

А.А. Логачева, А.Ф. Шуплецов

## СЕТЕВЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ И ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

На сегодняшний день сфера общественного питания является одним из самых распространенных видов предпринимательской деятельности в сфере оказания услуг населению. В сферу общественного питания входят услуги кафе, ресторанов, столовых, баров, буфетов, закусочных, предприятий быстрого обслуживания (фаст-фуд) и др. Современный рынок предпринимательской деятельности характеризуется высокой конкуренцией в большинстве сфер хозяйственной деятельности, в частности это касается и рынка общественного питания. В данных условиях реализация мероприятий по повышению конкурентоспособности фирмы становится наиболее перспективным направлением развития деятельности большинства компаний.

*Ключевые слова:* сетевое предпринимательство; сфера общественного питания; конкурентоспособность сетевых предприятий; сеть предприятий; конкурентоспособность в сфере общественного питания.

A.A. Logacheva, A.F. Shupletsov

## NETWORK FOOD SERVICES OF THE IRKUTSK REGION AND THEIR COMPETITIVENESS

Today the catering sector is one of the most common types of entrepreneurial activity in the provision of services to the population. The public catering sector includes the services of cafes, restaurants, canteens, bars, canteens, snack bars, fast food service establishments (fast food), etc. The modern business market is characterized by high competition in most areas of economic activity, in particular, this applies to the public catering market. In these conditions, the implementation of measures to improve the competitiveness of the company is becoming the most promising direction for the development of the activities of most companies.

*Keywords:* network entrepreneurship; the sphere of public catering; competitiveness of network enterprises; network of enterprises; competitiveness in the field of public catering.

В качестве направления повышения конкурентоспособности все чаще реализуют сетевую систему ведения бизнеса. В концепции сетевого ведения бизнеса каждый субъект рынка реализует свою деятельность в тесной связи и взаимодействии с другими автономными субъектами рынка с целью обмена опытом, снижения транзакционных издержек, совместного использования ресурсов и взаимопомощи [1, с. 18].

Такие условия обеспечивают наиболее эффективное ведение хозяйственной деятельности, способствуют эффективному распределению и использованию ресурсов, а также позволяют использовать опыт и существующие системы ведения бизнеса в других функционирующих компаниях — элементах сетевой структуры.

Целью исследования является анализ конкурентоспособности сетевых предприятий общественного питания на примере заведений, функционирующих на территории Иркутской области. Задачи исследования: провести анализ конкурентоспособности сетевых предприятий в сфере общественного питания и сформировать полученные результаты.

В сфере общественного питания все чаще развиваются сетевые формы ведения бизнеса. Преимущественно, сеть компаний общественного питания представляет собой заведения, представленные единым стандартом ведения бизнеса, однотипным форматом оформления помещений и набором блюд, общую систему закупок и стандарты качества.

Основными преимуществами ведения бизнеса на основе сетевого взаимодействия являются:

1. Наличие различного опыта. На основе существующего опыта можно спрогнозировать наиболее оптимальную модель работы предприятия в сложившихся условиях в сфере общественного питания в области, благодаря которой станет возможным минимизировать существующие риски и определить для себя наиболее выгодных партнеров.

2. Централизованная система качества и ведения бизнеса позволяет поддерживать высокий уровень сервиса и соблюдать единые стандарты во всех фирмах сети.

3. Сетевое взаимодействие позволяет использовать единый бренд фирмы, который может стать важным фактором завоевания дополнительной доли рынка за счет уже сложившейся репутации компании на рынке общественного питания.

4. Фирмы при организации бизнеса на основе сетевого взаимодействия имеют возможность распределять ресурсы между предприятиями группы, что значительно повышает эффективность деятельности, сокращает время на поиск необходимых ресурсов, позволяет экономить финансовые средства, в случае если на одном из активов есть необходимый ресурс и он может им поделиться [3, с. 21].

В рамках изучаемой темы конкурентоспособности сетевых предприятий общественного питания в Иркутской области, проведем анализ основных игроков, который заключается в сравнительных характеристиках данных заведений (табл. 1). Для анализа конкурентоспособности представленных заведений на рынке общественного питания г. Иркутска проведем оценку с помощью факторного анализа.

Таблица 1

Общая характеристика крупных сетей общественного питания, функционирующих в г. Иркутске

Организация	Основные характеристики
SubWay	Сеть ресторанов быстрого обслуживания, работающая по принципу франчайзинга. Главной фишкой заведения является полезная еда, несмотря на то

Организация	Основные характеристики
	что оно относится к категории фаст-фуда. Ресторан предлагает своим гостям сэндвичи, начинку которых они могут собрать сами из предлагаемых продуктов (различного вида мяса, колбасных изделий, курицы, зелени и овощей)
KFC	Международная сеть ресторанов общественного питания, специализирующаяся на блюдах из курицы. Бренд обладает широкой известностью. Основным преимуществом сети является сильная маркетинговая политика
RedRock	Ресторанный холдинг включает в себя заведения, которые объединили самые разные вкусы: например, европейская кухня в гастропабе «Жадина Говядина», узбекская кухня в чайхане «Два Барашка» и домашние пельмени в «Энибени». В меню ресторанов включаются заказные и фирменные блюда

Для начала выберем наиболее важные факторы, влияющие на потребительский спрос на услуги общественного питания: цена, качество и вкус блюд, качество обслуживания, узнаваемость бренда, атмосфера заведения.

