

УДК 658.511.3

UDC 658.511.3

**АНАЛИЗ РЫНКА И МОДЕЛИРОВАНИЕ
БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ОРГАНИЗАЦИЙ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЙПОТРЕБСОЮЗА**

**MARKET ANALYSIS AND MODELING OF
BUSINESS PROCESSES OF PUBLIC CATER-
ING ORGANIZATIONS OF THE KRASNODAR
KRAJPOTREBSOJUZ**

Барановская Татьяна Петровна
д.э.н., профессор
*Кубанский государственный аграрный
университет, Краснодар, Россия*

Baranovskaya Tatyana Petrovna
Dr.Sci.Econ., professor
Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia

Першакова Татьяна Викторовна
д.э.н., профессор
*Краснодарский кооперативный институт
(филиал) Российского университета кооперации*

Pershakova Tatiana Viktorovna
Dr.Sci.Tech, professor
*Krasnodar Cooperative Institute (Branch) of Russian
University of Cooperation*

Вострокнутов Александр Евгеньевич
к.э.н., доцент

Vostroknutov Alexander Evgenievich
Cand.Econ.Sci., associate professor of the Department
of engineering and technological disciplines and ser-
vice

Грубич Татьяна Юрьевна
старший преподаватель
*Кубанский государственный аграрный
университет, Краснодар, Россия*

Grubich Tatiana Yurievna
senior lecturer
Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia

В статье проведен анализ рынка общественного питания Российской Федерации Краснодарского края. Определена роль организаций общественного питания в совокупном объеме деятельности Краснодарского крайпотребсоюза и в показателях социально-экономического развития Краснодарского края. Проведено моделирование бизнес-процессов организаций общественного питания. Выявлены недостатки в организации бизнес-процессов и предложены дальнейшие пути изучения выявленных недостатков

In the article we present the analysis of the market of public catering of the Russian Federation, the Krasnodar region. The role of public catering organizations in the total volume of activity of Krasnodar Krajpotrebsojuz and the terms of socio-economic development of the Krasnodar region has been shown? As well as the modeling of business processes of public catering organizations. We have also revealed shortcomings in the organization of business processes and suggested ways of further studying of identified deficiencies

Ключевые слова: РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ, АНАЛИЗ, МОДЕЛИРОВАНИЕ, БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КО-ОПЕРАЦИЯ

Keywords: MARKET OF PUBLIC CATERING, ANALYSIS, MODELING, BUSINESS PROCESSES, CONSUMER COOPERATION

Общественное питание является одной из отраслей, которая направлена на удовлетворение потребностей населения. Сфера общественного питания включает в себя организационные формы питания населения, осуществляемые предприятиями, для которых общественное питание выступает в качестве вспомогательного вида деятельности. Под отраслью общественного питания понимается совокупность предприятий питания,

для которых общественное питание является основным видом деятельности.

Общественное питание – это специфическая подсистема (отрасль) экономики, создающая в процессе своего функционирования новые потребительские блага в форме продуктов питания и реализующая их в процессе производства продукции и обслуживания потребителей [1].

В Российском законодательстве понятия «предприятие общественного питания» и «услуга общественного питания» определены в Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности (ОКВЭД) ОК 029-2001, введенном в действие с 1 января 2003 года [2].

Согласно ГОСТ Р 50647-2010 «Услуги общественного питания. Термины и определения», предприятие общественного питания – объект хозяйственной деятельности, предназначенный для изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и покупных товаров как на месте изготовления, так вне его по заказам, а также для оказания разнообразных дополнительных услуг, в том числе организации досуга потребителей [3].

На сегодняшний день большое количество организаций, индивидуальных и частных предприятий, занимающихся оказанием услуг общественного питания, различаются между собой по типам, размерам и видам оказываемых услуг.

В соответствии с ГОСТ Р 50647-2010, установлена следующая классификация типов предприятий общественного питания:

– ресторан – предприятие питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с широким ассортиментом блюд сложного изготовления, включая фирменные блюда и изделия, алкогольных, прохладительных, горячих и других видов напитков, кондитерских, хлебобулочных изделий, покупных товаров;

– бар – предприятие питания, оборудованное барной стойкой и реализующее в зависимости от специализации алкогольные и безалкогольные напитки, горячие и прохладительные напитки, блюда, холодные и горячие закуски в ограниченном ассортименте, покупные товары;

– кафе – предприятие питания, предоставляющее потребителю услуги по организации питания и досуга или без досуга, с предоставлением ограниченного, по сравнению с рестораном, ассортимента продукции и услуг, реализующее фирменные, заказные блюда, кондитерские и хлебобулочные изделия, алкогольные и безалкогольные напитки, покупные товары;

– столовая – предприятие общественного питания, общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей, производящее или реализующее блюда или кулинарные изделия в соответствии с разнообразным по дням недели меню;

– закусочная – предприятие питания с ограниченным ассортиментом блюд и изделий несложного приготовления и предназначенное для быстрого обслуживания потребителей с возможной реализацией алкогольных напитков, покупных товаров.

Предприятия общественного питания сегментируют по размеру среднего чека. В соответствии с этим делением на рынке присутствует пять основных сегментов (табл. 1) [5].

Таблица 1 – Сегментирование предприятий общественного питания по средней стоимости посещения (размеру среднего чека)

Тип ресторана	Сегмент отрасли	Средняя стоимость посещения, руб.
Сетевой	Street Food («уличное» питание)	100
	Fast Food (ресторан «быстрого» питания)	250
	Quick&Casual, Fast Casual (ресторан среднего сегмента)	600
Индивидуальный	Casual Dining (ресторан демократичного типа)	500–1000
	Fine Dining (ресторан высокого класса)	свыше 1000

В последнее время популярность приобретают специфичные типы заведений общественного питания – кофейни, суши-бары. Новым форматом общественного питания является кейтеринг (или корпоративное питание) – это организация питания в офисах, бизнес-центрах, на предприятиях, а также на транспорте. Формат предполагает доставку обедов в одноразовой посуде в термоконтейнерах.

В структуре сетевого сегмента наибольшую долю по количеству заведений занимают предприятия низкого ценового сегмента Street Food и Fast Food – 39 % и 30 % соответственно, демократичному ценовому сегменту Quick&Casual / Fast Casual принадлежит 31 % рынка (рис. 1) [5].

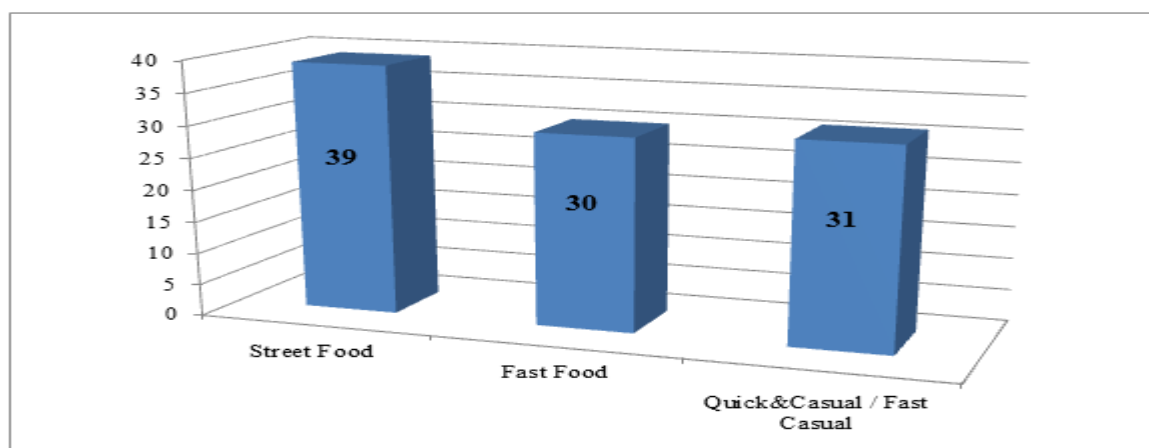


Рисунок 1. Структура сетевого сегмента организаций общественного питания

По итогам исследования рынка общественного питания в России, проведенного в 2013 году маркетинговым агентством РБК.research (Департамент консалтинга РБК), были получены следующие результаты:

1. Только лишь 49,8 % респондентов предпочитают кафе, бары, рестораны в качестве мест проведения досуга.
2. Ежегодные темпы роста российского общепита не превышают 6–7 %. Снижение темпов развития служат подтверждением сокращения

темпов развития российской экономики, обусловленное, в первую очередь, нестабильностью мировой экономической конъюнктуры.

