

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра Готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
за темою:

ОСОБЛИВОСТІ КЛАСТЕРНИХ УТВОРЕНЬ У СФЕРІ
ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТІВ

Виконавець
студентка IV курсу групи 41 ФМЕ

Поздіна Ольга Дмитрівна

Науковий керівник

к.е.н., доцент **Михайлюк О.Л.**

Мета – дослідження особливостей процесу кластеризації утворень у сфері харчування туристів.

Поставлена мета обумовила необхідність вирішення низки взаємопов'язаних **завдань**, серед яких основними є:

- аналіз основних понять: заклади громадського харчування, туристична діяльність, сфера обслуговування туристів;
- визначення інструментів щодо розбудови кластерів закладів ресторанного господарства;
- дослідження процесу управління розвитком кластерів на регіональному рівні;
- аналіз світових аналогів кластерних утворень у сфері ресторанного господарства;
- вивчення ринку послуг харчування туристів і особливостей розвитку кластерів;
- визначення шляхів підвищення ефективності функціонування кластерів.

Об'єкт дослідження – кластерні утворення у сфері ресторанного господарства.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, практичних та методичних аспектів розвитку кластерних утворень у сфері ресторанного господарства.

Кластер – це група взаємопов’язаних компаній та інших організацій суміжних галузей/секторів економіки на певній географічній території, що співпрацюють та конкурують між собою.

Кластери можуть стати двигунами розвитку для українських регіонів, адже цей підхід забезпечує кращу продуктивність.

Кластери дають змогу:

- 1) посилювати процеси спеціалізації і розподіл праці між учасниками;
- 2) ширше приваблювати клієнтуру, створюючи тісну взаємодію виробників та споживачів послуг;
- 3) знижувати вартість одиниці послуги і продукції, яка виробляється на основі спільної діяльності;
- 4) посилювати потоки ідей і інформації між учасниками.

Характеристика основних понять: заклади ресторанного господарства, туристична діяльність, сфера обслуговування туристів

До закладів громадського харчування відносяться (ст. 1 Закону «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів»): ресторан, бар, кафе, їдальня, закусочна, піцерія, кулінарія, кіоск чи інший заклад, незалежно від територіальних ознак (місця) провадження господарської діяльності з громадського харчування та ступеня доступності харчування будь-яким особам, який забезпечує харчуванням невизначену кількість фізичних осіб.

СВІТОВИЙ ДОСВІД КЛАСТЕРНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ХАРЧУВАННЯ

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.

У світовій господарській практиці кооперація реалізується за допомогою формування кластерів в економіці. Основними учасниками кластера громадського харчування можуть бути: підприємства (організації) громадського харчування різних типів і класів; підприємства (організації), які постачають або надають послуги для підприємств громадського харчування, продовольчі товари, обладнання; підприємства інфраструктури (транспортної, інженерної, екологічної, інформаційної тощо); організації ринкової інфраструктури (аудиторські, консалтингові, кредитні, страхові та лізингові послуги, логістика, торгівля, операції з нерухомістю); науково-дослідні та освітні організації; некомерційні та громадські організації, об'єднання підприємців; організації інноваційної інфраструктури та інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва та ін.

(рис. 1). Foodservice Cluster Каталонії є кластер-організацією, яка призначена для розвитку і зміцнення конкурентоспроможності сегменту громадського харчування.



Рис. 1. Ланцюжок цінностей громадського харчування Foodservice Cluster Каталонії

Fabricantes - виробники

Operadores logísticos - логістичні оператори

Cash/carry – мілкооптова торгівля, магазини самообслуговування

Mayoristas y distribuidores- оптовики та дистриб'ютери

Canal restaurador - відновний канал

Consumidor final - кінцевий споживач

Centros de investigación - дослідницькі центри

Cocineros de renombre - відомі кухарі

Asociaciones - асоціації

Revistas y programas especializados - спеціалізовані журнали та програми

Escuelas de cocina - кулінарні школи

Ferias especializ - ярмарки спеціальностей

Ринок послуг харчування туристів і особливості розвитку кластерів

Харчування туристів це - комбінація процесів виробництва, продажу та сервісного обслуговування гостей на підприємстві громадського харчування при готелі:

- ресторан;
- кафе;
- закусочна;
- буфет;
- їдальня;
- бар.

