

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ
ім. Г. Е. ВЕЙНШТЕЙНА**



ТЕЗИ

**ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ:
ПОГЛЯД МОЛОДІ»**

**6 – 7 КВІТНЯ 2021 р.
м. Одеса**

готелях на період карантину у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)» [Веб-сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0022488-20#Text> (дата звернення: 26.03.2021).

4. Програми підтримки бізнесу // Covid19.gov.ua [Веб-сайт]. URL: <https://covid19.gov.ua/prohramy-pidtrymky-biznesu> (дата звернення: 23.03.2021).

5. Шацька З. Я., Шевель А. А. Організація роботи підприємств готельної сфери в умовах пандемії COVID-19 // Ефективна економіка. 2020. № 10. С. 1-5.

6. Готель «Хижина SPA»: як виділитися на висококонкурентному ринку // Офіційний сайт Райффайзен Банк Аваль [Веб-сайт]. URL: <https://www.aval.ua/biznesu/blog/gotel-hizhina-spa-yak-vidilyatisya-na-visokokonkurentnomu-rinku--248> (дата звернення: 25.03.2021).

ОСОБЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

**Ніколенко Н.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХІРГБ Науковий
керівник – к.е.н., доц. Колеснікова К.С.**

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Готельно-ресторанна сфера є важливою складовою індустрії гостинності. Водночас підприємства цієї галузі, з одного боку, є одними із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого – середовищем із високим ступенем конкурентоспроможності. Підприємства готельного і ресторанного господарства є одними із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку, за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції і послуг. На сьогодні головною проблемою у сфері готельно-ресторанного бізнесу є величезна конкуренція, оскільки ринок послуг агресивний і пропозиція випереджає попит, а тому підприємствам важко відстоювати свої інтереси. Отже, лише поліпшення якості обслуговування та пропозиція особливих послуг можуть врятувати становище, однак малим готелям і ресторанам часто доводиться виживати та працювати собі у збиток. Конкурентоспроможність закладів ресторанного бізнесу визначається взаємозв'язком якісного рівня пропонованої продукції та послуг і їхньої вартістю. Оптимізація даного співвідношення дозволяє запропонувати клієнтам якісний сервіс та виділити конкурентну перевагу послуг окремого підприємства ресторанного господарства перед послугами, які рекомендуються конкурентами [2].

Конкурентоспроможність підприємства становить узагальнюючий підсумковий показник його стійкої роботи, який вбирає в себе результати діяльності різноманітних виробничих, допоміжних і управлінських підрозділів, підсистем і залучених ресурсів, є відбиттям наявності у підприємства відносних переваг над іншими учасниками ринку (конкурентами) у сферах, які пов'язані з ключовими факторами конкуренції

або які обумовлюють об'єктивні можливості конкретного підприємства та його конкурентів щодо досягнення певних однорідних цілей.

В основі забезпечення конкурентоспроможності підприємства лежить економічний механізм, який являє собою комплекс елементів, що врегульовують процес рішень у сфері господарської діяльності підприємства. Для ефективного функціонування даного механізму, необхідно, аби кожен з елементів перебував у постійному взаємозв'язку. Саме тому, вирізняються наступні складові конкурентоспроможності підприємства: конкурентну перевагу, безпеку та якість [1].

Кожна із складових є взаємопов'язана одна з одною, а саме: безпека реалізується на підприємстві шляхом технічних регламентів, які встановлюються з боку держави. Однак, організації повинні розуміти, що технічне врегулювання не дає гарантії конкурентних переваг, оскільки важливе значення також має якість наданих послуг, адже потенційні клієнти завжди мають вибір, і можуть надавати перевагу аналогічним підприємствам з кращими умовами. Це вказує на те, що підприємство повинне постійно вдосконалювати якість наданих послуг та інші параметри, аби залишатись конкурентоспроможним на ринку.

Сфера ресторанного бізнесу – одна з найбільш динамічних галузей народного господарства. На сьогодні актуальним є не лише виготовлення якісної продукції та її реалізації, важливими є також комплекс заходів, які будуть знижувати вартість продукції та збільшувати попит споживачів. Підприємство повинно володіти такими конкурентними перевагами, завдяки яким воно б могло бути на крок попереду у своїй галузі.

