

ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КЛАСТЕРОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОМСКОГО РЕГИОНА

Н.В. БУРАКОВСКАЯ, М.С. ЕСИПОВА

*Омский государственный технический университет
644050, Российская Федерация, г. Омск, пр-т Мира, д. 11,
электронная почта: burakovskaya-nina@mail.ru, esipovamarija@rambler.ru*

Проведены исследования, анализа деятельности ряда малых предприятий общественного питания и проведенного анкетирования среди руководителей, становится очевидным, что на рынке индустрии питания существует реальная угроза со стороны сетевых структур. Кластеры представляют собой важную форму со сложной многоцентровой организацией, они являются характерной чертой рыночной экономики. Кластеры наблюдаются и в условиях развивающейся экономики, однако в условиях развитой экономики они обычно сформированы значительно лучше. Кластер помогает делать конкурентоспособность более высокой, а конкуренцию действенной. Концентрация всех необходимых элементов конкурентных преимуществ для кластера производителей продукции индустрии питания не только в западносибирском регионе, но и по всей России. Такая концентрация отражает отсутствие инфраструктуры и необходимых элементов в других районах. Хотя в других регионах можно организовать получение ресурсов извне кластера, но такую ситуацию нельзя считать идеальной. Таким образом, развитие бизнеса в общественном питании требует наличия конкурентоспособных смежных отраслей – агропромышленного комплекса, машиностроения, пищевой промышленности и других сфер.

Ключевые слова: кластер, конкуренция, общественное питание.

В последние годы активно развивающийся рынок услуг общественного питания вынуждает производителя формировать преимущества, которые позволят успешно конкурировать с другими аналогичными предприятиями. Конкурентные преимущества могут быть достигнуты за счет разработки нового продукта, повышения качества товаров и услуг, эффективного маркетинга, оптимальной ценовой политики, снижения издержек, эффективной организационной структурой управления, прогрессивных технологий и инструментов. Поскольку наиболее важной стороной проблемы повышения эффективности рынка услуг общественного питания являются современные технологии, инновационное развитие является гарантом, обеспечивающим конкурентные преимущества предприятия [3].

Развитие рынка общественного питания, повышение качества, доступности услуг для всех категорий населения, рост эффективности

деятельности предприятий сферы общественного питания во многом определяются их кооперационным взаимодействием с поставщиками соответствующей продукции, сотрудничеством в целях реализации отраслевых и корпоративных интересов, эффективного управления рыночной конъюнктурой [1, 2, 5, 6].

На характер конкуренции значительно влияет не только соперничество между местными фирмами, но и местная экономическая политика в отношении соответствующих форм инвестиций. Организационные условия, сформировавшиеся в некоторых местах, значительно облегчают процедуру развития и совершенствования фирм по сравнению с другими местами. Инвестиционный климат и поддержка местных органов власти здесь играют особенно важную роль. К тому же проблемы малого бизнеса весьма многочисленны, и в связи с этим они нуждаются в специальной политике содействия государственных органов власти на федеральном, региональном и местном уровнях [4].

В мировой хозяйственной практике кооперация реализуется посредством формирования кластеров в экономике. Основными участниками кластера общественного питания могут быть: предприятия (организации) общественного питания разных типов и классов; предприятия (организации), поставляющие или оказывающие услуги для предприятий, продовольственные товары, оборудование; предприятия инфраструктуры (транспортной, инженерной, экологической, информационной и др.); организации рыночной инфраструктуры (аудиторские, консалтинговые, кредитные, страховые и лизинговые услуги, логистика, торговля, операции с недвижимостью); научно-исследовательские и образовательные организации; некоммерческие и общественные организации, объединения предпринимателей; организации инновационной инфраструктуры и инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства и др. [3].

Омск обладает уникальными возможностями для реализации кластерного подхода, выдвижения и внедрения в практику кластерных инициатив. Развитый

агропромышленный комплекс, собственная машиностроительная база, развитая инфраструктура, научная и учебная базы, политика по поддержке малого и среднего предпринимательства создают объективные условия для формирования кластера общественного питания.

Программа развития кластера общественного питания включает в себя следующие элементы: видение развития кластера; измеряемые цели и задачи развития кластера, определяемые с учетом существующих барьеров, перспектив и потенциала развития кластера; систему кратко-, средне- и долгосрочных мероприятий и проектов, направленных на достижение целей программы; определение роли и зон ответственности ключевых заинтересованных сторон; оценку результатов развития кластера при различных сценариях (моделирование); оценку финансовых и временных затрат [4].

Формирование кластера общественного питания должно обеспечить повышение качества и доступность услуг общественного питания за счет: использования потенциала местной продовольственной базы; организации новых и модернизации существующих перерабатывающих производств; диверсификации аграрного сектора; перевода системы общественного питания на широкомасштабное использование полуфабрикатов; предоставления экологически чистой и здоровой пищи в системе общественного питания; совершенствования технологии приготовления продукции; ориентации промышленных предприятий на выпуск оборудования, оснащения посудой, инвентарем, предметами интерьера; дифференциации услуг общественного питания с учетом нужд и потребностей различных потребительских сегментов; укрепления имиджа региона как территории, благоприятной для бизнеса, жизни и отдыха.

