

*Гусакова М.В.,
студент 4 курс, факультет
«Экономика, сервис и предпринимательство»
Донской Государственный Технический Университет
Россия, г. Шахты
Щербакова Н.В.,
к.т.н., доцент
факультет экономика, сервис и предпринимательство
ИСОиП (филиал)ДГТУ в г. Шахты Российская Федерация*

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ РЕСТОРАНА

***Аннотация:** Статья посвящена оценке конкурентоспособности услуг предприятия общественного питания. Оценка конкурентоспособности услуг выполнена на примере ресторана «Кей-Стоун» методом суммы мест.*

***Ключевые слова:** Общественное питание, спрос, конкурентоспособность, интегральный показатель, качественные характеристики, качество.*

***Abstract:** the Article is devoted to assessing the competitiveness of public catering services. The assessment of competitiveness of services is executed on the example of restaurant "Keystone" by the method of the sum of places.*

***Key words:** Public catering, demand, competitiveness, integral indicator, quality.*

Любое предприятие, действующее на рынке, рассматривается на основании всей совокупности факторов внешней среды. Актуальность данной статьи обусловлена тем, что без анализа конкурентоспособности невозможно создание приемлемой стратегии и тактики успешной работы на рынке услуг питания.

Иванов Ю.Б. трактует конкурентоспособность предприятия как уровень его компетентности по отношению к другим предприятиям-конкурентам по таким параметрам как технология, практические навыки и знания персонала, уровень стратегического и текущего планирования, качество (систем управления, производства, продукции), коммуникации [1].

В определении конкурентоспособности предприятия, предлагаемом Марковым В. К., учитываются интересы потребителей и предприятия-производителя: «Конкурентоспособность предприятия – это способность наибольшей степени, с точки зрения цены и качества, удовлетворять соответствующие и формировать будущие потребности потребителей на данном рынке, обеспечивая при этом собственное развитие за счет использования конкурентных преимуществ» [2].

Радиным А.А. конкурентоспособность предприятия рассматривается, как способность предприятия не только оперативно реагировать на изменения внешней и внутренней среды на данном рынке, но и формировать, упреждать изменения его потенциальных потребностей и вызовов, обеспечивая синергию внутренне, внешней и логистической среды [3].

Мошнов В.А. рассматривает конкурентоспособность предприятия как его способность создавать продукцию, которая может быть реализованной на рынке в условиях свободной конкуренции [4].

Таким образом, конкурентоспособность предприятия – это способность производить и реализовывать на рынке востребованный товар или услугу

Исследование проводилось на примере ресторана «Кей-Стоун». Ресторан «Кей-Стоун» расположен в г. Шахты по адресу проспект Карла Маркса, д.40. В ресторане «Кей–Стоун» доброжелательная атмосфера, приветливый, хорошо обученный персонал, широкий ассортимент услуг

Исследования проводилась на основе следующих конкурентов: ресторан «Николай»; ресторан «Малиновка».

В таблице 1 представлена оценка конкурентоспособности услуг ресторана «Кей – Стоун».

Оценки конкурентоспособности услуг ресторана «Кей-Стоун» [составлено автором]

Показатели	Предприятия		
	ООО «Николай»	ООО «Кей-Стоун»	ООО «Малиновка»
Кухня	Европейская	Европейская	Русская, украинская
Качество обслуживания	Высокое	Среднее	Низкое
Средний чек	1600	1500	900
Широта ассортимента блюд	Широкий ассортимент	Широкий ассортимент	Узкий ассортимент
Квалификация персонала	В штате имеются квалифицированные специалисты	В штате имеются квалифицированные специалисты	В штате имеются квалифицированные специалисты
Интерьер зала	Стиль Ампи́р	Классический стиль	Русский стиль
Жалобы на обслуживание	Не имеются	Не имеются	Не имеются
Месторасположение	Пр. Карла Маркса 96	Пр. Карла Маркса 40	Ул. Ленина 145
Рекламная политика	Имеется свой сайт, рекламные баннеры по городу, реклама в СМИ	Имеется свой сайт, рекламные баннеры по городу, реклама в СМИ	Имеется свой сайт, рекламные баннеры по городу

