

Оцінка конкурентного профілю підприємств ресторанного господарства

В умовах сьогодення можна стверджувати, що конкуренція присутня практично у будь-якій сфері бізнесу. Вона дає стимул розвиватися, активізує появу нових продуктів та послуг, покращення їх якості та сервісу.

Аналіз конкурентоздатності надає можливість визначити конкурентів, оцінити їхні сильні і слабкі сторони. Знаючи дії конкурентів та маючи можливість їх передбачити, підприємство зможе краще зрозуміти, які товари чи послуги воно має запропонувати, як знайти ринок збуту для них і визначити місце свого бізнесу на ринку.

У процесі аналізу конкурентоздатності необхідно постійно збирати інформацію про конкурентів: заходити час від часу на їх офіційні сторінки в Інтернеті; читати літературу про їхні товари/послуги; слідкувати за рекламою, яку вони дають, та аналізувати її; якщо є можливість - дістати їх продукцію; читати про конкурентів у ЗМІ; спілкуватися зі своїми клієнтами - дізнатися, що вони думають про товари чи послуги конкурентів.

Оцінку конкурентного профілю підприємств ресторанного господарства пропонуємо здійснити на прикладі таких закладів м. Одеси, як ресторан «Брати Гриль» та кафе «Топ Сендвіч». Спочатку окреслимо конкурентний профіль ресторану «Брати Гриль».

Усі заклади ресторанного господарства є об'єктами ринку послуг харчування. Тому детальне вивчення існуючих ринкових процесів і механізмів впливу на них можуть розкрити нові можливості та перспективи для розвитку ресторану.

Рівень конкурентоспроможності товарів і послуг являє собою комплексну оцінку намірів споживачів придбати конкретний продукт, віддавши саме йому перевагу в порівнянні з будь-якими аналогічними товарами і послугами на конкретному ринку. Порівнянню підлягають параметри послуг, які відповідають вимогам, що висуваються до них споживачами.

Параметри визначаються на підставі вивчення ринку, збору даних про конкурентів і аналізу побажань потенційних споживачів. Провівши дослідження на ринку ресторанних послуг м. Одеси шляхом узагальнення інформації на сайті «TripAdvisor» [1], ми прийшли до висновку, що основними конкурентами ресторану «Брати Гриль» є ресторани «Стейкхаус», «Рокка» та «Бістекка» («Bistekka»).

Вибір проводився за наступними критеріями:

- спектр надання послуг;
- сума середнього чека;
- географічне розташування.

Відповідно до проведеного аналізу з'ясувалося, що всі три підприємства обслуговують приблизно однаковий сегмент споживачів, мають схожий асортимент страв європейської кухні, надають комплекс додаткових послуг. Результати дослідження конкурентів можна надати наступним чином:

Ресторан «Стейкхаус» - це статус і атмосфера успіху. Цей динамічний, яскравий, публічний і в той же час затишний ресторан з моменту свого відкриття зарекомендував себе традиційною гостинністю і професійним підходом до м'яса і вина, ставши центром відпочинку активної одеської публіки і гостей міста. Це ресторан для тих, хто шанує страви з м'яса та вино. Відкрита гриль-кухня ресторану дає можливість гостям спостерігати за процесом приготування. Винна карта ресторану пропонує багатий асортимент вин різних країн, де кожен гість знайде гідний акомпанемент кожної страви.

Ресторан «Стейкхаус» входить до мережі «Реста». Ресторан з'явився у 1998 році на Дерибасівський 20. Він позиціонувався як перший концептуальний ресторан: на полицях старовинні млини і примуси, чай в мельхіорових підстаканниках і, звичайно, стейки на чавунних сковорідках. Ресторан зізнав справжній успіх у публіки. Серйозною проблемою ресторану був недолік площі - ресторан доводилося 3 рази розширювати. Європейські ресторани довідники помістили його в десятку кращих ресторанів України. У 2006 році спеціально для тонких цінителів вин відкрився WineRoom. Ключові моменти оформлення - теплі теракотові і дерев'яні відтінки, м'яке світло, вітрина з матового скла, італійські крісла і шкіряні дивани. У 2008 році ресторанна компанія «Реста» запускає новий проект - кулінарну школу «Meat & Wine» при ресторані «Стейкхаус. М'ясо і Вино». У 2009 кулінарна школа «Meat & Wine» відкриває нові факультети: «Одесика» і дитяча кулінарна школа «Milk & Cheese».

