

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

за освітньою програмою

«Економіка і організація готельно-ресторанної справи »

на тему:

«Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства (на прикладі ресторану «Замок Мастара»)»

Виконавець:

студентка IV курсу ФМЕ

Гуртова Дар'я Вікторівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

ст. викладач

Єгупова Ірина Миколаївна
(науковий ступінь, вчене звання)

Єгупова Ірина Миколаївна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2022

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми полягає в тому, що сьогодні вже недостатньо створити бренд, стратегію його просування та розвитку, і працювати над позиціонуванням, сподіваючись на лояльність і прихильність клієнтів до компанії. Тому для будь-якої компанії важливо надати інформацію потенційному клієнту про свої конкурентні переваги, показавши, що саме вона може задовольнити його потреби. Формування і досягнення стійкої конкурентної переваги продукту є пріоритетним завданням для будь-якої компанії. Конкурентна перевага забезпечує стабільність, можливість довгострокового зростання, створює бар'єри для входу на ринок нових гравців, дозволяє підприємству отримувати більш високу норму прибутку від продажу своїх товарів.

Мета дослідження - оцінка конкурентоспроможності ресторану «Замок Мастара» на Одещині та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення рівня його конкурентоспроможності.

Завдання дослідження:

- дослідити сутність і основні фактори конкурентоспроможності підприємств;
- охарактеризувати методи оцінки та показники конкурентоспроможності підприємств;
- розглянути сучасні напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства;
- дати загальну характеристика та проаналізувати показники виробничо-фінансової діяльності ресторану «Замок Мастара»;
- здійснити аналіз конкурентних переваг послуг ресторану «Замок Мастара»;
- провести аналіз конкурентного середовища ресторану «Замок Мастара»;
- запропонувати основні напрямки підвищення конкурентоспроможності ресторану «Замок Мастара»;
- надати економічне обґрунтування заходів щодо підвищення конкурентоспроможності ресторану «Замок Мастара».

Об'єктом дослідження є конкурентоспроможність підприємства ресторанного господарства «Замок Мастара».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методологічних та практичних питань, що стосуються сутності, структури конкурентоспроможності продукції, управлінські заходи із покращення певних показників на підприємстві, що на неї впливають.

Методи дослідження – було застосовано статистичні методи при аналізі господарської (у тому числі маркетингової діяльності), було застосовано дослідження числових даних: вертикальний (структура показників) та горизонтальний (динаміка показників) аналіз; було оцінено рівень конкурентоспроможності діяльності методом SPACE-аналізу, методом побудови моделі «5 сил».

Інформаційна база дослідження - монографічні дослідження українських та зарубіжних вчених, вітчизняні та зарубіжні наукові та інформаційно-публіцистичні видання, матеріали наукових періодичних видань та матеріали наукових

конференцій, дані фінансової звітності ресторану «Замок Мастара» та Інтернет-ресурси.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (54 найменування), додатків. Загальний обсяг роботи становить 81 сторінку. Основний зміст викладено на 75 сторінках. Робота містить 17 таблиць, 9 рисунків, 1 додаток.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Методологічні основи аналізу конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства»* розглянуто сутність і основні фактори конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. Досліджені методи оцінки та показники конкурентоспроможності підприємств, визначені сучасні напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства.

У другому розділі *«Аналіз конкурентоспроможності ресторанного підприємства «Замок Мастара»»* проведений аналіз основних економічних показників діяльності ресторану «Замок Мастара» і його фінансового стану. Представлені результати комплексного аналізу конкурентних переваг, виявлені резерви їх покращення.

У третьому розділі *«Шляхи підвищення конкурентоспроможності ресторану «Замок Мастара»»* - за результатами аналізу запропоновані рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності ресторану. Обґрунтована доцільність створення власного мобільного додатку ресторану «Замок Мастара».

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Досліджено, що конкурентоспроможність конкретного об'єкта - це економічна категорія, що дозволяє оцінити стан даного об'єкта щодо подібних об'єктів-конкурентів на ринку, виражена через певний набір показників.

Під факторами конкурентоспроможності підприємства розуміють ті явища або процеси виробничо-господарської діяльності підприємства і соціально-економічного життя суспільства, які викликають зміни абсолютної та відносної величини витрат на виробництво, а в результаті - рівня конкурентоспроможності підприємства.

