

Кластерні об'єднання у сфері харчування туристів

Кластер (англ. cluster – група) у ресторанному бізнесі - це своєрідний холдинг невеликих підприємств однієї сфери діяльності, об'єднаних технічно та організаційно у неформальну або формальну структуру з метою захисту своїх інтересів, зниження собівартості виробничих процесів і спільного просування продукції та послуг. Кластер – група взаємопов'язаних компаній та інших організацій суміжних галузей/секторів економіки на певній географічній території, що співпрацюють та конкурують між собою.

У розвинених країнах кластери у сфері ресторанного бізнесу іноді не реєструють свою юридичну особу - достатньо простого волевиявлення мотивованих учасників бізнесу, які об'єднуються заради посилення свого бізнесу.

Кластери у сфері громадського харчування можна розглядати як один з різновидів великих мереж підприємницького типу. Вони являють собою мережу, що охоплює широкий спектр соціально-економічних аспектів. Кластери втілюють ідеологію мережевого підходу.

В Україні офіційних кластерних утворень у сфері ресторанного бізнесу немає, але об'єднання бізнес-структур задля підвищення ефективності своєї діяльності є різноманітні.

Проаналізувавши сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні, можна стверджувати, що останнім часом з'явилися так звані вільні або креативні простори, які часто називають «коворкінгами», «некафе» або «smart cafe». Вони можуть розташовуватися у центрі міста або в офісних центрах. Основна концепція таких закладів – безкоштовно все, окрім часу. Ці заклади працюють за системою «усе включено» (відвідувач платить не за їжу та напої, а за час) і являють собою нерухомість нового формату, яка спеціально пристосована для фрілансерів, стартаперів, ІТ-підприємців та маркетологів.

Коворкінг – це модель роботи, коли працівники залишаються вільними і незалежними, і використовують вільний простір для своєї діяльності. Займатися своїми справами вони можуть у коворкінг-центрах або у креативних просторах, винайнявши робоче місце на місяць, день або декілька хвилин. Найбільш відомими креативними просторами, наприклад, у Києві є: «Часопис», «БеседниZza», «Циферблат», «BIBLIOTECH», «Freud House», «12», «Kyivworking», «Work-and-Roll». Формат таких закладів передбачає наявність кухні, де відвідувачі можуть знайти каву, чай, снеки, фрукти і печиво (у необмеженій кількості). Можна користуватися оргтехнікою та засобами зв'язку, сейфом, робочими кабінетами, кімнатою для переговорів, бібліотекою (діє буккросінг), кімнатою для відпочинку. Тут можна влаштовувати ділові зустрічі, семінари, майстер-класи, перегляди кінофільмів і концертів, просто спілкуватися або відпочивати. Це місця для тих, хто комфортно відчуває себе у демократичній атмосфері і знаходиться у пошуках нових трендів, знань і вражень. Креативні простори і коворкінги являють собою свого роду культурно-освітні кластери, які поєднують у собі кафе, офісні та освітні центри, магазини, велопрокати, кінозали, конференц-зали, дизайн-бутіки, шоу-руми, лекторії і майданчики тощо.

Однією з сучасних тенденцій ресторанного господарства в Європі є його комбінація з мистецтвом, шляхом проведення у закладах харчування різноманітних виставок, творчих вечорів, концертів. Також розвивається мода на ресторани-клуби, що є на сьогоднішній день дуже популярним видом відпочинку, а, отже, прибутковим бізнесом. Іншим цікавим напрямком сучасного європейського ринку підприємств ресторанного господарства є поява такого визначення, як «дахово-ресторанний бізнес», тобто створення ресторанів на дахах будинків.

В Одесі формуються кластерні утворення на базі ресторанів та кафе, це ситуаційні об'єднання різних сфер бізнесу задля досягнення спільної мети, але офіційно вони ніяк не оформлені у кластер.