Ресторанна компанія «Реста» - один з лідерів в сфері громадського харчування України. Історія компанії «Реста» почалася більше двадцяти років тому, в 1993 році, з продажу піци в авто. Зараз в портфоліо компанії сім успішних проектів, що динамічно розвиваються: ресторани «Дача», «Стейкхаус. М'ясо і Вино», «Тавернетта», «Водограй», мережа кафе «Компот», кафе «Пан-Піца», сендвіч-бар «Meatraw».

Ресторан «Рокка» - це перший м'ясний японський ресторан в Одесі. У ньому зустрічаються Захід і Схід, стейки і суші. У кухні ресторану поєднуються те, що на перший погляд не можливо поєднати, надається увага до деталей, присутні концептуальна глибина і новаторський задум. Більшість страв готується на єдиному в Україні японському грилі робатаякі на відкритій кухні. Характер ресторану Rokka (Рокка) визначається його назвою, яке прийшло до нас з Японії. RO - в перекладі, означає місце, де разом збираються люди, щоб насолодитися їжею, вином і спілкуванням в приємній атмосфері. KA - означає палаючий вогонь, жар, тепло, випромінюють позитивну енергетику і створюють приємну обстановку.

Ресторан розташовано неподалік від курортної зони Одеси – Аркадії – на п'ятій станції Великого Фонтану (вул. Черняхівського, 4). Ресторан було уперше відчинено 26 березня 2011 року.

«РОККА» пропонує своїм гостям новий для Одеси японський стиль прийому їжі IZAKAYA. Їжа в цьому стилі - це неформальне спілкування між гостями, при якому вся їжа подається на стіл по мірі її приготування і ділиться між усіма учасниками застілля.

Для привертання уваги гостей, у ресторані проводяться різноманітні заходи, які супроводжуються професійною фото- та відеозйомкою та тематичними декораціями:

- Big Tuna Day – День Великого тунця, якого спеціально привозять із Шрі-Ланки та готують на очах відвідувачей;
- Bluefin – святкується Фестиваль Великого тунця;
- Rokka Birthday Party – кожного року 26 березня ресторан святкує свій День народження;
- свято 8 березня – у ресторані святкується Міжнародний жіночий день;
- свято 14 лютого – гості святкують Міжнародний день закоханих;
- New Year Party – ресторан запрошує відсвяткувати Новий рік разом з запрошеними музичними зірками;
- Фестиваль Божоле – упродовж жовтня в ресторані діє спеціальне святкове меню та карта молодих вин.

Час-від-часу в ресторані на відкритій кухні проводяться фаєр-шоу від поварів.

«BISTEKKA. Steakhouse & Bar» - ресторан з сучасним стильним дизайном, який об'єднує в собі концепцію стейкхауса і модного бару. Все обертається навколо м'яса і коктейлів. У ресторані «Бістекка» особливу увагу варто приділити меню стейків. Якісне м'ясо, як українського так і американського виробника. Деякі страви готуються на WOK (традиційна китайська сковорода, глибока з опуклим дном). Будь-яке блюдо з меню ресторану можна замовити з доставкою додому.

Ресторан розташовано в історичному центрі міста – на Дерibasівській, 12, біля Оперного театру. У меню включені страви європейської та японської кухні, вишукані десерти і, звичайно, широкий асортимент стейків і страв з морепродуктів.

«Бістекка» відома яскравими шоу-програмами і свіжими ідеями для проведення тематичних вечірок. Фестиваль молодого вина та м'яса, День Святого Валентина, новорічні вечірки, Хеллоуїн, American BBQ Party, футбольні чемпіонати та багато іншого для приємного дозвілля і гарного настрою.

