



ISSN 2072-8441

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

<http://elibrary.miu.by/journals!/item.eiup.html>

Давыдович, А.Р. Оценка внешних факторов развития социального питания в России / А.Р. Давыдович // Экономика и управление. – 2013. – № 3 (35). – С. 63–66.

ОЦЕНКА ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПИТАНИЯ В РОССИИ

А.Р. Давыдович^а

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

социальное питание, внешние факторы развития, макросреда, спрос на продукцию и услуги социального питания, денежные доходы населения

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены внешние факторы развития социального питания в России; проанализированы различные взгляды исследователей на классификацию факторов макросреды организации; выделены основные факторы макросреды, влияющие на развитие социального питания, составлен рейтинг внешних факторов, затрудняющих его развитие.

СТАТЬЯ ПОСТУПИЛА В РЕДАКЦИЮ

6 марта 2013 г.

ВЕБ

<http://elibrary.miu.by/journals!/item.eiup/issue.35/article.11.html>

ASSESSMENT OF EXTERNAL FACTORS OF SOCIAL NUTRITION DEVELOPMENT IN RUSSIA

A.R. Davydovich^a

KEYWORDS

social nutrition, external factors of development, macro-environment, demand for production and services of social nutrition, income of the population

ABSTRACT

In the article external factors of development of social nutrition in Russia are considered. Various viewpoints of researchers at classification of factors of macro-environment of the organization are analyzed. Major factors of the macro-environment influencing the development of the social nutrition are allocated. Rating of the external factors hampering its development is made.

RECEIVED

March 6, 2013

WEB

<http://elibrary.miu.by/journals!/item.eiup/issue.35/article.11.html>

В условиях рыночных отношений умение предприятий социального питания приспосабливаться к изменяющимся условиям внешней среды свидетельствует об их жизнеспособности.

В данной статье под внешней средой понимается внешнее окружение, с которым предприятия социального питания взаимодействуют как открытая система и адаптируются к его требованиям с учетом многообразия факторов, их сложности, подвижности, неопределенности.

Внешняя среда предприятий социального питания представляет собой совокупность двух относительно самостоятельных подсистем: макросреды (макроокружение или отдаленное окружение) и микросреды (отраслевые комплексы или непосредственное окружение). Макросреда включает общие факторы,

которые прямо не касаются краткосрочной деятельности предприятий социального питания, но влияют на принятие стратегических решений, связанных с обеспечением устойчивого развития хозяйствующего субъекта. К стратегическим решениям относят такие, которые имеют высокую вероятность реализации и воздействия на функционирование предприятий социального питания.

В экономической литературе существуют различные взгляды на классификацию факторов макросреды организации. О.С. Ваханский и А.И. Наумов предлагают все факторы подразделить на основные (экономические) и вспомогательные (социальные, юридические, технологические, политические) факторы [1].

В исследовании В.И. Дорошева представлена классификация факторов макросреды по функциональному признаку, когда внешнюю среду разделяют на социальную, экономическую, политическую и технологическую составляющие [2]. Распространенным

^а Давыдович А.Р., доцент ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет», кандидат экономических наук, доцент
Davydovich A.R., PhD in Economic sciences, Associate Professor at Sochi State University

является рассмотрение внешнего окружения организации как совокупности факторов экономического, технологического, политико-правового, экологического, социально-культурного и демографического характера [3].

Однако число выделенных групп факторов не имеет принципиального значения при анализе внешней среды организации, так как приоритетными должны являться те факторы, которые оказывают наибольшее влияние на избранный объект исследования.

В основу выбора приоритетных факторов влияния макросреды на развитие социального питания был положен PEST-анализ, в соответствии с которым рассматриваются основные (политико-правовые, экономические, социальные, технологические) и специфические группы факторов развития макросреды (таблица 1). Последние характерны только для данного отраслевого комплекса, например: бюджетные дотации, тендеры на поставку продовольствия, нормы питания, социальное сотрудничество и т.п.

