование процессов управления, электронный документооборот.*

IDENTIFICATION OF PROBLEMS OF USING IT IN THE MANAGEMENT OF THE FEDERAL CUSTOMS SERVICE FAR EASTERN CUSTOMS ADMINISTRATION NAKHODKINSKAYA CUSTOMS, NAKHODKA

The relevance of this article lies in the fact that today each state structure for more efficient functioning must implement and use modern IT in its management and faces certain difficulties. The role