Далі проведемо порівняльний аналіз цін на основний набір страв усіх чотирьох ресторанів, з метою з'ясування середнього чеку по кожному з закладів. Для цього сформуємо приблизне замовлення середньоблікового споживача ресторанних послуг: салат «Цезар», стейк «Рібай», бокал сухого білого вина (найдешевшого з меню) та у якості десерту – Шоколадний фондан. Як видно з табл. 1, не всі ресторани пропонують салат «Цезар», тому у «Братів Гриль» було обрано салат «Юрій», а у «Стейкхаузі» - салат з овочей гриль та телятини. Стейк «Рібай» представлено в усіх чотирьох закладах, а Шоколадний фондан – у трьох, окрім «Братів Гриль». Що стосується вина, то як було з'ясовано під час аналізу – тільки у «Стейкхаузі» та «Рокка» крім іноземних, пропонуються місцеві українські вина за найнижчою ціною, у той час, як у ресторані «Брати Гриль» в карті вин не представлено марочного українського вина (тільки одеське домашнє на розлив, а інші – іноземні), а у ресторані

«Бістекка» пропонують українське Шабо Гранд Резерв за 1155 грн. за пляшку. Тому, для ресторанів «Брати Гриль» та «Бістекка» ми обрали італійські вина, які коштують дешевше.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика цін на основний набір страв ресторанів-конкурентів

Страва в меню	«Брати Гриль»		«Стейкхауз»		«Рокка»		«Бістекка»	
	Ціна, грн	Обсяг, г/мл	Ціна, грн	Обсяг, г/мл	Ціна, грн	Обсяг, г/мл	Ціна, грн	Обсяг, г/мл
Салат «Цезар»	-	-	-	-	158	310	130	250
Салат «Юлій» з куркою гриль	95	250						
Овочі гриль з телятиною			170	300				
Стейк «Рібай» (Україна)	350	330	395	350	245	250	360	300
<i>Вино:</i>								
Soave Sant Orsola (Італія)	340 / 68 (бокал)	750						
Гранд Валле (Україна)			400 / 80 (бокал)	750				
Князь Трубецькой (Україна)					380 / 76 (бокал)	750		
Savella Pinot Grigio (Італія)							379 / 76 (бокал)	750
Шоколадний фондан	-	-	95	160	86	160	75	170
Шоколадний торт з чорною смородиною	80	150						
Середній чек	593		740		565		641	

Джерело: складено авторами на основі даних офіційних сайтів ресторанів [1;2;3].

Отже, з таблиці 1 видно, що найбільший середній чек за нашим власним дослідженням, спостерігається в ресторані «Стейкхауз», на другому місці знаходиться «Бістекка», на третьому – «Брати Гриль», та найдешевшим з розглянутих закладів є ресторан «Рокка».

На підставі вивченої інформації необхідно побудувати конкурентний профіль ресторану «Брати Гриль» (табл. 2), щоб виявити його сильні і слабкі сторони по відношенню до основних конкурентів. Порівняльна характеристика базується на обраних критеріях і 10-бальній шкалі. В якості експертної оцінки були використані відгуки відвідувачів всіх чотирьох ресторанів, залишені ними на сайті «TripAdvisor» [1].

Згідно з результатами табл. 2, лідером серед ресторанів-конкурентів є «Стейкхауз» (9,64 бала). Друге місце зайняв «Рокка» (9,58 бала). Ресторан «Брати Гриль» має досить високий рейтинг серед закладів ресторанного господарства м. Одеси (8,72 бала), що підтверджується оцінкою, даною йому відвідувачами на сайті «TripAdvisor».

Конкурентний профіль ресторану «Брати Гриль»

Показники	Ваговий коефіцієнт	«Брати Гриль»		«Стейкхауз»		«Рокка»		«Бістекка»	
		Бали	Зважена оцінка	Бали	Зважена оцінка	Бали	Зважена оцінка	Бали	Зважена оцінка
Якість кулінарої продукції	0,20	7	1,4	10	2	10	2	8	1,6
Якість обслуговування	0,25	8	2	10	2,5	10	2,5	8	2
Місце розташування	0,12	10	1,2	10	1,2	8	0,96	10	1,2
Рівень цін	0,15	9	1,35	8	1,2	9	1,35	9	1,35
Комфортні умови та інтер'єр	0,25	10	2,5	10	2,5	10	2,5	8	2
Місткість закладу	0,03	9	0,27	8	0,24	9	0,27	10	0,3
Сума балів	1	-	8,72	-	9,64	-	9,58	-	8,45

Джерело: складено авторами на основі даних сайту «TripAdvisor» [1].