С помощью экспертов была установлена важность каждого параметра (табл. 2). В качестве экспертов выступили посетители заведений общественного питания г. Иркутска, с которыми провели небольшое анкетирование.

Таблица 2

#### Определение степени значимости каждого фактора

Факторы	Эксперты					Среднее
	1	2	3	4	5	
Цена	5	4	5	5	4	0,2
Качество блюд	4	5	4	4	5	0,19
Качество обслуживания	4	5	5	5	4	0,2
Узнаваемость бренда	4	5	3	3	5	0,19
Атмосфера помещения	5	4	5	4	5	0,2
<i>Всего</i>	22	23	22	21	23	1

Далее каждому параметру конкурентных преимуществ для всех конкурентов присваивается балльная оценка. На данном этапе происходит корректировка полученной балльной оценки путем учета коэффициента значимости (табл. 3).

Таблица 3

#### Обобщающий показатель конкурентоспособности

Факторы конкурентоспособности	Коэффициент значимости	«KFC»		«SubWay»		«RedRock»	
		Балл	Значимость	Балл	Значимость	Балл	Значимость
Цена	0,20	5	1,00	5	1,00	4	0,80
Качество блюд	0,19	5	0,95	3	0,57	4	0,76
Качество обслуживания	0,20	4	0,76	3	0,60	5	1,00
Узнаваемость бренда	0,19	5	1,00	3	0,57	4	0,76

Факторы конкурентоспособности	Коэффициент значимости	«KFC»		«SubWay»		«RedRock»	
		Балл	Значимость	Балл	Значимость	Балл	Значимость
Атмосфера помещения	0,20	4	0,80	3	0,60	4	0,80
<i>Всего</i>	1	23	4,51	17	3,34	20	4,12

Среднее значение по фактору определяется путем деления суммы оценок по фактору на произведение наивысшего балла, поставленного корреспондентами и количество корреспондентов.

В результате проведенного анализа быстрого обслуживания «KFC» получил максимальное значение показателя конкурентоспособности.

Заключительным этапом необходимо провести оценку конкурентоспособности по трехбалльной шкале (табл. 4).

Таблица 4

#### Шкала конкурентоспособности фирм

Шкала	Оценка	Конкуренты
3,34–3,51	Низкая	«SubWay»
3,53–3,9	Средняя	–
3,9–4,25	Высокая	«RedRock», «KFC»

По результатам данного анализа можно сказать, что из представленных заведений наибольший показатель конкурентоспособности имеет ресторан быстрого обслуживания «KFC». Данный факт обуславливается узнаваемостью мирового бренда, каждый опрошенный респондент был посетителем данного заведения и большинство из опрошенных предоставили положительные отзывы.

В результате вышеизложенного можно отметить, что сетевая структура ведения бизнеса имеет большое количество преимуществ, которые значительно увеличивают конкурентоспособность компании в условиях высокой конкуренции. Компании, которые ведут свою деятельность в рамках сетевого взаимодействия с другими участниками рынка, имеют возможность делиться накопленным опытом и системой ведения бизнеса и стандартами качества. В Иркутской области существуют крупные сетевые компании в сфере общественного питания и, по результатам проведенного анализа конкурентоспособности, наибольший показатель имеет сеть ресторанов быстрого обслуживания «KFC». Сеть имеет высокую степень узнаваемости среди потребителей, и любая компания, которая станет частью данной сети, сможет сразу получить достаточное количество клиентов с учетом того, что бренд имеет мировую известность.

#### Список использованной литературы

1. Кашин А.В. Сетевые предприятия общественного питания и их конкурентоспособность / А.В. Кашин, А.А. Никульшина // Российское предпринимательство. — 2011. — № 1 (2). — С. 14–20.

2. Ли Г.С. Анализ тенденций к повышению конкурентоспособности предприятий общественного питания в России / Г.С. Ли, А.М. Пучкова // Молодой ученый. — 2019. — № 2. — С. 242–243.

3. Светуныко М.Г. Предпринимательские сети как экономическая категория: направления современных исследований / М.Г. Светуныко // Теория и практика общественного развития. — 2011. — № 2. — С. 15–23.

### **Информация об авторах**

*Логачева Анна Алексеевна* — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: Urasova.anya@mail.ru.

*Шуплецов Александр Федорович* — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: ShupletsovAF@bgu.ru.

### **Authors**

*Anna A. Logacheva* — Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: Urasova.anya@mail.ru.

*Alexander F. Shupletsov* — D.Sc. in Economics, Professor, Head of Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: ShupletsovAF@bgu.ru.