3. Динамика оборота общественного питания в 2004–2013 гг. (рис. 2).

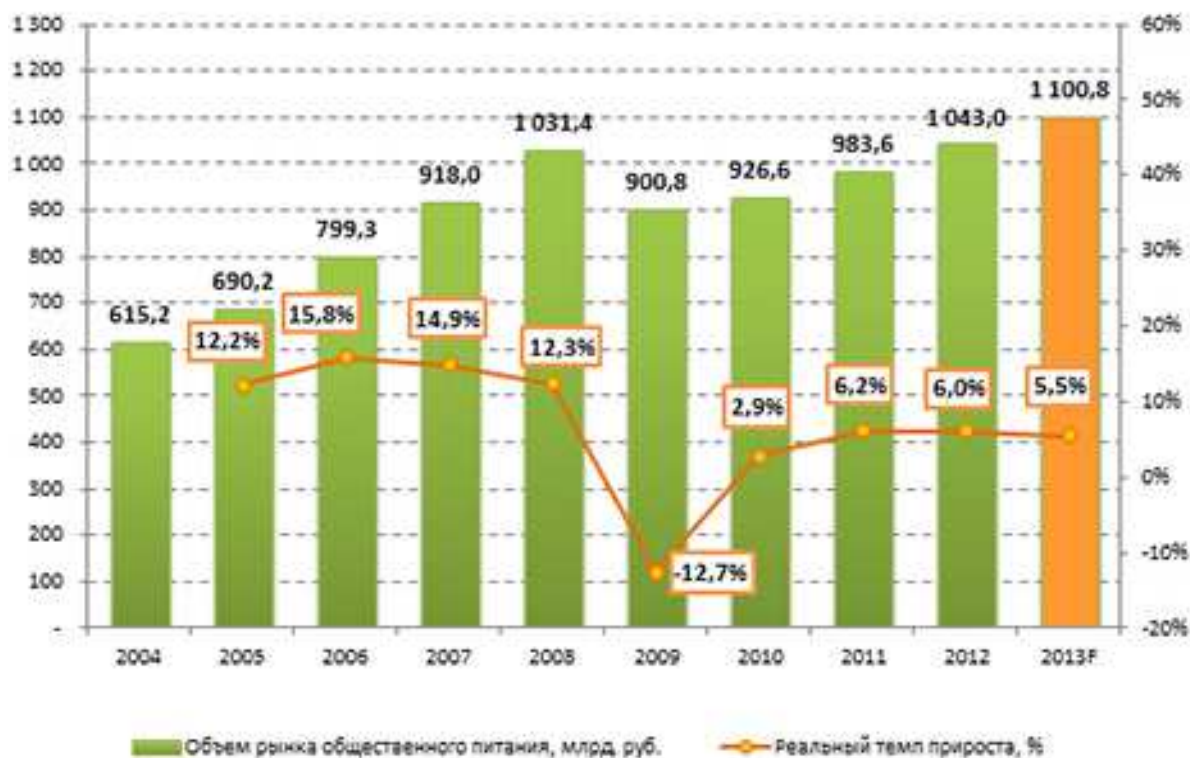


Рисунок 2. Динамика оборота общественного питания

Оборот рынка общественного питания в 2012 году превысил показатель докризисного периода (2008 года), что говорит о реальном росте рынка.

Тем не менее, темпы роста существенно отстают от прежних показателей. До 2008 года рынок демонстрировал реальный рост на уровне 12–15 %, сейчас же оборот рынка возрастает на 5–6 % ежегодно.

4. С 1998 по 2013 гг. возросло количество международных сетей общественного питания, работающих на российском рынке (рис. 3).

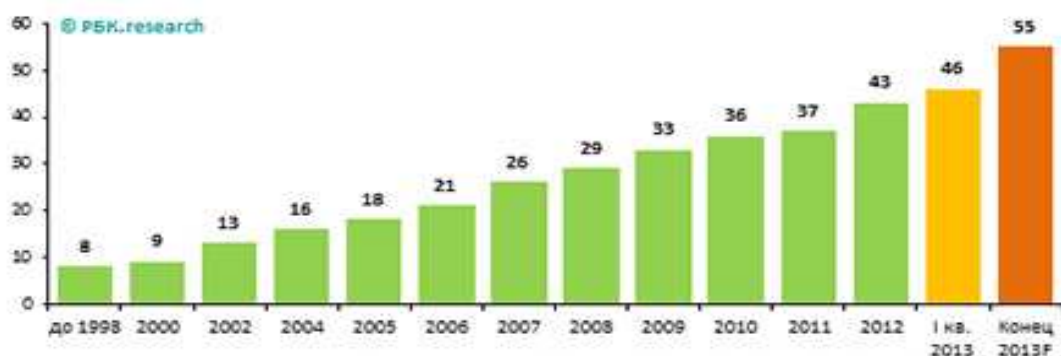


Рисунок 3. Количество международных сетей общественного питания, работающих на российском рынке в 1998–2013 гг., шт.

За I квартал 2012 года – I квартал 2013 года в Россию пришли «Quiznos», кафе-пекарни «Auntie Anne’s», лапшичные «Marugame Seimen», кафе-кондитерские «PAUL» и рестораны «Jamie’s Italian», развиваемые холдингом «Ginza Project», а также «Moe’s Гриль», «Chili’s», «Lavazza Expression», «Buddha Bar» и «Sicaffe». Заинтересована в выходе на отечественный рынок американская сеть семейных ресторанов «The Cheesecake Factory».

5. По данным УК «Финам Менеджмент», в 2012 году объем рынка общественного питания РФ превысил 1 трлн руб. Планируется прирост – 12–13 % ежегодно, и к 2017 году объем оборотов общепита должен приблизиться к 2 трлн руб.

6. Незрелость российского рынка подтверждается и низкой долей сетевых заведений. Их доля в общем объеме сетевых заведений не превышает 15 %.

7. За I квартал 2012 года – I квартал 2013 годы были открыты свыше 500 новых сетевых ресторанов. Среди крупных региональных городов, показавших действительно высокие показатели роста, следует выделить Ульяновск, Сургут, Ярославль, Рязань, Краснодар, Калугу (рис. 4).

8. Российский рынок общественного питания не насыщен, о чем говорит объем рынка, количество сетевых заведений и другие показатели.

9. Сетевые заведения общественного питания наиболее активно развиваются в городах-миллионерах, однако в ближайшем будущем основное развитие рынка сместится в регионы.

10. Основные тренды рынка общепита: стремления россиян питаться правильно; разнообразить свое меню; усиление роли социальных медиа как канала продвижения.

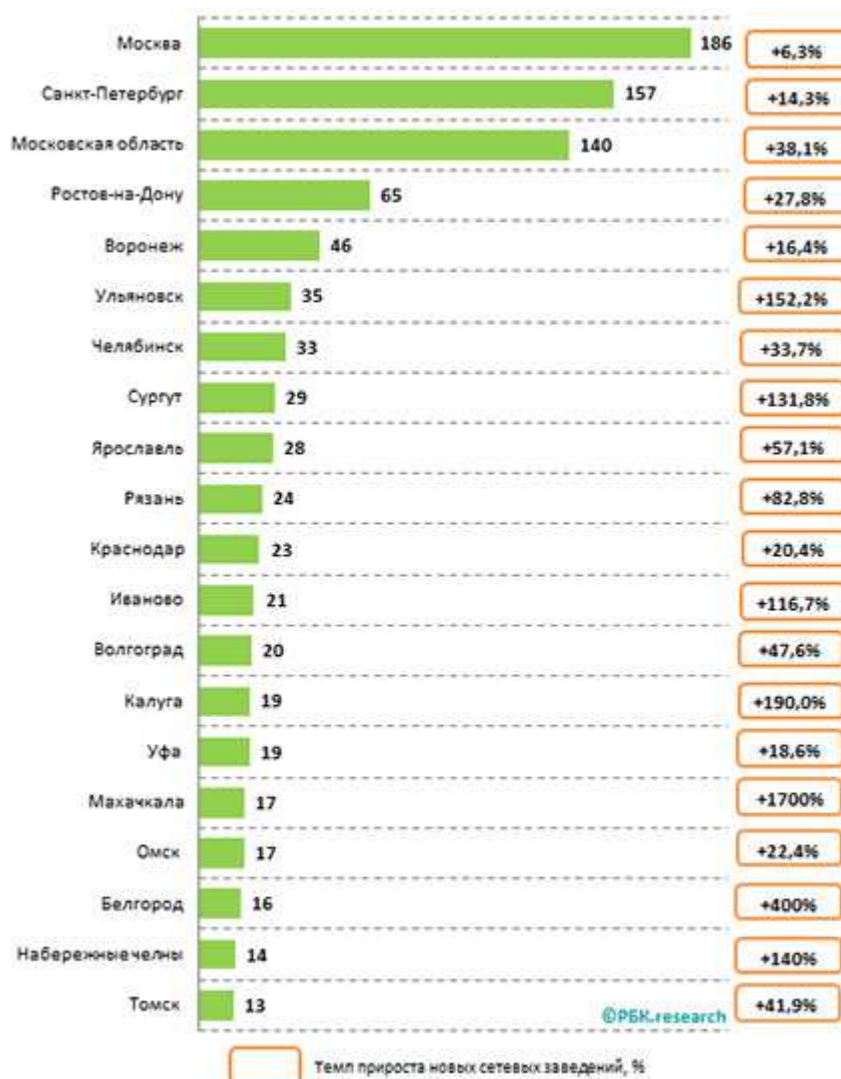


Рисунок 4. Число новых сетевых заведений (открывшихся или ставших сетевыми) в крупнейших городах России за I квартал 2012 года – I квартал 2013 года, шт.

В Краснодарском крае темп роста общественного питания в 2013 году составил 102,4 % против 104,7 % годом ранее. Объем оборота данного показателя составил 19,6 млрд руб.

Доля потребительской кооперации Краснодарского края в общем объеме оборота розничной торговли составляет 538 399 тыс. руб., или 2,7 %. Показатели оборота общественного питания в общей структуре совокупного объема деятельности Краснодарского крайпотребсоюза в 2013 году составили 7,6 %.

Согласно Концепции развития потребительской кооперации до 2015 года (далее – Концепция), организация общественного питания и оказания бытовых и социальных услуг населению является одним из основных направлений деятельности потребительской кооперации, имеющих большое социальное значение [6].

Основные задачи развития системы общественного питания и бытового обслуживания:

1. Создание сетей общественного питания и оптимизация формата предприятий общественного питания в соответствии с тенденциями современного рынка.

2. Развитие отдельных предприятий общественного питания, имеющих эксклюзивные особенности, не характерные для других организаций общественного питания.

3. Развитие производства кулинарных, кондитерских, хлебобулочных изделий и полуфабрикатов на базе объектов общественного питания потребительской кооперации. Расширение рынков сбыта продукции за счёт реализации через кооперативные и иные розничные сети.

4. Оптимизация перечня предоставляемых населению услуг по следующим критериям: комплексность, востребованность, эксклюзивность (возможное предоставление услуг, не предоставляемых другими субъектами), рентабельность и конкурентоспособность.

5. Приближение услуг к населению и налаживание обратной связи с населением, организация мониторинга потребностей.

6. Системное кадровое обеспечение общественного питания и сферы услуг.

В 2013 году Краснодарским крайпотребсоюзом особое внимание было уделено вопросам модернизации и развития материально-технической базы предприятий торговли и общественного питания. За этот период инвестиции в развитие этих отраслей составили около 90 миллионов рублей, в том числе 10 миллионов рублей – на автоматизацию торговых объектов. На 10 предприятиях общественного питания системы проведены реконструкция и обновление интерьеров торговых залов, в связи с чем, оборот в них увеличился на 30–50 %. В отрасли в настоящее время 14 автоматизированных предприятий питания, из них на трех автоматизация внедрена в 2013 году [7]. В таблице 2 представлены данные по обороту общественного питания Краснодарского крайпотребсоюза.

Таблица 2 – Оборот общественного питания Краснодарского крайпотребсоюза, 2009–2013 гг.*

Годы	Ед. измерения	Объемы оборота общественного питания
2009 год	млн рублей	455,8
	% к соответствующему периоду прошлого года	96,0
2010 год	млн рублей	535,6
	% к соответствующему периоду прошлого года	118,0
2011 год	млн рублей	524,0
	% к соответствующему периоду прошлого года	98,0
2012 год	млн рублей	542,6
	% к соответствующему периоду прошлого года	104,0
2013 год	млн рублей	538,3
	% к соответствующему периоду прошлого года	99,0

* составлена авторами по данным Краснодарского крайпотребсоюза.

Анализ приведенных данных позволяет сделать вывод о том, что темпы роста оборота общественного питания Краснодарского крайпотребсоюза значительно ниже общероссийских показателей. Можно сделать вывод о том, что темпы роста показателей оборота общественного питания не

стабильны. В период с 2009 по 2013 гг. наблюдались усиление и замедление темпов роста данного показателя.

Из приведенного выше анализа рынка отрасли общественного питания видно, что ежегодно увеличивается количество организаций предоставляющих услуги быстрого питания. Организациям потребительской кооперации необходимо конкурировать с известными брендами, такими как McDonalds, KFC, Ёха-пицца, Жар-пицца, Сбарро, Любо-Дорого, Ростикс и другими. Для того чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке, необходимо повысить качество оказываемых услуг, назначать конкурентные цены, предоставлять широкий ассортимент продукции и т.д. Для оказания новых услуг или усовершенствования имеющихся процессов оказания услуг организациям общественного питания необходимо иметь организационную структуру управления, соответствующую высоким темпам развития отрасли и способную, при необходимости, перестроить или усовершенствовать имеющиеся бизнес-процессы.