Разом з тим, ресторан «Брати Гриль» поступається майже всім своїм конкурентам за кількістю балів. Найближчим конкурентом ресторану «Брати Гриль» можна вважати «Бістекку» (8,45 бала), який надає аналогічні послуги, однак більш широкого спектра і з більшою періодичністю. Також, у ресторані «Бістекка» організована послуга з доставки усіх страв меню, яка відсутня у «Братів Гриль».

Аналізуючи відгуки гостей ресторану «Брати Гриль», було знайдено багато негативних спогадів стосовно якості страв та рівня обслуговування. Тому, основні заходи щодо вдосконалення обслуговування та підвищення якості страв в ресторані «Брати Гриль» повинні бути спрямовані на перемогу над ресторанами «Стейкхауз» та «Рокка».

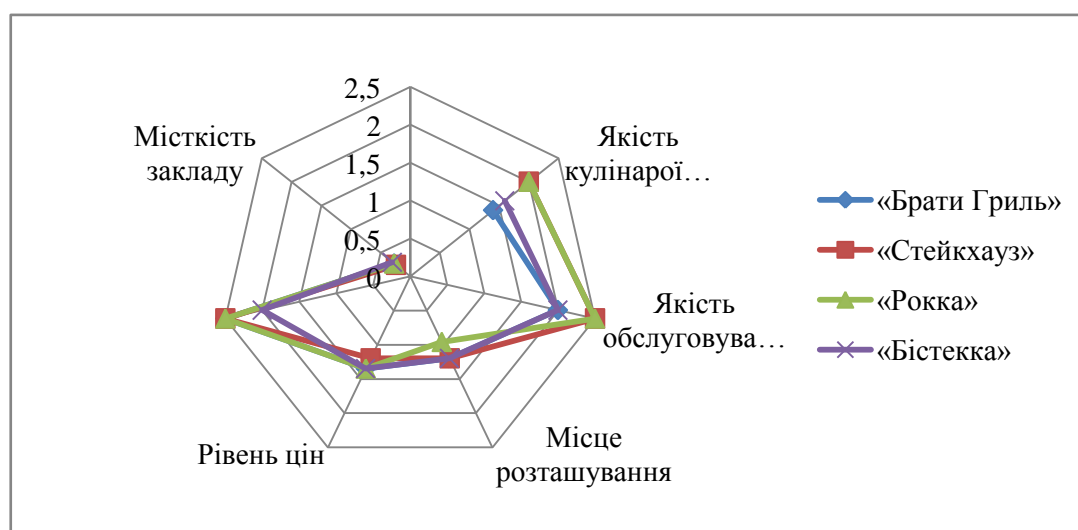


Рис. 1. Багатокутник конкурентоздатності ресторанів «Брати Гриль», «Стейкхауз», «Рокка» та «Бістекка»

Джерело: складено авторами на основі табл.2.

Місцезнаходження трьох закладів є рівнозначним – «Брати Гриль», «Стейкхауз» та «Бістекка» знаходяться у туристичному та діловому центрі

міста – на Дерибасівській, однак багато гостей з радістю відвідують ресторан «Рокка», який знаходиться на значній відстані від центру.

На основі конкурентного профілю необхідно побудувати багатокутник конкурентоспроможності - графік, який дозволить представити положення всіх конкурентів в наочному вигляді (рис. 1).

Згідно з результатами проведеного аналізу конкурентоспроможності ресторану «Брати Гриль» пропонуємо комплекс заходів, спрямованих на поліпшення обслуговування клієнтів в даному закладі:

◆ проводити постійний моніторинг ринку послуг конкурентів у ракурсі їх цінової політики, та підтримувати ціни на кулінарну продукцію власного виробництва на доступному рівні. Даний захід дозволить ресторану утримувати свої позиції, а також завойовувати нові сегменти ринку;

◆ коригувати маркетингову політику з урахуванням змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі. У якості складових маркетингової політики повинні виступати:

- комплексне вивчення ринку ресторанних послуг м. Одеси;
- виявлення потенційного попиту клієнтів для задоволення їх потреб;
- створення асортименту страв, що володіє конкурентними перевагами;
- вдосконалення організації збуту кулінарної продукції.

