



ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ СИЛ, ДОМИНИРУЮЩИХ НА ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТАБАСКО»)

Е. А. Андрийченко, студентка
e-mail: eandrijchenko@mail.ru
ФГБОУ ВО «Калининградский государственный
технический университет»

В. В. Дорофеева, д-р экон. наук, доцент
e-mail: viktoriya.dorofeeva@klgtu.ru
ФГБОУ ВО «Калининградский государственный
технический университет»

Представленная статья предлагает комплексный анализ воздействия факторов из модели М. Портера на деятельность ресторана «Табаско» в Калининградской области. Исследуются пожелания и требования клиентов, их реакция на изменение цен и качества продукции. Дополнительно анализируется влияние конкурентной среды, потребительского выбора и территориальной близости других ресторанов. Степень конкуренции между существующими игроками на рынке общественного питания и уровень доходов населения также рассматриваются в контексте их влияния на бизнес. В результате анализа выявляются ключевые факторы успеха. Представленные выводы и рекомендации способствуют пониманию динамики рыночной среды, что впоследствии может быть использовано для выстраивания стратегии, способствующей укреплению позиций ресторана «Табаско» в современной конкурентной среде.

***Ключевые слова:** ресторан, клиенты, конкурентная среда, потребительский выбор, качество, стратегия, фактор.*

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире ресторанный бизнес является одной из самых динамичных и конкурентных отраслей. В условиях постоянно меняющихся вкусов и предпочтений потребителей, а также растущей конкуренции успешное ведение ресторанный предприятия требует глубокого анализа и понимания различных факторов, влияющих на его деятельность.

В данной статье мы проведем исследование влияния таких факторов на примере ресторана «Табаско» в Калининградской области. Мы рассмотрим пожелания и требования клиентов, изменения в ценах и качестве продукции, реакцию на различные маркетинговые стратегии, а также роль социальных сетей в формировании общественного мнения о заведении.

Наши выводы помогут понять основные факторы успеха в ресторанном бизнесе и разработать стратегии для эффективного функционирования в современной конкурентной среде.

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом исследования послужил ресторан «Табаско» в Калининградской области.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью данной работы явилась оценка влияния сил, доминирующих на отраслевом рынке общепита, на примере ООО «Табаско».

Основные задачи исследования составили: применение модели «Пять сил конкуренции» М. Портера к рынку общественного питания Калининградской области, изучение пожеланий и требований клиентов ресторана, анализ изменений в контексте влияния на бизнес ресторана, исследование роли социальных сетей в формировании общественного мнения о ресторане, выявление ключевых факторов успеха компании для эффективного функционирования в существующей конкурентной среде.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ресторанная сеть «Табаско» была зарегистрирована в 2007 г. в Калининградской области. Она предлагает своим клиентам широкий спектр блюд различных кухонь мира и уютную атмосферу. За время своего существования компания зарекомендовала себя как один из лидеров отрасли и продолжает активно развиваться, открывая новые рестораны и привлекая все больше посетителей.

Проведенное исследование показало, что отрасль общественного питания Калининградской области имеет ряд выраженных особенностей:

1. Влияние туризма и сезонные колебания спроса из-за климатических особенностей.
2. Распространенность рыбной кухни, например область известна своими морепродуктами и блюдами из них (например, Кёнигсбергские клопсы и строганина).
3. Специфика меню и обслуживания в ресторанах в силу наличия культурного наследия области.
4. Влияние географического положения на кухню области, что обогащает ее европейскими традициями.

Согласно модели М. Портера [1], на отраслевой рынок оказывают влияние пять сил конкуренции: потенциальные конкуренты (угроза появления новых конкурентов), отраслевые конкуренты (соперничество между существующими компаниями), рыночная власть покупателей, рыночная власть поставщиков и угроза товаров-заменителей – субститутов.

Применение этой концепции к ресторанной отрасли позволяет лучше понять условия конкуренции и определить стратегические возможности для предприятий ресторанного бизнеса. Рассмотрим приведенные факторы на примере ресторана «Табаско».

