



УДК 338.48

METHODICAL APPROACHES TO ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF A RESTAURANT

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАННОГО ЗАКЛАДУ

Nikolaichuk O.A. / Ніколайчук О.А.

с.е.с., as.prof / к.е.н., доц.

ORCID: 0000-0002-7197-4713

Karakotc A. / Каракоц А.

Kryvyi Rih National University,

Kryvyi Rih, Matusevicha, 11, 50027

Криворізький національний університет,

Кривий Ріг, Матусевича, 11, 50027

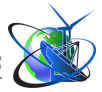
Анотація. В роботі проаналізовано наукові підходи щодо методики оцінювання конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства, що розрізняються за фокусом та інструментарієм. Запропонований інтегрований підхід до оцінювання конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства, який базується на комплексному аналізі ключових напрямів його діяльності. Даний підхід дозволяє не лише виявити слабкі місця у функціонуванні закладу, а й окреслити практичні напрями для їх усунення з урахуванням специфіки сучасного ресторанного ринку, забезпечує глибокий, всебічний та практично орієнтований інструментарій для об'єктивної оцінки та підвищення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, оцінка, заклад ресторанного господарства.

Вступ.

Ресторанний бізнес відзначається високою динамікою та конкуренцією, адже споживчі вподобання, технології, економічні умови та маркетингові підходи постійно змінюються. Успішні заклади не лише пропонують якісні страви та обслуговування, а й активно адаптуються до ринкових тенденцій, впроваджують ефективні маркетингові стратегії та враховують зовнішні фактори впливу. У такому контексті підприємствам необхідно здійснювати систематичну оцінку своєї конкурентоспроможності, щоб відрізнитися від інших гравців на ринку та забезпечувати успішну діяльність у тривалій перспективі.

Дослідженням різних аспектів оцінки конкурентоспроможності ресторанного підприємства присвячені роботи таких науковців як: Задніпровська О., Расулова А., Жарко І., Крахмальова Н., Копачевська О., Жегус О., Михайлова М., Кирніс Н., Нагорняк Г., Андросова Т., Власова Н., Михайлова Н., Круглова О., Яцковий Д., Юринець З., Артеменко Л., Сітковська А., Панова



О., Зерненкова Д., Костишина Т., Н.Кирніс Н., Каленік В.

Віддаючи належне науковому доробку вчених у цій проблематиці, потребують узагальнення та подальшого наукового вивчення методичні підходи щодо оцінювання конкурентоспроможності ресторанного закладу.

Метою дослідження є аналіз методичних підходів щодо оцінювання конкурентоспроможності ресторанного закладу.

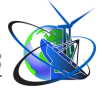
Виклад основного матеріалу.

Конкурентоспроможність закладу ресторанного господарства – це його здатність ефективно працювати в умовах ринкової конкуренції, забезпечуючи стабільний потік гостей, прибутковість і відповідність очікуванням споживачів.

Аналіз сучасних методик оцінки конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства виявляє різноманіття підходів, кожен з яких має свої переваги та недоліки.

Методика Яцкова Д. [1] пропонує комплексний підхід до оцінки виробничої діяльності, враховуючи фінансові, виробничі, організаційні та технологічні аспекти. Її ключові переваги полягають у можливості адаптації для підприємств різних галузей через гнучкість вагових коефіцієнтів та показників, а також у забезпеченні багатовимірної картини ефективності завдяки широкому охопленню аспектів діяльності. Однак, недоліками є складність реалізації через багатofакторність, використання складних формул нормалізації та інтегрування, а також потреба у значному обсязі даних про діяльність підприємства.

Методика Юринець З. [2], що включає індекс глобальної конкурентоспроможності, орієнтована на взаємозв'язок макроекономічного та мікроекономічного рівнів. Серед її переваг варто виділити орієнтацію на світові стандарти конкурентоспроможності, можливість використання даних з міжнародних рейтингів, актуальність для стратегічного управління в умовах глобалізації, забезпечення зв'язку між макро- та мікроекономічним рівнями, а також формування довгострокової конкурентної стратегії. Водночас, недоліками є необхідність доступу до достовірних макроекономічних даних, висока складність реалізації для суб'єктів малого бізнесу, а також більша придатність



для інноваційних та експортоорієнтованих підприємств.

