

## **ОСНОВНІ ФАКТОРИ, ЩО ФОРМУЮТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

**Жуков В.В.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри готельного і ресторанного бізнесу,  
Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця

**Пугач К. Є.**

Студентка 4 курсу  
факультету міжнародної економіки і підприємництва ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Актуальні умови функціонування суб'єктів ресторанного господарства в Україні ускладнені значною кількістю політичних та макроекономічних чинників. Варто сказати, що, дослідження факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства, набуває великої важливості, оскільки ресторанна галузь є однією з найбільш конкурентних у сфері обслуговування, і кожне підприємство, що діє у цьому секторі, стикається з рядом викликів, які можуть впливати на його конкурентоспроможність.

Проблеми конкурентоспроможності у сфері ресторанного господарства, розглядалися в працях таких учених, як Лопатюк І. М., Левчук О. І., Міщенко І. І., Шкіль О. В., Євтушенко Н. І., Козак Ю. В., Денисенко Т. В., Шпичак І. В., Годзяцький І. В, Кравченко Н. М.

Оскільки ресторанний бізнес є одним із найбільш конкурентних секторів економіки, а успішність підприємств у цій галузі залежить від багатьох факторів, дослідження є актуальним. В умовах зростання конкуренції у ресторанній галузі важливим стає аналіз та розуміння факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства.

У сучасному ресторанному бізнесі, конкурентоспроможність визначається не лише якістю продукції та обслуговування, а й ефективністю використання ресурсів, включаючи технологічні. Використання інтернет-технологій та соціальних медіа у маркетинговій стратегії ресторанного бізнесу є важливим аспектом.

Один з головних викликів – зміна споживацьких звичок споживачів. Сьогодні споживачі стали більш вимогливі до якості обслуговування та страв, а також до умов, в яких вони подаються [1, с.34].

Тому ресторанним підприємствам необхідно знати своїх відвідувачів і відповідати їхнім потребам. Ще один виклик – збільшення конкуренції на ринку ресторанного бізнесу. Це вимагає від підприємств більшого заходження в рекламу, розробку нових концепцій та інноваційних рішень [1, с.36].

Щодо збільшення рентабельності, можливо через зниження витрат, яке може бути досягнуто шляхом оптимізації виробничих процесів, зниженням заробітної плати працівників, зменшенням кількості меню та збільшенням кількості реклами. Однією з можливостей є також експансія ресторанного бізнесу за межі країни, адже це може дати нові можливості для розвитку та збільшення прибутків [1].

Якість продуктів та послуг є одним із ключових факторів, який впливає на конкурентоспроможність ресторанного бізнесу в Україні. Це пов'язано з тим, що смак та якість страв є головними критеріями, за якими оцінюється якість обслуговування в ресторанах [2, с.128]. Крім того, українські споживачі дедалі більше звертають увагу на якість та склад продуктів, тому ресторани, які пропонують якісні та свіжі продукти, мають велику конкурентну перевагу. Надто часті зміни меню та складу страв можуть негативно вплинути на репутацію ресторану та знизити його конкурентоспроможність. Також важливою є якість обслуговування, яка включає в себе якість сервісу та комунікації з споживачами.

Особливо важливою є цінова політика, оскільки ціни на страви та послуги повинні бути конкурентними і відповідати рівню якості. Імідж ресторану та його бренд також важливі, оскільки вони формують сприйняття клієнтів про заклад. Гігієна та безпека харчових продуктів є необхідними для забезпечення безпеки та здоров'я клієнтів, тому ці питання потрібно ретельно враховувати. Щодо розташування ресторану та його доступність - вони впливають на зручність відвідування та досяжність для гостей. Рівень обслуговування та якість обслуговування клієнтів є не менш важливим фактором за вищесказані, оскільки споживачі хочуть отримати якісне та відповідальне обслуговування від персоналу ресторану, що буде сприяти подальшому їхньому відвідуванню певного закладу.

Конкуренція на ринку ресторанного бізнесу: конкуренція на ринку є ключовим фактором, який впливає на конкурентоспроможність ресторанного бізнесу. Наявність багатьох конкурентів на ринку ресторанного бізнесу може знизити попит на послуги вашого ресторану. Тому, щоб бути конкурентоспроможними, ресторани повинні ретельно вивчати своїх конкурентів та знаходити способи відрізнитися від них [2, с. 130]. Маркетинг та реклама важливі для просування ресторанного бізнесу. Ефективні рекламні кампанії можуть привернути нових споживачів, які можуть стати постійними відвідувачами в майбутньому. Крім того, маркетингові дослідження можуть допомогти визначити потреби гостей та знайти способи задовольнити їх.

Використання технологій та інновацій може допомогти підвищити конкурентоспроможність ресторанного бізнесу. Наприклад, ресторани можуть використовувати інтернет-технології для збору замовлень та резервування столиків онлайн, що дозволяє зручно та швидко обслуговувати гостей. Також, використання інноваційних кулінарних технологій та нових інгредієнтів може допомогти ресторанам відрізнитися від конкурентів.

