

УДК 640.43

DOI: 10.34670/AR.2024.12.39.047

Ценностно-ориентированное управление ключевыми факторами успеха предприятий ресторанного бизнеса в конкурентной среде

Шейбут Екатерина Викторовна

Соискатель кафедры маркетингового менеджмента,
Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского,
283050, Российская Федерация, Донецк, ул. Щорса, 31;
e-mail: sheibut.ek@gmail.com

Аннотация

В статье аргументирована важность учета ключевых факторов успеха при формировании конкурентной стратегии предприятия ресторанного бизнеса. На основе обобщения различных подходов к дефиниции «ключевые факторы успеха» обоснована необходимость их рассмотрения как составной части процесса создания ценности. Разработаны процесс и технология ценностно-ориентированного управления ключевыми факторами успеха предприятия ресторанного бизнеса, которая интегрирует совокупность параметров формирования, использования и удержания конкурентных преимуществ предприятия в процессе осуществления хозяйственной деятельности в конкурентных условиях.

Для цитирования в научных исследованиях

Шейбут Е.В. Ценностно-ориентированное управление ключевыми факторами успеха предприятий ресторанного бизнеса в конкурентной среде // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 11А. С. 422-427. DOI: 10.34670/AR.2024.12.39.047

Ключевые слова

Ресторанный бизнес, конкуренция, ключевые факторы успеха, конкурентное преимущество, конкурентная стратегия, ценностно-ориентированное управление.

Введение

Глобализация, динамизм и неопределенность внешней среды, конкуренция, высокие ожидания и требования потребителей относительно высокой добавленной стоимости товаров и услуг – основные характеристики современной внешней среды [Кравченко, Скорикб 2017, 43]. В данных условиях именно способность хозяйствующих субъектов адаптироваться к изменениям внешней среды, своевременно реагировать на динамические изменения факторов внешней среды, выявлять угрозы и потенциальные возможности внешней среды выступает залогом сохранения стабильной позиции на рынке и во многом определяет уровень их конкурентоспособности [Лаптева, Ивашкинаб 2019, 72].

Целевая направленность предприятий ресторанного бизнеса на удержание постоянных клиентов и привлечение новых, повышение уровня их лояльности обуславливает необходимость своевременного реагирования на изменения внешней среды. Ресторанный бизнес достаточно «...чувствителен к экономическим и социальным тенденциям, таким как рост цен на продукты питания, изменения потребительских расходов из-за снижения доходов домохозяйств и изменения приоритетов потребителей в направлении здорового питания» [Асланян, 2016, 65]. Высокая конкуренция на рынке ресторанных услуг «...побуждает предприятия ресторанного бизнеса осуществлять системные мероприятия, чтобы удерживать потребителей услуг и привлекать новых клиентов за счет более полного удовлетворения их потребностей» [Колобкова, Семенова, 2019, 99].

В данных условиях достаточно остро стоит вопрос активизации маркетинговых усилий в направлении формирования ключевых факторов успеха конкурентного развития предприятий, адекватным сложности и изменчивости услуг в сфере ресторанного бизнеса. Именно тщательно продуманная и умело реализуемая конкурентная стратегия, комплексно учитывающая имеющиеся возможности и угрозы внешней среды [Лаптева, Ивашкина, 2019, 69], ценностные приоритеты потребителей [Чернова, 2022, 53], конкурентные преимущества [Асланян, 2016, 64] и ключевые факторы успеха предприятия ресторанного бизнеса является единственным действенным способом ответа на рост конкуренции. Исходя из этого, актуализируется задача разработки технологии ценностно-ориентированного управления ключевыми факторами успеха предприятия ресторанного бизнеса в современной конкурентной среде.

Основная часть

Различные теоретические, методологические и практические аспекты развития предприятий ресторанного бизнеса в конкурентной среде, оценки конкурентоспособности, формирования конкурентных преимуществ и разработки действенной конкурентной стратегии являются предметом активных научных дискуссий современных отечественных ученых, среди которых следует отметить научные разработки А.А. Асланяна [Асланян, 2016], Е.Н. Зарецкого, В.В. Шабалина, Р.Д. Цай [Зарецкий, Шабалин, Цай, 2023], О.Д. Кириличевой, Т.А. Маринко [Кириличева, Маринко, 2020], Е.С. Кравченко, А.А. Скорик [Кравченко, Скорик, 2017], Е.В. Козиной, А.С. Сверчковой [Козина, Сверчкова, 2019], В.А., Колобковой, А.А. Семенова [Колобкова, Семенова, 2019], Е.П. Лаптевой, А.В. Ивашкиной [Лаптева, Ивашкина, 2019], Е.В. Черновой [Чернова, 2022] и др. Отдавая должное внимание имеющимся наработкам, следует отметить фрагментарность рассмотрения практических аспектов ценностно-ориентированного управления ключевыми факторами успеха предприятия ресторанного бизнеса.