Методика оцінки конкурентоспроможності підприємства за Сітковською А. [3] акцентує увагу на індикаторах інноваційної діяльності, розглядаючи інноваційність як ключовий фактор конкурентоспроможності в ринкових реаліях сучасності. До переваг методики слід віднести фокус на інноваціях; оцінка інтелектуального капіталу; кількісний підхід; актуальність для стратегічного планування. Недоліки моделі є: насиченість аналітичним інструментарієм; висока вимога до певних даних підприємства; суб'єктивність у виборі ваг.

Методика оцінки конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства, яка розроблена Пановою О. та Зерненковою Д. [4], базується на комплексному підході та охоплює три основні аналітичні інструменти: порівняльний аналіз; SWOT-аналіз та аналіз конкурентів. Перевагами методики є поєднання кількох аналітичних інструментів (порівняльний аналіз, аналіз конкурентів, SWOT-аналіз), що дозволяє отримати всебічну оцінку конкурентоспроможності. Основна увага акцентується на аналізі конкурентного середовища, що сприяє кращому розумінню ринкових умов і адаптації до змін у поведінці споживачів і конкурентів. Недоліками є: висока суб'єктивність; відсутність чіткої кількісної оцінки; залежність від доступності інформації; потреба у регулярному оновленні даних.

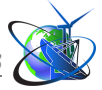
Методика оцінки конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства, яка запропонована Костишиною Т. та Кирніс Н. [5], акцентує увагу на рівні обслуговування та якості продукції як ключових факторах, що визначають успіх підприємства в умовах конкуренції: якістю продукції, якістю обслуговування, роботою персоналу, ефективністю діяльності підприємства та ціноутворенням. Кожен із цих напрямів має свої чітко визначені критерії оцінки, які можуть бути перевірені за допомогою відповідних методів.. Перевагами методики, на думку авторів, є: показники, пов'язані з обслуговуванням та якістю страв, які легко оцінити за допомогою анкетування, відгуків клієнтів, внутрішнього контролю; методика враховує ключові чинники, які безпосередньо впливають на задоволеність клієнтів, що є важливою складовою



конкурентоспроможності; систематична увага до сервісу та якості продукції, що підвищує лояльність клієнтів і позитивно впливає на імідж; результати оцінки дозволяють швидко виявити недоліки у роботі персоналу чи кухні та вжити коригувальних заходів. В той же час методика не охоплює фінансово-економічні показники, маркетингову діяльність або стратегічне планування, що обмежує комплексність оцінки; для отримання об'єктивних даних необхідно регулярно проводити опитування або моніторинг, що потребує часу і ресурсів; оцінка рівня обслуговування чи смаку страв значною мірою залежить від індивідуального сприйняття споживача; методика не включає аналізу ринку, конкурентів або зовнішні загрози, що може призвести до стратегічної недооцінки.

Методика оцінки конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства, яка запропонована Каленік В. [6], спрямована на оцінку рівня сервісу та іміджу підприємства. Серед переваг цієї методики можна виокремити орієнтацію на формування позитивного іміджу та лояльності клієнтів, що є важливим чинником у сучасних умовах високої конкуренції. Вона сприяє диференціації закладу на ринку та дозволяє коригувати маркетингову стратегію відповідно до очікувань цільової аудиторії. В той же час, оцінка іміджу та якості сервісу часто є суб'єктивною та важко піддається точному кількісному виміру без залучення фахових маркетингових досліджень. Крім того, підхід не охоплює економічні та фінансові аспекти діяльності закладу, що знижує загальну комплексність оцінки. Отже, методичний підхід оцінювання конкурентоспроможності ресторанного закладу Каленік В. є актуальним для сучасного ресторанного бізнесу, особливо в умовах посиленої уваги споживачів до сервісу та візуального образу бренду, проте його доцільно доповнювати іншими інструментами для забезпечення комплексної оцінки конкурентоспроможності.

