

Перелік використаної літератури

1. Іщенко Н. А. Особливості управління власним капіталом підприємства / Фінансово-кредитний механізм розвитку економіки та соціальної сфери: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 9 грудня 2021 р., м. Кропивницький. К.: «Ексклюзив-Систем», 2021. С. 40-43. URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/064406f3-b5d3-4097-a2c5-d39e00a889c9/content>.
2. Ларіонова К., Капінос Г. Механізм управління капіталом підприємства. Scientific journal «Modeling the Development of the Economic Systems». 2023. №3. – С. 147-154. – URL: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-9-20>.
3. Танклевська Н.С., Ярмоленко В.В. Управління капіталом промислових підприємств. Держава та регіони. 2021. № 5 (122). С.32-39.

Попов О. С.¹ Яровий О.²

¹ канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та публічного управління, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», м. Харків, Україна

² здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, спец. 051 Економіка, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», м. Харків, Україна

ЧИННИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СЕКМЕНТУ NORECA

Секмент HoReCa (Hotels, Restaurants, Cafes) є однією з найбільш динамічних сфер економіки, яка має значний вплив на розвиток туризму, забезпечення зайнятості та формування соціокультурного середовища. У сучасному світі ця галузь перебуває під постійним тиском конкурентного ринку, що зумовлює необхідність активного пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств. Особливістю секменту є високий рівень споживчих очікувань, швидка адаптація до нових трендів і технологій, а також значний вплив соціальних факторів [1, 2].

Конкурентоспроможність підприємств HoReCa визначається їхньою здатністю задовольняти потреби клієнтів, пропонуючи високоякісні послуги за адекватною ціною [3]. Для досягнення успіху компанії повинні враховувати як зовнішні (економічне середовище, ринок праці, регуляторна політика), так і внутрішні чинники (якість обслуговування, інновації, маркетинг). Тому дослідження чинників конкурентоспроможності стає актуальним для забезпечення стабільності і розвитку галузі [4].

В умовах зростаючої конкуренції та змінних споживчих уподобань важливо розуміти, які фактори впливають на здатність цих підприємств залишатися конкурентоспроможними. Автори вважають, що в якості таких факторів доцільно виділити наступні:

1. Якість обслуговування.

Високий рівень сервісу є основою конкурентоспроможності в сегменті HoReCa. Професійність персоналу, швидкість обслуговування та увага до деталей формують позитивний досвід клієнтів, сприяючи їхній лояльності та повторним візитам.

2. Інновації та унікальність пропозиції.

Впровадження новітніх технологій, таких як системи онлайн-бронювання, мобільні додатки для замовлень та автоматизація процесів, дозволяє підвищити ефективність роботи та задовольнити сучасні потреби споживачів. Унікальність концепції закладу, оригінальне меню та дизайн інтер'єру також сприяють виділенню серед конкурентів.

3. Локація та доступність.

Розташування підприємства в місцях з високим пішохідним трафіком, поблизу туристичних атракцій або бізнес-центрів, значно впливає на потік клієнтів. Доступність транспорту та наявність паркувальних місць також є важливими факторами.

4. Цінова політика та співвідношення «ціна-якість».

Гнучка цінова політика, що враховує платоспроможність цільової аудиторії та пропонує конкурентні ціни при високій якості послуг, сприяє залученню та утриманню клієнтів. Різноманітні акції, знижки та програми лояльності можуть додатково стимулювати попит.

5. Маркетинг та просування бренду.

Ефективні маркетингові стратегії, включаючи активну присутність у соціальних мережах, рекламу та участь у місцевих заходах, підвищують впізнаваність бренду та залучають нових клієнтів. Робота з відгуками та репутацією в інтернеті також відіграє важливу роль у формуванні позитивного іміджу.

6. Екологічна відповідальність та соціальна активність.

Зростаюча увага споживачів до екологічних та соціальних аспектів діяльності підприємств спонукає заклади HoReCa впроваджувати «зелені» практики, такі як використання екологічно чистих продуктів, мінімізація відходів та участь у соціальних проектах. Це не лише сприяє збереженню довкілля, але й підвищує привабливість закладу для свідомих споживачів.

7. Управління персоналом та корпоративна культура.

Мотивація, навчання та розвиток персоналу безпосередньо впливають на якість обслуговування та загальну атмосферу в закладі. Створення позитивної

корпоративної культури сприяє зниженню плинності кадрів та підвищенню ефективності роботи.

8. Адаптація до змін ринкового середовища.

Гнучкість у реагуванні на зміни споживчих уподобань, економічних умов та технологічних нововведень дозволяє підприємствам HoReCa залишатися конкурентоспроможними. Постійний аналіз ринку та готовність до впровадження нових рішень є ключовими в цьому контексті.

Отже, конкурентоспроможність підприємств сегменту HoReCa визначається комплексом взаємопов'язаних чинників. Успішне поєднання високої якості обслуговування, інновацій, ефективного маркетингу та соціальної відповідальності дозволяє закладам не лише утримувати свої позиції на ринку, але й активно розвиватися в умовах жорсткої конкуренції.

Перелік використаної літератури

1. Кошельок Г. В., Царьов О. С. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Економічні перспективи підприємництва». Житомир: ЖДТУ, 2019. С. 213–215.

2. Малюга Л., Загороднюк О. Конкурентоспроможність підприємств ресторанного бізнесу. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2020. № 25. С. 37–41.

3. Якименко-Терещенко Н. В. Оцінка конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Науковий вісник ЧНУ імені Петра Могили. 2019. Вип. 2. С. 300–304.

4. Кирніс Н. І. Аспекти конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства в сучасних умовах. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2013. № 5. С. 135–140.