**ЗМІСТ**

**ВСТУП………………………………………………………………………..3**

**РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ СУБ’ЄКТІВ ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ……………………………………………….……..5**

1.1. Теоретичні засади регіонального ринку готельно-ресторанного бізнесу.5

1.2. Конкуренція як економічна категорія готельно-ресторанного бізнесу…9

1.3. Проблеми та специфіка управління конкурентоспроможністю підприємства готельної та ресторанної справи в умовах ринкової економіки….12

1.4. Сучасні тенденції розвитку готельного і ресторанного бізнесу………..18

**РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ “ТРИ МЕДВЕДІ”…………………………………………………22**

2.1. Аналіз конкурентного середовища підприємства готельно-ресторанного бізнесу……………………………………………………………………………….22

2.2. Стратегія підвищення конкурентоспроможності ресторану “Три медведі”……………………………………………………………………………..26

2.3. Вплив інноваційного забезпечення процесу обслуговування на конкурентоспроможність ресторану “Три медведі”……………………………..30

**ВИСНОВКИ…………………………………………………………………..34**

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ………………………….…..36**

**ВСТУП**

**Актуальність теми.** У сучасних умовах у зв’язку з глобалізаційними та інтеграційними процесами світовий ринок готельно-ресторанних послуг зазнав істотної трансформації. Це пов’язано насамперед із суворими умовами виживання, які передбачають активне впровадження новітніх технологій та науково-технічних досягнень у індустрію гостинності. У той же час готельно-ресторанний бізнес є досить популярним і затребуваним, а тому вимагає підвищення якості обслуговування на високому рівні та різноманітності для залучення більшої кількості клієнтів. Міжнародний досвід свідчить, що шлях таких змін обрали успішні готельні та ресторанні заклади, які готові впроваджувати інновації та інновації. Вітчизняні підприємства характеризуються низькою інноваційною активністю. Це пов’язано з високою вартістю інновацій та недостатньою адаптацією підприємств до ситуації в Україні.

**Мета** **курсової роботи** полягає у комплексному та об'єктивному дослідженні економічної оцінки конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесy

**Об’єктом дослідження є** готельно-ресторанний бізнес.

**Предметом дослідження** є характеристика конкурентоспроможності ресторану “Три медведі”

**Структура та обсяг курсової роботи**. Курсова робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, та списку використаної літератури. Загальний обсяг роботи – 38 сторінок.

**РОЗДІЛ 1**

**ЗАГАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ СУБ’ЄКТІВ ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**1.1. Теоретичні засади регіонального ринку готельно-ресторанного бізнесу**

Будучи складовою реального сектору економіки, готельно-ресторанний бізнес об’єктивно має свої особливості, причому як на мікро-, так і на макроекономічному рівні. На нашу думку, на рівні суб’єктів готельно-ресторанного бізнесу – це передусім значний обсяг капітальних інвестицій у нерухомість та порівняно тривалий період їх окупності, хоча й довгі терміни експлуатації, можливість передачі бізнесу наступним поколінням; чіткий поділ засновників бізнесу здебільшого на дві групи: відомі міжнародні оператори (великі компанії з акціонерним капіталом) та приватні особи (унітарні суб’єкти у формі приватного підприємства, фізичної особи – суб’єкти бізнесу, домогосподарства); сезонність та залежність від розташування культурних і туристичних об’єктів, інфраструктури, транспортних і логістичних потоків. Це в загальнонаціональному масштабі. Але додамо, що в локальному вимірі в порівнянні з іншими видами економічної діяльності реального сектору економіки готельно-ресторанний бізнес має ще й таку специфіку, як нижчий рівень прив’язаності до місцевих сировинних ресурсів та місця розташування головного виробництва, що досить ґрунтовно відображено у працях Г. П’ятницької [1, с. 134].

**1.2. Конкуренція як економічна категорія готельно-ресторанного бізнесу**

Кожне підприємство, яке пропонує на ринку свою продукцію або послуги, намагається досягти певних переваг над іншими підприємствами, таким чином, відбувається протистояння суб'єктів підприємницької діяльності за обмежений об’єм платоспроможного попиту споживачів на певному сегменті ринку. Не винятком стала і готельна індустрія, яка сьогодні є галуззю зі зростаючим рівнем конкуренції на ринку готельних послуг, які доцільно розглядати як специфічний готельний продукт, що можна придбати в процесі обмінних операцій, тобто не володіти ним, а лише використовувати його за потреби та певних обставин [9, с.101].

