

УДК 642.5

*Вишневецкая Е.В., Лебедев О.С.*

*ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)»*

## **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Аннотация.** В статье рассматриваются проблемы конкурентоспособности предприятий общественного питания Белгородской области, проводится оценка функционирования рынка общественного питания региона. Выявлены проблемы и предпосылки для обеспечения конкурентоспособности предприятий общественного питания. Для обеспечения конкурентоспособности и развития отрасли региона необходимо совершенствовать деятельность предприятий питания, внедрять новые форматы предприятий, системно изучать спрос на продукцию и услуги общественного питания.

**Ключевые слова:** общественное питание, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, потребители

В России актуальность проблемы конкурентоспособности высока как для национальной экономики, так как для поддержания требования экономической безопасности предприятий и всей страны на необходимом уровне важна высокая конкурентоспособность. Высокий уровень конкурентоспособности гарантирует экономические и финансовые показатели. Необходимо рассмотреть особенности формирования конкурентоспособности предприятий общественного питания.

Специфичность услуги общественного питания (внутренняя изменчивость, дифференциация предложения, непостоянство спроса, зависимость спроса от менталитета, привычек потребителей, их социальной принадлежности, соединение в услуге материального продукта общественного питания и услуги по организации его потребления и др.) обуславливает наличие целого ряда конкурентных преимуществ предприятий общественного питания, умелое управление которыми, безусловно, способствует их устойчивой конкурентоспособности.

В связи с этим понятие конкурентоспособность предприятия общественного питания целесообразно трактовать как результат эффективного управления располагаемыми конкурентными ресурсами (преимуществами), создания новых преимуществ, их приумножения и тиражирования на следующих этапах развития, обеспечивающий предприятию сохранение его субъектности, экономической независимости в условиях изменяющейся рыночной среды в кратко-, средне- и долгосрочной перспективе.

В настоящее время наблюдаются позитивные изменения в развитии отечественного рынка продукции и услуг общественного питания. Основная задача современного предприятия общественного питания – удовлетворять желания и потребности потребителя. Система общественного питания относится к наиболее привлекательной отрасли для предпринимательской деятельности из-за быстрой оборачиваемости капитала, относительно высокой рентабельности и специфики потребности, которую оно удовлетворяет, что обуславливает усиление конкуренции между предприятиями общественного питания.

Для обеспечения устойчивого развития отрасли возникает необходимость в совершенствовании деятельности предприятий питания, внедрении новых форматов предприятий, системном изучении спроса на продукцию и услуги общественного питания. Отправной точкой в деятельности предприятия общественного питания должно быть изучение потенциального спроса на определенную продукцию и услуги. Именно перспективный прогноз соотношения спроса и предложения на некий планируемый период является необходимым для принятия стратегических решений. Даже незначительные изменения спроса отражаются на рентабельности предприятий общественного питания [1].

Проведем оценку функционирования рынка общественного питания Белгородской области. На рисунке 2.10 представлена структура рынка общественного питания Белгородской области по типам предприятий в 2017 г.



Рис. 1. Структура рынка общественного питания Белгородской области по типам предприятий в 2017 г., в процентах

Отметим, что наблюдается неравномерность развития предприятий общественного питания в зависимости от их типа. Преобладают столовые при предприятиях и школьных учреждениях – 36% или 739 предприятий в Белгородской области, на втором месте по количеству – кафе 25% или 505 предприятий, даже идут рестораны – 7%, бары – 6%, закусочные – 6% [2]. Однако если учитывать показатели вместимости различных типов

предприятий общественного питания, то на первом месте по количеству мест находятся столовые учебных заведений, организаций, промышленных предприятий.

По состоянию на 01.01.2018 г. на территории города Белгорода осуществляют деятельность 672 предприятий общественного питания на 38 904 посадочных места, в том числе в открытой сети 487 (72,1%) предприятия на 22 590 посадочных мест. Отметим, что в структуре предприятий общественного питания г. Белгорода преобладают кафе – 174 или 26%, далее по численности идут рестораны и столовые при предприятиях – 65 и 64 соответственно. Обеспеченность населения посадочными местами в открытой сети предприятий общественного питания г. Белгород в 2017 году составила 145,9%. За последние несколько лет на рынке общественного питания Белгорода произошли значительные изменения – открылось множество новых кафе и ресторанов, набрали популярность кофейни [3].

По данным Белгородстата, объемы оборота заведений общественного питания области выросли за 2017 год на 500 млн. рублей, при этом индекс физического объема оказания услуг снизился на 3%. Отметим, так как в городе Белгород постоянно открывается большое количество других заведений, и наблюдающийся спад может быть связан просто с перераспределением потока клиентов.