Для проведения мероприятий по усовершенствованию бизнес-процессов организаций общественного питания Краснодарского крайпотребсоюза необходимо проанализировать существующие бизнес-процессы организации посредством моделирования.

Рассмотрим модель AS-IS («КАК ЕСТЬ») деятельности организации общественного питания Краснодарского крайпотребсоюза и определим фактические и номинальные возможности бизнес-процессов организации.

На предприятиях общественного питания осуществляются следующие процессы:

- управления;
- производства кулинарной продукции;
- организации обслуживания;
- реализации покупных товаров;
- материально-технического обеспечения;

– маркетинга.

Процесс управления включает действия, обеспечивающие оптимальное использование материальных финансовых и трудовых ресурсов. Основные функции управления: технико-экономическое планирование, техническая, технологическая, юридическая подготовка деятельности; учет и финансовая деятельность; экономический анализ производственно-финансовой деятельности.

Процесс производства кулинарной продукции включает последовательные операции по механической и тепловой кулинарной обработке продуктов (рис. 5).

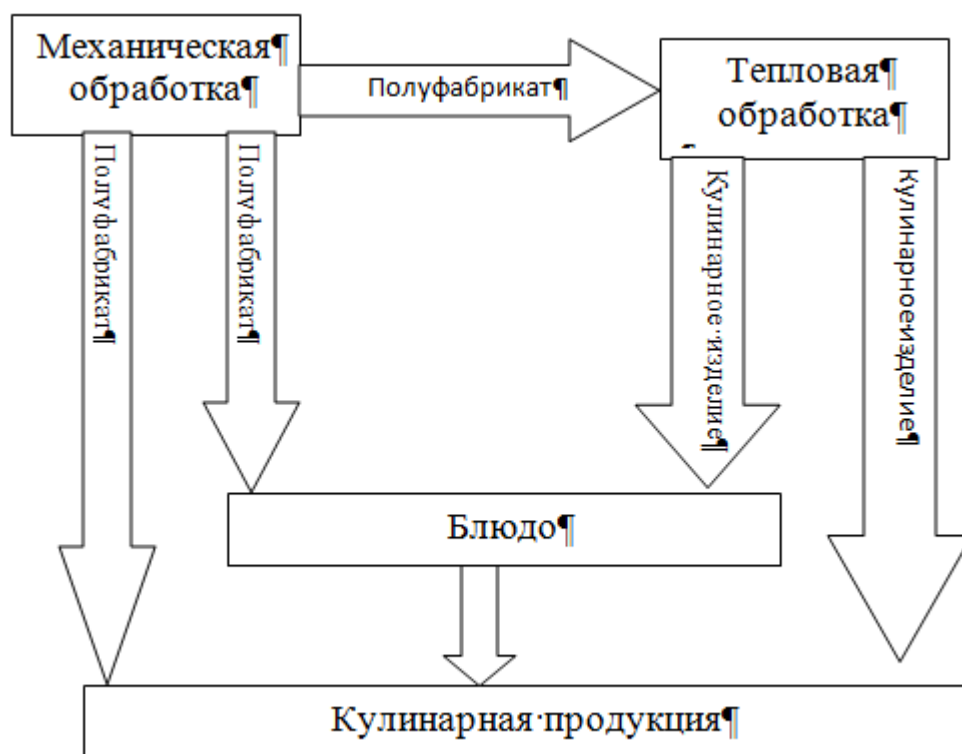


Рисунок 5. Процесс производства кулинарной продукции

На первом этапе технологического процесса производится механическая обработка сырья. На этой стадии сырье сортируется, моется, очищается. В результате производится полуфабрикат.

На следующем этапе полуфабрикат или сразу используется для производства кулинарной продукции, или подвергается тепловой кулинарной обработке – варке, тушению, бланшированию, припусканию, запеканию, жарке. В результате получается кулинарное изделие. Для получения готового блюда кулинарные изделия порционируют, оформляют и отпускают потребителю.

Кулинарная продукция включает следующие составляющие – кулинарные полуфабрикаты, кулинарные изделия, готовые блюда.

Процесс организации обслуживания – совокупность операций, выполняемых при непосредственном контакте с потребителем услуг при реализации кулинарной продукции и организации досуга. Данный процесс включает следующие составляющие:

- организация и контроль подготовки предприятия к приему потребителей: уборка торговых помещений; расстановка мебели; получение и подготовка посуды, приборов и столового белья; размещение посуды и необходимого инвентаря за барной стойкой; предварительная сервировка столов; подготовка персонала к обслуживанию;

- организация и контроль основного процесса обслуживания: встреча и размещение гостей, прием и оформление заказа, работа сомелье, передача заказа на производство, подача блюд, расчет с клиентами;

- организации досуга посетителей (музыкальное обслуживание, проведение программ варьете и видеопрограмм, предоставление газет, журналов, бильярда);

- организация информационно-консультативных услуг (консультации в диетических отделениях и столовых, проведение мастер-классов);

- прочие виды услуг (прокат посуды, приборов, инвентаря; упаковку блюд и изделий; предоставление телефонной связи; хранение личных вещей; вызов такси; парковку автомашин клиентов).

Процесс реализации покупных товаров включает продажу табачной, алкогольной, сувенирной продукции.

Материально-техническое обеспечение предприятия общественного питания включает процессы:

- снабжения сырьем, полуфабрикатами, покупными товарами, оборудованием, инвентарем в необходимом количестве и ассортименте для обеспечения выпуска кулинарной продукции и товарооборота;
- обеспечение эффективного функционирования основного и вспомогательного оборудования, транспортных средств, энергетических и холодильных систем, техническое обслуживание и ремонт.

Процессы маркетинга предприятия общественного питания включают следующие составляющие:

- организация реализации продукции и товародвижения; формирование спроса и стимулирование сбыта;
- формирование ценовой политики;
- анализ рынка (изучение рынка, разделение и выделение предпочтительных участков рынка, изучение товара, изучение запросов и поведения потребителей);
- организация производства новой продукции; управление качеством и конкурентоспособностью продукции.

На рисунке 6 представлена структура предприятия общественного питания.

В таблице 3 приведено распределение структурных подразделений предприятия общественного питания в соответствии с основными процессами.