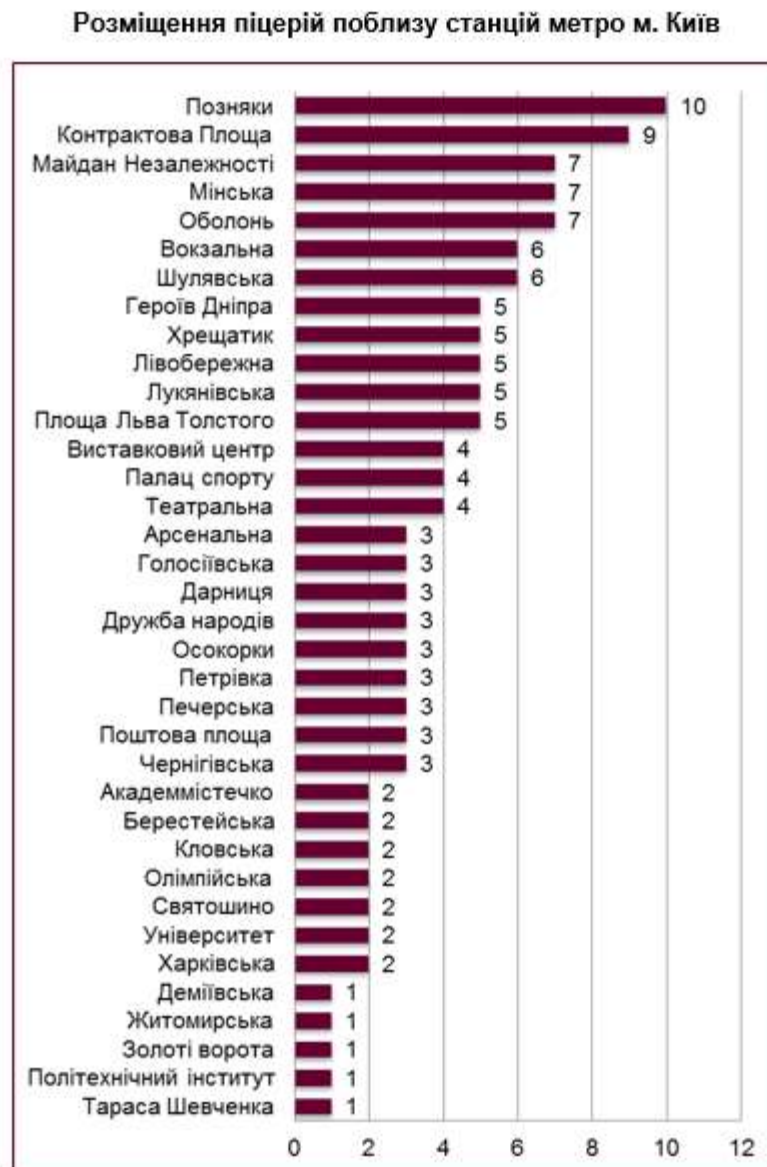
Окрім цього, туристи можуть харчуватися біля певних локацій під час переїзду за маршрутом, під час окремих екскурсій, під час прогулянок по місту тощо. І це може бути відвідування: ресторанів, кав'ярень, кафе, піцерій або колоритна вулична їжа.

Згідно звіту Allegra World Coffee Portal, у 2019 році в Україні відкрили на 16,8% кав'ярень більше, ніж у 2018 р., що дозволило країні увійти до трійки європейських країн за кількістю нових кав'ярень.

Ринок розвивається не тільки кількісно, але і якісно, відповідно до мінливих переваг клієнтів. Поширення ідей здорового харчування призвело до того, що нові фаст-фуди, замість звичної калорійної їжі, стали пропонувати більш легку і здорову їжу.

Служби доставки вже забезпечують близько третини виручки на ринку громадського харчування. На допомогу приходять аутсорсингові служби, такі як Glovo і UberEats.

Прикладом кластеризації може слугувати розміщення піцерій у Києві: більшість з них розташована поблизу метро (рис. 2).



**Джерело: розроблено згідно даних операторів ринку*

Рис. 2. Розміщення піцерій поблизу станцій метро у м. Київ

В Україні офіційних кластерних утворень у сфері ресторанного бізнесу немає, але об'єднання бізнес-структур задля підвищення ефективності своєї діяльності є різноманітні (рис. 3).