◆ періодично пропонувати клієнтам нові послуги, що істотно відрізняються від основної діяльності ресторану, але спрямовані на збільшення його доходів. Наприклад, організувати кулінарні майстер-класи, курси етикету, презентації бокалів, столового посуду і т.д.

◆ розробити та провести рекламну кампанію - кілька рекламних заходів, об'єднаних спільною метою. Основними інструментами поширення рекламної інформації про діяльність ресторану можуть стати одеські теле- і радіоканали, журнали, Інтернет, зовнішня реклама.

◆ обрати і розробити нову стратегію. Так як ресторан «Брати Гриль» на даному етапі займає стійкі ринкові позиції, має стабільний розвиток і має на меті подальше зростання обсягів збуту, прибутку та масштабів діяльності, то, на наш погляд, йому необхідно обрати нову стратегію - глибоке проникнення на ринок, яка характеризується низьким комерційним ризиком і реалізується за допомогою таких засобів, як:

- активізація рекламної діяльності;
- застосування акцій та спеціальних пропозицій для гостей ресторану;
- вдосконалення якості сервісу шляхом підвищення кваліфікації персоналу ресторану;
- вдосконалення асортименту страв і напоїв, наявних в меню ресторану;
- впровадження нової шоу-програми для гостей.

Далі проведемо аналіз найближчих конкурентів кафе «Топ Сендвіч», у якості яких було обрано піцерії «Оліо піца», «Італійський квартал» та «Pasta and Pazza».

Параметри визначаються на підставі вивчення ринку, збиранню даних про конкурентів та аналізу побажань потенційних споживачів.

Конкуренти були обрані за наступними критеріями:

- ✓ спектр надання послуг,
- ✓ сума середнього замовлення,
- ✓ географічне розташування.

Відповідно до проведеного аналізу з'ясувалося, що ці три підприємства обслуговують приблизно однаковий сегмент, їх продукція та найменування мають певну якість й різноманітність.

Результати дослідження конкурентів можна надати наступним чином.

«Olio» - це мережа популярних італійських ресторанів в місті Одеса з італійською кухнею і знаменитою італійською гостинністю.

Olio pizza створена силами людей, які ґрунтовно підійшли до питання народження цього проекту - це одеські ресторатори Віталій і Ліна Імерцакі. Відомі такими успішними проектами, як шанований український ресторан «Куманець», заснований в 2001 році, стильний і сучасний ресторан «GluKoza» з європейської і азійської кухнею, мережа ресторанів Olio і кафе з домашньою одеською кухнею «Тєтя-Мотя». На сьогоднішній день в місті Одеса працюють вже три заклади мережі Olio: вул. Буніна,35; вул. Гавана,7; просп. Добровольського 114/1а.

Кожен ресторан мережі Olio відрізняється своєю неповторною обстановкою і фішками в інтер'єрі, але все ж їх об'єднує одне - вони всі створені приносити радість і задоволення від їжі, обслуговування та гостинність.

«Pasta & Pizza» - смачний куточок Італії в центрі Одеси, рай для гурманів. Кафе-ресторани на Преображенській, 42, Дерибасівський, 18 та Академіка Філатова, 31, познайомить своїх гостей з гастрономічними традиціями однієї з найдивовижніших країн Середземномор'я.

В одеській піцерії все просякнуте італійським духом. Уважний персонал підкаже і обслужить швидко. У 2016 році заклад отримав нагороду «10 кращих ресторанів Одеси».

«Італійський квартал» - це мережа піцерій з італійськими кулінарними традиціями. Затишний інтер'єр піцерії, а також тепле, привітне обслуговування створюють в закладах особливу атмосферу - як якби заглянули в гості до знайомого італійця. В «Італійський квартал» приходять всією сім'єю, щоб покуштувати справжню ароматну піцу.

Крім піци в Італійському кварталі, одесити і гості можуть замовити пасту і равіолі, приготовлені за справжніми італійськими рецептами.

В трьох ресторанах мережі (на вул. Дерибасівській, Добровольського та Преображенської) обладнані просторі ігрові кімнати. Тут можна грати з друзями, малювати і читати, або просто дивитися улюблені мультфільми на великих плазмових телевізорах. А після, втомившись від таких активних занять, вдосталь поласувати улюбленою стравою всієї дітвори – піцою.