Таблица 1 — Классификация факторов макросреды, влияющих на развитие социального питания

Политико-правовые	Экономические	Социальные	Технологические
— Введение в действие федеральных и региональных программ развития социального питания в учреждениях здравоохранения, образования и др.	— Экономическая ситуация в стране: рост цен на энергоносители и продовольствие.	— Снижение рождаемости населения.	— Изменение государственной технологической политики.
— Государственное регулирование деятельности предприятий социального питания.	— Снижение денежных доходов и как следствие снижение покупательской способности населения.	— Усиление миграционных процессов.	— Внедрение современных технологий приготовления блюд и напитков.
— Бюджетное финансирование и формирование дотаций на питание.	— Неустойчивое состояние потребительского рынка.	— Рост безработицы, особо острый в малых городах и сельской местности.	— Модернизация технологического процесса и применение новых форм обслуживания.
— Государственная политика в области налогообложения.	— Отсутствие инвестиций в развитие социального питания.	— Отношение потребителей к новым продуктам, стиль жизни, активность потребителей.	— Разработка новых видов продуктов для предприятий социального питания.
— Разработка и внедрение системы государственных стандартов качества для социального питания.	— Развитие смежных отраслевых комплексов (промышленный, аграрный и др.).	— Привлечение спонсоров для компенсации расходов на социальное питание.	— Отсутствие квалифицированных кадров в области социального питания.

Исследование развития социального питания в РФ позволяет утверждать, что оно сильно подвержено воздействию факторов внешней среды, влияние которых носит, в основном, негативный характер, что соответственно отражается на состоянии всей системы. К таким факторам следует отнести: снижение доходов населения, постоянный рост цен и тарифов на энергоносители, продукты, услуги, сокращение госу-

дарственного финансирования на социальные нужды и т.д. [4].

Для объективной оценки влияния внешних факторов на развитие социального питания был проведен анкетный опрос руководителей и ведущих специалистов данного отраслевого комплекса. На основе полученных данных был составлен рейтинг внешних факторов, затрудняющих развитие социального питания (таблица 2).

Таблица 2 — Рейтинг внешних факторов, затрудняющих развитие социального (на примере школьного) питания в Краснодарском крае

Факторы внешней среды	Интегрированная оценка	г. Сочи	г. Анапа	г. Новороссийск
Денежные доходы населения региона	8,9	9,1	7,9	9,2
Высокая стоимость энергетических ресурсов	7,9	8,4	7,1	8,6
Уровень инфляции	7,3	7,0	7,8	7,2
Низкое качество продуктов и их высокая стоимость	7,2	6,9	7,7	6,9
Устаревшая материально-техническая база предприятий питания	6,9	7,5	6,5	6,4
Отсутствие профессиональных кадров или низкий уровень их подготовки	6,8	6,8	7,1	6,1
Передача школьных столовых на обслуживание другим организациям	6,7	6,6	7,3	5,4
Недостаточное содействие со стороны местной администрации	6,6	7,5	5,6	7,0
Наличие предприятий-конкурентов	6,4	5,9	7,0	6,6
Отсутствие прямых связей с местными производителями продукции (агрокомплексами края)	6,3	8,4	5,0	4,0

Анализируя данные таблицы 2, видно, что максимальная интегрированная оценка получена по такому фактору, как денежные доходы населения региона, которые в наибольшей степени влияют на со-

стояние спроса на продукцию и услуги социального питания.

Процесс формирования спроса на продукцию и услуги социального питания явление сложное: с од-

ной стороны, он отражает общие тенденции развития спроса на потребительском рынке, а с другой — имеет отличия, обусловленные функциональной спецификой предприятий социального питания. Поэтому целесообразно рассмотреть особенности проявления и формирования спроса на продукцию и услуги социального питания с учетом этих отличий.

Специфика спроса на продукцию и услуги социального питания проявляется, прежде всего, в объекте спроса, который характеризуется сложной системой взаимосвязи между различными компонентами. Это позволяет рассматривать спрос как систему, так как ему присущи основные системные характеристики: целостность структуры, организованность, наличие связей между элементами и т.д. Комплексный характер объекта спроса (продукции и услуг одновременно) и предопределяет его главную особенность, заключающуюся в том, что он зависит одновременно от ряда факторов: безопасности, ассортимента и качества продукции и услуг; уровня и качества обслуживания; состояния материально-технической базы; наличия дополнительных услуг и т.д.

При анализе и оценке степени удовлетворения спроса важно понимать, что существуют определенные субъективные представления о потребительских свойствах и качестве продукции и услугах социального питания. Первое — спрос дифференцируется в зависимости от типа предприятия социального питания, второе — наличие определенной референтной группы (социальной группы, к которой принадлежит потребитель).

Спрос на продукцию и услуги социального питания по характеру предъявления различен в школьных столовых и столовых при учреждениях здравоохранения, что обусловлено разными целями их создания, мотивами посещения и отличиями в уровне цен. Соответственно, потребители предъявляют разные требования к качеству продукции и услуг в различных типах предприятий питания.

