

## Системоутворюючі фактори конкурентоспроможності продукції закладу ресторанної діяльності «Грильязж»

**Мальченко Анна,**

здобувач вищої освіти спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

***Анотація:** У тезах розглянуто основні системоутворюючі фактори конкурентоспроможності продукції закладів ресторанної діяльності. Проаналізовано ключові чинники формування конкурентних переваг ресторану «Грильязж», зокрема якість продукції, асортиментну політику, рівень сервісу, цінову політику та маркетингову діяльність. Визначено, що ефективно поєднання зазначених факторів сприяє підвищенню конкурентоспроможності закладу на ринку ресторанних послуг.*

***Ключові слова:** конкурентоспроможність, ресторанне господарство, якість продукції, ресторан, маркетинг, сервіс.*

У сучасних умовах розвитку сфери ресторанного господарства конкурентоспроможність продукції є одним із ключових факторів успішного функціонування підприємств. Зростання конкуренції на ринку ресторанних послуг змушує заклади постійно вдосконалювати якість продукції, рівень обслуговування та маркетингову діяльність для залучення і утримання споживачів [1].

Конкурентоспроможність продукції ресторанного підприємства визначається сукупністю характеристик, які забезпечують її переваги порівняно з аналогічною продукцією інших закладів. До таких характеристик належать якість страв, асортимент, рівень сервісу, ціна та імідж підприємства [2].

Одним із найважливіших системоутворюючих факторів є якість продукції. Висока якість кулінарних виробів формується завдяки використанню свіжих інгредієнтів, дотриманню технологічних процесів приготування та професіоналізму кухарів. Саме якість страв значною мірою визначає задоволеність споживачів і формує репутацію закладу.

Наступним важливим фактором є асортиментна політика підприємства. Різноманітність меню дозволяє задовольнити потреби різних категорій споживачів та підтримувати інтерес до закладу. Для ресторану «Грильязж» важливим є поєднання традиційних страв із сучасними гастрономічними тенденціями, а також використання сезонних продуктів.

Важливу роль у формуванні конкурентних переваг відіграє цінова політика. Оптиміальне співвідношення ціни та якості продукції є одним із визначальних факторів вибору закладу споживачем. Правильно сформована

цінова стратегія дозволяє ресторану залишатися привабливим для клієнтів та забезпечує стабільний попит на продукцію.

Не менш важливим фактором є рівень обслуговування. У сфері ресторанного бізнесу сервіс виступає невід'ємною складовою загального продукту, який отримує споживач. Висока культура обслуговування, професійність персоналу, швидкість виконання замовлень та комфортна атмосфера закладу сприяють формуванню позитивного враження у гостей.

Крім того, значний вплив на конкурентоспроможність має маркетингова діяльність підприємства. Використання сучасних маркетингових інструментів, таких як реклама, просування у соціальних мережах, програми лояльності та спеціальні пропозиції, дозволяє підвищити впізнаваність закладу та залучити нових клієнтів [3].

Отже, конкурентоспроможність продукції ресторану «Грильязж» формується під впливом комплексу взаємопов'язаних факторів, серед яких ключову роль відіграють якість продукції, різноманітність меню, ефективна цінова політика, високий рівень сервісу та активна маркетингова діяльність. Раціональне поєднання цих факторів сприяє підвищенню ефективності діяльності закладу та зміцненню його позицій на ринку ресторанних послуг.

#### Список використаних джерел

1. Нагернюк Д. В., Коваленко Л. Г. Формування конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. Економіка та суспільство. 2021.
2. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/692>
3. Литвиненко Я. В., Литвиненко Т. Є. Конкурентоспроможність закладів готельно-ресторанного господарства та напрямки її підвищення.
4. <https://dspace.nuft.edu.ua/items/e81143aa-568b-4282-8cd6-0f25e125ca8d>
5. Мазаракі А. А. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства. Київ: КНТЕУ, 2019.

***Анотація :** The thesis examines the system-forming factors of competitiveness of products of restaurant establishments. The key factors influencing the formation of competitive advantages of the restaurant “Grilliazh” are analyzed, including product quality, assortment policy, service level, pricing policy and marketing activities. It is determined that the effective combination of these factors contributes to increasing the competitiveness of the enterprise in the restaurant services market.*

***Key words:** competitiveness, restaurant business, product quality, restaurant services, marketing.*

**Науковий керівник:**

**Іваненко Т. Я.,**

*кандидат економічних наук, доцент*

*кафедра готельно-ресторанного бізнесу та туризму,*

*Миколаївський національний аграрний університет*