

ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ,
НАПРЯМИ ТА ЗАВДАННЯ СТАБІЛІЗАЦІЇ
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ**

27 лютого 2021 р.

м. Київ

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Горник Володимир Гнатович – директор Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, доктор наук з державного управління, доцент.

Кравченко Сергій Олександрович – завідувач кафедри публічного управління та економіки Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, доктор наук з державного управління, доцент.

Безус Павло Іванович – завідувач кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, кандидат економічних наук, професор.

Путінцев Анатолій Васильович – завідувач кафедри фінансів та обліку Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, кандидат економічних наук, доцент.

Петровська Ірина Олегівна – завідувач кафедри індустрії гостинності та сталого розвитку Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник.

Актуальні питання, напрями та завдання стабілізації економічного розвитку країни: Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 27 лютого 2021 р. – Київ: Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, 2021. – 96 с.

ISBN 978-966-992-414-8

У збірнику представлено стислий виклад доповідей і повідомлень, поданих на всеукраїнську науково-практичну конференцію «Актуальні питання, напрями та завдання стабілізації економічного розвитку країни», яка відбулася на базі Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського 27 лютого 2021 р.

УДК 330.34(063)

НАПРЯМ 5. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Климко Н. О.

СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОЦІНКА
ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ
У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ..... 48

Межова О. В.

СКЛАДОВІ РОЗВИТКУ
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ..... 52

Постова В. В.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ..... 55

Соболєва Г. Г.

СТРАТЕГІЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВАМИ..... 59

НАПРЯМ 6. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Бондаренко Н. М.

ПРОФЕСІЙНЕ СУДЖЕННЯ БУХГАЛТЕРА
В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ 64

Кармазіна Н. В.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ
ДО РОЗБУДОВИ СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ
АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ 69

Кубік В. Д., Доценко О. В.

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ АМОРТИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ
ЯК СКЛАДОВОЇ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА 73

Царенко О. В.

ПОДІЇ ПІСЛЯ ЗВІТНОГО ПЕРІОДУ
ПІД ЧАС АУДИТУ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ..... 78

НАПРЯМ 7. СТАТИСТИКА

Маслій В. В., Новосад А. Я., Домбровський І. В.

НЕПАРАМЕТРИЧНІ КРИТЕРІЇ ДЛЯ ОЦІНКИ ЗРУШЕНЬ
В СТРУКТУРІ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ..... 83

Судакова О. І., Янченко В. В., Ярлік Т. В.

СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ
СУЧАСНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
У ГАЛУЗІ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ 88

Постова Валентина Вікторівна
*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Ресторанний бізнес стає невід'ємною частиною соціальної сфери, що відіграє велику роль в підвищенні ефективності суспільного виробництва і відповідно життєвого рівня населення. Все більше підприємців звертають увагу на дану сферу діяльності. Але кожен з них, хто наважиться зайнятися ресторанним бізнесом повинен пам'ятати про такі елементи, які допоможуть підприємству протриматися на такому популярному сегменті. Це перш за все ринок ресторанного бізнесу, ціна, розташування, якість надання послуг, реклама та імідж закладу.

Найбільш важливим фактором, який забезпечує конкурентоспроможність закладу – це його місце розташування. З точки зору фахівців, найбільш перспективними є такі місця як центр міста, багатий (курортний) район, розташування в торговому центрі, спрямування закладу, заклад, який знаходиться один і поруч немає інших конкурентів [1, с. 57].

Підвищити свої позиції ресторан може також за допомогою зниження ціни в порівнянні з конкурентами. І навпаки, підвищуючи ціну заклад знижує свої можливості в цьому напрямку. Підприємцям все більш цікавим є середньоціновий сегмент ринку, тому що демократичні ресторани мають найбільш динамічний напрямок. Особливо користуються популярністю такі ресторани на околицях міст. Жителям зручно не виїжджати в центр міста, а повечеряти з родиною і провести час разом поруч з будинком. Наступним фактором, який теж може вплинути на успіх ресторану є якість послуг і їх різноманітність.

Останнім часом людям подобається все тематичне: італійські ресторани з паста-меню, мексиканські кафе з гострим буріто або

корейські ресторани з гострими стравами і можливістю їх приготувати самим на сковороді [2, с. 98]. Така різноманітність допомагає завоювати увагу споживачів. Також не варто забувати, що авторські ресторани знаходяться в небезпеці, тому їх створення несе більш ризиковане вкладення грошей для бізнесменів: у них більш вузька аудиторія і менше поле діяльності.

Є декілька підходів до розгляду факторів, які впливають на діяльність підприємств ресторанного бізнесу. Перший підхід включає розгляд групи факторів, які називають основними. Їх можна розділити на три категорії: комерційні, техніко-економічні та нормативно-правові чинники. Розберемо кожен з них [3, с. 111].

Комерційні фактори обумовлюють умови збуту товарів на певному ринку і включають в себе: кон'юнктуру ринку (конкуренція, співвідношення між попитом і пропозицією на послуги ресторану, національні та регіональні особливості ринку, що впливають на платоспроможність споживачів), рекламу (присутність реклами та її результативність, також наявність інших засобів, які впливають на споживача з метою формування попиту), репутація ресторану [4, с. 49].

Техніко-економічні чинники зазвичай включають в себе: якість продукції та обслуговування, продажну ціну і витрати на споживання. Ці складові в основному залежать від продуктивності кухарів і офіціантів, витрати виробництва, оригінальності продукції та ін. [5, с. 52].