Щорічно конкуренція на ресторанному ринку посилюється. Незважаючи на те, що ресторанний ринок дуже ризикований, кількість нових гравців регулярно збільшується. Відповідно, залучити гостей в ресторан стає все складніше. Конкурентоспроможність закладу ресторанного господарства визначається багатьма факторами і умовами, серед яких головними є особливості концепції самого закладу і послуг, які він надає і ступінь лояльності споживачів.

Фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства ресторанного господарства, можна розділити на три групи: техніко-економічні, комерційні та нормативно-правові [3].

До техніко-економічних факторів зазвичай відносять: якість продукції та послуг, рівень цін і витрати на споживання продукції або послуги, використання технологій. Ці компоненти в основному залежать від продуктивності та інтенсивності праці персоналу, витрат виробництва, унікальності продукції.

Комерційні чинники найчастіше визначають умови реалізації товарів на конкурентному ринку. Вони включають: кон'юнктуру ринку (гострота конкуренції, національні та регіональні особливості ринку, що впливають на формування платоспроможного попиту на дану послугу тощо).

Правильно побудована система роботи закладу ресторанного господарства нагадує механізм, що працює безперебійно. Кожна стадія

взаємодії з клієнтом розбита на алгоритми: вітання, прийом замовлення, попередні заготовки для різних страв з меню (розподіл на стандартні порції, зберігання, заморожування), процес приготування замовлення і презентації, подача страв. Досвідчені офіціанти швидко справляються з переповненим залом на відміну від своїх колег, які не проходили тренінги.

Якість страв також є істотним фактором, що впливає на конкурентоспроможність закладу ресторанного господарства. Якість страв визначається:

смаком самих страв (залежить від професійних умінь шеф-кухаря);
якістю інгредієнтів, використаних для приготування страв;
наявністю сертифікатів якості.

Дизайн і концепція підприємства ресторанного господарства має також важливе значення при виборі ресторану вищого цінового сегмента, а також для тих, хто планує банкет або інше сімейне свято. Для клієнтів, які відвідують такий заклад, головним критерієм вибору є атмосфера, що панує в ресторані, привабливий декор, персоналізований сервіс, наявність живої музики, також знаменитого шеф-кухаря. Для закладів ресторанного господарства низького і середнього цінового сегмента при інших рівних умовах однакове меню та рівень цін) клієнт надасть перевагу ресторану з більш цікавим дизайном.

Також слід зазначити, що сучасні реалії функціонування підприємств різних галузей економіки характеризується досить складною ситуацією. Поширення загрози COVID-19 у всьому світі змінило діяльність усіх суб'єктів господарювання. Рецесія коронавірусу не залишила жодної індустрії недоторканою, серед яких ресторанний бізнес є найбільш помітним. Сьогодні більшість рестораторів вимушені задіяти всі ключові ресурси задля збереження власної життєздатності. В таких умовах першочерговими є питання гнучкості та швидкості реакції підприємств ресторанного бізнесу, що передбачає адекватну трансформацію бізнес-моделі їх діяльності відповідно до змін умов ведення бізнесу. Епідемія COVID-19 змушує підприємства ресторанного бізнесу розробляти нові креативні механізми не тільки збереження життєздатності, але й розвитку, які б дали змогу адаптуватись до нових реалій зовнішнього середовища.

Отже, на конкурентоспроможність підприємства ресторанного бізнесу впливають безліч чинників, серед яких слід виділити тактичний (що відображає фактичну перевагу ресторану на цей період у порівнянні з конкурентами) і стратегічний (що відображає потенційну перевагу підприємства в майбутньому). До основних конкурентних переваг ресторанного закладу доцільно віднести: можливість надання клієнтам більш якісного та привабливого продукту у порівнянні з конкурентами, рівень сервісу, прибутковість ресторану, можливість успішного перспективного розвитку як для власників, так і для персоналу.