Учитывая, что сегодняшний бизнес не готов в полной мере, оперативно перейти на кластерные принципы деятельности, целесообразно начать их практическую реализацию с муниципального уровня. И именно с этой точки зрения сфера общественного питания наиболее благоприятный сектор экономики для объединения вокруг него потенциальных участников кластера.

В каждом муниципальном образовании есть предприятия общественного питания, агропромышленного комплекса, промышленности, что позволяет администрациям на местном уровне изначально выстроить цепочки производств (спроектировать полный цикл производства и реализации продукции на территории муниципального образования), необходимых для широкого развития сети общественного питания, включающей предприятия разных типов и классов. Для практической реализации проекта местным администрациям необходимо способствовать организации работ по: стандартизации и сертификации выпускаемой продукции, повышению общего уровня профессиональных навыков персонала фирм, входящих в муниципальный кластер; защите экономических, правовых и имущественных интересов членов кластера; созданию условий для саморазвития кластеров (развитие инфраструктуры, общественных объединений); развитию кооперационного взаимодействия участников кластера и др. Кластерный комплекс, ориентированный на конечную продукцию, образуя устойчивый межотраслевой рынок, является более эффективной организацией по сравнению с той, которая функционирует на случайных рыночных связях. Кластеризация, дает два вида экономических эффектов: организационно-экономический; экономию на кредитных операциях [3].

Автором была составлена анкета, для выявления степени готовности руководителей предприятий к стратегическому взаимодействию. Вопросы были разбиты по следующим блокам – общие вопросы, по факторам окружения и конкуренции, внутренним факторам и нескольким личным, как возраст, стаж работы, занимаемая должность и т.п. Анкетный опрос проводился среди ста руководителей предприятий питания, более детально была исследована первая группа наиболее успешных предприятий, куда вошли 14 респондентов.

Результаты опроса сформировались следующим образом. Из 14 предприятий, 70% являются сетевыми предприятиями и 30% не сетевыми индивидуальными предпринимателями.

Все 100% фирм существуют на рынке более 10 лет. По типам предприятия представлены – рестораны – 35%, кафе – 50%, баров – 8%, а трактир один и его доля в общем весе составляет – 7%.

Сложности, те или иные во взаимоотношениях с банками ощущают 35% респондентов (индивидуальные предприниматели). Сетевые предприятия, в целом особых недовольств не высказали, но не будут возражать, если процентная ставка по кредитам снизится.

На вопрос «Считаете ли Вы себя участником кластера?» ответы распределились так – все сетевые предприятия знают о кластере и естественно не считают себя его участником (64%). Вообще не знают что такое кластер 20% респондентов, затруднение этот вопрос вызвал у 16% руководителей.

Блок вопросов по факторам окружения и конкуренции. На вопрос оценки доли поставщиков сырья, полуфабрикатов и покупных товаров опрашиваемые распределились следующим образом.

Из общего количества опрошенных основной объем продукции приобретает у поставщиков на территории города Омска – 76%, на территории района, где расположена фирма – 18%, и лишь 6% продукции (свежее мясо и мясопродукты) закупается в области и вывозится собственным транспортом.

Так, наем работников из любой части города осуществляют в основном сетевые предприятия, это 64%, они же могут позволить себе пригласить специалиста из заграницы – 29%, приоритет по районной принадлежности сотрудников проставляют малые предприятия – 7%, в связи с затратами на развоз сотрудников после работы.

На вопрос «Оцените уровень кооперации между предприятиями в вашей сфере деятельности» респонденты дали следующие ответы – 65% оценили ее уровень как высокий, а 35% вообще с трудом представляют что это такое. Первая группа предприятий имеет свои заготовочные цеха по производству полуфабрикатов различной степени готовности, которыми снабжает предприятия своей сети. А респонденты второй группы относятся с малым предприятиям, которые вынуждены работать на сырье, с полным

производственным циклом, со всеми отрицательными моментами, в этой связи. Выше уже делался акцент на значимости кооперирования, как одного из факторов повышения эффективности деятельности предприятия.

Вопрос «Оцените производственное сотрудничество между предприятиями вашей сферы деятельности НИИ и ВУЗами» распределил отвечавших таким образом – сетевые предприятия иногда осуществляют такую работу, но крайне редко, поскольку нет в этом необходимости. Малые предприятия готовы по ряду направлений осуществлять сотрудничество с университетами, но могут позволить себе это крайне редко, поскольку стараются экономить на расходах.

Из блока вопросов о внутренних факторах остановимся на такой формулировке – «Как Вы оцениваете уровень квалификации персонала Вашей компании?»