Исходы из данных, представленных в таблице 1, ресторан «Николай» и «Кей-Стоун» имеют идентичную кухню. Самый высокий уровень обслуживания, наиболее соответствующий по показателям качества и скорости, на данный момент у ресторана «Николай», предполагается, что ресторану «Кей-Стоун» для увеличения конкурентоспособности необходимо достичь этого уровня. Тем не менее, в случае ресторана «Кей-Стоун» высокие цены могут быть оправданы имиджем ресторана среди общественности и высоким качеством обслуживания. В ходе анализа был выявлен конкурент ресторана «Кей-Стоун» - ресторан

«Николай». Данный ресторан занимают позицию лидера на рынке ресторанов и обладает преимуществам по показателю качества предоставляемой услуги и уровню обслуживания потребителей. Таким образом, в ходе анализа был выявлен основной конкурент ресторана «Кей-Стоун» - ресторан «Николай». Данный ресторан занимают позицию лидера на рынке ресторанов и обладает преимуществам по показателю качества предоставляемой услуги и уровню обслуживания потребителей.

Проведем анализ конкурентоспособности услуги «бизнес-ланч» ресторана. В современных ресторанах сейчас часто предлагают бизнес-ланчи. Данная услуга очень популярна на сегодняшний день. Это обусловлено с тем, что некоторые клиенты предпочитают обедать в ресторанах. К важным факторам относится: скорость приготовления блюд и обслуживания; ассортимент блюд; низкая цена.

Анализ рынка позволил выявить основного конкурента предприятия: ресторан «Николай». Данные организации оказывают услуги общественного питания. Оценим уровень конкурентоспособности бизнес-ланча ООО «Николай», ООО «Малиновка» и ООО «Кей-Стоун». В таблице 2 информация для оценки конкурентоспособности услуг.

Таблица 2

**Информация для оценки конкурентоспособности услуг
[составлено автором по 5]**

Показатели	ООО «Кей-Стоун»	ООО «Николай»	ООО «Малиновка»
1.Цена, руб.	150	200	250
2.Ассортимент блюд, шт	14	11	9
3.Скорость приготовления, мин	25	35	35
4.Скорость обслуживания, мин	10	15	20
5.Уникальность	7	7	8
6.Вкусовые характеристики, %	7	6	6
7.Использование экологически чистых продуктов, %	8	7	7

8.Лицензия	8	8	7
9.Реклама	7	8	7

Определим показатели, по которым будем производить оценку конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности производится по следующим группам характеристик, которым соответствуют определенные показатели, которые представлены в таблице 3.

Таблица 3

Выбор показателей оценки конкурентоспособности [составлено автором]

Группы характеристик	Оценочные показатели
1.Качественные характеристики	- вкусовые характеристики; - ассортимент блюд; - использование экологически чистых продуктов;
2.Стоимостные характеристики	- цена;
3.Маркетинговые характеристики	- скорость приготовления; - скорость обслуживания; - уникальность; - реклама; -лицензия

В таблице 4 представлена оценка конкурентоспособности методом суммы мест.

Таблица 4

Оценка конкурентоспособности методом суммы мест [составлено автором по 5]

Показатели	Конкуренты		
	ООО «Кей-Стоун»	ООО «Николай»	ООО «Малиновка»
1. Качественные характеристики (итого):	6	7	6
вкусовые характеристики;			
ассортимент блюд;	1	3	2
использование экологически чистых	2	2	3
продуктов;	3	2	1

2.Стоимостные характеристики (итого):	2	1	1
цена;	2	1	1
3.Маркетинговые характеристики (итого):	9	6	9
скорость приготовления;	2	1	2
скорость обслуживания;	2	1	2
уникальность;	2	1	1
реклама;	2	1	2
лицензия.	1	2	2
Итого	17	14	16

Используя метод суммы мест, определили, что наиболее конкурентоспособны услуги конкурента ООО «Николай», так как сумма мест минимальна – 14.

Оценить конкурентоспособность услуг можно по формулам 1 – 4, приведенным в учебном пособии [5, с 76-77].