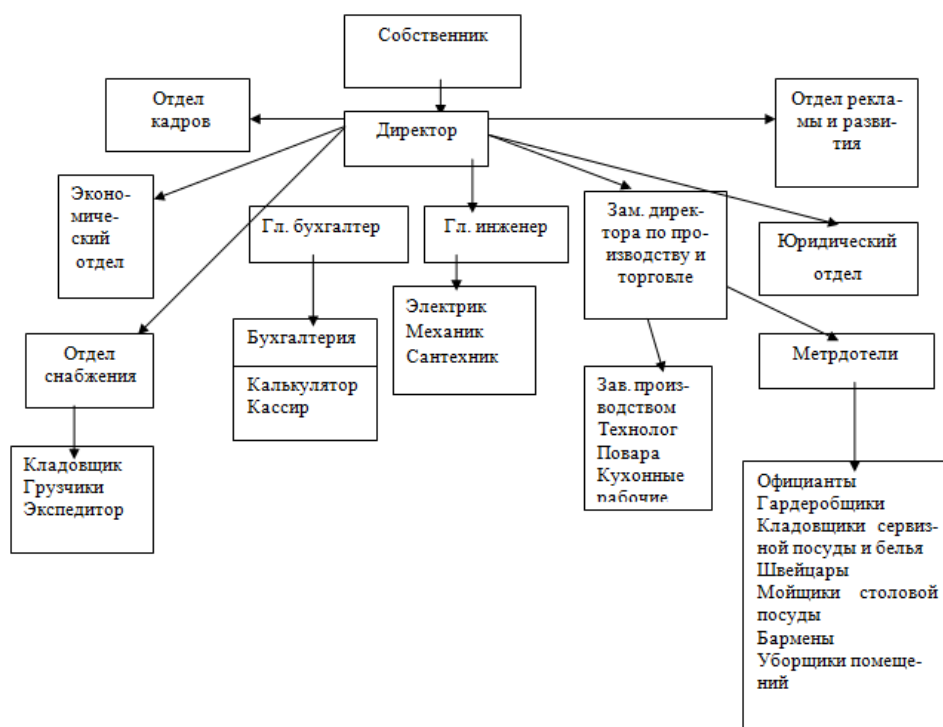


Рисунок 6. Структура предприятия общественного питания

Таблица 3 – Структурные подразделения предприятия общественного питания

№ п/п	Процесс	Структурное подразделение и/или должность
1	Производства кулинарной продукции	Зам. директора по производству и торговле, Зав. производством, Технолог, Повара, Кухонные рабочие
2	Организации обслуживания	Зам. директора по производству и торговле, Метродотели, Официанты, Гардеробщики, Кладовщики сервисной посуды и белья, Швейцары, Мойщики столовой посуды, Бармены, Уборщики помещений
3	Реализации покупных товаров	Зам. директора по производству и торговле
4	Материально-технического обеспечения	Отдел снабжения, Кладовщик, Грузчики, Экспедиторы, Главный инженер, Электрик, Механик, Сантехник, Плотник
5	Управления	Директор, Главный бухгалтер, Юридический, Отдел кадров, Бухгалтерия
6	Маркетинга	Отдел рекламы и развития

Моделирование бизнес-процессов будем проводить при использовании CASE-средства AllFusion Process Modeler [8]. На рисунке 7 представлена TOP-диаграмма деятельности организации общественного питания Краснодарского крайпотребсоюза.

TOP-диаграмма позволяет представить деятельности организации в виде модели «черного ящика». Входной информацией модели являются сырье, заказчики, поставщики материалов и оборудования. Выходная информация: готовая продукция на реализацию во внешнюю сеть, заявки на заказ сырья, расчет с поставщиками, обслуженные заказчики, налоговая отчетность. Механизмы деятельности организации – это материально-техническое обеспечение и сотрудники. Управляющее воздействие оказывают нормативные документы Российской Федерации и Краснодарского края.

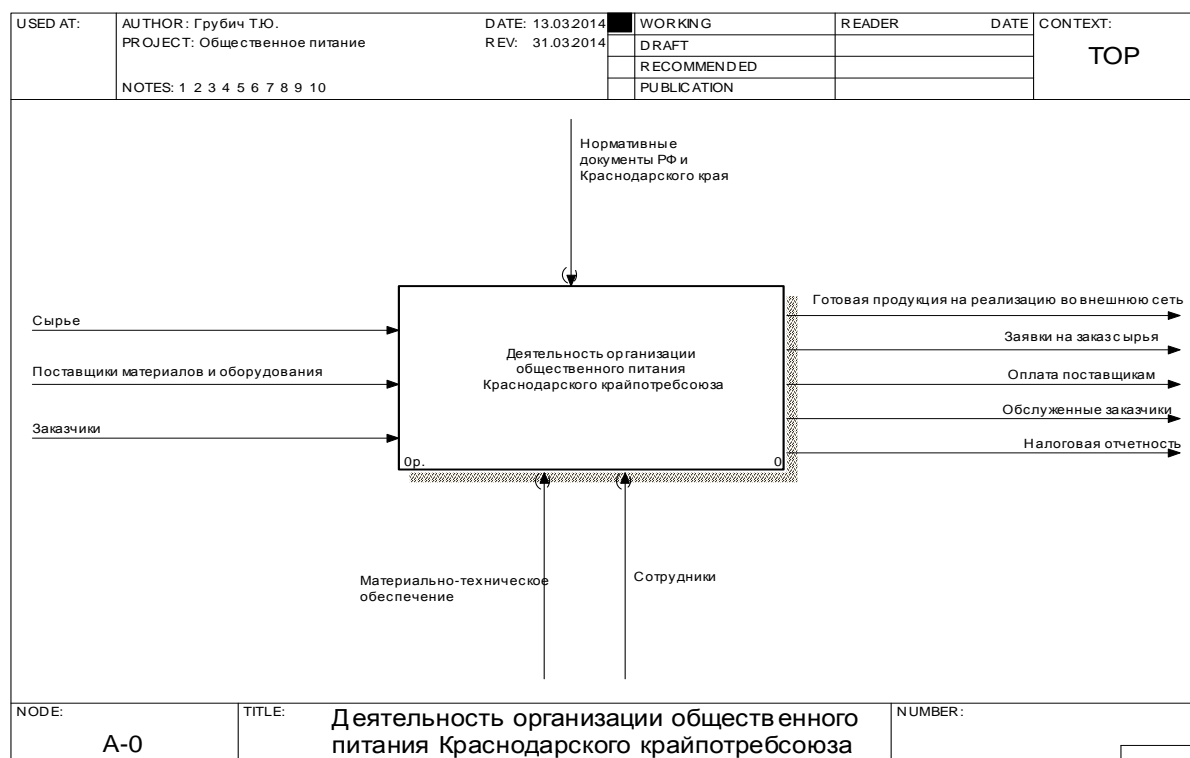


Рисунок 7. TOP-диаграмма «Деятельность организации общественного питания Краснодарского крайпотребсоюза»

На рисунке 8 представлена декомпозиция «А0 Деятельность организации общественного питания Краснодарского крайпотребсоюза».

