

шей стране за последние 10 лет снизились на 1,4 млн т: если в 2006 году производилось почти 8 млн т продукции в год, то в 2016 году этот показатель равен 6,7 млн т. [1]

На сегодняшний день наблюдается значительное снижение уровня жизни населения (доходов населения, сокращение рабочих мест и т.п.). Эти и другие неблагоприятные факторы заставляют потребителей прибегать к сокращению своих расходов на питание и переходу к менее дорогим продуктам питания. Это говорит о возможном увеличении спроса потребителей на хлебобулочные изделия в будущий период.

Обобщив всё вышесказанное, можно сделать вывод, что на потребительские предпочтения в области выбора хлебобулочных изделий влияют следующие факторы:

- Здоровый образ жизни;
- Состояние экономики в регионе;
- Уровень жизни населения.

Исходя из указанных фактов, можно сделать вывод, что на рынке возможны некоторые структурные изменения в потреблении продуктов питания. В настоящий момент рынок хлеба и хлебобулочных изделий стал самостоятельно диктовать свои требования. Производители хлеба должны постоянно анализировать предпочтения потребителей. Для того чтобы быть успешным и конкурентоспособным игроком на рынке, недостаточно производить только массовые сорта хлеба и хлебобулочных изделий. Решением проблемы снижения спроса на хлеб может послужить использование новых технологий в производстве хлебопекарной продукции, расширение ассортимента выпускаемой продукции, контроль качества и учет специфики потребительского поведения.

#### Список литературы

1. Хлебопечение/Кондитерская сфера. – 2016. – № 1(63).
2. Мучные кондитерские изделия. Выпечка. Торты. – <http://www.mkond.ru>.
3. Обзор тенденций рынка хлеба за 2015 год. // [FOOD TECHNOLOGIST <http://foodtechnologist.ru/2016/03/07/novosti-hlebopechenie/>].

### ГОСТИНИЧНАЯ ИНДУСТРИЯ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ ВСТРЕЧАЕТ ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО ФУТБОЛУ

Кольпиков И.С., Радина О.И.

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства, филиал ДГТУ, Шахты, e-mail: kolpikov\_igor@mail.ru*

Рынок гостиничных услуг России активно развивается – страна вступила в ВТО и проведёт ряд крупных спортивных мероприятий. Число гостиниц и других средств размещения резко возросло, а вместе с ним запросы к качеству гостиничных предложений как совокупности свойств и свойственных индивидуальностей этих предложений, усиливающих чувство удовлетворения туриста, находящегося вне места проживания.

В 2018 году Российская Федерация примет Чемпионат мира по футболу. Напомним, Ростов-на-Дону примет пять матчей чемпионата мира по футболу – 2018, четыре из которых пройдут на групповом этапе и матч – 1/8 финала.

В Ростовскую область съедутся множество поклонников спорта №1. 12 муниципальных образований, в том числе 5 пяти населенных пунктов: Ростов-на-Дону, Азов, Батайск, Новочеркасск, Таганрог и Шахты и шесть районов Ростовской области: Азовский, Аксайский, Багаевский, Мясниковский, Неклиновский, Октябрьский. ФИФА строго контролировала места для размещения гостей – они должны находиться в радиусе не более 100 км от стадиона «Ростов-Арена» [1].

В планах гостиничной индустрии Ростовской области для Чемпионата мира по футболу учтено минимальное количество 860, а максимум – 2477 номеров для размещения спортсменов и обслуживающего персонала, и еще 6000 номеров – для болельщиков. Сейчас объем номерного фонда в Ростовской области составил 12,7 тысяч номеров. Это 495 средств размещения, из них 278 гостиниц. Количество мест размещения в Ростовской области на 114 номеров выше установленных максимальных требований. На 1 декабря 2016 года зарегистрированы и внесены в реестр все 278 гостиниц и 55 иных средств размещения. 288 гостиниц и средств размещения региона успешно прошли лицензирование и получили от Министерства культуры России систематизацию, которая позволит им обеспечить комфортное размещение участников и гостей мундеала. Из 288 гостиниц Ростовской области, основная часть (205) не имеют «звезд», «одну звезду» получили девять гостиниц, «две звезды» – 26, «три звезды» – 25, «четыре звезды» – 20, и трем гостиницам присвоена категория «пять звезд» [3].

