

НАПРЯМ 2. ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА ТУРИЗМ

Рябенська Марина Олександрівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Державного торговельно-економічного університету

Саган Анна Ігорівна

здобувач вищої освіти,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Державного торговельно-економічного університету

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-481-1-24>

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Ресторанний бізнес є однією з найбільш рентабельних галузей світової економіки та провідним напрямом економічного та соціального розвитку країни. Це пов'язано, з одного боку, з тим, що харчуватись у закладах ресторанного господарства стало сучасним стилем життя, а з іншого боку, порівняно невеликі капіталовкладення у відкриття ресторану можуть окупитися протягом двох чи трьох років. Керівництво ресторану задля нарощування конкурентних переваг і підвищення рівня його рентабельності, повинно мислити стратегічно [2].

Конкуренція, виступає одним з найважливіших ознак ринку – форма взаємного суперництва суб'єктів ринку, механізм регулювання суспільного виробництва. Підприємство ресторанного бізнесу повинно мати виняткові конкурентні переваги для того, щоб мати

змогу стійко та впевнено конкурувати у ринковому середовищі. Ці переваги називають перевагами стратегічного рівня.

Переваги, які забезпечують ефективну роботу, переваги в існуючих ресурсах надають лише тимчасовий результат, в теперішніх умовах сучасного світу цього буде недостатньо. Саме тому, розробка ефективної стратегії розвитку підприємства, яка буде створена на неповторному позиціонуванні підприємства ресторанного бізнесу, орієнтованій на винятковому виді діяльності, буде вагомим напрямком у формуванні та забезпеченні довгострокових конкурентних переваг [1].

Основні етапи загальної процедури оцінки, дослідження і управління конкурентоспроможністю підприємства ресторанного бізнесу в цілому охоплюють: виявлення факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, що позначаються на рівні конкурентоспроможності закладу та оцінка його значущості; групування чинників та аналіз міжгрупових взаємозв'язків та внутрішньогрупових; оцінка впливу факторів, обраних для дослідження (або груп чинників), на рівень конкурентоспроможності підприємства та кількісна оцінка того ж рівня; прогнозування рівня конкурентоспроможності підприємства; пошук методів та шляхів підвищення конкурентоспроможності; розробка певного комплексу заходів задля підвищення конкурентної спроможності; підрахунок (кошторис) прямих і непрямих витрат на реалізацію розроблених заходів; підбір критеріїв результативності заходів з приводу покращення конкурентної стійкості підприємства; вибір оптимального комплексу впливу регулюючих процесів; визначення результативності заходів, які були розроблені та прийняття відповідних управлінських рішень [4].

Конкурентоспроможність закладів ресторанного бізнесу характеризується такими ознаками:

- фінансовий стан підприємства;
- ефективність виробництва;
- конкурентоспроможність ресторанної продукції;
- оперативність продажів та просування товарів;
- зображення проекту тощо.

Від методу оцінки конкурентоспроможності закладу залежить конкретний набір показників. Різні критерії можуть класифікувати конкурентоспроможність підприємства ресторанного бізнесу. Головні критерії оцінки конкурентоспроможності закладу ресторанного бізнесу на споживчому ринку, зображені на рисунку 1.



Рис. 1. Критерії, які визначають конкурентоспроможність підприємства ресторанного господарства на споживчому ринку

Взаємозв'язок між складовими, що визначають конкурентоспроможність продукції (послуг) можна прослідкувати в наступному: якість виробничого процесу, праці, засобів і предметів праці напряму залежить в першу чергу від якості продукції

підприємств ресторанного бізнесу. При задоволенні потреб споживачів на ринку послуг, проявляється раціональність використання ресурсів та якість продукції.

Завданнями стратегічного управління конкурентоспроможністю закладів ресторанного бізнесу є:

- реалізація заходів щодо його стабільного конкурентного розвитку;
- його організаційного, економічного та фінансового забезпечення;
- підвищення інноваційності та за належної обґрунтованості підтримка ініціатив щодо диверсифікації бізнес-процесів.

Кожне підприємство, що працює в сфері ресторанного бізнесу, має свій формат стратегічного контуру. Через швидкі зміни у внутрішньому середовищі та нестабільність ринку, де переваги і можливості невеликих закладів носять ситуаційний характер, конкурентний розвиток підприємств ресторанного бізнесу є досить динамічним.

Література:

1. Посто́ва В. Особливості управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку ресторанних послуг. *Причорноморські економічні студії*. 2023. Випуск 82. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.82-11>
2. Рябе́нька М.О. Стратегія підвищення конкурентоспроможності закладів ресторанного бізнесу. *Туризм: досвід, проблеми, інновації*: матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 06–07 квітня 2023). Київ, 2023. С. 128–130.
3. Рябе́нька М.О. Інноваційні заходи забезпечення конкурентних переваг підприємств у сфері ресторанного господарства. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*. 2019. Vol. 3. P. 94–96.
4. Якубі́в В.М., Бори́шкевич І.І. Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу. *Регіональна економіка*. 2020. № 1. С. 144–153.