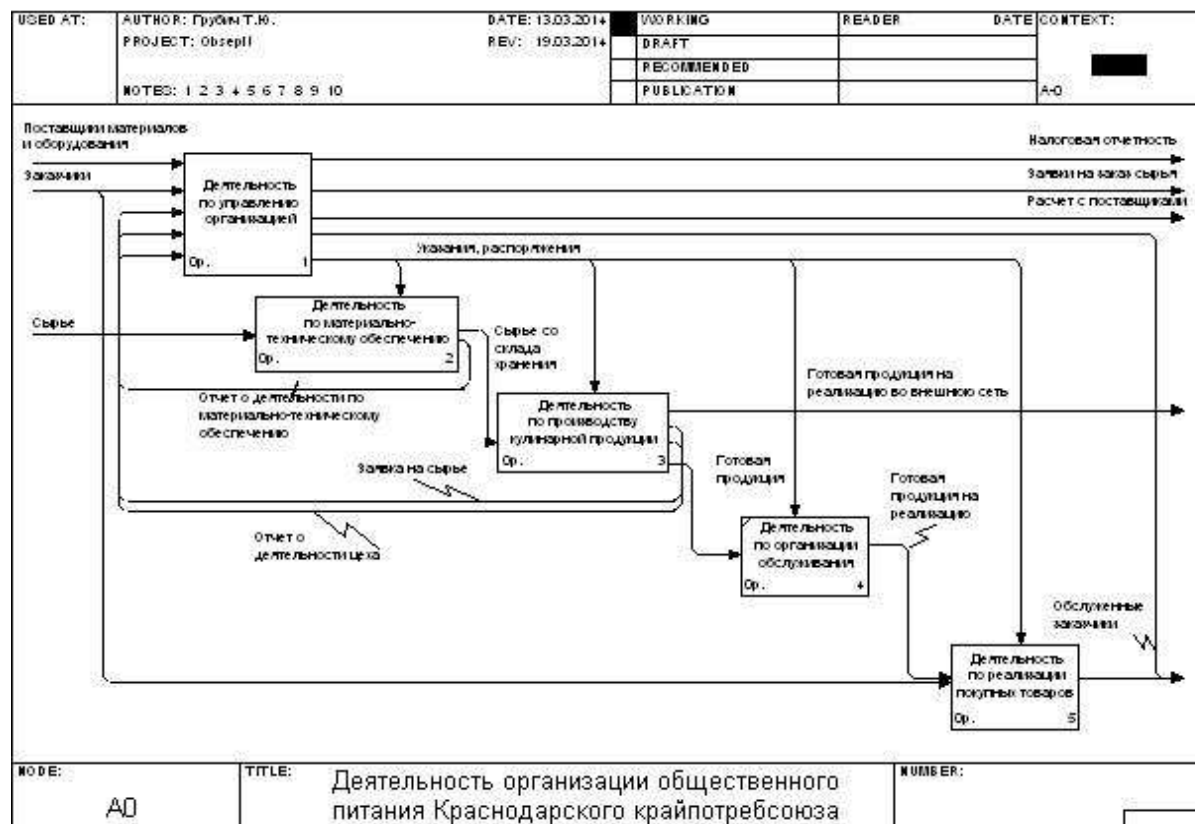


Рисунок 8. Диаграмма «А0 Деятельность организации общественного питания Краснодарского крайпотребсоюза»

Деятельность организации общественного питания детализирована на пять процессов: деятельность по управлению организацией, деятельность по материально-техническому обеспечению, деятельность по производству кулинарной продукции, деятельность по организации обслуживания и деятельность по реализации покупных товаров. Данная детализация отражает все процессы организации, протекающие в настоящее время. При такой организации бизнес-процессов в модели четко прослеживаются процессы управления и производства продукции. Процессы развития и обеспечения бизнес-процессов имеют место в деятельности организации, но проследить их достаточно сложно, т.к. они являются частью процессов управления и производства продукции.

На рисунке 9 представлена диаграмма декомпозиции «А1 Деятельность по управлению организацией».



Рисунок 9. Диаграмма декомпозиции «А1 Деятельность по управлению организацией»

В управлении деятельностью организации можно выделить две составляющие: административный аппарат и отдела маркетинга, отдел бухгалтерии. В административный аппарат входят: директор, юридический, отдел кадров, отдел маркетинга. Отдел бухгалтерии имеет штат бухгалтеров, осуществляющих ведение учета в организации общественного питания.

Административный аппарат осуществляет работу с заказчиками, поставщиками – заключаются договоры, осуществляется контроль за его исполнением со стороны отделов предприятия, а также принимает поступающие от подразделений заявки на приобретение необходимых материалов,

сырья. Из отдела бухгалтерии поступают сверенные со счетами организации отчеты о деятельности из структурных подразделений. В административном аппарате происходит принятие управленческих решений, которые являются управляющим воздействием для функционирования остальных структурных подразделений.

В отдел бухгалтерии поступают платежные документы (накладные, чеки, счета и др.). Выходами процесса являются оплата поставщикам, заявки на приобретение сырья, налоговая отчетность.

В модели довольно условно обозначены документы, связанные с заказом сырья, материалов и услуг. В данное понятие включаются такие документы, как сметы, накладные, акты и др.

На рисунке 10 представлена диаграмма декомпозиции «А2 Деятельность по материально-техническому обеспечению».

Деятельность по материально-техническому обеспечению представлена двумя процессами: прием сырья и хранение сырья. Прием сырья выполняет кладовщик или другое материально-ответственное лицо (заведующий производством, бригадир и др.). Задачей кладовщика на данном этапе является проверка качества и количества поступающего сырья, его соответствия сопроводительным документам.

Количественный прием заключается в проверке количества штучных товаров и взвешивании весовых товаров. Для этого загрузочная оборудуется весами. Принятое сырье кладовщик направляет в складские помещения для последующего хранения.

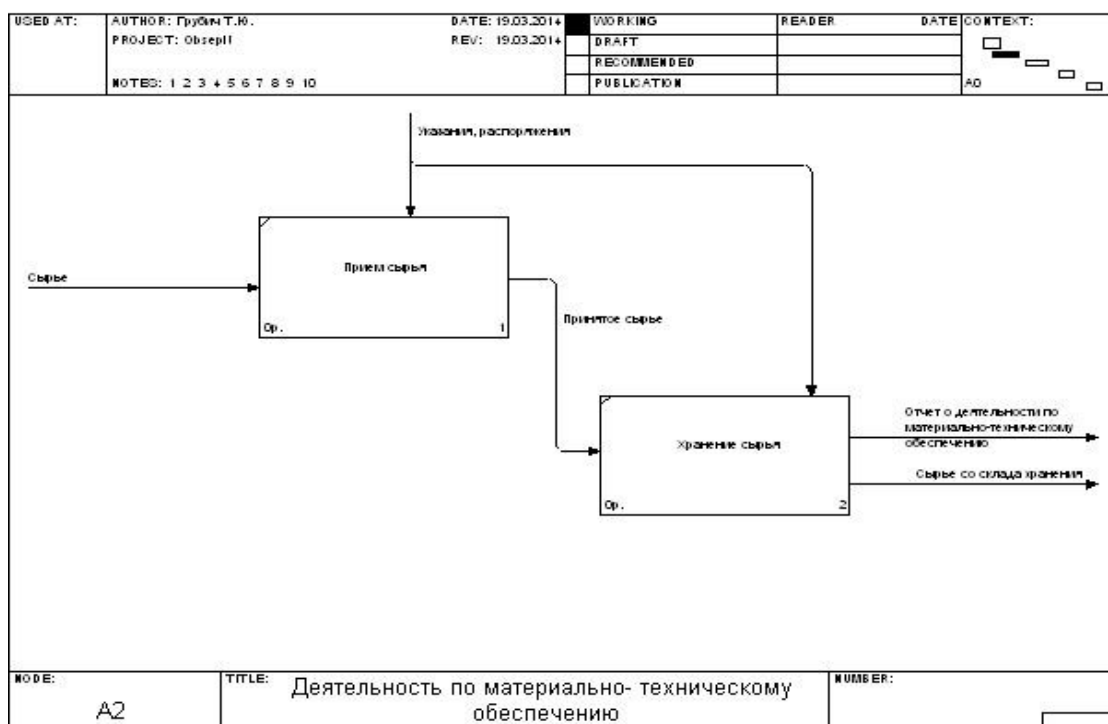


Рисунок 10. Диаграмма декомпозиции «A2 Деятельность по материально-техническому обеспечению»

Различные продукты, обладая разными физико-химическими свойствами, требуют неодинаковых условий хранения. С учетом этого на предприятиях предусматриваются охлаждаемые камеры и неохлаждаемые кладовые. Количество складских помещений зависит от производственной мощности предприятия.

Кладовщик, размещая продукты в складских помещениях, обязан соблюдать правило товарного соседства и обеспечивать сохранность продуктов и очередность их отпуска на производство.

На рисунке 11 представлена диаграмма декомпозиции «A5 Деятельность по реализации покупных товаров».



Рисунок 11. Диаграмма декомпозиции «A5 Деятельность по реализации покупных товаров»

Данная деятельность основана на обслуживании клиентов: прием заказа и передача готового заказа заказчику.