Література:

1. Минко Л.М. Сутність і складові поняття конкурентоспроможності підприємства Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2015. Т. 21, №1. С. 86-92;

2. Нагорняк Г.С. Дослідження впливу управлінських чинників на рівень конкурентоспроможності вітчизняних закладів сфери готельно-ресторанного бізнесу на сучасному етапі / Г.С. Нагорняк, Л.Я. Малюта, Р.П. Шерстюк. Економіка і управління. 2016. №3 (71). С. 77-86;

3. Янковий О.Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / За заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.

ФОРМИ ФАСИЛІТАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Бархам Д.А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХІРГБ

Науковий керівник – к.е.н., ст. викл. Бондар В.А.

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Мале підприємство в більшості країнах світу розглядається як рушійна сила та ключовий ресурс економічного зростання, проте в Україні проблемам суб'єктів малого підприємництва дотепер не приділяється належної уваги, про що свідчить низький рівень ВВП, створеного за рахунок малого підприємництва (близько 16%) [1], та місце України в групі рейтингів економічного розвитку: рейтингу глобальної конкурентоспроможності (81 місце із 137) [2], рейтингу економічної свободи (Україна покращила свою позицію вдвічі порівняно з 2017 роком та посіла 43 місце із 190) [2], рейтингу сприйняття корупції (Україна у 2019 році погіршила свій результат на 6 пунктів та посіла (126 місце із 180) [4].

Фасилітація малого підприємництва здійснюється з метою нарощування потенціалу суб'єктів малого підприємництва, підвищення їх інноваційної активності, соціальної відповідальності перед суспільством, ефективності та результативності їх господарської діяльності, що, в свою чергу, є запорукою поліпшення макроекономічної ситуації в країні та однією з життєздатних можливостей економічного розвитку суспільства.

Аналіз наукового доробку українських та закордонних вчених дозволив визначити основні форми фасилітації малого підприємництва, а саме:

- фінансово-кредитна підтримка;
- інформаційно-консультаційна підтримка;
- нормативно-правова підтримка;
- страхування ризиків;
- спрощення умов ведення господарської діяльності;
- фандрейзинг;
- краудфандинг.

Різновидами фінансово-кредитної підтримки СМП є: цільове фінансування (у тому числі бюджетне фінансування, субсидування окремих суб'єктів малого підприємництва, які проводять види економічної діяльності, що є пріоритетними для національної економіки), кредитування потреб суб'єктів малого та мікропідприємництва (у тому числі пільгове кредитування, кредитна кооперація, іпотечне кредитування), матеріально-технічна

74. **ОСОБЛИВОСТІ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ НА СУЧАСНИХ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ** 156
Кошкіна М.Ю., студ. СВО «Бакалавр», ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – ст. викладач Левчук Ю.С.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
75. **ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ КОРОНОВІРУСУ** 158
Полоус Д.Т. студ. СВО «Магістр» факультету ММіЛ
Науковий керівник - к.е.н., доц. Дьяченко Ю.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
76. **ОСОБЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ** 161
Ніколенко Н.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ група ГРС-202
Науковий керівник – к.е.н., доц. Колеснікова К.С.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
77. **ФОРМИ ФАСИЛІТАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА** 164
Бархам Д.А., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ІТХіРГБ
Науковий керівник – к.е.н., ст. викл. Бондар В.А.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
78. **СИСТЕМА СТРАТЕГІЙ ВИНОРІБНОГО ПІДПРИЄМСТВА** 166
Духнич Е.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агєєва І.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
79. **ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПРОЦЕСАХ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ** 167
Кирилова В.П. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – д.е.н., проф. Ніколюк О.В.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
80. **БЕНЧМАРКІНГ ЯКОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ КОМПАНІЙ-ПЕРЕВІЗНИКІВ** 170
Садовська І.В., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – ст. викладач Бренер О.Д.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
81. **РОЗРОБКА СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ** 173
Русецька А.О., студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Агєєва І.М.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса
82. **ОПТИМІЗАЦІЯ ВАНТАЖНО-РОЗВАНТАЖУВАЛЬНИХ РОБІТ ПРИ ТРАНСПОРТУВАННІ ЗЕРНА** 175
Курнік Б.В. студ. СВО «Бакалавр» ф-ту ММіЛ
Науковий керівник – к.е.н., доц. Дроздова В.А.
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса