

**Електронний додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

**«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей

14 листопада 2019 року
м. Харків, Україна

Харків
2019

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 2 від 17.10.2019 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустриальних проблем розвитку НАН України (протокол № 13 від 23.10.2019 р.)

Рецензенти: **Криворучко Оксана Миколаївна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету;

Назарова Галина Валентинівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом та соціальних наук Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця;

Перерва Петро Григорович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри організації виробництва та управління персоналом Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 14 листопада 2019 р. Харків : ФОП Лібуркіна А. М., 2019. 104 с. Укр. мова, рос. мова, англ. мова

Наведено результати наукових досліджень учасників, проведених у рамках чотирнадцятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліbermanу. Розглянуто питання теоретичних і прикладних засад формування та активізації інноваційних процесів на всіх економічних рівнях відносин в Україні, управління розвитком діяльності підприємств в умовах міжнародної конкуренції, проблем розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності підприємств. Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції на електронному носії.

Видання може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, для формування практичних рекомендацій та управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку економіки. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, науковим, освітнім і громадським організаціям, науковцям, аспірантам і студентам економічних спеціальностей.

<i>Астахова І. Е., Косяк Д. Б.</i> Проблеми просування української продукції на зовнішніх ринках через явище об'єктивації у вітчизняній рекламі	285
<i>Астахова І. Е., Шевченко В. В.</i> Підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств України за допомогою ефективної стратегії маркетингу	289
<i>Астахова І. Е. Шеноголець А. В.</i> Вплив маркетингових комунікацій на формування конкурентних переваг підприємства	293
<i>Бестужева С. В.</i> Організаційно-правові аспекти формування ефективної державної політики підтримки експорту.....	297
<i>Бондаренко Л. М., Ковальова А. А.</i> CRM-система як основа підвищення конкурентоспроможності IT-підприємства.....	300
<i>Дейнеко Є. О.</i> Сучасні тенденції розвитку транспортно-логістичних систем	304
<i>Єнченко О. Ю.</i> Застосування RFID-технологій при формуванні ефективної логістичної системи на підприємстві	308
<i>Жихарева Т. С.</i> Стратегічні пріоритети розвитку управління конкурентоспроможністю підприємства	311
<i>Козуб В. О., Величко К. Ю.</i> Особливості формування міжнародних конкурентних переваг на підприємствах ресторанного господарства	314
<i>Козуб В. О., Пасічніченко Д. І.</i> Механізм підвищення конкурентоспроможності кадрового потенціалу підприємства на міжнародному ринку.....	318
<i>Костіна О. М.</i> Особливості процесу розробки та реалізації управлінських рішень на підприємстві	322
<i>Кулішенко А. О.</i> Формування експортної стратегії промислового підприємства	326
<i>Лоцкіна Д. А.</i> Особливості формування маркетингової стратегії підприємства на зовнішньому ринку.....	330
<i>Луценко Н. А.</i> Сучасні світові тренди у сфері вищої освіти	335

УДК 005.332.4:640.432

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Козуб Вікторія Олександрівна, к. е. н., доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки
та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця,
e-mail: kozub.viktoria71@gmail.com

Величко Катерина Юріївна, к. е. н., доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки
та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця,
e-mail: eklevyna@gmail.com

Сьогодні ресторанне господарство являє собою велику організаційно-господарську систему, підприємства якої виконують важливі соціальні завдання, що пов'язані із задоволенням потреб населення у послугах з організації харчування, відпочинку та дозвілля. Ресторанний бізнес в Україні є прибутковим сектором економіки, який вигідно позиціонує країну на міжнародному ринку.

Підприємства ресторанного господарства в процесі обслуговування різних категорій споживачів та надання їм послуг в сфері харчування ведуть між собою конкурентну боротьбу за найбільш перспективні сегменти ринку [1, с. 19]. За сучасних умов інноваційного розвитку економіки України конкурентна стійкість та ефективне функціонування підприємств ресторанного господарства визначаються можливістю створення та утримання споживчої цінності, а отже, генеруванням міжнародних конкурентних переваг.

Наявність великої кількості підприємств ресторанного господарства, з одного боку, розширює можливості вибору споживачами такого закладу, який задовольняє усі їх потреби, зокрема,

кухня, сервіс, інтер'єр, атмосфера, наявність розважальних програм, а з іншого – ускладнює умови конкуренції.

Комплексність і поєднання багатоаспектних функцій розширює поле конкуренції для підприємств ресторанного господарства та обумовлює ускладнення предмета конкуренції. За визначенням Приходько Д. О. конкуренція для підприємств ресторанного господарства є суперництвом між суб'єктами господарювання за споживача на основі виробництва, реалізації й організації споживання продукції, надання послуг, а також формування й використання економічних ресурсів [2, с. 157].