– вкусовые характеристики (качественный показатель):

$$B_{ij} = \Pi_{ij} / \Pi_{j\max} * B_{\max}, \quad (1)$$

где b_{ij} – балловая оценка i -ого предприятия по j -му показателю,

Π_{ij} – количественная оценка j -го критерия для i -го конкурента,

$\Pi_{j\max}$ – максимальное значение j -го критерия по конкурентам,

$\Pi_{j\min}$ – минимальное значение j -го критерия по конкурентам,

B_{\max} – максимально возможный балл исходя из выбранной системы.

исчисления; i – номер конкурента ($i =$ от 1 до 3); j – номер показателя ($j =$ от 1 до 7).

$$b_{16} = 7/7*10=10 \text{ б}, \quad b_{26} = 6/7*10=9 \text{ б}, \quad b_{36} = 6/7*10=9 \text{ б}.$$

– ассортимент блюд (качественный показатель):

$$b_{12} = 14/14*10=10 \text{ б}, \quad b_{22} = 11/14*10=8 \text{ б}, \quad b_{32} = 9/14*10=6 \text{ б}.$$

– использование экологически чистых продуктов (качественный показатель):

$$b_{17} = 8/8*10=10 \text{ б}, \quad b_{27} = 7/8*10=9 \text{ б}, \quad b_{37} = 7/8*10=9 \text{ б}.$$

– цена (количественный показатель), расчеты проводятся по формуле:

$$б_{ij} = \Pi_{j\min}/\Pi_{ij} \times B_{\max}, \quad (2)$$

где $б_{ij}$ – балловая оценка i -ого предприятия по j -му показателю,
 $\Pi_{j\min}$ – минимальное значение j -го критерия по конкурентам,
 Π_{ij} – количественная оценка j -го критерия для i -го конкурента,
 $\Pi_{j\max}$ – максимальное значение j -го критерия по конкурентам,
 B_{\max} – максимально возможный балл исходя из выбранной системы исчисления.

$$б_{11} = 150/150 \times 10 = 10 \text{ б}, \quad б_{21} = 150/200 \times 10 = 8 \text{ б}, \quad б_{31} = 150/250 \times 10 = 6 \text{ б}.$$

– скорость приготовления (количественный показатель), расчеты проводятся по формуле:

$$б_{ij} = \Pi_{j\min}/\Pi_{ij} \times B_{\max}, \quad (3)$$

где $б_{ij}$ – балловая оценка i -ого предприятия по j -му показателю,
 $\Pi_{j\min}$ – минимальное значение j -го критерия по конкурентам,
 Π_{ij} – количественная оценка j -го критерия для i -го конкурента,
 B_{\max} – максимально возможный балл исходя из выбранной системы исчисления.

$$б_{13} = 25/25 \times 10 = 10 \text{ б}, \quad б_{23} = 25/35 \times 10 = 7 \text{ б}, \quad б_{33} = 25/35 \times 10 = 7 \text{ б}.$$

– скорость обслуживания (количественный показатель):

$$б_{14} = 10/10 \times 10 = 10 \text{ б}, \quad б_{24} = 10/15 \times 10 = 7 \text{ б}, \quad б_{34} = 10/20 \times 10 = 5 \text{ б}.$$

– уникальность (количественный показатель):

$$б_{15} = 7/7 \times 10 = 10 \text{ б}, \quad б_{25} = 7/7 \times 10 = 10 \text{ б}, \quad б_{35} = 7/8 \times 10 = 9 \text{ б}.$$

– реклама (качественный показатель):

$$б_{19} = 7/7 \times 10 = 10 \text{ б}, \quad б_{29} = 7/8 \times 10 = 9 \text{ б}, \quad б_{39} = 7/7 \times 10 = 10 \text{ б}.$$

– лицензия (качественный показатель):

$$б_{18} = 7/8 \times 10 = 9 \text{ б}, \quad б_{28} = 7/8 \times 10 = 9 \text{ б}, \quad б_{38} = 7/7 \times 10 = 10 \text{ б}.$$

Интегральный показатель конкурентоспособности определяется по формуле:

$$I_i = \sum б_{ij}, \quad (4)$$

где I_i – интегральный показатель i -го конкурента,

$б_{ij}$ – балловая оценка i -ого предприятия по j -му показателю.