Заказчики в модели деятельности организации общественного питания являются условным обозначением. Под заказчиками понимаются лица, осуществляющие штучные заказы и обслуживаемые в торговом зале, и лица, заключающие договор на разовую или многократную оптовую покупку продукции организации.

На рисунке 12 представлена диаграмма декомпозиции «A3.1 Подготовка сырья, полуфабрикатов». Детализация сделана с использованием методики DFD и представляет собой процесс подготовки сырья и полуфабрикатов для приготовления продукции организации.

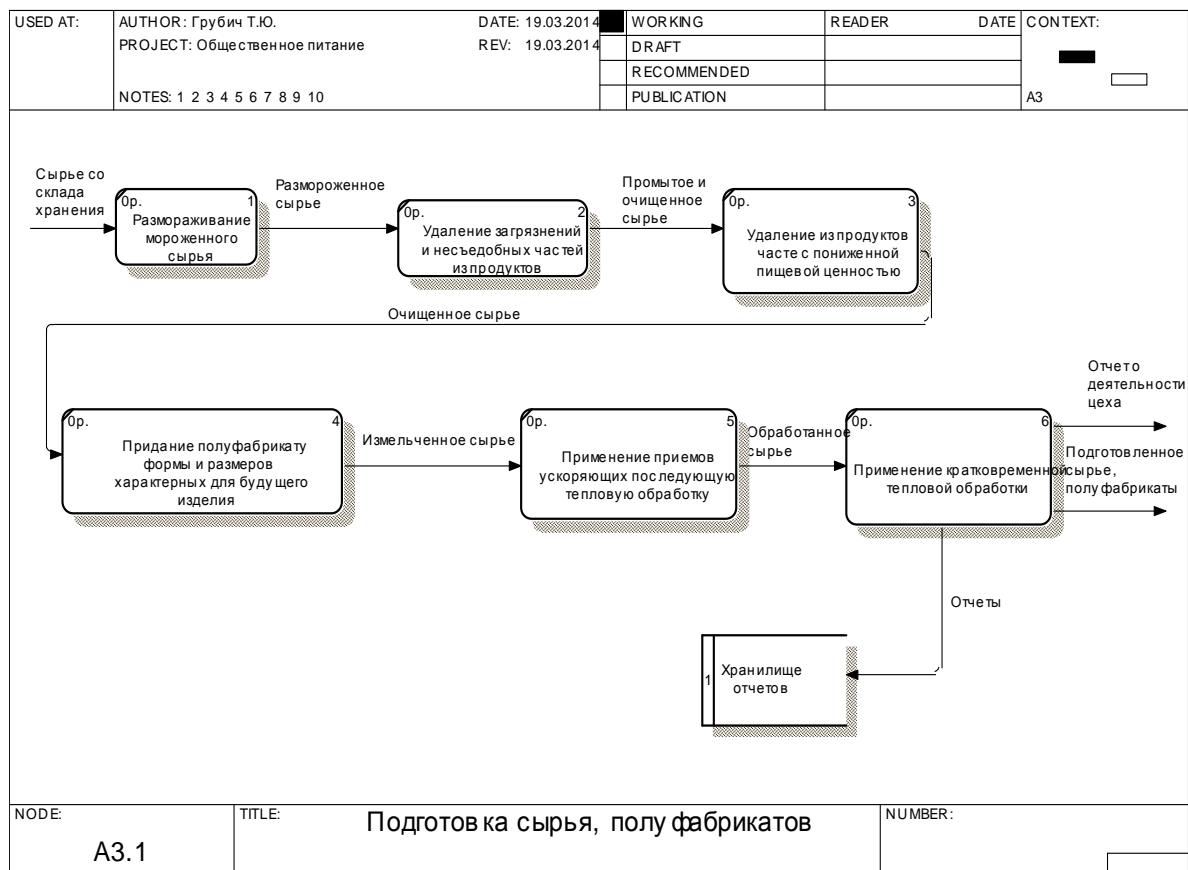


Рисунок 12. Диаграмма декомпозиции «А3.1 Подготовка сырья, полуфабрикатов»

Можно выделить задачи и приемы их решения, которые стоят перед организацией в процессе подготовки сырья и полуфабрикатов (табл. 4).

Таблица 4 – Задачи и приемы их решения на этапе приготовления полуфабрикатов

Задачи	Приемы
Размораживание мороженого сырья	Медленное, быстрое, ускоренное размораживание
Удаление загрязнений и несъедобных частей из продуктов	Промывание, очистка овощей, переборка или просеивание круп, ощипывание или опаливание птицы и рыбы, зачистка мяса, обработка субпродуктов, вымачивание соленых мяса, рыбы
Удаление из продуктов частей с пониженной пищевой ценностью	Обвалка и зачистка мяса, очистка рыбы от чешуи, потрошение птицы и рыбы, разделка рыбы на филе, отделение и зачистка филе птицы

Продолжение таблицы 4

Задачи	Приемы
Придание полуфабрикату размеров, формы и состояния, характерных для будущего изделия	Нарезание, измельчение на мясорубке, протираание, добавление к измельченному мясу, рыбе наполнителей, перемешивание, выбивание масс, взбивание, формовка изделий из измельченных масс, панирование полуфабрикатов
Применение приемов, ускоряющих последующую тепловую обработку	Отбивание, маринование, обработка ферментами, замачивание бобовых и перловой крупы
Применение кратковременной тепловой обработки	Ошпаривание осетровой рыбы, бланширование овощей, пассерование (кратковременное прогревание с жиром) овощей, томатного пюре, муки (ее можно пассеровать и без жира)

На рисунке 13 представлена диаграмма декомпозиции «А3.2.1 Приготовление готовой продукции».

Диаграмма построена в методике IDEF3 и позволяет просмотреть весь процесс приготовления готовой продукции. Полуфабрикаты проходят процесс тепловой обработки – влажный или сухой нагрев – затем происходит завершение процесса приготовления и передача готовой продукции на реализацию.

В построенной модели AS-IS «Деятельность организации общественного питания Краснодарского крайпотребсоюза» не представляется возможным четко определить все типы бизнес-процессов организации и информационные потоки, сопровождающие данные процессы.

Обращаясь к международной классификации бизнес-процессов, обратим внимание на потенциал, заложенный в бизнес-процессы и реализацию номинального потенциала в организациях общественного питания на сегодняшний день (табл. 5).