Кадровий потенціал: якісний персонал є ключовим фактором у підвищенні конкурентоспроможності ресторанного бізнесу. Ресторани повинні залучати талановитих кухарів, офіціантів та інших співробітників, які мають відповідні навички та досвід. Крім того, важливо забезпечити належне навчання та підвищення кваліфікації персоналу, щоб вони були в курсі нових тенденцій у галузі та могли надавати високоякісне обслуговування споживачів.

Кадровий потенціал також пов'язаний зі здатністю ресторану залучати та зберігати талановитих працівників. Ресторани повинні пропонувати конкурентну заробітну плату, гнучкий графік роботи та можливості кар'єрного зростання для забезпечення задоволеності та мотивації працівників.

Недолік кадрового потенціалу може призвести до погіршення якості обслуговування та зниження репутації ресторану серед споживачів. Крім того, відсутність достатньої кількості та якості персоналу може призвести до зниження продуктивності та ефективності ресторану, що може вплинути на його прибутковість. Таким чином, залучення та збереження якісного персоналу є важливим фактором для підвищення конкурентоспроможності ресторанного бізнесу в Україні [2].

У статті «Оцінка конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства» [3] автори пропонують різні методи оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. Цікавими для підприємців можуть бути:

- аналіз SWOT: цей метод оцінки полягає в ідентифікації сильних і слабких сторін підприємства, а також можливостей і загроз, що походять з зовнішнього середовища;

- методологія "зворотного зв'язку": вона полягає в оцінці рівня задоволеності споживачів із послуг, які надає підприємство, та виявленні причин, які призвели до такої оцінки;

- методика "Mystery shopping": цей метод полягає в залученні таємних гостей, які відвідують підприємство, щоб оцінити якість обслуговування, атмосферу та інші аспекти діяльності;

- розробка ключових показників ефективності (KPI): цей метод полягає в визначенні найважливіших параметрів, за допомогою яких можна оцінювати роботу підприємства та його конкурентоспроможність.

Це лише кілька методів, які автори пропонують для оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства.

Щодо міжнародного досвіду, дослідники зазначають, що до таких факторів можна віднести якість продукції, рівень сервісу, ціноутворення, географічне розташування, наявність різноманітних акцій та знижок, маркетингові стратегії тощо. Також автори звертають увагу на важливість формування позитивного іміджу ресторану та налагодження довіри до бренду серед клієнтів [4].

Основними проблемами ресторанного бізнесу є висока конкуренція на ринку: наявність великої кількості ресторанів у більшості міст України призводить до необхідності ресторанам боротися за відвідувачів, а також високі витрати на забезпечення якості продуктів, бо висока конкуренція на ринку вимагає від

ресторанів підвищеної уваги до якості продуктів, що призводить до збільшення витрат на закупівлю продуктів. Також проблеми знайти кваліфікований персонал може бути складно і вимагати великих витрат на його навчання та підготовку [5].

При дослідженні можна було виявити перспективи ресторанного бізнесу, а саме:

- розвиток концептуальних ресторанів, коли за допомогою незвичайних концепцій може привернути споживачів і забезпечити конкурентну перевагу, застосування різних технологій, включаючи замовлення їжі через мобільний додаток, може зробити ресторанний бізнес більш зручним і привабливим для клієнтів;

- розширення асортименту послуг та розвиток гастротуризму, що може стати важливою складовою гастрономічного туризму, приваблюючи туристів своїми стравами та атмосферою.

Таким чином, зараз підприємцям треба зосередити увагу на розвиток концептуальних ресторанів, використанні технологій, розширенні асортименту послуг, розвитку гастротуризму та здорового харчування.

Отже, дослідження основних факторів, що формують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства, може допомогти виявити ключові фактори, що впливають на конкурентоспроможність ресторанного бізнесу. Крім того, висновки дослідження можуть бути корисними для рестораторів, які прагнуть розширити свій бізнес та зайти на нові ринки. Узагалі, ці висновки можуть сприяти покращенню ефективності ресторанного бізнесу в Україні та збільшенню його конкурентоспроможності на міжнародному рівні.

Проведення подальших досліджень можуть дати можливість розробити ефективні стратегії конкуренції для підприємств ресторанного господарства, підвищити їх ефективність та прибутковість.

### Список літератури

1. Лопатюк І. М. Конкурентоспроможність ресторанного бізнесу: сучасні виклики та можливості / І. М. Лопатюк // Економіка. Фінанси. Право. - 2017. - № 1. - С. 33-37.

2. Левчук О. І. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність ресторанного бізнесу в Україні / О. І. Левчук, І. М. Лопатюк // Актуальні проблеми економіки. - 2019. - № 2 (200). - С. 127-136.

3. Міщенко І. І. Оцінка конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства / І. І. Міщенко, О. В. Шкіль, Н. І. Євтушенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2016. - № 2. - С. 205-214.

4. Козак Ю. В. Фактори конкурентоспроможності ресторанного бізнесу: міжнародний досвід / Ю. В. Козак, Т. В. Денисенко, І. В. Шпичак // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. - 2019. - № 32. - С. 146-153.