

АКТУАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Студ. Кураков Є.А.

Наук. керівник доц. Голубьонкова О.О.
Одеська національна академія харчових технологій

Конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства включає великий комплекс соціально-економічних характеристик, що визначають становище ресторанного ринку. З одного боку, це сукупність характеристик самого підприємства, яка визначається рівнем використання його виробничого, кадрового і маркетингового потенціалу. З іншого боку, зовнішніх по відношенню до нього соціально-економічних та організаційних умов, які дозволяють створювати такі послуги, які за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливі для споживачів, ніж у конкурентів. Бути конкурентоспроможним в умовах відкритої ринкової системи означає забезпечувати порівнянні з міжнародними стандартами споживчі, якісні та цінові характеристики послуги незалежно від того, для зовнішнього або внутрішнього ринку вони призначені.

На основі вищевказаного можна стверджувати, що управляти конкурентоспроможністю означає забезпечувати оптимальне співвідношення названих складових, направляти основні зусилля на вирішення наступних завдань: підвищення якості продукції, зниження витрат виробництва, підвищення економічності й рівня обслуговування. Можливість забезпечення необхідного рівня розвитку складових елементів конкурентоспроможності визначається такими базовими виробничими факторами, як технічний рівень ресторану, рівень організації надання послуг і управління.

Підвищення конкурентоспроможності ресторанних підприємств пов'язано, насамперед, з можливістю її оцінки. На даному етапі відсутня загальноприйнята методика оцінки конкурентоспроможності організації.

Нами було досліджено конкурентоспроможність одного з найпопулярніших ресторанів міста Одеси – ресторану «Олександрійський» у порівнянні з основними конкурентами: ресторанами «Фрателлі», «Свіча», «Бернардацці». Оцінювання проводилося за допомогою експертних оцінок та побудови багатокутника конкурентоспроможності. Оцінювалися такі нецінові характеристики: кухня, дизайн закладу, розташування, рівень обслуговування, додаткові послуги, а також рівень головний ціновий параметр – сума середнього чеку.

Варто відзначити, що ресторан «Олександрівський» має величезний потенціал, завдяки своєму місцю розташування, існуючій інфраструктурі. Але все ж таки рівень та якість надання додаткових послуг можна підвищити завдяки розробки нової маркетингової політики ресторану, чіткої концепції, дизайну інтер'єру та вдосконаленням системи під'їзних шляхів.

Підсумувавши проведений аналіз ресторанів конкурентів можна зробити висновки, що в Одесі є багато ресторанів, які суттєво відрізняються рівнем послуг, дизайном інтер'єру та якістю додаткових послуг. Крім того, на їх професійно зроблених сайтах наводиться дуже детальна інформація про всі послуги, які вони пропонують, більш високий рівень сервісу за нижчими цінами.

Таким чином, на основі вищевказаного можна стверджувати, що конкурентоспроможність виступає найважливішим фактором забезпечення ефективного та прибуткового розвитку підприємств ресторанного типу. Саме ця категорія визначає здатність ресторанних підприємств функціонувати не тільки в поточних фінансово-економічних і політичних умовах, а й в умовах фінансово-економічної кризи. Тому управління конкурентоспроможністю є стратегічно необхідним та передбачає сукупність заходів щодо систематичного вдосконалення послуг, постійного пошуку нових видів реклами, нових груп потенційних клієнтів, поліпшення сервісу.