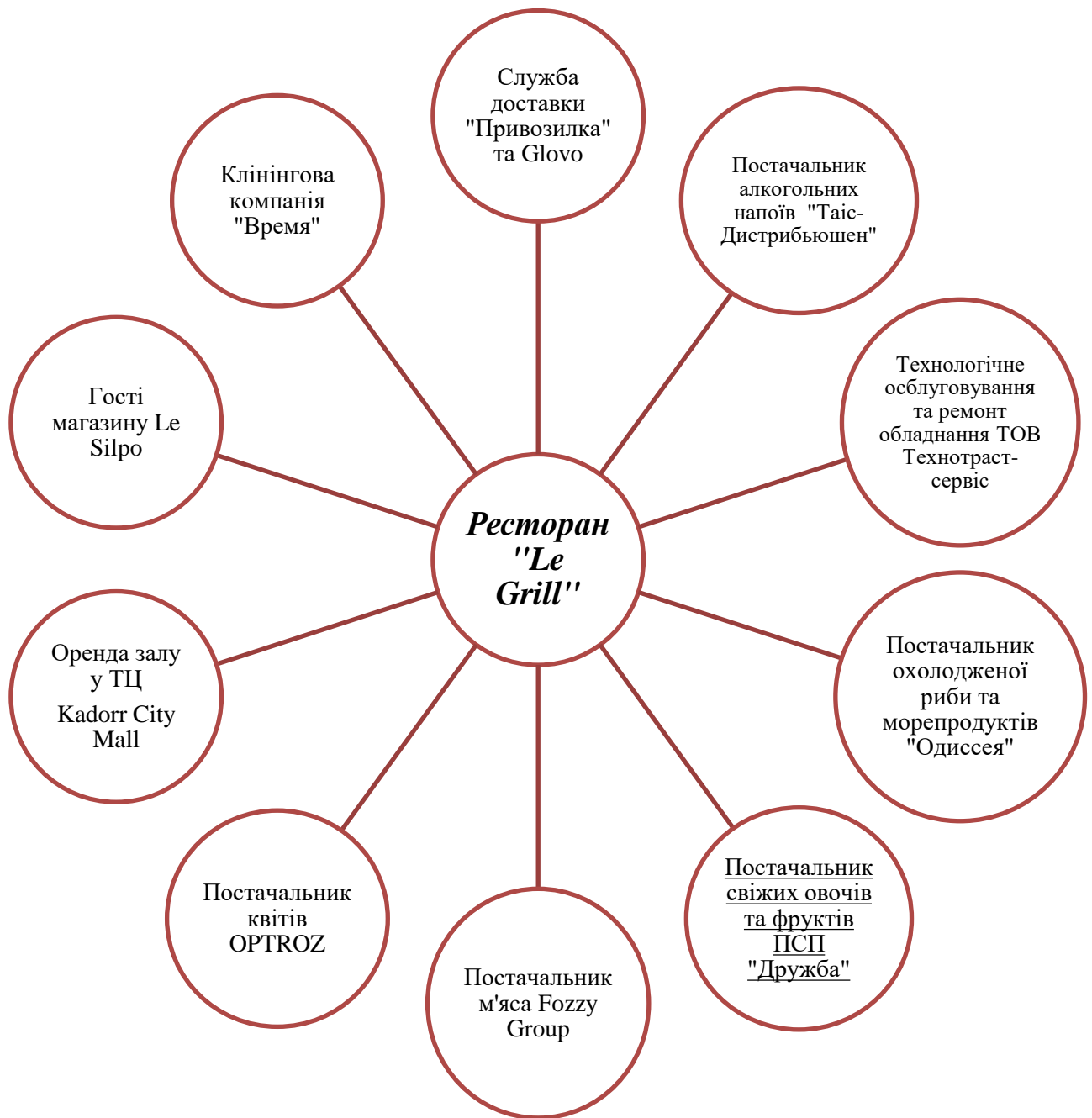


Рис. 3. Кластерна схема ресторану «Le Grill» в Одесі

Шляхи підвищення ефективності функціонування кластерів

Для підвищення ефективності функціонування кластерів у сфері харчування туристів потрібно розвивати нові маркетингові інструменти. Одним з них є смарт-спеціалізація – концепція та політика інноваційного регіонального розвитку, яка сприяє економічному зростанню через краще розкриття його потенціалу. Смарт спеціалізація базується на партнерстві між представниками бізнесу, влади, науково-технічних установ та громадськості. Особливість цієї політики полягає в тому, що влада спонукає та стимулює підприємців, науку і розробників краще співпрацювати з підприємствами для розкриття головних напрямів та секторів спеціалізації регіону. Кластери є важливими в цій концепції і як головні «блоки» для будівництва такої спеціалізації, і як засоби впровадження цієї стратегії.

