

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

*Давидов Д.Ю.*

*Науковий керівник – Давидова О.Ю., д-р екон. наук, професор*

В умовах ринкової економіки конкуренція є головним регулятором суспільного виробництва. Це важливий інструмент ринку, дієвий засіб зниження цін та задоволення попиту. На конкурентоспроможність підприємства впливає низка чинників: споживачі, товари-замінники, постачальники тощо. І цей вплив стає дедалі сильнішим, якщо на ринку загострюється конкуренція. Основним завданням кожного підприємства є підвищення якості виробленої продукції й надаваних послуг. Успішна діяльність підприємства має забезпечуватися виробництвом продукції й послуг, які:

- відповідають чітко певним потребам споживачів;
- задовольняють вимоги споживача;
- відповідають застосовуваним стандартам і технічним умовам;
- відповідають чинному законодавству та іншим вимогам суспільства;
- передбачають надання споживачеві послуг за конкурентоспроможними цінами;
- спричиняють одержання прибутку.

Для досягнення поставлених цілей підприємство має організувати свою діяльність так, щоб тримати під контролем усі технічні, адміністративні й людські фактори, що впливають на якість продукції та її безпеку. Сутність конкуренції на ринку готельно-ресторанного господарства полягає в змаганні, суперництві, напруженій боротьбі юридичних та фізичних осіб, що не займають монопольного положення на ринку, за покупця, за своє виживання, встановлення цін відповідно до якості. Сфера обслуговування покликана задовольняти потреби споживачів готельної індустрії в харчуванні через мережу підприємств ресторанного господарства, які відрізняються за типом, класом, формою власності тощо. Ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності, одним із засобів високоліквідного використання капіталу. Сучасний ресторанний бізнес пропонує споживачам широку номенклатуру послуг ресторанного господарства.

Головна задача ресторанної індустрії визначається концепцією технології гостинності, детермінантою якої є задоволення найвибагливіших потреб споживача.

Конкуренція в ресторанному господарстві має певні особливості:

підприємства ресторанного господарства, зазвичай, орієнтовані на територіально обмежений ринок, розміри якого залежать від місцезнаходження підприємства, транспортної доступності його для споживачів; частина підприємств ресторанного господарства, зокрема кращі ресторани, можуть конкурувати між собою в загальноміському масштабі на сегменті ринку з обслуговування святкових заходів, ділових зустрічей, туристів тощо;

загальнодоступні підприємства ресторанного господарства, зазвичай, працюють в умовах досконалої конкуренції, для якої характерно: наявність великої кількості підприємств різних типів, що реалізують широкий або вузький (спеціалізований) асортимент продукції на однорідному сегменті ринку, задовольняючи різнобічні потреби населення в харчуванні; можливий вхід на ринок (вихід з ринку) при незначних обсягах капіталу (низькому рівні витрат);

частина підприємств ресторанного господарства, які обслуговують зосереджені контингенти споживачів за місцем роботи й навчання, займаються не тільки комерційною діяльністю, але й мають важливе соціальне значення (сприяють збереженню здоров'я та підвищенню працездатності робітників, службовців, учнівської молоді). Характерним для них є концентрація матеріальних, фінансових та людських ресурсів у підприємствах ресторанного господарства за місцем роботи чи навчання;

за попит розосереджених контингентів споживачів за місцем роботи змагаються як підприємства ресторанного господарства, що розміщені поряд, так і підприємства, що доставляють продукцію у різні місця за попередніми замовленнями;

особливий характер конкуренції, пов'язаний із виконанням підприємствами ресторанного господарства функцій виробництва продукції, її реалізації та організації споживання. Це вимагає врахування можливостей виробництва певного обсягу продукції, забезпечення її якості, а також запитів споживачів, їх платоспроможність.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства готельно-ресторанного господарства - це узагальнююча оцінка його життєстійкості, яка характеризує ефективність використання його ресурсів, здатність забезпечити споживачів продукцією й послугами відповідної якості й вартості, можливість адаптуватися до динамічного навколиш-

нього середовища, вчасно реагувати на зміни конкурентного ринку, забезпечуючи ефективне функціонування господарчої системи.

## **ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

***Шитова І.О.***

*Науковий керівник – Давидова О.Ю., д-р екон. наук, професор*

Конкурентоспроможність підприємства готельно-ресторанного господарства закладається ще на стадії проектування. У процесі виробництва матеріалізуються найважливіші, визначальні елементи конкурентоспроможності продукції та послуг: якість та витрати. Моделювання та визначення рівня конкурентоспроможності продукції є необхідною передумовою для її продажу (реалізації) на відповідному ринку.

Основними способами конкурентної боротьби є цінова й нецінова конкуренція. Перша пов'язана зі зниженням цін у цілому, у певні проміжки години, чи на певні види продукції. Підставою для таких дій є зниження витрат виробництва й обігу, пільги, що надаються під час організації харчування для певних категорій споживачів. Часто це пов'язано зі значними обсягами випуску продукції, а також тоді, коли підприємець свідомо йде на втрату частини прибутку для розширення або завоювання частки ринку.

Нецінова конкуренція сприяє зайняттю більш вигідного положення на ринку завдяки високій якості продукції й послуг, вигідному розміщенню підприємства, особливому його іміджу тощо.

Конкуренція має як позитивні, так і негативні наслідки. До позитивних належать: гнучке пристосування до попиту, підвищення якості продукції й послуг, висока продуктивність праці, мінімізація витрат виробництва та обігу, активізація інноваційних процесів. Негативні наслідки проявляються: у зростанні інфляції та безробіття, збільшенні диференціації доходів у членів суспільства, не завантаженості виробничих потужностей. Посилення конкурентної боротьби призводить до банкрутства підприємств, які неспроможні протистояти своїм конкурентам.

Експерти вважають, що вітчизняний ресторанный ринок розвивається дуже динамічно, але до повного насичення ще далеко. Тому кількість ресторанів буде зростати. Водночас і конкуренція стане жорсткішою. Спостерігається бурхливий розвиток мережних ресторанів, адже мережа стійкіша до змін ринку та запроваджує гнучку цінову політику. Спеціалісти зазначають, що заклади середнього та високого