Поддержка, оказываемая правительством Ростовской области предпринимателям, вошедшим в список гостиниц принимающих гостей, в форме субсидий на возмещение 80% от суммы понесенных владельцами гостиниц затрат, предусмотрена из областного бюджета в рамках госпрограммы Ростовской области «Развитие культуры и туризма».

В целом, проблемы, требующие решений при подготовке гостиничного хозяйства к Чемпионату мира по футболу в 2018 году, еще остаются.

Во-первых, со стороны предпринимателей в сфере гостиничного бизнеса необходимо интенсивное участие в разрешении вопросов повышения качества услуг, квалификации работающего персонала, прозрачности осуществляемой деятельности. Важным является считается привлечение молодых специалистов к работе, повышение мотивации сотрудников, их обучение в соответствии с требованиями современных международных стандартов. [2].

Во-вторых, необходимы определенные гарантии ассортимента и качества предоставляемых гостиничных услуг, которые в свою очередь обеспечиваются системой добровольной классификации гостиниц.

#### Список литературы

1. Министерство экономического развития Ростовской области (открытый доступ) URL: [http://mineconomikiro.ru/news\\_content9.php](http://mineconomikiro.ru/news_content9.php) (Дата обращения 23.12.16 г.).
2. Официальный портал Правительства Ростовской области (открытый доступ) URL: <http://www.donland.ru/news/288-gostinic-Rostovskoj-oblasti-gotovy-k-prijomu-uchastnikov-i-gostej-chempionata-mira-po-futbolu-v-2018-godu?pageid=92218&ItemID=70065&mid=83793> (Дата обращения 21.12.16 г.).
3. Участников и гостей ЧМ-2018 разместят в 12 муниципалитетах Дона (открытый доступ). – URL: <http://rostovnadonu.bezformata.ru/listnews/2018-razmestyat-v-12-municipalitetah-dona/53089275/> (Дата обращения 23.12.16 г.).

### ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Стариков В.И., Радина О.И.

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства, филиал ДГТУ, Шахты, e-mail: stvl96@yandex.ru*

Финансовый кризис в России существенно сказался на многих отраслях экономики. Не стало исключением и сфера общественного питания, в том числе ресторанный бизнес.

Современный ресторанный бизнес можно сравнить с искусством, в основе которого лежат кулинарные традиции, механизмы деятельности и опыт маркетологов, политика обслуживания, дизайн и оформление интерьера. Однако даже самые преданные гости вынуждены сегодня отказываться от посе-

щения таких заведений. Потребительские способности россиян после начавшегося кризиса в 2014 году заметно отразились на желании наших соотечественников посещать заведения такого рода. Если до этого более 60% населения предпочитали отмечать новогодние праздники в шумном обществе, то с наступлением кризиса их число уменьшилось до ничтожно малого. Что касается оборотов, на основании исследований РБК [1], ресторанный бизнес в 2016 году упал на 5,5% по сравнению с 2015 годом. Однако, аналитики РБК уверены: если будут отсутствовать серьезные шоковые ситуации в плане экономики, то российский ресторанный рынок сможет стабилизироваться.

Причины, по которым сложилась такая ситуация несколько:

- в нынешних экономических условиях склонность российских граждан к экономии финансов;
- возросшая стоимость экологически чистых и качественных продуктов;
- продуктовое эмбарго гастрономических деликатесов.

Каждый ресторатор благодаря необычной идее и особенностям ведения ресторанного бизнеса пытается выделить свое заведение из множества аналогичных. В 30% ресторанов различного рода дополнительные предложения разрабатываются планомерно, еще на стадии формирования концепции, в остальных – хаотично, по мере возникновения идеи. Однако почти не существует заведений, которые не принимали бы такого рода способ повышения посещаемости в часы, когда количество клиентов ресторанного бизнеса оставляет желать лучшего. Таким образом, можно утверждать, что дополнительные предложения в ресторанах – визитная карточка ресторанного бизнеса 2016-го года. [2]

К дополнительным предложениям ресторана можно отнести следующее:

Караоке. Музыкальное сопровождение в ресторанах зачастую прописывается на стадии разработки концепции, но в отдельных случаях может выступать и дополнительным предложением. Но невозможно представить в таком заведении молодежную дискотеку, ведь основная целевая аудитория это люди зрелого возраста. Поэтому в дополнение банкету, актуально будет воспользоваться караоке, найти популярную народную или хорошую эстрадную музыку. Караоке не устарело для ресторанного бизнеса 2016 года, и, как правило, такое музыкальное сопровождение воспримут более чем охотно.