На этот вопрос были получены ответы от 93% респондентов – не довольны, и только 7% руководителей считают, что уровень квалификации в целом не плохой. Причем, сетевые предприятия постоянно работают с персоналом, проводят тренинги, аттестации и прочие мероприятия, не сетевые, иногда, не чаще раза в год вынуждены осуществлять мероприятия в этом направлении, понимая, что это очень значимый фактор. Или используют другую возможность – получение готовых, высококвалифицированных кадров, путем переманивания у конкурентов.

В ходе проведенного исследования, анализа деятельности ряда малых предприятий общественного питания и проведенного анкетирования среди руководителей, становится очевидным, что на рынке индустрии питания существует реальная угроза со стороны сетевых структур.

Таким образом, кластеры представляют собой важную форму со сложной многоцентральной организацией, они являются характерной чертой рыночной экономики. Хотя кластеры наблюдаются и в условиях развивающейся экономики, однако в условиях развитой экономики они обычно сформированы значительно лучше. Только в настоящее время начинает широко осознаваться

важное значение кластеров в конкурентной борьбе. Кластер помогает делать конкурентоспособность более высокой, а конкуренцию действенной.

Концентрация всех необходимых элементов конкурентных преимуществ для кластера производителей продукции индустрии питания не только в западносибирском регионе, но и по всей России. Такая концентрация отражает отсутствие инфраструктуры и необходимых элементов в других районах. Хотя в других регионах можно организовать получение ресурсов извне кластера, но такую ситуацию нельзя считать идеальной.

Таким образом, развитие бизнеса в общественном питании требует наличия конкурентоспособных смежных отраслей – агропромышленного комплекса, машиностроения, пищевой промышленности и других сфер.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пасько О.В. Эффективные ассоциации пробиотических культур для ферментированных продуктов // Молочная промышленность. 2010. №8. С. 74-75.

2. Приступа О.А. Использование модели активного качества при разработке технологии ферментированной сливочно-соевой добавки/ Приступа О.А. Пасько О.В., Шадрин М.А.// Хранение и переработка сельхозсырья. 2007. № 3. С. 77-78.

3. Шадрин М.А. Исследование и применение систем мониторинга качества индустрии питания // Современные научные исследования: теория, методология, практика. 2014. Т. 1. № 4. С. 298-303.

4. Шадрин М.А. Исследование и разработка рекомендаций систем мониторинга качества в индустрии питания Омской области // Современные научные исследования: теория, методология, практика. 2013. Т. 1. № 3 (3). С. 311-315.

5. Шадрин М.А. Современные тенденции производства молкосодержащих пастообразных продуктов / Шадрин М.А., Гаврилова Н.Б. // АНО ВПО "Омский экономический ин-т". Омск, 2011.

REFERENCES

1. Pasko O.V. Effektivnye assotsiatsii probioticheskikh kultur dlya fermentirovannykh produktov // Molochnaya promyshlennost. 2010. №8. S. 74-75.
2. Pristupa O.A. Ispolzovanie modeli aktivnogo kachestva pri razrabotke tekhnologii fermentirovannoy slivochno-soevoy dobavki/ Pristupa O.A. Pasko O.V., Shadrin M.A.// Khranenie i pererabotka selkhozsyrya. 2007. № 3. S. 77-78.
3. Shadrin M.A. Issledovanie i primeneniye sistem monitoringa kachestva industrii pitaniya // Sovremennyye nauchnyye issledovaniya: teoriya, metodologiya, praktika. 2014. T. 1. № 4. S. 298-303.
4. Shadrin M.A. Issledovanie i razrabotka rekomendatsiy sistem monitoringa kachestva v industrii pitaniya Omskoy oblasti // Sovremennyye nauchnyye issledovaniya: teoriya, metodologiya, praktika. 2013. T. 1. № 3 (3). S. 311-315.
5. Shadrin M.A. Sovremennyye tendentsii proizvodstva molokosoderzhashchikh pastoobraznykh produktov / Shadrin M.A., Gavrilova N.B. // ANO VPO "Omskiy ekonomicheskii in-t". Omsk, 2011.

*THE PROSPECTS FOR THE FORMATION OF CLUSTERS OF PUBLIC POWER
BY THE EXAMPLE OF OMSK REGION*

N.V. BURAKOVSKAYA, M.S. ESIPOVA

*Omsk State Technical University,
11, Mira, av., Omsk, Russian Federation, 644050,
e-mail: burakovskaya-nina@mail.ru, esipovamarija@rambler.ru*

The research, analysis of the activity of a number of small businesses and the catering of the survey among managers, it becomes obvious that the market for the food industry there is a real threat from the network structures. Clusters are an important form of organization with a complex multi-center, they are a feature of the market economy. The clusters are observed in a growing economy, but they are usually formed much better in a developed economy. Cluster helps to make higher competitiveness and effective competition. The concentration of all the required elements of competitive advantage for the cluster of manufacturers of products food industry not only in the West Siberian region, but throughout Russia. This concentration reflects the lack of infrastructure and the necessary elements in other areas. While in other regions can be arranged to obtain from outside a cluster resource, but can not be considered a situation ideal. Thus, the development of business in the catering requires competitive related industries - agriculture, engineering, food industry and other fields.

Key words: cluster, competition, catering.