$$I_1=89 \text{ б,} \quad I_2=76 \text{ б,} \quad I_3=71 \text{ б.}$$

Используя метод балловой оценки, определили, что конкурентоспособными являются услуги ООО «Кей-Стоун», так как интегральный показатель конкурентоспособности максимальный – 89 баллов. Услуга питания ресторана «Кей-Стоун» представляет собой услугу по изготовлению, реализации и организации потребления широкого ассортимента блюд и изделий сложного изготовления всех основных групп из различных видов сырья, покупных товаров, а также предоставление высококвалифицированного обслуживания. Рассмотрим более подробно услуги питания в балловом соотношении. На рисунке 1 представлена оценка услуг питания за 2016-2018 гг.

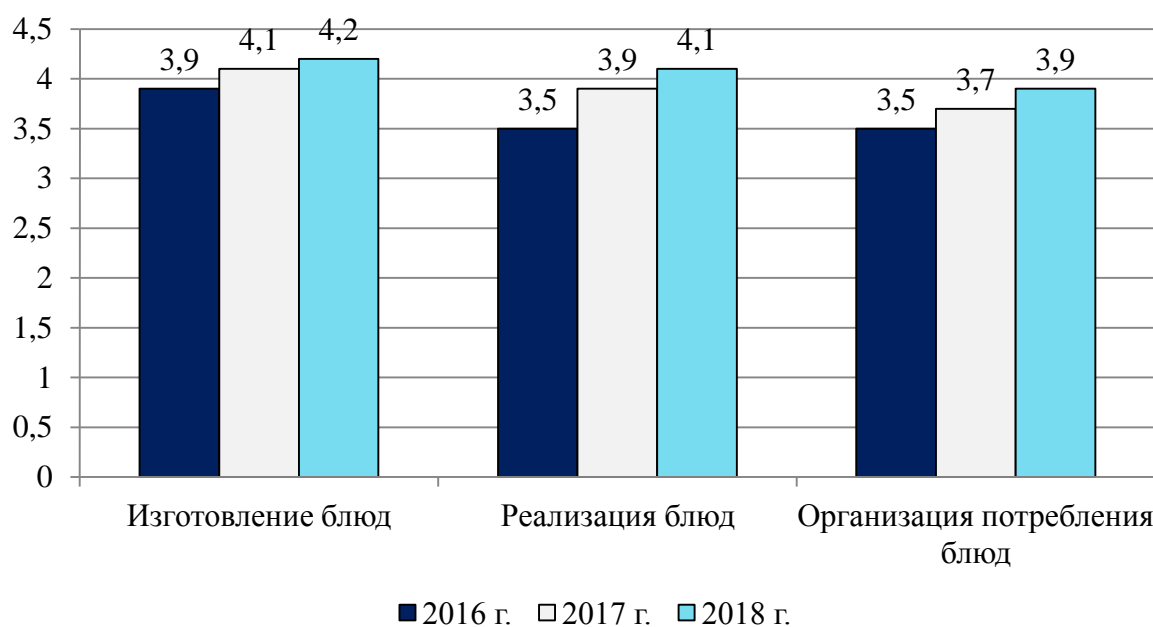


Рисунок 1. Оценка услуг питания ресторана «Кей-Стоун» за 2016-2018 гг., в баллах [составлено автором]

Исходя, из проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

- оценка услуг питания ресторана «Кей-Стоун» на среднем и высоком уровне;
- за 2016-2018 годы наблюдается рост оценки, что свидетельствует об улучшении качества предоставляемых услуг питания;
- наибольшая оценка соответствует изготовлению блюд 3,9-4,2 балла.

Услуги по организации потребления продукции и обслуживания включают в себя: организацию и обслуживание торжеств, семейных обедов; бронирование мест в залах ресторана; организацию рационального комплексного питания.

Прочие услуги включают: упаковку блюд и изделий, оставшихся после обслуживания потребителей; упаковку кулинарных изделий, приобретенных на предприятии; предоставление потребителям телефонной связи на предприятии; гарантированное хранение личных вещей (верхней одежды), сумок и ценностей потребителя.

Оценка прочих услуг за 2016-2018 гг., изображена на рисунке 2.