Угроза появления новых конкурентов

В Калининградской области находится 603 объекта общественного питания в категории «Рестораны». Количество мест в объектах общественного питания на 4-й квартал 2023 г. составляло более 38 500.

На 1 января 2024 г. численность населения в Калининградской области составляла 1 033 914 человек [2]. Если допустить факт, что услугами ресторанов пользуется половина населения области, тогда в среднем на одно место в ресторане приходится 13 человек. Исходя из этого можно сделать вывод, что плотность подобных заведений не слишком высока, а значит, возможен вариант появления новых конкурентов.

Рассмотрим этот же вопрос с точки зрения затрат на открытие новой точки общественного питания. Общие затраты на открытие ресторана в Калининграде могут сильно варьировать в зависимости от размера заведения, меню, местоположения и других факторов. Рассмотрим некоторые из основных статей расходов:

1. Аренда или покупка недвижимости. Стоимость аренды или покупки недвижимости для ресторана может изменяться от нескольких десятков тысяч до миллионов рублей, в зависимости от местоположения, площади и состояния помещения. Так, по данным на начало апреля 2024 г., покупка готового ресторана в Калининграде стоила от 5 млн до 16,5 млн руб. [3].

2. Ремонт и обустройство. Расходы на ремонт и обустройство помещения включают стоимость отделочных материалов, мебели и оборудования, таких как кухни, столы, стулья, барные стойки, холодильники, печи и т. д.

Ремонт ресторана в Калининграде под ключ стоит 7 500 руб/м². Площадь ресторана должна быть от 200 до 500 м². Итого, ремонт выйдет минимум в 1,5 млн руб. [4].

Стоит отметить, что отдельные статьи расходов нужны на системы вентиляции, кондиционирования и отопления, освещение, сантехнику, системы безопасности и, при необходимости, звуковое и музыкальное оборудование.

Также нужно зарегистрировать юридическое лицо, получить разрешения от местных органов власти и санитарных служб, а также оформить все необходимые документы, что тоже требует немалых расходов.

Таким образом, хотя и есть возможность выхода на ресторанный рынок с точки зрения возможностей охвата посетителей, но с технической точки зрения барьеры высоки и предпринимателю необходимо иметь в распоряжении не один миллион рублей, чтобы открыть ресторан хорошего уровня, обеспечить его узнаваемость и сделать его достаточно конкурентоспособным. Можно сделать вывод, что угроза появления новых конкурентов средняя.

Угроза со стороны субститутов

Для того чтобы оценить вероятность, с которой потребители могут заменить услуги данного ресторана или кафе, необходимо рассмотреть ряд факторов.

Одной из основных угроз в ресторане «Табаско» может быть недостаток уникальности и оригинальности меню. Потребители могут легко переключиться на другие рестораны или кафе.

Если предложение ресторана не будет отличаться от того, что предлагают другие заведения, клиенты могут легко перейти к конкурентам. Для того чтобы привлечь постоянных клиентов и предотвратить их отток в другие заведения, необходимо предложить что-то уникальное, качественное и интересное.

Другой угрозой может быть качество продукции и сервиса. Если клиенты обнаружат, что продукты в кафе не соответствуют их ожиданиям либо обслуживание оставляет желать лучшего, они могут решить попробовать другие заведения. Поэтому важно постоянно следить за уровнем сервиса, предлагаемого персоналом (как работниками зала, так и кухни), регулярно проводить тренинги и обучение.

Влияние Интернета и социальных сетей также играет большую роль в оценке угрозы замены продуктов и услуг. Отзывы и рейтинги кафе на различных платформах могут оказать существенное влияние на решение потребителей о посещении данного заведения.

Например, с сайта TripAdvisor, который собирает информацию о ресторанах по всему миру, мы можем узнать, что ресторан «Табаско» [5], находящийся в ТЦ «Кlover», занимает 79-е место из 603 ресторанов, зарегистрированных в Калининграде [6].