На основе исследования существующих в научной литературе подходов к определению

сущности понятия «ключевые факторы успеха» сделан вывод, что в целом они представляют собой «...элементы, обеспечивающие конкурентный успех предприятия; все, что способствует повышению прибыли» [Зарецкий, Шабалин, Цай, 2023, 91]. Следует полностью поддержать позицию Е.В. Козиной и А.С. Сверчковой, согласно которой «...ключевые факторы успеха в современной конкурентной среде не могут рассматриваться без определения ценности, создаваемой предприятием» [Козина, Сверчкова, 2019, 46].

Конструктивный анализ теорий конкуренции и ценности позволил определить ключевые факторы успеха как ценность, созданную предприятием ресторанного бизнеса, которая выше чем у конкурентов и обеспечивает повышение экономической эффективности за счет постоянного поиска новых возможностей и быстрой адаптации к изменениям и условиям конкурентной борьбы. Данный подход позволяет выделить причинно-следственные связи ключевых факторов успеха и рассматривать их как результат и причину.

Учитывая, что в современных условиях происходит процесс формирования ключевых факторов успеха в результате внедрения концептуальных изменений в производственной и организационной структуре предприятия ресторанного бизнеса, ключевые факторы успеха проявляются как результат определенных действий. Далее ключевые факторы успеха уже рассматриваются как причина дальнейших изменений, поскольку, реализовывая ключевые факторы успеха, предприятие ресторанного бизнеса получает выгоды в той или иной сфере функционирования. В таком контексте ключевые факторы успеха через их двойственный характер являются составной частью процесса создания ценности, которые в совокупности формируют управленческий механизм – ценностно-ориентированное управление ключевыми факторами успеха предприятия ресторанного бизнеса (рис. 1).



Рисунок 1 - Процесс ценностно-ориентированного управления ключевыми факторами успеха предприятия ресторанного бизнеса (авторская разработка)

Теоретические обобщения и аналитические выводы позволили предложить технологию ценностно-ориентированного управления ключевыми факторами успеха предприятия ресторанного бизнеса, позволяющую определить, оценить и разработать предложения по повышению уровня конкурентоспособности предприятия с помощью сформированных ключевых факторов успеха. Предлагаемая технология описывает последовательность процессов и операций по определению имеющихся и формирование новых ключевых факторов успеха через уровень конкурентоспособности предприятия ресторанного бизнеса (рис. 2).



Рисунок 2. Основные этапы технологии ценностно-ориентированного управления ключевыми факторами успеха предприятия ресторанного бизнеса (авторская разработка)

Заключение

Таким образом, под процессом ценностно-ориентированного управления ключевыми факторами успеха предлагается совокупность принципов и механизмов, направленных на формирование и развитие ключевых факторов успеха посредством создания ценности.

Разработанная технология ценностно-ориентированного управления ключевыми факторами успеха предприятия ресторанного бизнеса интегрирует совокупность параметров формирования, использования и удержания конкурентных преимуществ предприятия в процессе осуществления хозяйственной деятельности в конкурентных условиях и позволяет управлять ими. Реконверсия рассматривается нами как «...процесс последовательного изменения состояний объекта во времени». Природа объекта может быть произвольной: материальной (естественной, искусственной) или идеальной (понятие, теория и т.п.). Процесс управления ключевыми факторами успеха в пределах реконверсионной спирали позволяет характеризовать стратегические изменения в деятельности предприятия ресторанного бизнеса

в процессе перехода на новый виток с обретением новых конкурентных преимуществ. Современные конкурентные отношения, особенно механизмы определения ключевых факторов успеха, подвергаются влиянию цикличности – общетеоретического процесса развития экономики в целом и ее субъектов. Таким образом, ключевые факторы успеха в каждом новом цикле приобретают новые ресурсные, организационные, технологические, информационные и другие признаки, и каждый новый цикл является качественно новыми отношениями.