Логістичний метод, що представлений науковцями Брижань І., Чевганова В. [7], належить до статистико-математичних методів і застосовується для оцінки конкурентоспроможності, оскільки поєднує в собі елементи математичного моделювання та статистичного аналізу. Як зазначили автори, даний метод



базується на використанні логістичних функцій, які дозволяють моделювати складні взаємозв'язки між показниками, що впливають на рівень конкурентоспроможності об'єкта, і визначати ймовірність досягнення певного рівня конкурентних переваг. Такий підхід забезпечує можливість врахування нелінійності та взаємозалежності факторів, що особливо важливо при аналізі складних соціально-економічних систем.

Графічні, матричні та специфічні методики оцінки конкурентоспроможності, які розглянуті Самуляком В. [9], охоплюють як візуальні, так і аналітичні підходи до дослідження конкурентного стану об'єкта. Графічні методи передбачають візуалізацію результатів оцінки у вигляді графіків, діаграм, профілів конкурентоспроможності, що дозволяє наочно порівнювати об'єкти між собою. Матричні методи (наприклад, SWOT, BCG, GE/McKinsey) базуються на побудові двовимірних матриць, у яких поєднуються ключові фактори для класифікації та аналізу позиції підприємства. Метод оцінки конкурентоспроможності продукції аналізує привабливість товару для споживача через систему показників. Метод порівняльних переваг конкурентів фокусується на аналізі сильних і слабких сторін конкурентів для визначення ринкової позиції підприємства. Метод на основі норми споживчої цінності враховує співвідношення корисності товару до його вартості. Інтегральний метод об'єднує кілька показників у єдиний узагальнений індекс. Нарешті, метод бенчмаркінгу передбачає вивчення та запозичення кращих практик конкурентів для підвищення власної ефективності.

Проаналізувавши наукову літературу щодо методичних підходів оцінки конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства, нами запропоновано інтегровану методику для оцінки конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства (рис. 1).

Представлена методика оцінки конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства охоплює десять ключових етапів. Ці етапи розроблені з метою забезпечення всебічної та об'єктивної оцінки функціонування закладу та його позиціонування відносно основних конкурентів



на ринку.



Рисунок 1 – Інтегрована методика оцінювання конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства

Джерело: складено автором на основі [17 - 22]



Перший етап передбачає систематизований збір релевантних даних, необхідних для подальшого аналізу всіх визначених показників діяльності закладу ресторанного господарства.

На другому етапі проводиться SWOT-аналіз. Цей інструмент дозволяє ідентифікувати внутрішні сильні та слабкі сторони закладу, а також зовнішні можливості для розвитку та потенційні загрози.

Третій етап включає порівняльний аналіз закладу ресторанного господарства за такими показниками, як: спеціалізація, асортимент страв, структура меню, пропозиції напоїв, наявність додаткових послуг, середня вартість страв та середній чек. Цей аналіз дозволяє оцінити відповідність пропозиції закладу очікуванням цільової аудиторії, а також виявити конкурентні переваги та недоліки на ринку.

Четвертий етап присвячений більш ґрунтовному аналізу меню закладу, що виконується за допомогою АВС-аналізу, що дозволяє визначити найбільш прибуткові позиції меню (категорія А) та ті, що потребують перегляду або вилучення через низьку рентабельність (категорія С). Доцільним є також оцінка цінової політики за категоріями страв з метою оптимізації пропозиції та коригування ціноутворення.

Наступний етап передбачає оцінку послуг, що надаються закладом ресторанного господарства, а також їх порівняння з послугами конкурентів. Це дозволяє визначити унікальні переваги закладу та виявити сфери, де він відстає від конкурентів у наданні сервісу.

Шостий етап фокусується на оцінці задоволеності споживачів через аналіз відгуків у соціальних мережах, проведення опитувань або анкетування. Оцінка задоволеності проводиться за такими критеріями: якість страв, рівень обслуговування, атмосфера, додаткові пропозиції, можливості для дозвілля та чистота. Виявлення недоліків є критично важливим для оперативного їх усунення, оскільки репутація закладу безпосередньо залежить від оцінки відвідувачів.