Также стоит учитывать изменение вкусовых предпочтений и потребностей потребителей. Появление новых трендов в питании может повлиять на спрос на определенные продукты и услуги, и заведение должно быть готово адаптироваться к этим изменениям. Исходя из этого можно сделать вывод, что угроза замены продуктов и услуг в сфере общественного питания для ресторана «Табаско» в Калининграде действительно существует.

Для того чтобы удержать своих клиентов и привлечь новых, кафе должно постоянно работать над улучшением качества блюд и сервиса, следить за отзывами клиентов и быть в курсе последних тенденций в индустрии общественного питания.

Власть поставщиков

Власть поставщиков может проявиться в виде увеличения цен на поставляемые товары, изменения условий поставки или недостаточного качества предлагаемых товаров.

Что касается основных поставщиков посуды, приборов, оборудования, продуктов питания, этим занимается фирма «РесторанПром», учредителями и руководителями которой

являются лица, аффилированные с ООО «Табаско». Благодаря этому ресторан имеет доступ к качественным продуктам по конкурентоспособным ценам.

При этом ООО «Табаско» также сотрудничает и с другими поставщиками для обеспечения качественными продуктами и ингредиентами, так как компания должна анализировать наличие потенциальных барьеров для входа на рынок (например, законодательные ограничения, сложности в получении разрешений, санкции, ограниченность или недоступность продуктов и оборудования и т. д.).

Для снижения власти поставщиков ресторан «Табаско» применяет следующие стратегические действия:

- 1) диверсификация поставщиков;
- 2) постоянный контроль качества товаров и услуг поставщиков;
- 3) поиск альтернативных поставщиков с более выгодными условиями поставки и ценами;
- 4) установление долгосрочных партнерских отношений с поставщиками.

Таким образом, тщательный анализ власти поставщиков для ресторана «Табаско» крайне важен в целях разработки стратегии по снижению рисков, связанных с этой силой.

Власть покупателей

В результате анализа социальных сетей и других информационных платформ, изучения отзывов [6], опроса клиентов мы выделили следующие существенные факторы:

1. Пожелания и требования покупателей к качеству блюд и сервису.
2. Отзывы и оценки покупателей о ресторане в социальных сетях и на других платформах.
3. Реакция покупателей на изменение цен или качество продукции.
4. Потребительский выбор здорового и качественного питания, мода и тренды.
5. Территориальная близость других ресторанов.
6. Уровень доходов населения.

Анализ влияния покупателей на ресторан «Табаско» показывает, что их мнение существенно влияет на бизнес. Для достижения успеха ресторану нужно улучшать меню, следить за трендами, изучать предпочтения клиентов и предугадывать их будущие запросы.

Также важным является удобство для клиентов (быстрое обслуживание, внимательный персонал, акции, скидки, доставка), маркетинг и реклама для привлечения новых посетителей и удержания старых.

Так, успешные рестораны должны адаптироваться к рынку, предлагать новые решения и удовлетворять потребности гостей. Иначе можно потерять клиентов, заработать плохую репутацию и ухудшить финансовое положение компании.

Степень конкуренции между существующими игроками

Конкурентная ситуация на рынке общественного питания в Калининграде является довольно напряженной. Этот факт подтверждается анализом ключевых факторов успеха, проведенным для основных участников рынка ресторанного обслуживания в регионе на основе балльно-рейтинговой системы оценивания, выполненной с учетом отзывов посетителей, сотрудников ресторанов и экспертов (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Анализ конкурентных факторов успеха ресторанов Калининграда

| Конкурентные факторы успеха (КФУ) | Название заведения | | | | |
|-----------------------------------|--------------------|---------------|----------------|------------|--------------|
| | «Табаско» | «Пеперончино» | «Папаша Беппе» | «Пармезан» | «Додо Пицца» |
| Цена/качество | 4,0 | 5,0 | 4,0 | 4,5 | 4,0 |
| Обслуживание | 4,0 | 4,5 | 4,0 | 4,5 | 4,5 |
| Расположение | 4,8 | 4,5 | 4,6 | 4,5 | 4,0 |
| Маркетинг | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 4,0 |

| | | | | | |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|
| Атмосфера | 4,0 | 5,0 | 4,0 | 4,5 | 3,9 |
| Средняя оценка посетителей | 4,5 | 4,5 | 4,2 | 4,5 | 4,0 |
| Оценка эксперта 1 | 3,4 | 3,8 | 3,9 | 4,0 | 3,3 |
| Оценка эксперта 2 | 4,9 | 4,8 | 4,4 | 4,7 | 4,4 |
| Итог (средняя оценка по критериям КФУ) | 4,2 | 4,5 | 4,1 | 4,4 | 4,0 |