Системні ефекти кластерного розвитку на економіку регіону та країни полягають у такому:

1. Кластери концентрують економічну діяльність. Створення таких «промислових блоків» всередині країни як кластери, що являють собою «зв'язані» ланцюги співпраці, у тому числі створення цінності. Така форма зосередження економічної діяльності дозволяє виявляти пробіли в ланцюгах та заповнювати їх, генеруючи при цьому побічні потоки знань.

2. Кластер розширює ринок. Це є найсуттєвішим результатом міжфірмової співпраці. Співпраця між фірмами, яка веде до зростаючої віддачі від масштабу, сприяє проникненню фірм у нові сегменти.

3. Розвиток відносин між учасниками кластерів сприяє зростанню конкурентних переваг за рахунок проведення спільних досліджень і розробок, що генерують колективну ефективність.

4. Кластер генерує нові ланцюги доданої вартості за рахунок перехресних зв'язків між фірмами, що примножує кількість промислових вузлів та створює стійкість усїєї мережевої системи.

6. Кластер створює системні синергетичні ефекти, сприяє промисловій «ланцюговій реакції», коли один кластер успішно функціонує та примножує результати діяльності інших кластерів.

ВИСНОВКИ

1. В українській сфері громадського харчування процес кластеризації давно вже має місце, але ці кластерні утворення офіційно не засвідчені. Формування кластерів у сфері громадського харчування дозволить зміцнити зв'язки між виробниками, постачальниками, споживачами і створити нові відсутні зв'язки з науковими та освітніми установами, представниками малого та середнього бізнесу для успішного формування та розвитку кластерних структур при проведенні ефективної кластерної політики.

2. На сьогодні не існує чіткої методики утворення кластерних структур в Україні. Такий стан пояснюється відсутністю розуміння необхідності та інтересу у потенційних учасників до об'єднання, механізму формування та роботи кластера, переваг, які їм може надати кластер. Це зумовлює необхідність інтенсифікації регіональних кластерних процесів.

3. Необхідно підкреслити, що більшість українських кластерів створено стихійно або за шаблоном іноземних, без належного економіко-організаційного обґрунтування. Не зважаючи на довгий період існування, кластерний рух в Україні є слабо організованим на національному рівні й зростає радше стихійно. У країні діють близько 50 кластерних ініціатив та кластерів, 22 з них є на платформі ЕССР й в останні роки відбувається значна активізація на регіональному рівні.

4. Останні роки кластерний рух в Україні демонструє досить високу динаміку розвитку, принаймні зовні, але водночас має низку недоліків:

- на національному рівні не існує ніякого централізованого обліку щодо кількості діючих кластерів, їх відповідності критеріям якості, обліку по окремих секторах, відповідності економічним пріоритетам тощо;

- кластерний рух недостатньо синхронізований й не завжди відповідає пріоритетам економічного розвитку регіонів та економіки країни в цілому. Зокрема, є значний дисбаланс між кількістю ІТ та агрокластерів, й такими, що діють у промислових секторах;

- більшість організацій, які називають себе кластерами не підпадають під європейські визначення кластеру (стосується більше 50% так званих «ІТ-кластерів» в Україні), а радше є регіональними секторальними асоціаціями, що об'єднують вузьке коло 1–2 категорій учасників ринку і які слабо інтегруються до регіональних ланцюгів доданої вартості;

- обліку діючих й недіючих кластерів у країні немає. Системні процеси обміну кращими практиками, кваліфікації та просування кластерів в Україні не налагоджені й не є регулярними. Головною причиною цього стану є відсутність узгоджених та діючих політик національного рівня, а також відповідальних національних органів.

5. Українська практика свідчить, що державна кластерна політика національного та регіонального рівнів, як і її інструменти, в Україні перебувають лише на стадії становлення і фактично не отримали розвитку за роки незалежності. При цьому в сусідніх європейських країнах процеси кластеризації актуалізовані та активізовані з 1990-х років і раніше.

6. В українському законодавстві налічується кілька десятків законодавчих та нормативно-правових актів, у яких згадуються кластери або які пов'язані з кластерами. Проте жодного законодавчого чи нормативноправового акту, де б кластерний розвиток був об'єктом державного регулювання, досі прийнято не було.