Сьомий етап передбачає оцінку ефективності роботи персоналу, оскільки



персонал є ключовим фактором формування іміджу закладу. Оцінка здійснюється переважно методом спостереження з подальшим порівнянням результатів з показниками конкурентів.

Наступним етапом є оцінка інноваційної активності закладу ресторанного господарства. Інновації є важливим критерієм конкурентоспроможності, оскільки вони сприяють підвищенню ефективності діяльності та залученню цільової аудиторії.

Дев'ятий етап — це узагальнююча оцінка конкурентоспроможності, що інтегрує результати всіх попередніх етапів. Цей комплексний аналіз дозволяє ранжувати заклади за загальними оцінками. Цей етап також включає визначення конкурентних переваг закладу, що дозволяє ідентифікувати його унікальні характеристики та чинники привабливості для відвідувачів, а також виявити сильні сторони конкурентів.

Завершальний етап методики передбачає формування комплексних висновків та розробку обґрунтованих пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства. Ці рекомендації спрямовані на підвищення ефективності функціонування закладу та досягнення лідерських позицій на ринку.

Висновки. Аналіз існуючих методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства дав змогу встановити наявність їх різноманіття.

Запропонований інтегрований підхід до оцінювання конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства, який базується на комплексному аналізі ключових напрямів його діяльності, що поєднує різнобічні аспекти функціонування закладу. Запропонована методика дозволяє не лише виявити слабкі місця у функціонуванні закладу, а й окреслити практичні напрями для їх усунення з урахуванням специфіки сучасного ресторанного ринку, забезпечує глибокий, всебічний та практично орієнтований інструментарій для об'єктивної оцінки та підвищення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства.



Література:

1. Яцковий Д.В. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Д. В. Яцковий // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2013. - Вип. 4. - С. 183-188. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2013_4_30
2. Юринець З.В. Аналіз методик та результатів оцінки конкурентоспроможності національних економік у напрямі впровадження інновацій [Електронний ресурс] / З. В. Юринець // Стратегія економічного розвитку України. - 2014. - № 34. - С. 57-63. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/seru_2014_34_12
3. Сітковська А.О. Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства: методика та критерії розрахунку [Електронний ресурс] / А. О. Сітковська. // Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. - 2016. - № 3. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_3_19
4. Панова І.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанної галузі [Електронний ресурс] / І. О. Панова, Д. С. Зерненкова // Бізнес Інформ. - 2023. - № 5. - С. 229-234. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2023_5_32
5. Костишина Т. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями (catering) [Електронний ресурс] / Т. Костишина, Н. Кирніс // Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. - 2018. - Вип. 1. - С. 19-30. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rhci_2018_1_4
6. Каленік К.В. Методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності ресторанної послуги [Електронний ресурс] / К. В. Каленік // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. - 2017. - Т. 22, Вип. 8. - С. 61-66. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2017_22_8_15
7. Брижань І. А., Чевганова В. Я. Порівняння методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства. 2015. № 4/5. С. 10–15.



8. Самуляк В. Ю. Методичні засади оцінювання конкурентоспроможності підприємств / В. Ю. Самуляк // Україна – Європа: нові виклики та модернізація відносин : VII міжн. наук. конф. – К. : Укр. акад. зовнішньої торгівлі, 2007. – С. 283–285.

Abstract. *The paper analyzes scientific approaches to the methodology for assessing the competitiveness of a restaurant establishment, which differ in focus and tools. An integrated approach to assessing the competitiveness of a restaurant establishment is proposed, which is based on a comprehensive analysis of the key areas of its activity. This approach allows not only to identify weaknesses in the functioning of the establishment, but also to outline practical directions for their elimination, taking into account the specifics of the modern restaurant market, and provides a deep, comprehensive and practically oriented toolkit for objective assessment and increasing the competitiveness of restaurant establishments.*

Key words: *competitiveness, assessment, restaurant establishment.*

Статтю надіслано: 20.06.2025 р.

© Ніколайчук О.А., Каракоц А.