

УДК 640.41

Ріарден А.М.

студент гр. МТЕ-412м

Національний університет «Запорізька політехніка»

м. Запоріжжя, Україна

наук. кер. – к.е.н., доцент Кукліна Т.С.

СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний стан розвитку економіки характеризується динамічними змінами у зовнішньому середовищі, зміною вимог споживачів до характеристик товарів та послуг і посиленням конкурентної боротьби, що зумовлює необхідність пошуку джерел формування конкурентних переваг. Еволюційний розвиток змістовних складників терміна «конкурентні переваги» багато в чому відповідає еволюційним етапам поглядів на сутність категорії «конкуренція». Аналіз літератури із зазначеної проблематики дав змогу виявити значні розбіжності у поглядах науковців до визначення сутності конкурентних переваг, які знайшли відображення як у часових проміжках, так і в сутнісних особливостях трактувань. Центральне місце в конкурентній теорії поряд із категоріями «конкуренція» та «конкурентоспроможність» займає категорія «конкурентна перевага». Але, незважаючи на це, в літературі відсутній єдиний погляд на сутність цієї категорії. Аналіз наявних поглядів свідчить про значні розбіжності у трактуванні [1].

Розробка і реалізація налагодження довірчих відносин із цінними для

підприємства клієнтами, створення стійких відмінних переваг перед конкурентами на ринку для максимізації доходів акціонерів, саме в цьому і полягає мета маркетингу, який розглядається як процес управління. Тому конкуренція в підприємницькій діяльності перетворюється на процес створення і використання підприємством власних конкурентних переваг та управління ними з метою досягнення конкретних цілей на конкретному ринку в конкретний проміжок часу. І не менш важливим є те, що це відбувається в рамках діючого законодавства. Основою успіху є досягнення кращого розуміння споживачем властивостей і загалом цінності цього товару по відношенню до пропозицій конкурентів [2].

Прагнення готельно-ресторанних підприємств досягти комерційного успіху зумовлює необхідність підвищення конкурентоспроможності послуг, що надаються, за рахунок комплексного розв'язання проблеми через удосконалення діяльності всіх ієрархічних ланок та підрозділів комплексу.

Сьогодні існує декілька методів дослідження конкурентної стійкості організації, які розділяються за двома напрямками: аналіз зовнішнього середовища аналіз внутрішнього середовища. Аналіз зовнішнього середовища включає наступне: аналіз конкурентних умов у галузі; оцінка конкурентних переваг організації; метод незважених рейтингів; метод зважених рейтингів; карта стратегічних груп. Аналіз внутрішнього середовища включає: стратегічний аналіз цінності в організації; SWOT-аналіз [3].

Конкурентні переваги виражаються прагненням підприємства всіма засобами і наявними ресурсами досягти вигідного стану, використовуючи тактику цінової конкуренції, підвищення якості продукції та послуг, інтенсивну рекламу тощо. Активне й раціональне застосування стандартів дозволяє забезпечити необхідну якість продукції та послуг, організувати налагоджений і безперервний технологічний процес, а також приводить до подолання технічних бар'єрів на зовнішніх ринках, розширення бази виробничого співробітництва із закордонними партнерами, установлення більш високого рівня цін на продукцію та послуги й підвищує рівень конкурентоспроможності українських підприємств

на світовому ринку [4].

Одним з основних напрямів формування стратегічних конкурентних переваг у готельно-ресторанному бізнесі є надання послуг більш високої якості порівняно з конкуруючими аналогами. Як правило, належний рівень якості забезпечується в результаті функціонування на підприємстві системи управління якістю на основі впровадження заходів, що впливають як на чинники підвищення якості, так і на умови їх реалізації.

Ринок послуг гостинності відкритий і конкурентний, здійснює значний тиск на цю індустрію, змушуючи її постійно підвищувати якість своїх послуг. Зважаючи на це, одним з найважливіших напрямів управлінської діяльності готелів та ресторанів є пошук дієвих стратегічних рішень для забезпечення конкурентоспроможності послуг.

Література:

1. Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики : Монографія. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2006. 248 с.
2. Багрова І. В. Складові та фактори конкурентоспроможності. *Вісник економічної науки України*. 2011. №1(11). С. 11–16.
3. Формування конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства та застосування лідерства в управлінні як конкурентної переваги. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/326487453.pdf> (дата звернення 27.09.2023 р.).
4. Концептуальний підхід до конкурентоспроможності готельних підприємств України. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2018/9.pdf (дата звернення 27.09.2023 р.).