Также уменьшился и средний чек. Если в 2013-2014 года средний чек составлял 900-950 рублей, в прошлом году – 650, то сейчас уже 450-550 рублей. Данный показатель еще и зависит от месторасположения заведения. Произошло перераспределение потоков между заведениями разной ценовой категории. Клиенты переместились в более бюджетный сегмент. Причина описанной ситуации – опять-таки рост предложения.

Являясь составной частью потребительского рынка области, развитие рынка общественного питания напрямую зависит от потребителей, их покупательной способности и предпочтений, и, следовательно, субъекты данного рынка призваны обеспечивать условия для полного и своевременного удовлетворения спроса населения области на услуги общественного питания, качество и безопасность их предоставления, доступность на всей территории области. Неэффективное развитие отрасли влечет за собой снижение качества жизни населения Белгородской области. Рынок общественного питания Белгородской области наряду с тенденциями, сложившимися в целом по стране, имеет стабильные темпы роста. За 2010–2016 годы оборот общественного питания области в фактически действующих ценах увеличился с 3841,4 до 7 288,09 млн. руб., т.е. возрос на 89,72%.

При этом показатели динамики оборота в действующих ценах носили за все годы позитивный характер. Наиболее высокие темпы развития оборота наблюдались в 2012 году по сравнению с 2011 годом (122,5%). Динамика

индекса физического объема продаж продукции общественного питания также имеет положительную динамику.

В 2014 году оборот общественного питания Белгородской области составил 6,28 млрд. рублей. Темп роста по сравнению с предыдущим годом в фактически действующих ценах – 105,3%, тогда как в 2013 году по сравнению с 2012 годом – 116,3%. Интересен тот факт, что в 2014 году прирост оборота в сопоставимых ценах выше прироста в действующих ценах, соответственно 107,4 и 105,3%, что является свидетельством снижения цен на продукцию общественного питания.

Однако, отметим, что в последующие года ситуация наблюдается противоположная – оборот общественного питания растет большими темпами, чем прирост в сопоставимых ценах. В 2015 г. оборот общественного питания вырос на 8,46%, в сопоставимых ценах снизился на 2,2%, в 2016 году – 7% и 1,9% соответственно. Можно говорить о росте цен на продукцию общественного питания в 2015-2016 годах.

Для рынка общественного питания Белгородской области, также, как и страны в целом, характерна сезонность: наибольшие значения оборота приходятся на последний квартал года, с привлечением сентября, наименьшие обороты – на первый квартал года.

Подобные сезонные колебания связаны с воздействием различных факторов, определяющими из которых являются денежные доходы населения области и их покупательская способность. В структуре оборота общественного питания Белгородской области, несмотря на незначительное укрупнение сети, преобладают малые предприятия, наблюдается рост числа индивидуальных предпринимателей.

Оборот предприятий питания в общем объеме оборота потребительского рынка Белгородской области составляет около одного процента за исследуемый период. За 2010–2015 годы увеличился оборот общественного питания на душу населения с 2507 руб. в 2010 году до 4 397 руб. в 2015 году. Прирост составил 1 890 руб. (75,39%), в 2015 году к соответствующему периоду предыдущего года – 108,25% (рис. 2).

Динамика оборота общественного питания на душу населения, как и общая динамика оборота общественного питания напрямую зависят от размера и динамики денежных доходов населения. За 2010–2015 годы рост номинальных среднедушевых денежных доходов населения Белгородской области составил 166,7% и увеличился с 16992,8 руб. в 2010 году до 28 327,1 руб. в месяц в 2015 году. Не всегда рост денежных доходов населения вызывает соответствующий рост оборота общественного питания на душу населения. Отметим, что за анализируемый период оба показателя демонстрируют рост.

Снижение оборота общественного питания на душу населения наблюдалось в 2009 году – на 0,24%. При этом рост среднедушевых доходов

в 2009 году составил 110,96%. В 2014-2015 рост среднедушевых доходов населения и превышал рост оборота общественного питания на душу населения в Белгородской области.