На предприятиях социального питания процесс проявления спроса по времени совпадает с процессом его удовлетворения, то есть потребления, т.к. реализация продукции завершается непосредственным обслуживанием потребителей в зале. Следовательно, спрос на продукцию и услуги социального питания, проявляется на конкретном предприятии, а вне его он не может быть удовлетворен (за исключением магазинов кулинарии) [5].

Для предприятий социального питания объективно характерна неравномерная загруженность и колебания спроса в зависимости от времени суток, что обусловлено различной интенсивностью предъявления спроса в течение дня. Кроме того, спрос на продукцию и услуги социального питания носит сезонный характер, что обусловлено как сезонным производством многих продуктов питания (овощей, фруктов), так и существующими рекомендациями по формированию ассортимента в зависимости от времени года. Интенсивность колебаний спроса наблюдаются и в разные дни недели, и разное время суток. Например, для предприятий школьного питания и заводских столовых характерен повышенный спрос в обеденное время в будние дни. Данное обстоятельство порождает серьезную проблему маркетинга — согласование спроса и предложения во времени, а для разработки мер по такому соответствию необходимо четко представ-

лять волну колебания спроса в течение дня, дней недели, сезонов года.

Спрос на продукцию и услуги социального питания дифференцируется по месту работы, учебы, лечения и т.д. и формируется под влиянием ряда социально-экономических факторов, важнейшими из которых являются экономическая ситуация в стране, уровень доходов населения, миграционные процессы, психофизиологические особенности людей, их привычки, национальные традиции. Поэтому при исследовании спроса особую актуальность приобретают изучение мотивации поведения потребителя и мотивации отказа от продукции и услуг социального питания.

С точки зрения современного маркетинга потребитель не столько нуждается в товаре, сколько желает решения проблемы, которое может обеспечить его приобретение или потребление. Эта идея имеет большое значение для предприятий питания социального назначения, так как потребность в здоровой пище может удовлетворяться и в домашнем хозяйстве, и в других предприятиях, то есть сам «товар» носит альтернативный характер. Следовательно, посещая предприятия социального питания, потребитель в значительной степени желает получить какие-либо выгоды от визита, кроме простого удовлетворения потребности в еде, например, положительные эмоциональные реакции от приема пищи.

Особенность спроса на продукцию и услуги социального питания во многом определяется фактором взаимозаменяемости. Потребитель, не найдя в меню желаемого блюда, как правило, заменяет его другим. При этом, на предприятиях социального питания взаимозаменяемость может быть межгрупповой (замены продуктов по белкам и углеводам) и внутригрупповой (молоко — творог).

И, наконец, отличительной чертой спроса на продукцию социального питания является взаимодополняемость отдельных видов продукции. Сущность этого явления заключается в том, что с увеличением спроса на один вид продукции одновременно увеличивается спрос и на другой. Например, с увеличением потребления мясных полуфабрикатов возрастает потребление пищевых жиров и растительного масла.

На практике для учета влияния особенностей спроса на продукцию социального питания важно знать влияние его изменения на результаты работы предприятия. Для этого может быть использован коэффициент эластичности спроса, исходя из выручки от реализации той или иной продукции или услуг.

Показатель эластичности спроса позволяет отнести социальное питание к развивающемуся, или находящемуся в состоянии спада отраслевому комплексу: чем выше относительная эластичность спроса по доходу, тем активнее он развивается, и перспективной считается. Рост положительного значения коэффициента эластичности спроса по доходу в динамике примерно одинаковыми темпами свидетельствует о стабильности комплекса, а отсутствие роста — о его спаде. Отрицательный коэффициент эластичности спроса по доходу является сигналом о сокращении объемов товарооборота социального питания [6].

