

УДК 005.332.4:640.43

Марина Рябенька

канд. екон. наук.,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
*Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Вінниця*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

Управління конкурентоспроможністю сучасного підприємства ресторанного бізнесу отримало особливу значимість з огляду на появу нових ідей для розвитку бізнесу, нових запитів з боку споживачів, розвитку сучасних інформаційних технологій. Власники ресторанів, які бажають зробити зі свого бізнесу відомий бренд, дістати більшу частку споживачів, починають пошук унікальних характеристик, розвиток яких приведе до успіху.

Важливим чинником конкурентоспроможності ресторану є розробка концепції та бізнес-моделі функціонування. Конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками. Часто конкурентні переваги ототожнюють із новими технологічними розробками, які використовує підприємство, та більш високою кваліфікацією персоналу. Однак вони не виявляються у більших обсягах продажу, прибутку й інших економічних показниках. Тому їх доцільно називати передумовами для отримання конкурентних переваг [2].

Жорстка конкуренція у сфері ресторанного бізнесу змушує підприємців змінювати пріоритети розвитку бізнесу. Розвиток ринку ресторанних послуг залежить від факторів більш тривалого характеру, пов'язаних із якісними характеристиками послуг, а також із використанням і утриманням конкурентних переваг. Оскільки

діяльність будь-якого підприємства залежить від конкретних людей (персоналу), то ж саме персонал є ключовим елементом функціонування підприємства та вирішення поставлених завдань у пошуку конкурентних переваг. Саме від злягоджених дій персоналу та керівництва підприємства ресторанного господарства залежить результат його діяльності та завоювання свого платоспроможного відвідувача. Отже, вимогою сучасності стає обов'язковий розвиток персоналу. Розвиток персоналу завжди сприймається позитивно, оскільки він спрямований на розвиток кадрового потенціалу.

Конкурентоспроможність підприємств ресторанного бізнесу – це характеристика, яка відображає специфіку діяльності (виробництво, реалізацію та організацію споживання, здатність задовольняти потреби споживачів) і сприяє ефективній діяльності в умовах нестабільності ринку.

Залежно від типу конкурентної поведінки підприємства ресторанного бізнесу щодо формування та розвитку конкурентних переваг можна виділити такі види конкурентної стратегії.

1. Конкурентна стратегія на основі інновацій. Застосовується ресторанами, що активно впроваджують у свою діяльність нові види та технології приготування ресторанных страв, інноваційне меню, новітні техніко-технологічні прийоми та форми обслуговування споживачів, інноваційні види реклами.

2. Конкурентна стратегія на основі репродукційних дій. Застосовується підприємствами ресторанного бізнесу, що провадять свою діяльність у цій сфері тривалий час та мають позитивну репутацію серед споживачів.

3. Конкурентна стратегія на основі адаптації до зовнішніх умов. Забезпечує високий рівень лояльності споживачів на основі швидкої та своєчасної адаптації підприємств ресторанного бізнесу до сучасних трендів у обслуговуванні та харчуванні відповідно до вимог і запитів споживачів.

4. Конкурентна стратегія на основі забезпечення діяльності. Характерна для підприємств ресторанного бізнесу, фінансові можливості яких обмежені, однак мають добру репутацію і позитивний імідж на ринку. Така позиція дає їм змогу підтримувати вже отримані конкурентні переваги та відповідати очікуванням споживача за

ключовими детермінантами (такими як продукція, персонал, сервіс, атмосфера, ціна, імідж) шляхом їх постійного удосконалення [1].

Забезпечення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу в таких умовах можливе лише за рахунок поєднання трьох складників: врахування споживчих переваг і очікувань, комбінування заходів із підвищення якості страв і обслуговування та вибору оптимальної цінової політики, здійснення постійного моніторингу конкурентів.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність підприємства ресторанного бізнесу, аспекти конкурентоспроможності, конкурентні переваги.

Список використаних джерел:

1. Малуґа Л. М. Конкурентоспроможність підприємств ресторанного бізнесу / Малуґа Л. М., Загороднюк О. В. // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2020. – Вип. 2(25). – С. 241–245.

2. Нагернюк Д. В. Формування конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства [Електронний ресурс] / Нагернюк Д. В., Коваленко Л. Г. // Економіка та суспільство. – 2021. – № 31. – URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/692/665>

3. The Formation of a System of Investment Prospects of Ukrainian Tourism and Recreation Sector Enterprises on Terms of Benchmarking / Kozhukhivska R., Sakovska O., Maliuga L., Maslovata S. // Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference (IBIMA), 10–11 April 2019. – Granada, 2019. – P. 5282–5290.