Исходя из представленных данных, «Табаско» занимает устойчивые позиции, а основными конкурентами являются такие заведения, как «Пеперончино» и «Пармезан» от сети Britannica Project.

Таким образом, степень конкуренции в отрасли ресторанного бизнеса довольно высока. Множество игроков, широкий выбор предложений, интенсивные маркетинговые стратегии и конкуренция по цене создают условия для жесткой борьбы за клиента. Для выживания и успешной деятельности в такой среде необходимо осуществлять постоянный мониторинг конкурентов, внедрять инновации, а также разрабатывать и проводить в жизнь уникальные управленческие стратегии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ влияния сил, доминирующих на отраслевом рынке, показал, что наибольшее воздействие на ресторан «Табаско» оказывают степень отраслевой конкуренции между существующими игроками и власть покупателей. Именно эти силы являются ключевыми в успешной деятельности предприятия ресторанного бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Портер, М. Конкуренция: пер. с англ. / М. Портер. – Москва: Издательский дом «Вильямс». 2006. – 526 с.
2. Калининградстат: Главная страница / Статистика / Официальная статистика / Население [Электронный ресурс]. URL: <https://39.rosstat.gov.ru/population> (дата обращения: 10.05.2024).
3. Авито: Главная / Готовый бизнес и оборудование / Готовый бизнес / Общественное питание / ресторан [Электронный ресурс]. URL: https://www.avito.ru/kaliningradskaya_oblast/gotoviy_biznes/obschestvennoe_pitanie (дата обращения: 10.05.2024).
4. ПОД КЛЮЧ: главная / ремонт помещений / ремонт ресторана, кафе [Электронный ресурс]. URL: <https://kaliningrad.vse-podklyuch.ru/remont-pomescheniy/remont-restorana-kafe/> (дата обращения: 10.05.2024).
5. Табаско: Главная страница / Наши рестораны / Площадь Победы, 10, (ТЦ «Кlover») [Электронный ресурс]. URL: <https://tabasko.ltd/restaurants/> (дата обращения: 10.05.2024).
6. Tripadvisor: Европа / Россия / Северо-Западный округ / Калининградская область / Калининград / Рестораны Калининграда / Табаско Clover [Электронный ресурс]. URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g298500-d6129840-Reviews-Tabasko_Clover-Kaliningrad_Kaliningrad_Oblast_Northwestern_District.html (дата обращения: 10.05.2024).

ASSESSMENT OF THE INFLUENCE OF FORCES DOMINATING IN THE INDUSTRY MARKET (BY THE EXAMPLE OF THE "TABASCO" RESTAURANT)

E. A. Andriychenko, student
E-mail: eandrijchenko@mail.ru
Kaliningrad State Technical University

V. V. Dorofeeva, Doctor of Economics, Associate Professor
E-mail: viktoriya.dorofeeva@klgtu.ru
Kaliningrad State Technical University

The present article offers a comprehensive analysis of the impact of factors from the M. Porter model on the activities of the “Tabasco” restaurant in the Kaliningrad region. The wishes and requirements of customers, their reaction to changes in prices and product quality are investigated. Additionally, the influence of the competitive environment, consumer choice of healthy food and the territorial proximity of other restaurants has been analyzed. The degree of competition between existing players in the catering market and the level of income of the population are also considered in the context of their impact on business. As a result of the analysis, key success factors have been identified. The presented conclusions and recommendations help to understand the dynamics of the market environment and form strategies that help strengthen the position of the “Tabasco” restaurant in the modern competitive environment

Keywords: *restaurant, customers, competitive environment, consumer choice, quality, strategy, factor*