Конкурентоспроможність виступає одним з найголовніших факторів, які формують конкурентну боротьбу, однак дослідження даного поняття передбачає з'ясування сутності категорії «конкуренція» як суперництва, боротьби за досягнення кращих результатів у будь-якій сфері діяльності [10].

**1.3. Проблеми та специфіка управління конкурентоспроможністю підприємства готельної та ресторанної справи в умовах ринкової економіки**

Основні причини неефективності системи управління конкурентними перевагами вітчизняних підприємств криються в їх незбалансованості: невідповідності фінансового стану підприємства його становищу на ринку; дисбалансі між інтенсивністю виробничих і відтворювальних процесів; невідповідності внутрішньої структури, загальної та функціональних стратегій підприємства його цілям та завданням; слабкості інформаційно-аналітичного забезпечення управління розвитком; невідповідності рівня корпоративного управління і потреб ринкової економіки; низькій ефективності реалізації функцій стратегічного планування та прогнозування; зміні власних центрів відповідальності, «підвищенні рухомості капіталів, товарів і послуг, посиленні конкуренції» [17, с. 11] та ін. На нашу думку, досягнення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу на ринку вимагає формування необхідної системи управління конкурентними перевагами, що враховуватиме динаміку внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства у взаємозв’язку із соціальноекономічним, технологічним і природним середовищем. Також необхідно врахувати необхідність задоволення потреб споживачів та інших суб’єктів щодо їхніх вимог і можливу зміну своєї ринкової поведінки та методів прийняття раціональних управлінських рішень в управлінні конкурентними перевагами. Це вимагає дослідження різних методологічних підходів до побудови динамічно-ефективної системи управління конкурентними перевагами та розроблення алгоритму її формування. [18]

**1.4. Сучасні тенденції розвитку готельного і ресторанного бізнесу**

Основною складовою індустрії туризму є готельно-ресторанний бізнес, який містить величезний спектр послуг, а тому є основним чинником туристичної галузі та визначає перспективи її розвитку. Сьогодні міжнародний туризм продовжує неухильно розвиватися. Так, у 2017 р. туристичний сектор світової економіки створив 10,4% світового ВВП (8272,3 млрд дол. США), зайнятість населення світу в цій сфері становить 9,9%, або 313,0 млн робочих місць [21]. Якщо аналізувати світовий експорт, то частка туризму в ньому становить 7,4% і займає третє місце після нафти і нафтопродуктів (перше місце з часткою 8,9%) та автомобільної промисловості (друге місце з часткою 7,7%). Позитивна динаміка туристичної галузі дає змогу прогнозувати зростання її частки у світовому експорті найближчим часом. Це спонукає готельно-ресторанний бізнес розробляти нові стратегії та реалізовувати їх із застосуванням сучасних інноваційних технологій, які передбачають ефективне управління інформаційними ресурсами в умовах глобалізації світової економіки. Саме тому готельно-ресторанний бізнес за останнє десятиліття зазнав значних змін. [22, с. 293].

**РОЗДІЛ 2**

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

**ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ “ТРИ МЕДВЕДІ”**

**2.1. Аналіз конкурентного середовища підприємства готельно-ресторанного бізнесу**

Розглянемо заміські заклади Дніпра: ресторани та ресторанно-готельні комплекси, для весілля, банкету, корпоративу, дня народження, відпочинку з родиною, конференцій тощо

Готельно-ресторанний комплекс Goodzone це сучасний 4-зірковий готель європейського класу, розташований в екологічно чистій рекреаційній зоні в мальовничому сосновому борі за 21 км від Дніпра, з чудовим озером природного походження та власним пляжем на березі річки. На території готельного комплексу розташовані 4 будівлі готелю, річкові та лісові котеджі, приватні резиденції, затишний ресторан SeeZone з баром та літньою терасою, lounge Bikini bar на березі річки, бізнес-центр з кінотеатром та 5 конференц-залами, відкритий басейн, 2 тенісний корт, футбольне поле; унікальний LifeStream SPA на воді, в якому Ви можете поринути у світ краси та гармонії у 4-ох лазнях на вибір: російська лазня, турецький хаммам, фінська сауна та японська лазня.