Нормативно-правові чинники включають в себе вимоги екологічної, технічної та іншої (наприклад, морально-етичної) безпеки послуги на даному сегменті ринку, а також правові норми. Якщо ж відбувається невідповідність товару і послуги з чинними на даний період нормами та вимогами стандартів і законодавства, то вони не можуть продаватися на даному ринку. Досить висока конкурентоспроможність ресторану є найчастіше запорукою отримання високого прибутку в ринкових умовах.

Другий підхід передбачає розгляд факторів по відношенню середовища до них (зовнішні та внутрішні). Фактори зовнішнього середовища – сукупність факторів (умов), що впливають на діяльність закладу незалежно від його діяльності. Ці фактори

можна розділити на дві великі групи: фактори прямого впливу і фактори непрямого впливу. Фактори прямого впливу ще називають діловим оточенням ресторану і, перш за все, це: постачальники, матеріали, капітал, трудові ресурси, закони та державні органи, споживачі, конкуренти [6, с. 124].

Фактори непрямого впливу не так помітно впливають, як фактори прямого впливу, але недооцінювати їх не можна. При вивченні середовища непрямого впливу заклади спираються найчастіше на прогнози. До факторів непрямого впливу відносять: технологію, стан економіки, соціокультурні фактори, політичні фактори, відносини з місцевим населенням.

Фактори внутрішнього середовища – це господарські організми фірми, що включають в себе управлінський механізм, який спрямований на оптимізацію науково-технічного механізму і виробничо-збутову діяльність організації [7, с. 94]. Внутрішнє середовище включає в себе елементи, які є ключовими процесами, стан яких в сукупності визначає той потенціал або можливості, якими володіє організація.

Фактори внутрішнього середовища можна розділити на такі групи: фінанси та облік, вартість капіталу, доступність капітальних ресурсів, прибутковість капіталу, фінансова стабільність, платоспроможність виробництва, сучасне обладнання, задоволення купівельного попиту, дотримання термінів постачання, асортимент продукції та послуг, витрати на виробництво, технічний рівень виробництва, контроль якості маркетингу, популярність ресторану на ринку, частка ринку, репутація щодо якості, репутація щодо обслуговування, ціноутворення, реклама, ефективність продажів, місцезнаходження закладу ресторанного господарства, кваліфікація керівництва, кваліфікація та професійний рівень менеджерів, реакція на зміну ринкової ситуації, ініціативність керівництва, оперативність прийняття рішень, система комунікацій персоналу, кваліфікація працівників, плинність кадрів, вартість робочої сили, кількісний склад працівників, продуктивність праці [9, с. 134].

Значення конкуренції для функціонування ринкової економіки дуже велике. Вона стала невіддільною частиною ринкового середовища і є необхідною умовою розвитку підприємницької

діяльності [10, с. 173]. Тому дуже важливо знати її особливості та види для найбільш прибуткової діяльності підприємства. Таким чином, необхідно розуміти особливості та види конкуренції в соціально-культурній сфері (на прикладі ресторанного бізнесу).

Список використаної літератури:

1. Андрєєв В.І. Саморозвиток менеджера / В.І. Андрєєв. Москва : Справа, 2014. 275 с.
2. Економіка праці : підручник / А.М. Асал і ін.; під редакцією А.М. Асалієва. Москва : Инфра-М, 2014. 335 с.
3. Економіка і управління організацією (підприємством): навчальний посібник: для студентів закладів вищої освіти за спеціальностями «Бухгалтерський облік, аналіз і аудит», «Маркетинг» / І.П. Воробйов, Є.І. Сидорова, А.Т. Око. – Мінськ : Видавець Квілорія В.Т., 2014. 371 с.
4. Гродських В.С. Економічна теорія. СПб. : Пітер, 2014. 208 с.
5. Данько Т.П., Менеджмент і маркетинг, орієнтований на вартість : підручник / Т.П. Данько, М.П. Голубєв. Москва : ИНФРА-М, 2014. 416 с.
6. Мескон М.Х. Основи менеджменту / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі; Москва : Вільямс, 2012. 672 с.
7. Паламарчук А.С. Економіка підприємства : підручник: для студентів вищих навчальних закладів, що навчаються за напрямом «Економіка» і іншим економічним спеціальностям / А.С. Паламарчук. Москва : Инфра-М, 2014. 456 с.
8. Менеджмент в індустрії гостинності (готелі та ресторани) : Навчальний посібник / Саак А.Е., Якименко М.В. СПб : Пітер, 2012. 432 с.
9. Менеджмент в соціально-культурному сервісі і туризмі / А.Е. Саак, Ю.А. Пшеничних. СПб. : Питер, 2014. 240 с.
10. Менеджмент туризму : підручник. Чудновський А.Д [та ін.]. Москва : Федеральне агентство по туризму, 2014. 576 с.

МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ,
НАПРЯМИ ТА ЗАВДАННЯ СТАБІЛІЗАЦІЇ
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ**

27 лютого 2021 р.

Підписано до друку 05.03.2021. Формат 60x84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Цифровий друк.
Умовно-друк. арк. 5,58. Тираж 100. Замовлення № 0321-61.
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»
03150, Україна, м. Київ, вул. Велика Васильківська, 74, оф. 7
Телефон +38 (048) 709-38-69, +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК No 6424 від 04.10.2018 р.