

УДК 640.4

Шевченко К.Б.
студент гр. МТЕ-432м
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна
наук. кер. – к.е.н., доцент Кукліна Т.С.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ

Готельно-ресторанний бізнес є галуззю з дуже високим рівнем конкуренції, що має за мету максимально задовольнити потреби споживачів, забезпечити їх високий рівень комфорту, задовольнити найрізноманітніші господарські, культурні і побутові запити. Конкурентоспроможність – це здатність підприємств виробляти конкурентоспроможну продукцію, перевага одних підприємств над іншими, що працюють у цій галузі в країні та за її

межами [1].

Досягнення конкурентоспроможного стану на ринку є основним завданням підприємства, оскільки це засвідчує підвищення обсягу збуту продукції, зменшення непродуктивних витрат та зростання ефективності здійснених витрат, сформованість кадрово-інтелектуального потенціалу, високу інноваційно-інвестиційну активність та фінансову стійкість. Конкурентоспроможність організації передбачає можливість розширювати або зберігати конкурентні позиції на цільовому ринку та мати вплив на ринкову ситуацію через пропозицію якісних послуг та продукції, задовольняючи специфічні вимоги споживачів і забезпечуючи ефективність функціонування. Конкурентоспроможність підприємства є результатом випуску конкурентоспроможної продукції та послуг у процесі його функціонування як системи [2].

На конкурентоспроможність готельно-ресторанних комплексів впливає багато факторів, які необхідно враховувати при визначенні напрямків діяльності, до основних з яких можна віднести наступні:

1. Стабільність економічної та політично-соціальної підсистем країни в цілому. Особлива увага приділяється, в першу чергу, рівню витрат та доходів населення. При збільшенні рівня доходів споживачі користаються закладами готельно-розважальної сфери частіше. Різні сегменти потенційних клієнтів з метою зменшення часу на виготовлення страв в домашніх умовах та урізноманітнення дозвілля, обирають саме заклади готельно-ресторанної сфери. За таких умов, конкуренція серед закладів готельно-ресторанної сфери зростає.

2. Конкуренція цінової пропозиції закладу на послуги та продукцію, що реалізуються в ньому. На конкурентному ринку більше переваги отримує той заклад, який має змогу запропонувати нижчу ціну в порівнянні з конкурентами. Але дана ціна повинна відшкодовувати всі витрати закладу і гарантувати отримання прибутку. Якщо ця вимога не дотримується, то даний заклад не може ефективно конкурувати на ринку. Але з іншого боку ця вимога змушує бізнес зменшувати свої витрати за рахунок пропонування більш високої

продуктивності праці, використання новітніх та прогресивних технологій, застосування нових видів сировини тощо.

3. Коригування запропонованих послуг відповідно до вимог клієнтів щодо специфіки товарів, або послуг. При проведенні таких досліджень потрібно враховувати, що споживачі мають різні вимоги, які мають індивідуальний характер, а також змогу постійно ознайомлюватись з новітніми досягненнями ринку готельно-розважальних послуг. Це стосується і якості страв, що залежить від кваліфікації певного персоналу, дотримання відповідних стандартів приготування, кулінарії та інше. Розширення асортименту послуг, що пропонуються клієнтам, відповідно до типу закладу, його брендового позиціонування, стандартів обслуговування, концепції, а також особливостей цільової аудиторії, таких як вік, стать, належність до різноманітних соціальних верств та груп населення і т.д.

4. Геолокація закладу готельно-ресторанної сфери та зручність транспортної інфраструктури для потенційних клієнтів. Місце розташування закладу готельно-ресторанної сфери є однією з найвагоміших конкурентних переваг, що часто вирішує подальшу перспективу розвитку усього бізнесу. Потрібно також взяти до уваги і особливості розвитку транспортної системи та основні напрямки, інтенсивність пішохідних та пасажирських потоків, наявність та облаштованість території для паркування особистих автомобілів.

5. Постійне оновлення технологічної бази та запровадження інновацій у функціонуванні як виробничих, так і бізнес процесів. Підприємства готельно-розважальної сфери розробляють стандарти обслуговування у відповідності до власної концепції і впроваджують сервіс орієнтований на споживача. В даний час сфера розваг переживає справжній «бум» у використанні різноманітного асортименту запропонованих товарів та великого спектру різних додаткових розважальних послуг [3].

Конкурентоспроможність підприємства залежить і від об'єкта порівняння, і від факторів, які використовуються для оцінки конкурентоспроможності. На основі існуючих показників конкурентоспроможність залежить і від методу

оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Література:

1. Батченко Л.В., Стариченко Т.В. Концептуальний підхід до конкурентоспроможності готельних підприємств України. *Ефективна економіка*. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2018/9.pdf (дата звернення: 23.09.2023 р.).
2. Чорна М.В., Бугріменко Р.М. Конкурентоспроможність підприємства. Харків, 2017. Ч. 2. 102 с.
3. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті [Електронний ресурс] / Галина Нагорняк, Людмила Малюта, Лілія Мельник, Роман Шерстюк. Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 1(16). С. 148–158. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17nhsvtk.pdf>. (дата звернення: 16.10.2023 р.).