

УДК 339.137.2:640.1

Гординський А. – магістрант
Львівська комерційна академія

РОЗВИТОК КОНКУРЕНЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Міценко Н.Г.

Конкуренція як рушійна сила розвитку обумовлює необхідність підвищення якісних характеристик продукції підприємства та сфери ресторанного господарства загалом. Конкуренція як природний прояв ринкових відносин передбачає суперництво економічних інтересів суб'єктів господарювання з метою завоювання довіри споживачів. Дослідники вважають, що в ресторанному господарстві настали часи справжньої конкуренції, однак, особливо гостро вона розгортається у приватному секторі, в мережі загальнодоступних підприємств, в містах.

За свідченням фахівців, ресторанне господарство є інвестиційно привабливою сферою, в якій не знижуються темпи розвитку підприємництва та збільшується частка створюваного ВВП. За інформацією Асоціації ресторанного бізнесу України, темпи розвитку ринку ресторанних послуг за останні роки коливалися в межах 60-100% на рік. Процеси, які відбуваються тут, залежать як від змін внутрішньогалузевого характеру, так і від ступеня реалізації соціально-економічних пріоритетів у державі. Динаміка макроекономічних процесів у державі (ознаки стабілізації в економіці, зростання частки підприємств недержавного сектора економіки, низькі темпи інфляції, насичення споживчого ринку товарами та послугами та ін.) донедавна давала підстави для висновку про наявність сприятливих макроекономічних умов для формування конкурентного середовища в сфері ресторанного господарства. Адже з точки зору структури загальнодержавного ринку тут фактично відсутня монополізація щодо конкурентної товарної групи, а ринок послуг характеризується відсутністю суттєвих бар'єрів для нових конкурентів. Досліджуючи ринок ресторанного господарства, слід зазначити його особливості: звуження ринку робітничого харчування; зростання мережі загальнодоступних підприємств; взаємозв'язок розвитку ринку продукції та послуг підприємств харчування з готельним господарством та з перспективами розвитку туристичних послуг; максимальна демократизація ресторанної галузі.

Мікроекономічні умови формування конкурентного середовища зумовлені підприємницькими стратегіями підприємств, їхньою здатністю використовувати внутрішні ресурси та стимулювати споживчий попит, орієнтацією на середнього споживача, здатністю до диверсифікації діяльності. Вважається, що загальнодоступні підприємства ресторанного господарства функціонують в умовах досконалої (чистої) конкуренції (на ринку присутня велика кількість підприємств із майже однотипним товаром). Винятком є ресторани вищих класів, що пропонують унікальну продукцію та послуги. Таким підприємствам притаманні ознаки олігопольного ринку. Водночас, специфіка самого підприємства обумовлює його місцезнаходження у певному конкурентному середовищі та визначає поведінку в набутті конкурентних переваг.

Розвиток конкурентних відносин пов'язаний зі змінами у ринковій поведінці виробників та споживачів продукції ресторанного господарства. Трансформування поведінки споживача, обмеженість його платоспроможності змушує виробників підвищувати якість та знижувати ціни, що активізує конкуренцію. Загострення конкуренції обумовлюватиметься також і збільшенням присутності іноземних конкурентів, які мають більший досвід роботи та знання в сфері конкурентної боротьби у ресторанному бізнесі.