Библиография

1. Асланян А.А. Особенности формирования конкурентных преимуществ предприятий ресторанного бизнеса // Молодежь и экономика: новые взгляды и решения. 2016. С. 63-66.
2. Зарецкий Е.Н., Шабалин В.В., Цай Р.Д. Проблемы повышения уровня конкурентоспособности отечественного ресторанного бизнеса // Основы экономики, управления и права. 2023. № 2 (37). С. 89-94.
3. Кириличева О.Д., Маринко Т.А. Этапы формирования долгосрочной конкурентной стратегии развития предприятия общественного питания // Молодой ученый. 2020. № 4 (294). С. 127-130.
4. Козина Е.В., Сверчкова А.С. Определение ключевых факторов успеха компании // Экономические науки. 2019. № 7 (176). С. 46-50.
5. Колобкова В.А., Семенова А.А. Особенности повышения конкурентоспособности предприятий в индустрии гостеприимства на примере ресторанного бизнеса // Вестник университета. 2019. № 8. С. 96-103.
6. Кравченко Е.С., Скорик А.А. Адаптивное управление конкурентоспособностью предприятия // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2017. № 6. С. 42-47.
7. Лаптева Е.П., Ивашкина А.В. Совершенствование методического подхода формирования стратегии конкурентоспособности предприятий общественного питания // Научные труды Дальрыбвтуза. 2019. № 3. С. 69-76.
8. Чернова Е.В. Изменение поведения потребителей как фактор влияния на развитие ресторанного бизнеса // Общество: политика, экономика, право. 2022. № 2(103). С. 52-67.

Value-oriented management of key success factors for restaurant businesses in a competitive environment

Ekaterina V. Sheibut

Applicant of the Department of Marketing Management,
Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky,
283050, 31 Shchorsa str., Donetsk, Russian Federation;
e-mail: sheibut.ek@gmail.com

Abstract

The article argues the importance of taking into account key success factors when forming a competitive strategy for a restaurant business enterprise. Based on the generalization of various approaches to the definition of "key success factors", the need to consider them as an integral part of the value creation process is substantiated. The process and technology of value-oriented management of key success factors for a restaurant business enterprise have been developed, which integrates a set of parameters for the formation, use and retention of competitive advantages of an enterprise in the process of implementing business activities in competitive conditions.

For citation

Sheibut E.V. (2024) Tsenostno-orientirovannoe upravlenie klyuchevymi faktorami uspekha predpriyatii restorannogo biznesa v konkurentnoi srede [Value-oriented management of key success factors for restaurant businesses in a competitive environment]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 14 (11A), pp. 422-427. DOI: 10.34670/AR.2024.12.39.047

Keywords

Restaurant business, competition, key success factors, competitive advantage, competitive strategy, value-oriented management.

References

1. Aslanyan A.A. (2016) Osobennosti formirovaniya konkurentnykh preimushchestv predpriyatii restorannogo biznesa [Features of the formation of competitive advantages of restaurant business enterprises]. *Molodezh' i ekonomika: novye vzglyady i resheniya* [Youth and Economy: New Views and Solutions], pp. 63-66.
2. Chernova E.V. (2022) Izmenenie povedeniya potrebitel'ei kak faktor vliyaniya na razvitie restorannogo biznesa [Changes in consumer behavior as a factor influencing the development of the restaurant business]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo* [Society: politics, economics, law], 2(103), pp. 52-67.
3. Kirilicheva O.D., Marinko T.A. (2020) Etapy formirovaniya dolgosrochnoi konkurentnoi strategii razvitiya predpriyatiya obshchestvennogo pitaniya [Stages of formation of a long-term competitive strategy for the development of a catering enterprise]. *Molodoi uchenyi* [Young scientist], 4 (294), pp. 127-130.
4. Kolobkova V.A., Semenova A.A. (2019) Osobennosti povysheniya konkurentosposobnosti predpriyatii v industrii gostepriimstva na primere restorannogo biznesa [Features of increasing the competitiveness of enterprises in the hospitality industry on the example of the restaurant business]. *Vestnik universiteta* [Bulletin of the University], 8, pp. 96-103.
5. Kozina E.V., Sverchkova A.S. (2019) Opredelenie klyuchevykh faktorov uspekha kompanii [Definition of key factors of the company's success]. *Ekonomicheskie nauki* [Economic sciences], 7 (176), pp. 46-50.
6. Kravchenko E.S., Skorik A.A. (2017) Adaptivnoe upravlenie konkurentosposobnost'yu predpriyatiya [Adaptive management of enterprise competitiveness]. *Strategiya predpriyatiya v kontekste povysheniya ego konkurentosposobnosti* [Enterprise strategy in the context of increasing its competitiveness], 6, pp. 42-47.
7. Lapteva E.P., Ivashkina A.V. (2019) Sovershenstvovanie metodicheskogo podkhoda formirovaniya strategii konkurentosposobnosti predpriyatii obshchestvennogo pitaniya [Improving the methodological approach to the formation of a competitiveness strategy for catering enterprises]. *Nauchnye trudy Dal'rybvtuza* [Scientific works of the Far Eastern State Technical University], 3, pp. 69-76.
8. Zaretskii E.N., Shabalin V.V., Tsai R.D. (2023) Problemy povysheniya urovnya konkurentosposobnosti otechestvennogo restorannogo biznesa [Problems of increasing the level of competitiveness of the domestic restaurant business]. *Osnovy ekonomiki, upravleniya i prava* [Fundamentals of Economics, Management and Law], 2 (37), pp. 89-94.