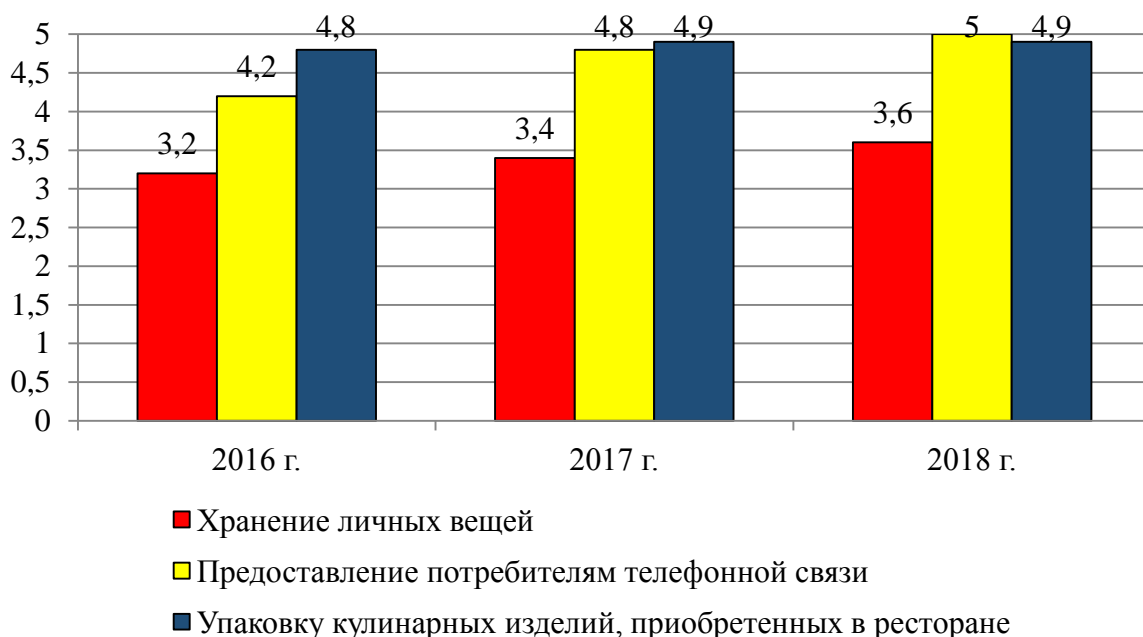


Рисунок 2. Оценка прочих услуг ресторана «Кей-Стоун»
[составлено автором]

Проанализировав оценку прочих услуг ресторана можно прийти к выводу, что ресторан «Кей-Стоун» находится на среднем и высоком уровне. В период 2016-2018 годов наблюдается рост оценки, что свидетельствует об улучшении качества предоставляемых прочих услуг. Наибольшая оценка соответствует услуге вызова такси 4,9-5 балла. Наименьшая оценка соответствует процессу организации хранения личных вещей, сумок и ценностей потребителя. Это обосновывается тем, что в ресторане не предусмотрен отдельный гардероб, отсутствует охрана при входе в ресторан. Процесс охраны личных вещей

производится внимательным персоналом и аккуратностью клиента. Средний уровень оценки обуславливается тем, что за период 2016-2018 гг., краж не было совершено, в случае утери личных вещей посетителей, все утерянные ими вещи были возвращены их владельцам.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Иванов Ю.Б. Система факторов конкурентоспособности предприятия: (Препринт научного доклада). - Уфа: УНЦ РАН, 2015.- 32с.
2. Марков В.К. Исследование конкурентоспособностью промышленного предприятия на примере машиностроительного и металлообрабатывающего предприятия: Дис....к.э.н.-Саратов, 2015.- 221с.
3. Радин А.А. Методы обеспечения и оценка конкурентоспособности промышленных предприятий на российском рынке: Дис....к.э.н.-СПб., 2016.- 152с.
4. Основы маркетинга: Методические указания к проведению практических занятий. Сост. Е.В. Борисюк.- Владивосток: Изд-во ДВГАЭУ, 2003. – 60с.
5. Маркетинг в сфере услуг: Учебное пособие / И.А. Скрынникова. – М.: Издательство Московского университета, 2015. – 203 с.