Маючи більш ніж десятирічний досвід в організації будь-якого типу та рівня заходів під ключ, професійна команда Business & Relax Hotel GoodZone втілить у життя всі ваші ідеї та забезпечить ті самі можливості, з якими ваш захід стане GoodEvent. Наша нова Grand Terrace – одна із ключових локацій нашого ресторану. Тераса з чудовим видом на озеро та мальовничу територію готелю має можливість розміщення до 300 осіб під час проведення бенкету та до 800 осіб під час проведення фуршету. [24].

**2.2.Стратегія підвищення конкурентоспроможності ресторану “Три медведі”**

Розроблення стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах конкуренції є процесом прийняття управлінського рішення щодо пріоритетності фінансування функціональних стратегій для забезпечення конкурентних переваг підприємства на ринку. Саме за допомогою стратегії можна вирішувати проблеми незадовільних ситуацій під час управління змінами. У такому статусі стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства притаманні такі особливості, як взаємозв’язок та взаємодія всіх компонентів системи, цілісність, узгодженість і синхронізація у часі, узгодженість з місією, візією та цілями підприємства, адаптивність, гнучкість до змін середовища, автономність елементів, багатоаспектність, а також оновлення відповідно до змін середовища [29].

Одним з популярних методів розроблення стратегії є метод «дерево цілей». Він полягає у графічному відображенні сталих взаємозв’язків стратегічних, тактичних та оперативних цілей. Основою побудови дерева цілей є декомпозиція, тобто розукрупнювання, що означає конкретизацію стратегічних цілей через тактичні, а тактичних цілей через оперативні. Основними правилами побудови дерева цілей є такі: 1) підпорядкованість – цілі нижчого рівня підпорядковуються цілям вищого рівня; 2) порівнянність – на кожному рівні декомпозиції розглядаються цілі, які є порівнянні за своєю значимістю та масштабом; 3) повнота – охоплює всі сфери діяльності підприємства; 4) визначеність – формулювання цілей та інших елементів дерева цілей дає змогу оцінити ступінь їх досягнення в кількісній або порядковій формі; 5) можливість коригувати цілі залежно від потреб.

**2.3. Вплив інноваційного забезпечення процесу обслуговування на конкурентоспроможність ресторану “Три медведі”**

Щоб підвищити рівень конкурентоспроможності, ресторанам необхідно постійно впроваджувати інновації, щоб залишатися провідними у своєму сегменті та бути на крок попереду конкурентів. Однією з найбільших проблем ресторанного бізнесу є відсутність реклами. З огляду на це, на веб-сайтах і в пресі слід запроваджувати агресивну рекламу, яка певною мірою зменшить зовнішню конкуренцію. Для реклами доцільно підтримувати різноманітні концерти, фестивалі, конкурси. Вітчизняний ресторатор зобов’язаний вигадувати щось нове чи не щодня. Тому власник повинен або систематично знижувати ціну, або пропонувати більше послуг за ту саму ціну. Корпоративні клієнти – дуже цінні споживачі, тому ресторани йдуть на низку поступок: можуть готувати з продуктів замовника, дозволяють працювати за правилом: чим більше гостей, тим більшу знижку отримає клієнт. Останнім часом людський фактор в індустрії гостинності дуже важливий. Створення сприятливого робочого клімату для працівників компанії дозволяє підвищити рівень трудової активності та впливає на дохід компанії в цілому. Надання співробітникам можливостей кар’єрного росту позитивно впливає на моральний дух колективу. Формування сучасної туристичної індустрії неможливе без ресторанного бізнесу, який сприяє задоволенню такої першочергової потреби туристів, як харчування. Тому чемпіонат Євро-2012 відіграв для нашої країни значну роль, адже значна кількість гостей мала можливість скористатися послугами ресторанів, а їх власники – отримати значні переваги. Саме тому в більших містах почали будувати і налагоджувати систему послуг у сфері туризму. Ресторанна індустрія в Україні швидко розвивається: населення із середнім рівнем доходу все більше віддає перевагу їжі в ресторанах

**ВИСНОВКИ**

Сучасна індустрія гостинності в Україні поки не відповідає вимогам міжнародних стандартів. Аналізуючи діяльність готельно-ресторанного бізнесу в Україні, можна виділити основні проблеми: нерозвиненість ресторанів з українською регіональною кухнею, стрімке будівництво об’єктів готельно-ресторанного бізнесу до проведення великих заходів та використання технологічного застарілого обладнання, споживання екологічно небезпечна сировина, порушення вимог щодо дотримання технології процесів виробництва харчових продуктів, неефективна підготовка фахівців у цій галузі, завищена вартість послуг.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Гук Х.З Ідентифікація концептуальних особливостей функціонування та державного регулювання розвитку готельно-ресторанного бізнесу держави *Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського.* 2015. № 6. С. 134-139.