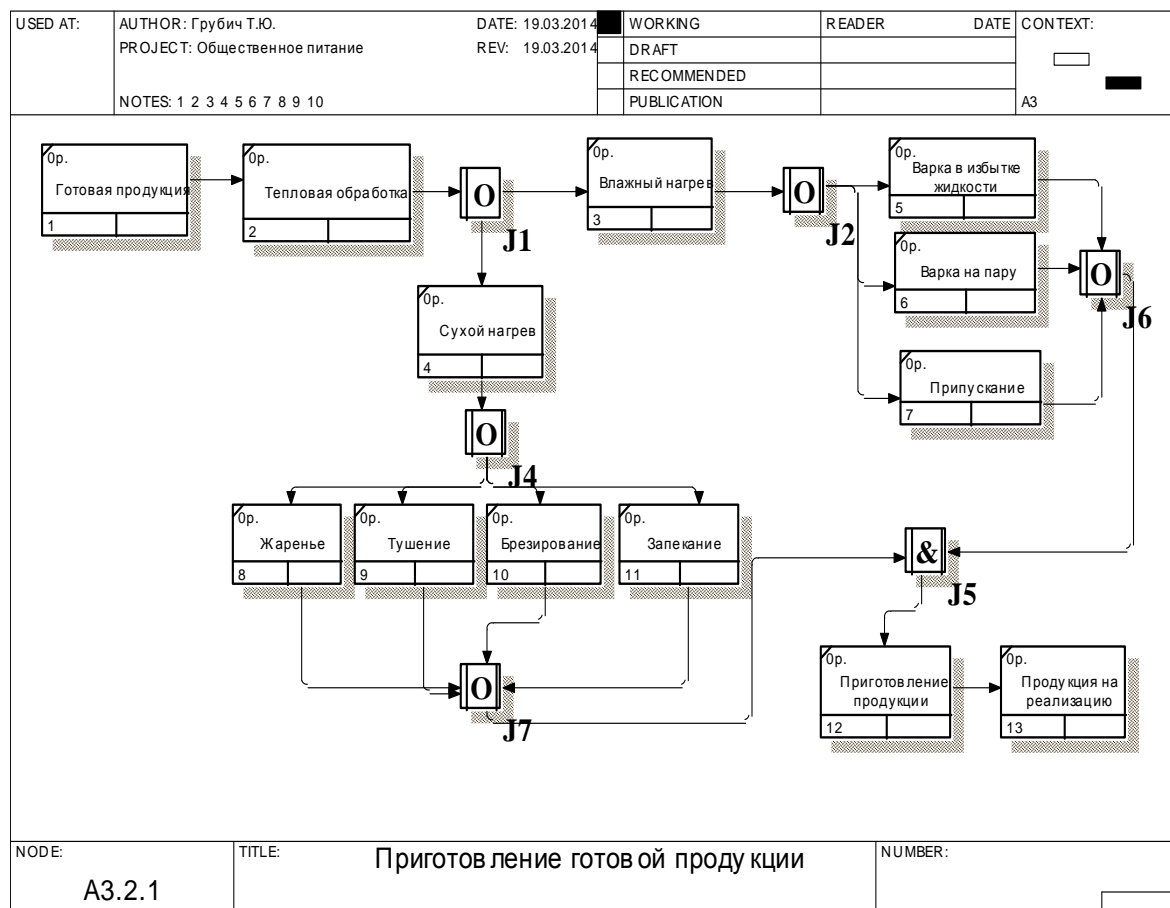


Рисунок 13. Диаграмма декомпозиции «A3.2.1 Приготовление готовой продукции»

Таблица 5 – Категории бизнес-процессов организаций общественного питания Краснодарского крайпотребсоюза

№ п/п	Категории процессов	Вид процесса	Степень использования возможностей процесса
1	Разработка концепции и видения	управление	частично
2	Разработка и управление продуктами и услугами	развитие	частично
3	Продажа продуктов и услуг	основной	частично
4	Доставка продуктов и услуг	обеспечивающий	частично
5	Управление и клиентов	управление	частично
6	Формирование и управление человеческим капиталом	управление	частично
7	Управление финансовыми ресурсами	управление	частично
8	Приобретение, строительство и управление имуществом	развитие	частично

Из таблицы 5 видно, что из двенадцати категорий бизнес-процессов, предложенных международной классификацией, в организациях общественного питания используются только восемь. Причем все бизнес-процессы лишь частично используют свой номинальный потенциал.

Отрасль общественного питания развивается стремительными темпами, но на рынок выходит много иностранных компаний. Организации общественного питания Краснодарского крайпотребсоюза, имея потенциал для развития, все же не достигают уровня объемов продаж, позволяющих занимать лидирующие позиции на рынке. В связи с чем, предлагается рассмотреть систему управления данными организациями, а также построить модель ТО-ВЕ и использовать процессный подход и международную классификацию бизнес-процессов и определить работы, необходимые для обеспечения данных процессов, чтобы наиболее полно использовать заложенный в них потенциал.

В модели ТО-ВЕ необходимо особое внимание уделить работе с клиентами, анализу покупательских предпочтений, рекламной стратегии, производству новых видов продукции. Данные меры позволят произвести реинжиниринг бизнес-процессов организаций общественного питания Краснодарского крайпотребсоюза, и, возможно, выйти на новый уровень развития, прочно занять свою нишу на современном рынке общественного питания, расширить клиентскую базу.

Список литературы

1. Тенденции развития общественного питания потребительской кооперации и направления повышения его доходности. [Электронный ресурс] <http://www.dissercat.com/content/tendentsii-razvitiya-obshchestvennogo-pitaniya-potrebitelskoi-kooperatsii-i-napravleniya-pov>.
2. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД) ОК 029-2001. [Электронный ресурс] <http://base.garant.ru/185134>.
3. ГОСТ Р 50.1.028-2001. «Информационные технологии поддержки жизненного цикла продукции. Методология функционального моделирования» [Электронный ресурс] <http://www.afc-restaurants.ru/articles/1/3>.
4. ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий». [Электронный ресурс] <http://allsnips.info/docs/9/9713/index.htm>.

5. Электронный ресурс: <http://business-obshepit.ru/na-sajte/klassifikacziya-predpriyatij-na-sovremennom-rynke-obshhestvennogo-pitani-v-rossii>.
6. Концепция развития потребительской кооперации да 2015 года. [Электронный ресурс]: <http://www.rus.coop>.
7. http://www.rus.coop/press_center/news/detail.php?ID=2380
8. Анализ деятельности и моделирование бизнес-процессов организаций розничной торговли Краснодарского крайпотребсоюза. Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики, №6, 2013. [Электронный ресурс]: <http://www.ruc.su/upload/science/journal/06-2013.pdf>.

References

1. Tendencii razvitija obshhestvennogo pitaniya potrebitel'skoj kooperacii i napravlenija povyshenija ego dohodnosti. [Jelektronnyj resurs] <http://www.dissercat.com/content/tendentsii-razvitiya-obshchestvennogo-pitaniya-potrebitelskoi-kooperatsii-i-napravleniya-pov>.
2. Obshherossijskom klassifikatore vidov jekonomicheskoj dejatel'nosti (OKVJeD) OK 029-2001. [Jelektronnyj resurs] <http://base.garant.ru/185134>.
3. GOST R 50.1.028-2001. «Informacionnye tehnologii podderzhki zhiznennogo cikla produkcii. Metodologija funkcional'nogo modelirovanija» [Jelektronnyj resurs] <http://www.afc-restaurants.ru/articles/1/3>.
4. GOST R 50762-95 «Obshhestvennoe pitanie. Klassifikacija predpriyatij». [Jelektronnyj resurs] <http://allsnips.info/docs/9/9713/index.htm>.
5. Jelektronnyj resurs: <http://business-obshepit.ru/na-sajte/klassifikacziya-predpriyatij-na-sovremennom-rynke-obshhestvennogo-pitani-v-rossii>.
6. Konceptija razvitija potrebitel'skoj kooperacii da 2015 goda. [Jelektronnyj resurs]: <http://www.rus.coop>.
7. http://www.rus.coop/press_center/news/detail.php?ID=2380
8. Analiz dejatel'nosti i modelirovanie biznes-processov organizacij roznichnoj trgovli Krasnodarskogo krajpotrebsojuza. Fundamental'nye i prikladnye issledovanija kooperativnogo sektora jekonomiki, №6, 2013. [Jelektronnyj resurs]: <http://www.ruc.su/upload/science/journal/06-2013.pdf>.