Выполненные нами расчеты коэффициентов эластичности спроса по доходу в разрезе предприятий социального (школьного) питания свидетельствуют о том, что на отдельных предприятиях (СОШ № 7,

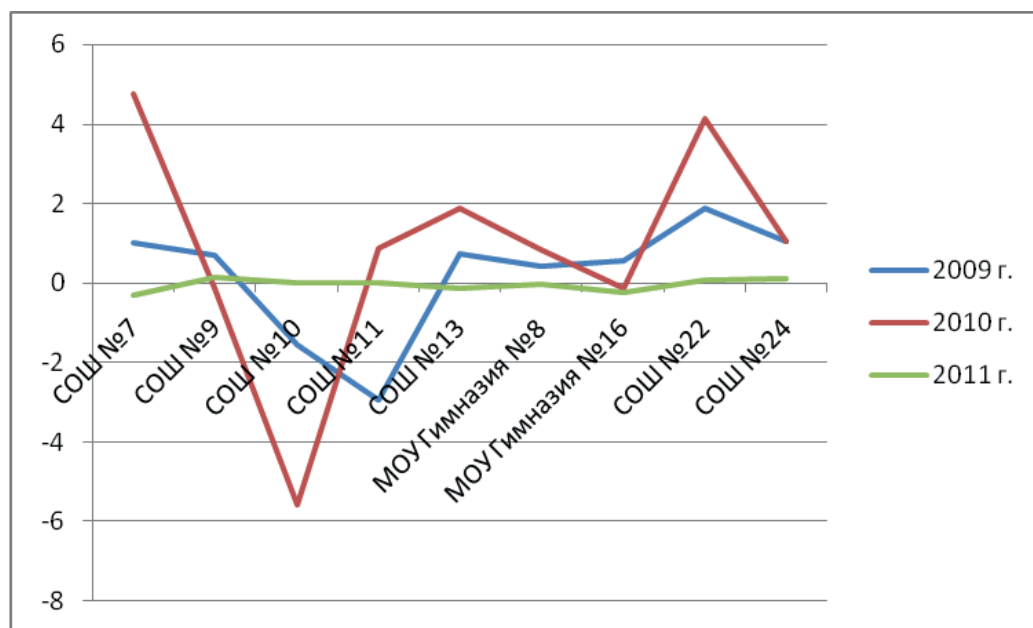


Рисунок — Динамика эластичности спроса по доходу на предприятиях социального (школьного) питания г. Сочи за 2009—2011 гг.

№13, МОУ Гимназия №8, № 16) спрос по доходу в 2011 г. по сравнению с 2009 г. упал в два раза из-за снижения денежных доходов потребителей (родителей школьников) (рисунок).

От эластичности спроса по доходу зависит дифференциация продукции социального питания. Положительная эластичность спроса по доходу характеризует так называемую «качественную, стандартную» продукцию, т.е. в этом случае рост доходов потребителей приводит к росту реализации этой продукции и наоборот, отрицательная величина характеризует «некачественную или низкокачественную» продукцию и падение доходов предприятия.

В результате проведенного исследования было установлено, что положительная форма эластичности спроса по доходу относится к следующим группам продукции социального (школьного) питания: молоко и молочная продукция ($K_d = 3,27$); кондитерские изделия ($K_d = 3,88$); соки и безалкогольные напитки ($K_d = 3,48$). Отрицательная к таким продуктам: рыба и рыбопродукты ($K_d = -4,26$); консервы овощные ($K_d = -0,56$); консервы фруктово-ягодные ($K_d = -1,17$). Полученный результат свидетельствует о том, что в системе школьного питания до сих пор реализуется некачественная или низкокачественная продукция.

Таким образом, исследованные подходы к оценке внешних факторов развития социального питания в России позволяют сделать следующие выводы: отраслевой комплекс сильно подвержен воздействию факторов внешней среды; изменение спроса на продукцию и услуги социального питания влияет на результаты работы предприятия в целом; в наибольшей степени на состояние спроса влияют денежные доходы населения и качество продукции и услуг социального питания.

Литература / References

- Ваханский, О.С., Менеджмент: учебник / О.С. Ваханский, А.И. Наумов. — М., Экономистъ, 2006. — 670 с.
- Дорошев, В.И. «Введение в теорию маркетинга»: учебник / В.И. Дорошев. — Москва, ИНФРА-М., 2000. — 476 с.
- Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: учебное пособие / Котлер Ф. — СПб.: Питер ком, 1998. — 986 с.
- Давыдович, А.Р. Экономика и организация предприятия питания: учебное пособие / А.Р. Давыдович; под науч. ред. Чуваткина П.П. — Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2010. — 214 с.
- Давыдович, А.Р., Проблемы и перспективы развития социального питания в России: монография / А.Р. Давыдович, А.В. Ткаченко, П.П. Чуваткин. — Сочи, РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2011. — 194 с.
- Давыдович, А.Р. Экономика и организация предприятия питания: учебное пособие / А.Р. Давыдович; под науч. ред. Чуваткина П.П. — Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2010. — 214 с.