

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

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 073 «Менеджмент»

**на тему: «Управління конкурентоспроможністю підприємства ресторанного
бізнесу»**

Виконавець:

студент факультету економіки та
управління підприємництвом

Ашихін Ярослав Іванович _____

Науковий керівник:

к.е.н., ст. викладач

Піскун Альона Валеріївна _____

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Останніми роками ресторанний бізнес розвивався досить динамічно та зростав випереджаючими темпами. Відкривались все більше закладів, все більше інвестицій вкладалось у цю сферу, з'являлися різноманітні формати закладів громадського харчування, а також ці заклади приносили стабільний заробіток для підприємців.

У сучасних реаліях, у реаліях пандемії та жорстких карантинних обмеженнях, а також запровадженням великої кількості локдаунів, ресторанний бізнес, як і всі заклади громадського харчування, поки що не можуть знайти для себе місця та зайняти свою нішу. Фактично, на сьогодні, ресторанний бізнес веде активну боротьбу за виживання, за те, щоб залишатись на тому рівні, на якому він був до пандемії, чи хоча б близьким до тих показників, які були у минулому. На першому плані опинились завдання «залишитися на плаву» та пошук нових механізмів, за допомогою яких підприємство змогло б продовжити свою життєздатність, адаптуючись до нових умов карантинного середовища. Через пандемію все більше закладів громадського харчування змушені закритися. Це відбувається з різних причин: відсутність вчасної реакції на зміну у ресторанному сегменті, відсутність гнучкості, яка у цей час дуже потрібна, відсутність відповідної кількості фінансових ресурсів для продовження боротьби в жорстких умовах пандемії, а також уповільнене прийняття рішень у моментах, коли ситуація вимагає швидкого та адекватного її вирішення.

В таких умовах, дуже складно зрозуміти, що потрібно робити, тому що настав новий етап у ресторанному бізнесі – етап тих, хто зміг вижити та завдяки прийняттю креативних та нестандартних рішень, все ж таки зміг залишити свій заклад відкритим, який приносить прибуток.

Метою цієї роботи є: дослідження теоретичних основ управління конкурентоспроможністю підприємства та розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Хінкалі».

Завданням дослідження є:

1. Дослідити теоретичні основи управління конкурентоспроможністю підприємства.
2. Надати загальну характеристику та провести аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Хінкалі».
3. Проаналізувати основні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні.
4. Оцінити конкурентоспроможність ТОВ «Хінкалі» та розробити відповідні заходи для її підвищення.
5. Провести оцінювання ефективності запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження - ТОВ «Хінкалі».

Предметом дослідження є процес управління конкурентоспроможністю підприємства.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених в роботі завдань були використані наступні методи дослідження: метод теоретичного узагальнення, метод теоретичного порівняння, метод системного аналізу, методи абстрагування, індукції

та дедукції, методи пояснення, метод синтезу, метод аналогії, метод моделювання, статистичні методи, SWOT – аналіз, метод «рейтингових оцінок».

Інформаційною базою дослідження виступили: навчальні посібники, наукові публікації вітчизняних і закордонних вчених щодо управління конкурентоспроможністю, національні та іноземні статті у наукових збірниках, тлумачення сучасних авторів, монографії та наукові книги, статистичні данні Державної служби статистики України, внутрішні нормативні акти та фінансова звітність підприємства.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів (теоретичний та практичний), висновків та списку використаної літератури (50 джерел). Теоретичний розділ має 23 сторінки, практичний розділ – 37 сторінок. Загальний обсяг роботи становить 72 сторінки. Робота мстить 22 таблиці та 5 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу»* розглянуто сутність конкурентоспроможності підприємства, тлумачення різних науковців з поняття «конкурентоспроможність», види конкурентоспроможності, визначено процес управління та охарактеризовано методи оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу.

У другому розділі *«Оцінювання конкурентоспроможності ТОВ «Хінкалі»* було проаналізовано фінансово-господарську діяльність ТОВ «Хінкалі», платоспроможність, прибутковість, рентабельність, фінансову стійкість, продуктивність та ліквідність обраного товариства. За допомогою статистичних даних досліджено галузь громадського харчування в Україні та проведено оцінку конкурентоспроможності ТОВ «Хінкалі». Було запропоновано відповідні рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності ТОВ «Хінкалі», такі як: створення програми лояльності, організація кулінарних тренінгів та майстер класів, створення нового меню, яке буде включати точну кількість вуглеводів, білків та жирів, розробка власного сайту та служби доставки. Під час аналізу та дослідження були використані наступні методи: метод моделювання, статистичні методи, методи абстрагування, індукції та дедукції, методи пояснення, методи узагальнення та порівняння, методи системного аналізу, SWOT – аналіз, метод «рейтингових оцінок», метод аналогії, метод синтезу.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Конкурентоспроможність – унікальна характеристика, яка не може характеризуватись якимось одним правильним твердженням. Це узагальнене поняття для різних типів підприємств, які вже самі вирішують, до якої з трьох запропонованих категорій (новачки, доміанти та категорія вичікування) вони хочуть відноситись.

2. Конкурентні переваги – головна складова на підприємстві, завдяки якій можна дізнатись, яке підприємство рухається у правильному напрямку, оцінити його діяльність та визначити, чи потрібно співпрацювати з даною компанією та чи приваблива вона для споживачів, якщо порівняти її з конкурентами. Конкурентними перевагами ресторанного бізнесу вважаються: виробництво, кадрова складова, маркетинг та збут, імідж компанії, а також, не менш головний чинник – технології та цінова політика.

3. Для визначення рівня конкурентоспроможності існують наступні етапи: визначення мети оцінки конкурентоспроможності, обрання основних конкурентів, визначення ключових показників конкурентоспроможності для оцінки, розрахування інтегральних, групових та одиничних показників конкурентоспроможності по підприємствам, складання висновків, щодо забезпеченості та рівня конкурентоспроможності. Усі методи оцінки конкурентоспроможності діляться на 4 категорії: матричні методи, графічні методи, індексні методи, аналітичні методи.

4. В ході аналізу було виявлено, що ТОВ «Хінкалі» є платоспроможним, але за останні роки цей показник показав негативну тенденцію, прибутковим, рентабельним, але знову ж таки, по цьому показнику також простежується тенденція зменшення, фінансово-стійким та ліквідним, хоча майже всі показники ліквідності мають негативну тенденцію, продуктивним, не зважаючи на те, що виручка зменшилась, порівняно з минулим роком, виходячи з аналізу ділової активності, не привабливе для нових інвестицій, а також для кредиторів.

5. Галузь громадського харчування за період 2010-2019 рр., мала позитивну тенденцію збільшення кількості працюючих закладів, кількості зайнятих працівників та обсягів реалізованої продукції. А також зменшення частки закладів громадського харчування, які одержали збиток за аналізований період. За період 2020-2021 рр., описані вище тенденції були протилежними періоду 2010-2019 рр.

6. Якщо ТОВ «Хінкалі» буде дотримуватись запропонованих рекомендацій, то заклад зможе вийти на такі показники чистого прибутку:

1. Створення програми лояльності збільшить чистий прибуток до 896,3 тис. грн.

2. Проведення кулінарних майстер класів підвищить чистий прибуток до 1 698,5 тис. грн.

3. Розробка нового меню, яке буде включати точну кількість вуглеводів, білків та жирів збільшить чистий прибуток до 552,6 тис. грн.

4. Створення власного сайту та служби доставки підвищить чистий прибуток до 2 073 тис. грн.