Особливостями конкуренції у ресторанному господарстві є такі [3, с. 126]: орієнтація підприємств ресторанного господарства на територіально обмежений ринок; конкуренція підприємств ресторанного господарства між собою у загальноміському масштабі на певному сегменті ринку; другорядна мета максимізації прибутку для підприємств ресторанного господарства, які організують харчування за місцем роботи або навчання; висока залежність від споживчого попиту; значна роль кваліфікації персоналу; велика кількість конкурентів; високий рівень ризиковості діяльності тощо.

Сучасний стан конкуренції на ринку ресторанних послуг між окремими підприємствами ресторанного господарства однієї цінової ніші характеризується переважно розвитком цінової конкуренції, що пояснюється відносно невисоким рівнем доходів населення. Водночас інструменти нецінової конкуренції використовуються у боротьбі за відвідувача на сегментах ринку, орієнтованих на споживачів з високим і середнім рівнями доходів.

Кожне підприємство ресторанного господарства індивідуально ставить до процесу створення та розвитку власних міжнародних конкурентних переваг як високого рівня (кваліфікований персонал, репутація, ефективний менеджмент, вигідні постачальники), так і низького рівня (дешева робоча сила, до-

ступність джерел сировини). Отже, успіх підприємств ресторанного господарства в конкурентній боротьбі залежить від спроможності забезпечити споживачів більшою цінністю продукції.

Слід зазначити, що в цілому ресторанне господарство характеризується традиційним уявленням про ланцюжок створення цінності, в якому окремий суб'єкт займає визначене місце, отримуючи сировину від постачальників, створюючи продукт і пропонуючи його своїм клієнтам.

Водночас можна визначити низку особливостей ланцюжка створення цінності для підприємств цієї сфери, а саме: створення додаткової цінності шляхом прискорення швидкості обслуговування (для підприємств швидкого харчування); орієнтація на обслуговування поза межами закладу, в обраних замовником місцях (кейтеринг) тощо [4, с. 173]. Отже, характеристиками цінності підприємств ресторанного господарства є асортимент продукції, характер обслуговування та географічний масштаб діяльності.

Враховуючи вищевикладене, доцільно визначити джерела формування міжнародних конкурентних переваг для підприємств ресторанного господарства (рис. 1).

При цьому споживачі відчувають різний ступінь задоволення від споживання, що сприяє вірогідності повторного або постійного відвідування певного закладу ресторанного господарства.

Таким чином, ключовими чинниками, що сприяють створенню міжнародних конкурентних переваг у підприємствах ресторанного господарства, є якість харчових продуктів, швидкість обслуговування та конкурентоспроможні ціни. В умовах зростаючої конкуренції кожен відвідувач набуває нового ціннісного значення для будь-якого підприємства ресторанного господарства.

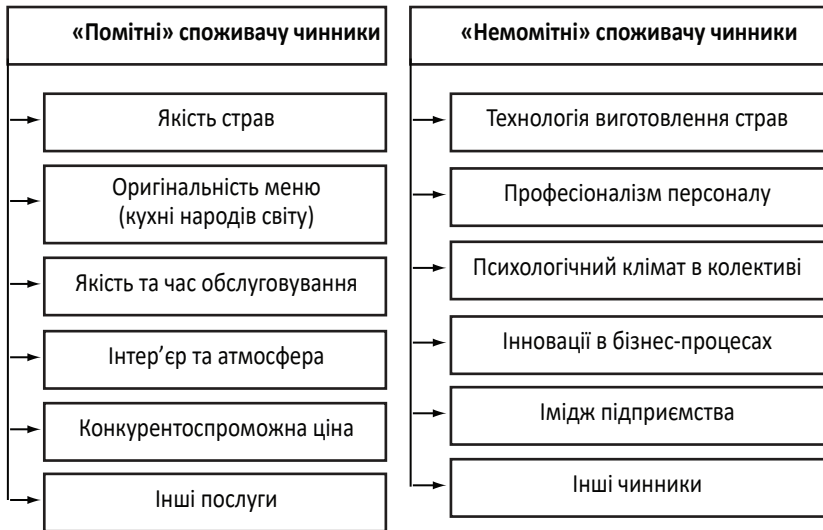


Рис. 1. Джерела формування міжнародних конкурентних переваг на підприємствах ресторанного господарства

Література

1. Бутенко Н. Конкурентні стратегії підприємства в розрізі виробничих ланцюгів. *Конкуренція. Вісник антимонопольного комітету України*. 2011. № 2. С. 33–40.
2. Приходько Д. О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності ресторанів японської кухні. *Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського*. 2016. Вип. 14. С. 516–521.
3. Власова Н. О., Андросова Т. В., Круглова О. А., Михайлова Н. В. Оцінка конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства : монографія. Харків : ХДУХТ, 2010. 219 с.
4. Muriuki B. K. Micro and Smfll Restaurants in Nairobis Strategic Response to their Competitive Environment. *European Journal of Business and Management*. 2013. Vol. 1. No. 1. P. 170–179.



ЕЛЕКТРОННИЙ ДОДАТОК
до матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ**

присвячена видатному
вченому-економісту О. Г. Ліберману

Тези доповідей
Міжнародної науково-практичної конференції

14 листопада 2019 року
м. Харків, Україна