На карті (рис. 2) зображені місцерозташування усіх чотирьох закладів, що досліджуються. Як можна побачити – усі вони знаходяться у помітній близькості один від одного, тому, якщо гостям, щось не до в подоби в одному кафе – вони з легкістю можуть переміститися до іншого.



Рис. 2. Розташування кафе-піцерій «*Pasta & Pizza*», «*Оліо*», «*Італійський квартал*» та «*Топ Сендвіч*» на карті м. Одеса

Джерело: складено авторами за допомогою електронної карти Дубль ГІС.

Крім дослідження загальних характеристик кожного із закладів, для оцінки конкурентних переваг трьох піцерій – «*Pasta & Pizza*», «*Оліо*», «*Італійський квартал*» – були також вивчені питання організації основного і додаткового обслуговування: надання послуг з виготовлення кулінарної продукції, реалізації продукції, організації дозвілля, організації споживання продукції та обслуговування споживачів, фінансових, інформаційно-консультативних послуг. Крім того, вивчено діапазон цін на основне харчування в даних закладах. Інформаційною базою для проведення аналізу щодо виявлення конкурентних переваг даних кафе є відомості, опубліковані на їх офіційних сайтах, а також інформація, отримана в результаті відстеження думки клієнтів на різних форумах, де гості дають оцінки щодо якості надання послуг.

Результати проведеного аналізу представлені в табл. 3.

Для визначення конкурентоспроможності підприємств необхідно вказати критерії, за якими проводиться їх оцінка. Основними критеріями конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства є: місце розташування підприємства, асортимент послуг, вартість харчування, рівень обслуговування та якість продукції. Так, як основною метою даного дослідження є аналіз рівню реклами на підприємствах харчування, то додаймо також показник, який показує рівень розвиненості рекламної діяльності у закладі.

Таблиця 3

Дослідження конкурентних переваг кафе «Pasta & Pizza», «Оліо», «Італійський квартал» та «Топ Сендвіч»

Показники	Найменування закладу			
	Pasta & Pizza	Оліо	Італійський квартал	Топ Сендвіч
Місцезнаходження	Центр міста			
Кількість філіалів, одиниць	3	3	10	3
Тип кухні	італійська	італійська	Італійська, японська	Італійська, японська, європейська
Середній чек, грн.	200	150	200	150
Рівень інтернет сайту	Потребує доробки	Дуже інформативний	Дуже інформативний	Потребує доробки
Дисконтні карти	-	+	+	-
Компліменти від закладу	+	-	-	-
Послуги з доставки їжі				
Район доставки	Маліновський та Київський	Приморський та Суворовський райони	Усі райони Одеси	Зараз не функціонує
Сума замовлення для безкоштовної доставки, грн.	200	160	180-500	X
Організація споживання продукції та обслуговування споживачів				
- організація обслуговування свят, сімейних обідів, бенкетів	-	+	+	-
- бронювання місць у залі закладу ресторанного господарства	+	+	+	+
Фінансові послуги				
- приймають банківські карти	+	+	+	+
Послуги для дітей				
- ігрова дитяча кімната	-	-	+	-
- дитяче меню	-	+	+	-

Джерело: складено авторами на основі даних сайту «TripAdvisor» [1], а також офіційних сайтів ресторанів [4;5;6;7].

Порівняльний аналіз конкурентів кафе «Топ Сендвіч», проведений методом бальної оцінки, представлений в табл. 4.

За результатами таблиці 4 можна зробити висновок, що у кафе «Топ Сендвіч» на ринку ресторанного бізнесу існують достатньо значні конкуренти, а саме: «Pasta & Pizza», «Оліо», «Італійський квартал». Вони надають аналогічні послуги харчування, однак із більшим переліком додаткових послуг, якістю продукції та рівнем обслуговування.

Піцерії-конкуренти у протилежність кафе «Топ Сендвіч» мають приємні, комфортні зали, з вдалою системою вентиляції, затишну, дружню, атмосферу, систему лояльності у вигляді знижок, спеціальних пропозицій, дисконтних

карток та комплементів від закладу. Також, «Оліо» та «Італійський квартал» мають зручні, приємні за дизайном та оформленням Інтернет-сайти, на яких можна переглянути меню, замовити доставку та поцікавитись останніми новинами та пропозиціями.

Таблиця 4

Конкурентний профіль кафе «Топ Сендвіч»

Показники	Ваговий коеф.	Pasta & Pizza		Оліо		Італійський квартал		Топ Сендвіч	
		Оцінка	Зважена оцінка	Оцінка	Зважена оцінка	Оцінка	Зважена оцінка	Оцінка	Зважена оцінка
Якість продукції	0,25	9	2,25	9	2,25	9	2,25	5	1,25
Рівень обслуговування	0,2	10	2	9	1,8	9	1,8	5	1
Місце-розташування	0,05	10	0,5	10	0,5	10	0,5	10	0,5
Рівень цін	0,15	8	1,2	9	1,35	9	1,35	6	0,9
Комфортні умови та затишок всередині, інтер'єр	0,2	9	1,8	9	1,8	9	1,8	6	1,2
Рівень реклами	0,1	8	0,8	10	1	10	1	3	0,3
Система лояльності	0,05	7	0,35	9	0,45	9	0,45	2	0,1
Сума балів	1	8,9		9,15		9,15		5,25	

Джерело: складено авторами на основі даних сайту «TripAdvisor» [1].

Таким чином, досліджувані кафе м. Одеси, розташовані в центрі міста, за результатами проведеного аналізу ранжуються таким чином (за рейтинговими балами):

- ✓ «Оліо» та «Італійський квартал» - по 9,15 балів;
- ✓ «Pasta & Pizza» - 8,9 бали;
- ✓ «Топ Сендвіч» - 5,25 бали.

На основі конкурентного профілю побудуємо **багатокутник конкурентоспроможності** – графічний засіб, що дозволить оцінити становище ресторанних послуг на ринку відносно конкурентів в наглядному виді.

Він складається з векторів, кількість яких визначається числом вагомих характеристик послуг, що визначаються експертним шляхом. На кожний вектор наноситься шкала, яка відповідає одиницям виміру, що стосуються конкретної властивості послуги. Експертна оцінка якісних параметрів дозволяє також знайти їх кількісний вираз.

Згідно результатів аналізу конкурентоспроможності послуг кафе «Топ Сендвіч» запропонуємо конкретні заходи щодо поліпшення обслуговування клієнтів в даному закладі та підвищення рівня рекламної діяльності:

1. зниження цін на страви та напої дозволить кафе утримувати свої позиції, а також захоплювати нові сегменти ринку, що дозволить обійти конкурентів;

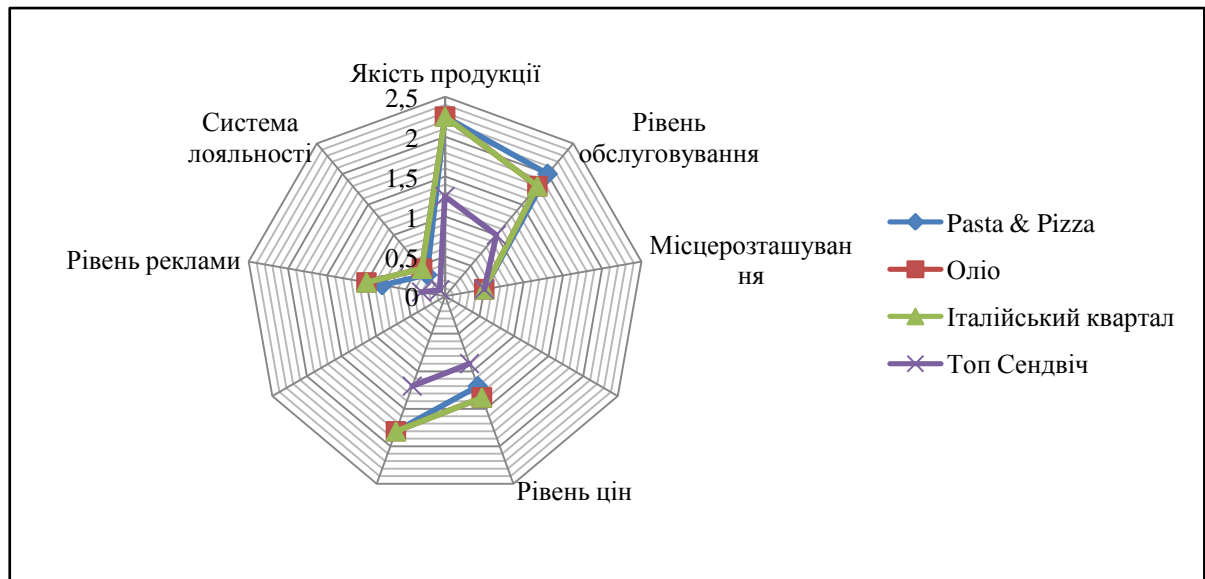


Рис 3. Багатокутник конкурентоспроможності кафе «Топ Сендвіч»
Джерело: складено авторами на основі табл.4.

2. вважаємо доцільним, що закладу необхідно постійно корегувати маркетингову та рекламну політику, враховуючи зміни в зовнішньому середовищі. Складовими маркетингової та рекламної політики виступають:

- комплексне вивчення та проведення моніторингу ринку;
- виявлення потенціального попиту для задоволення потреб;
- створення такого асортименту товару, який би задовольняв потреби споживачів у більшій мірі, ніж послуги кокурентів;
- створення спеціального структурного відділу у закладі – відділу реклами та маркетингу, функціями якого стануть здійснення рекламної діяльності, поширення та оновлення інформації про заклад в Інтернеті, залучення нових партнерів, співробітництво з відомими блогерами, журналістами та фотографами;
- популяризація кафе за допомогою публікації статей на відомих гастрономічних Інтернет порталах та платформах, таких як Followers, City.frog, Forsquare та інші;
- публікація статей та рекламних афіш у туристичних та гастрономічних путівниках міста на українській та англійській мові;
- видання буклетів та розповсюдження їх серед гостей та мешканців міста;
- організація банерної реклами на стендах у центрі міста;
- створення спеціальних пропозицій та акцій до свят (8 березня, Масляниця, 1 квітня, Новий рік, Різдво, День усіх закоханих та ін.);
- організація реклами в Інтернеті, насамперед, у соціальної мережі Фейсбук;
- проведення акції за допомогою порталу «Покупон»;
- виготовлення дисконтних карт та розповсюдження їх серед своїх клієнтів;

– створення нового, інформативного Інтернет сайту з приємним дизайном та постійним додаванням нової інформації;

3. Періодично пропонувати клієнтам нові послуги, які націлені на збільшення доходу:

- організація дитячих свят;
- проведення кулінарних майстер-класів;
- проведення майстер-класів для дітей;

4. Вдосконалити рівень сервісу, шляхом якісного відбору працівників, підвищення системи мотивації та винагород. Проведення навчальних майстер-класів та підвищення кваліфікації персоналу;

5. Поліпшити якість продукції, шляхом співпраці з перевіреними постачальниками та правильної організації роботи кухарів.

Список використаної літератури:

1. Tripadvisor – сайт для мандрівників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tripadvisor.ru>.

2. Офіційний сайт ресторану «Рокка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rokka.od.ua/>.

3. Офіційний сайт ресторану «Стейкхауз» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://steak.od.ua/>.

4. Офіційний сайт піцерії «Італійський квартал» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://pizza-kvartal.com/index.php>.

5. Офіційний сайт піцерії «Оліо-піца» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://oliopizza.com.ua>.

6. Офіційний сайт кафе «Топ Сендвіч» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://top-sandwich.com.ua>.

7. Офіційний сайт кафе «Pasta and Pizza» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://pastapizza.com.ua/about>.

8. Галасюк К.А. Гастрольне меню на підприємствах ресторанного господарства як складова маркетингової програми // Теорія, практика та інновації розвитку туристичної та готельно-ресторанної індустрії : матеріали міжнародної конференції (28-29 травня 2017, Умань).

9. Галасюк С.С., Перетятко Ю.М. Основні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в світі / Перетятко Ю.М. // Економічні проблеми сучасності та концепція сталого розвитку держави та регіонів: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Одеса: 2014. – С. 103-106.

10. Галасюк К.А. Популяризація підприємств ресторанного господарства у мережі Інтернет : матеріали XXXIII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку»: Зб. наук. праць. – Переяслав-Хмельницький, 2017. – Вип. 33. – 250 с.