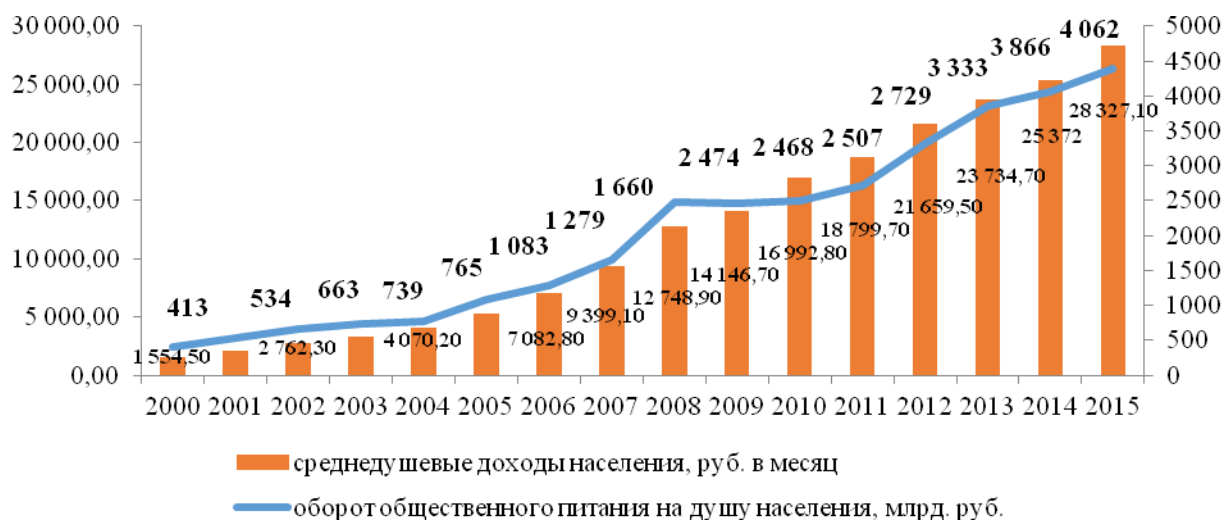


Рис. 2. Среднедушевые доходы населения и оборот общественного питания на душу населения в Белгородской области в 2000-2015 годах

Следует отметить, что результаты деятельности предприятий питания в 2017 году предполагаются несколько ниже сложившихся в предшествующем периоде. Кроме объективных факторов, обусловленных политическими событиями в стране и мире, а также значительными инфляционными потерями по всем направлениям расходования денежных доходов, что никак не связано с деятельностью самих предприятий питания, существует негативный фактор, напрямую зависящий от предприятий, – это негибкая ценовая стратегия большинства предприятий общественного питания. В настоящее время ценовая политика ресторанов и баров, составляющих около 20% рынка общественного питания Белгородской области, по ценовому приоритету позиционирует себя как гастрономические рестораны класса «люкс» или «высший». Средний чек подобных заведений 2–2,5 тыс. руб. и выше, соответственно, для большинства населения области цена является основным ограничением, не позволяющим посещать подобные заведения. Поэтому наблюдается низкая загруженность материально-технической базы предприятий питания. Среди негативных факторов следует отметить недостаток оборотных средств и невозможность использования кредитных ресурсов в связи с высокими процентными ставками и нестабильностью кредитно-денежных отношений в стране.

Проведенное исследование позволило получить информацию о том, что в настоящее время целый комплекс потребностей населения, касающийся сферы общественного питания в Белгородской области, остается

неудовлетворенным, необходимую практически работникам и органам государственного управления для принятия соответствующих решений по организации рационального питания, т.е. обеспечение человека необходимым и сбалансированным количеством пищевых веществ в целом и по химическому составу, оптимальный состав продуктов, определенный режим приема пищи, разнообразие блюд.

Для организации конкурентоспособного предложения требуются профессиональные и научные знания в области технологии, позволяющие свести к минимуму потери пищевых веществ в процессе приготовления, применение физиологических норм питания с учетом пола, возраста, профессии и состояния здоровья человека. В то же время коммерческий сектор общественного питания как отрасль материального производства должен быть конкурентоспособным.

Развитие индустрии общественного питания региона непосредственно связано с совершенствованием рыночной политики предприятий данной отрасли. Рынок общественного питания в течение последних лет претерпел трансформацию в своём развитии и вступил в новый этап, характеризующийся распространением концепции здорового питания. На наш взгляд, предпосылками для обеспечения конкурентоспособности предприятий общественного питания являются:

- присутствие на рынке общественного питания двух и более продавцов готовой продукции;
- стремление организаций к максимизации своей прибыли;
- создание побудительных мотивов к повышению эффективности своей деятельности;
- потребность в товарах и услугах, предлагаемых организациями общественного питания.

### Библиографический список

1. Исаенко, А.В. Маркетинговые исследования покупательских предпочтений на рынке общественного питания Белгородской области / А.В. Исаенко, Л.Р. Яковлева, Е.В. Чурсина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права, 2015. - №4 (56). – С. 60-70.
2. Об обороте общественного питания Белгородской области // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области : [Электронный ресурс]. URL: [http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/belg/resources/d03b69004c555984b605be052efb10e3/0515-17-12-2.htm](http://belg.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/belg/resources/d03b69004c555984b605be052efb10e3/0515-17-12-2.htm) (дата обращения: 15.03.2018).
3. Тедеева, Р.А. Оценка влияния отдельных факторов на результаты функционирования рынка общественного питания Белгородской области / Р.А. Тедеева, А.Н. Ковалев // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права, 2016. - №4 (60). – 136-146.