2. Визначено, що у науковій літературі можна зустріти чотири групи методик оцінки конкурентоспроможності підприємства: матричний метод; метод, що базується на теорії конкурентоспроможності товару; методи, засновані на теорії ефективної конкуренції; методи, засновані на комплексному підході до оцінки.

Аналіз існуючих підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства дозволяє відзначити наступні загальні недоліки представлених методів. Переважна більшість методик ґрунтується на виявленні факторів, що визначають конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів, при цьому акцент робиться на створенні їх вичерпного переліку.

3. Встановлено, що для успішного розвитку ресторанного підприємства потрібно відслідковувати зміни, що відбуваються на вітчизняних та світових ринках

ресторанного бізнесу, звертаючи при цьому особливу увагу на тенденції розвитку науки і техніки. Одним із варіантів підвищення конкурентоспроможності ресторанів є застосування інновацій – це може бути новий спосіб приготування страв, новий спосіб обслуговування гостей, новий метод залучення відвідувачів. Іншою тенденцією на ринку громадського харчування є автоматизація процесів підприємства.

4. Проаналізовано діяльність ресторану вірменської кухні «Замок Мастара», який знаходиться у с. Фонтанка, Одеської області. Екстер'єр та інтер'єр ресторану виконані у вигляді середньовічного замку, що приваблює увагу відвідувачів. Ресторан пропонує обслуговування на свіжому повітрі, усередині «Замку Мастари» розташовується два зали надаються додаткові послуги.

Дослідження показали, що динаміка товарообороту та чистого доходу від реалізації послуг за 2020-2021 рр. позитивна протягом всього аналізованого періоду. Продуктивність праці зросла на 24%. Чистий прибуток підприємства на 31 грудня 2021 р. склав 5012 тис. грн., що на 1669 тис. грн. більше, ніж у 2020р. (чистий прибуток становив 3342 тис. грн.). Таким чином, заклад зміг збільшити рентабельність реалізованих послуг аж на 3%.

5. Встановлено, що заклад «Замок Мастара» має доволі велику кількість конкурентних переваг, серед яких: унікальний інтер'єр та екстер'єр; смачні страви вірменської кухні; послуги для дітей; розважальна програма; кваліфікований персонал; фінансові можливості. Відгуки споживачів показали, що більше половини гостей (73%) задоволені роботою ресторану та надали йому високу оцінку – 5 і 4 бали. Проте є невеликий ряд недоліків, які необхідно вирішити для підвищення конкурентоспроможності закладу. Найбільш слабким місцем ресторану «Замок Мастара» є маркетинг.

6. Аналіз конкурентного середовища ресторану «Замок Мастара» виявив, що найближчими конкурентами закладу є ресторани «Яхта», «Море» та «Fontanskiy». За даними дослідження конкурентних переваг чотирьох ресторанів було виявлено, що ресторан «Замок Мастара» надає найбільше послуг своїм відвідувачам. Однак виходячи з матриці оцінки конкурентоспроможності, найбільш конкурентоспроможним на сьогоднішній день є ресторан «Яхта». Друге місце посів ресторан «Fontanskiy», на третьому місці - «Замок Мастара», на четвертому – ресторан «Море».

7. Запропоновані заходи щодо підвищення конкурентоспроможності ресторану «Замок Мастара»: розробка меню з доповненою реальністю; впровадження мобільних терміналів для офіціантів; проведення тренінгів для працівників ресторану; використання системи бонусів та знижок, періодичне проведення акцій; розробка рекламної кампанії; запровадження нових послуг (майстер-класи з приготування національних страв Вірменії; шоу-програма з вірменськими традиційними танцями); розроблення власного додатку для смартфона; заміна старого обладнання на сучасне; застосування прийомів мерчандайзингу («агітація в залі та «нові пропозиції»); побудувати маркетингову стратегію ресторану; придбання нової уніформи для офіціантів у вигляді національних вірменських костюмів.

8. Встановлено, що на сьогоднішній день для ресторану «Замок Мастара»

найбільш актуальним заходом підвищення конкурентоспроможності є розробка власного додатку для смартфона. Головна мета створення мобільного додатку для ресторану – це не тільки підвищення конкурентоспроможності, а ще й збільшення прибутку закладу. Для розробки додатку потрібно приблизно два місяці та капітальні інвестиції у сумі 100,0 тис. грн.

Проведені розрахунки показали, що даний захід є економічно доцільним та комерційно ефективним, оскільки економічна ефективність від запровадження мобільного додатку ресторану становитиме 72160 грн. за рік. Період його окупності складе 1,4 роки.