Региональная кухня. Кухня российских регионов все больше и больше набирает популярность среди рестораторов. Этого следовало ожидать: после введения продуктовых контрсанкций поварские возможности сильно ограничились, а выход из положения находить надо. Например, придумать тренд. Таким трендом и стала региональная кухня. Многие хорошие повара начали интересоваться русскими продуктами еще до санкционного периода. Ситуация, которая сейчас сложилась в ресторанном деле, стимулирует появление ресторанов с региональной кухней и их появление, было только вопросом времени. Еще одним трендом можно назвать фермерскую кухню. Суть заключается в использовании продуктов, купленных у небольших фермерских хозяйств, а не у промышленных агрокомплексов. Зачастую, такие продукты обладают исключительными вкусовыми качествами. Желание посетителей покупать фермерское не только дань моде, но и уверенность в качестве того что находится в тарелках и желудках.

Яркая тенденция 2016 года – появление на российском рынке ранее не известных национальных

кухонь: греческой, турецкой, перуанской, мексиканской, киргизской, индийской, ливанской и пр. Часть из них и ранее присутствовала в России, но в качестве аборигенных кухонь, формировавших спрос для закрытых этнических сообществ. Однако необходимо делать кухню более адаптированной к европейскому вкусу, потому что национальные кухни в оригинальном исполнении у нас не будут востребованы в силу специфического устройства рецепторов [3]. В современной экономической ситуации далеко не все наши соотечественники могут позволить себе отправиться за границу. И посещение такого заведения является своего рода гастрономическим путешествием, не выезжая за пределы не только страны, но и даже своего города.

Бизнес-ланчи. В качестве дополнительных предложений, которым воспользовалось абсолютное большинство ресторанов, где бы они ни были – в столице или регионах, и какую бы ценовую политику ни вели, лидируют предложения бизнес-ланчей. Средний диапазон цен на них составляет 200–300 руб. в столице, и 150–200 руб. в регионах России. Рестораны, находящиеся в торговых и офисных центрах, а так же вблизи транспортных или пешеходных потоков могут принести до 50% прибыли таким способом. Дополнительное предложение в виде завтрака пока не пользуется такой популярностью как бизнес-ланчи, хотя и набирает популярность. Как правило, рестораны в среднем открываются в 11 часов, и для внедрения такой дополнительной услуги необходимо пересмотреть режим работы. К вышеперечисленному о месторасположении ресторана стоит добавить, что некоторые рестораны представлены в виде ресторанно-гостиничных комплексов, и постояльцы, проснувшись наверняка воспользуются такой услугой. Бесплатные газеты и журналы в качестве дополнения к завтраку положительно скажутся на количестве «ранних» гостей.

В заключение можно сказать следующее. Ввиду продолжающейся сложной экономической ситуации ресторанный бизнес в 2016 году не стал той сферой, где потребители хотят тратить деньги. Сегодня соотечественники предпочитают придержать накопленные средства до наступления лучших времен. Перспективы развития ресторанного бизнеса в России все же есть. Важным условием их реализации, однако, должно стать умение рестораторов адаптироваться к новым условиям сложившейся экономики. Те, кто проявят гибкость и способность внедрения новых дополнительных предложений, принципов работы и обслуживания клиентов, смогут с легкостью этот период миновать.

#### Список литературы

3. Поставщик актуальной информации рынка маркетинговых исследований (открытый доступ). – URL: <http://marketing.rbc.ru/> (Дата обращения 16.12.16 г.).
2. Web-сайт, Институт ресторанных технологий (открытый доступ) – URL: <http://www.reste.ru/consulting/razvitiye.html> / (Дата обращения 17.12.16 г.).
3. Web-сайт, мнения ведущих рестораторов столицы на тему ближайшего будущего ресторанного рынка (открытый доступ) URL: <http://restorator.chef.ru/itogi2015-restoratory> (Дата обращения 17.12.16 г.).

#### ОЦЕНКА ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ В РОССИИ

Шурупова Ю.Г., Радина О.И.

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства, филиал ДГТУ, Шахты, e-mail: yuliya.shurupova@mail.ru*

Важной особенностью рынка керамической плитки является то, что его динамика тесно взаимосвязана с динамикой строительного рынка, ростом отечественного производства, увеличением импорта,