2. П’ятницька Г.Т. Формування стратегії розвитку підприємств ресторанного господарства : автореф. дис. … д. е. н. : спец. 08.00.04 К. : КНЕУ, 2008. 42 с.

3. Гоблик-Маркович Н.М., Грянило А.В. Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг.*18 жовтня 2012 р., м. Харків. Ч.1. С.247-248.

4. Теоретичні засади регіонального ринку готельно-ресторанного бізнесу URL: https://tourlib.net/statti\_ukr/goblyk3.htm

5. Гоблик-Маркович Н.М., Грянило А.В. Теоретичні засади регіонального ринку готельно-ресторанного бізнесу. URL: <http://tourlib.net/statti_ukr/goblyk3.htm>.

6. Калєнік К.В., Федак В.І. Сучасні моделі управління багатофункціональним туристично-готельним комплексом. URL: <http://tourlib.net/statti_ukr/kalenik.htm>.

7. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

8. Маначинська Ю.А. Сутність і специфіка готельних послуг, класифікація засобів розміщення туристів. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту.* 2010. Вип. 4. С. 211-217.

9. Донець Л.І., Донець А.А. Базові принципи сучасної парадигми управління конкурентоспроможністю підприємства. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму.* 2012. №1 (5). Том. 2. С.101-106.

10. Економічна енциклопедія : у 3 т. / За ред. С. В. Мочерний. Київ : Академія, 2000. Т.1. 864 с.

11. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11 січня 2001 р. *Верховна Рада України.*

12. Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності: Закон України від 27 лютого 2002 р. *Верховна Рада України.*

13. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности. Москва : Дашков и Ко, 2005. 737 с.

14. Молоток Е. Принципы маркетингового исследования конкуренции на рынке. URL: https://www/marketing.spb.ru./read/m3/1.html

15. Педченко Н.С. Деякі аспекти конкуренції і конкурентоспроможності в ринковій економіці. *Регіональні перспективи.* 2000. № 4 (11). URL: https://www.marketing.spb.ru/read/m3/

16. Батченко Л. В., Стариченко Т. В. Концептуальний підхід до конкурентоспроможності готельних підприємств України URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9\_2018/9.pdf

 17. Гудзинський О.Д. Методологічні аспекти формування потенціалу, адекватного стратегічному розвитку підприємств. *Вісник аграрної науки Причорномор’я. Миколаїв.* 2007. Вип. 1 (39). С. 11–15.

18. Малюга Л.М. Загороднюк О.В Управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу в умовах конкуренції*. Економіка і суспільство.* 2018. № 17. С.286-290.

19. Нагернюк Д. В. Основні чинники, що формують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства *Ефективна економіка.* 2016. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5142

20. Довгаль Г. В. Сучасні тенденції розвитку світового готельного бізнесу URL: file:///C:/Users/User/Downloads/14470-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-28649-2-10-20191027.pdf

21. World Travel & Tourism Council (WTTC). URL : http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/.

22. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. Вісник *Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини».* 2014. Вип. 34. С. 292–300.

23. Ковальчук Т. Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. № 23. С. 126-130

24. Гостинично-ресторанный комплекс Goodzone (Гудзон) — Днепр URL: <https://mesta.com.ua/listing/gostinichno-restorannyj-kompleks-goodzone-gudzon-dnepr>

25. Клуб-отель Мустанг пос. Обуховка — Днепр URL: <https://mesta.com.ua/listing/klub-otel-mustang-pos-obuhovka-dnepr>

26. Гостинично-ресторанный комплекс Озерище в Чумаках — Днепр URL: <https://mesta.com.ua/listing/gostinichno-restorannyj-kompleks-ozerishhe-v-chumakah-dnepr>

27. Гостинично-ресторанный комплекс SunRay (СанРэй) в Днепре URL: https://mesta.com.ua/listing/gostinichno-restorannyj-kompleks-sunray-sanrej-v-dnepre

28. Гостинично-ресторанный комплекс «Три медведя» URL: https://hashevoe.com.ua/restoran/banketka/

29. Халімон Т. М. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* 2016. Вип. 10(2). С. 117-120.

30. Якубів В. М., Боришкевич І. І. Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу. *Регіональна економіка*. 2020. №1. С. 144-154