

Список використаних джерел

1. Friedman T.L. It's a flat world, after all. The New York times magazine. 2005. № 3. P. 32-37.
2. Hjalager A.-M. Stages in the economic globalization of tourism . Annals of Tourism Research. 2007. № 34(2). P. 437-457.
3. Brohman J. New directions in tourism for Third World development. Annals of Tourism Research. 1996. № 23(1). P. 48-70.
4. Akinboade O.A., Braimoh L.A. International tourism and economic development in South Africa: A Granger causality test. International Journal of Tourism Research. 2010. № 12. P. 149-163.

УДК 005:658

Оболенцева Лариса

д.е.н., професор

Лобач Діана

магістрантка

Харківський національний університет міського
господарства ім. О.М. Бекетова

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД

У сучасних надскладних умовах, пов'язаних із нестабільністю та непередбачуваністю середовища, скрутного політичного, фінансового та соціально-економічного становища в країні, повномасштабного вторгнення країни-агресора та ведення бойових дій на території нашої держави – приводять до думки, що створення і реалізація стратегії та інструментів стратегічного управління дозволять підприємствам готельно-ресторанного бізнесу якщо не

досягти успіху, то, принаймні, стають важливою умовою виживання та існування підприємства. Тобто, актуальність застосування у діяльності підприємств гостинності в процесі управління саме стратегічного підходу не викликає сумнівів.

Стратегічний підхід управління включає в себе, по-перше, передбачення, планування, контроль та оцінку; по-друге, принципово важливою і обов'язковою є діяльність топ-менеджменту підприємства, пов'язана з визначенням ключових напрямів розвитку досліджуваного підприємства, завдяки чому воно отримає конкурентні переваги та скористається можливостями та уникне загроз, які з'являються у зовнішньому середовищі – і все це завдяки реалізації поставлених стратегічних цілей та ефективному впровадженню стратегічних змін на підприємстві готельно-ресторанного бізнесу [1].

Зрозуміло, що сутність стратегічного управління базується на припущенні про неможливість з надзвичайно високою точністю та достовірністю передбачати середньо- та довгострокові тенденції. Зважаючи на щойно зазначене, можна стверджувати, що стратегічний підхід до управління, у тому числі підприємствами гостинності, зводиться до технології управління в умовах підвищеної нестабільності чинників зовнішнього макросередовища та середовища безпосереднього оточення; та їхньої невизначеності у часі.

Беручи до уваги особливості підприємств готельно-ресторанного бізнесу, які зосереджують свою увагу та спеціалізуються на наданні певного комплексу послуг споживачам з високими запитами та вимогами; все це призводить до додаткових складнощів та проблем, пов'язаних зі стратегічним плануванням та управлінням.

Саме тому завдання стратегічного управління полягають не лише в тому, щоб виявити загальні тенденції та закономірності розвитку підприємств гостинності, але іще і в тому, щоб виявити їхні специфічні особливості, які притаманні

виключно підприємствам готельно-ресторанного бізнесу, беручи до уваги характерні особливості послуг цієї галузі, адже від цього буде залежати застосовуваний стратегічний управлінський інструментарій, який має враховувати ці особливості, а, відповідно, і специфічні для цього типу підприємств проблеми.

До таких особливостей підприємств сфери послуг, а саме готельно-ресторанного бізнесу, можна віднести наступні [2, 3]:

- особливість підприємств гостинності у якості об'єкта управління полягає в тому, що дуже складно зобразити його стратегічні цілі, застосовуючи показники, які можна точно оцінити та виміряти. Це пояснюється тим, що процеси, які відбуваються в індустрії гостинності носять дуже вірогідний характер, а, відповідно, і точно спланувати чи спрогнозувати потенційно можливі явища чи процеси проблематично;

- специфіка продукту готельно-ресторанного бізнесу та його невіддільність від джерела формування, коли принципово необхідною умовою є присутність клієнта та неможливість накопичення такої послуги. А це означає, що при реалізації продукту гостинності значно зростає особистісний аспект як такий, а тому на особливу увагу заслуговує стратегічне управління персоналом та регулювання і коригування міжособистісних відносин;

- унікальність готельних та ресторанних підприємств при застосуванні стратегічного підходу в управлінні проявлятиметься в комплексності послуг гостинності – послуг як матеріальних, так і нематеріальних, які разом формують особливий продукт гостинності;

- значна частина підприємств гостинності, є залежною від такого фактору як сезонність, що потрібно брати до уваги при ухваленні стратегічних рішень.

Враховуючи особливості послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу, потрібно на них звертати увагу в процесі

стратегічного управління їхньою діяльністю, зокрема, по-перше, при плануванні та прогнозуванні показників функціонування підприємств гостинності потрібно особливо звертати увагу на запити, потреби та побажання кінцевих споживачів, заради яких і працює підприємство; по-друге, непервинність потреб у послугах підприємств готельно-ресторанного бізнесу – і у зв'язку з цим, зменшення платоспроможності населення негативно відображається на результатах діяльності підприємств; по-третє, в індустрії гостинності надзвичайно важливе значення відводиться маркетингу та маркетинговій політиці, де окремо звертають увагу на систему збору, обробки, проведення комплексного аналізу, розповсюдження інформації і, як результат, - ухвалення відповідного ситуації рішення.

Беззаперечним є той факт, що керівництво будь-якого підприємства гостинності має мотив та необхідність досягати поставлені стратегічні цілі, більше того – несе відповідальність за результати ефективної та успішної діяльності. Все це засвідчує про постійне підвищення потреби у розробці та впровадженні стратегій у процес розвитку підприємства. І, навіть, будучи орієнтованими на цілі внутрішнього розвитку та подальшого зростання підприємства, у будь-якому випадку воно повинно бути готовим до ефективної реакції на зміни факторів внутрішнього, і особливо зовнішнього середовища.

Таким чином, стратегічний підхід до управління діяльністю підприємств готельно-ресторанного бізнесу можна віднести до сучасної та такої, що перманентно розвивається практики менеджменту, яка вимушена змінюватись та удосконалюватись у якості відповіді на зростання негативних умов ведення бізнесу та погіршення і ускладнення умов діяльності підприємств. Розробка стратегії та стратегічне управління підприємством, з одного боку, являє складну, оперативну, часто непередбачувану діяльність; а з іншого –

креативним завданням і творчим потенціалом, який сприяє досягненню успіху, виживанню та вагомим перспективам діяльності підприємства; а також чітким інструментом та основою управління, ефективним показником якісного менеджменту підприємства.

Список використаних джерел

1. Чугрій Г.А. Сутність та роль стратегічного аналізу в системі управління підприємством. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2020. Том 31 (70). № 2. С. 60-65.

2. Транченко Л. В., Школьний О. О., Лопатюк Р. І., Білецька Н. В., Особливості управління підприємствами сфери обслуговування. Підприємництво і торгівля. 2018. Вип. 23. С.137-143.

3. Балацька Н.Ю. Каленік К.В. Скриннік В.І. Тенденції розвитку та стратегічного управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу. «Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка». 2022. Випуск 13. С.62-71.

УДК 658.5:338.48

Оболенцева Лариса

д.е.н., професор

Мамчур Валерія

магістрантка

Харківський національний університет міського
господарства ім. О.М. Бекетова

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ТЕРИТОРІЇ

Стратегія та стратегічне управління водночас можна вважати і основою, і інструментом управління та розвитку