

Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
Академічне товариство імені М. Балудянського
(м. Кошице, Словаччина)
Державний Університет імені
Яна Кохановського (м. Кельце, Польща)
Вища школа економіки і права імені
проф. Едварда Ліпінського (м. Кельце, Польща)
Тбіліський державний університет імені
Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)
Технічний університет (м. Кошице, Словаччина)
Університет «Petre Andreia» (м. Яси, Румунія)
Університет суспільних наук (м. Лодзь, Польща)
Folkuniversitetet (м. Упсала, Швеція)



*СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ, ЕКОНОМІЧНІ
ТА ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ
ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ*

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
X Міжнародної науково-практичної конференції**

06-07 жовтня 2022 року

Частина III

Вінниця 2022

Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. X Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 06-07 жовтня 2022 р. Вінниця, 2022. Ч. 3. 236 с.

У збірнику наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції розглядаються питання управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємства та регулювання соціальних проблем в сучасних умовах; сучасної парадигми менеджменту та публічно-владної діяльності, фінансовий механізм забезпечення соціально-економічного розвитку країни; проблеми обліково-аналітичного, контрольного та інформаційного забезпечення управління підприємства. Досліджуються інноваційні моделі та інформаційні технології в науці, освіті, економіці; теоретичні, практичні аспекти сучасного товарознавства; актуальні проблеми маркетингових технологій в умовах євроінтеграції, перспективи розвитку індустрії гостинності та харчової промисловості; історичні, філософські, соціально-психологічні та правові аспекти державотворчих процесів в умовах глобалізованого суспільства.

Висвітлюються інтерактивні технології та методи навчання як засіб формування іншомовної професійної компетенції, теоретичні та практичні аспекти розвитку студентського спорту в системі фізичного виховання ЗВО.

Розраховано на науковців, спеціалістів, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти.

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії – **Замкова Н. Л.**, д-р філос. наук, професор
Відповідальний секретар – **Мартинова Л. Б.**, д-р екон. наук, доцент

Члени редакційної колегії:

Громова О. Є., д-р екон. наук, доцент, **Іваницька Н. Б.**, д-р філол. наук, професор, **Нікітішин А. О.**, д-р екон. наук, доцент, **Стопчак М. В.**, д-р іст. наук, професор, **Хачатрян В. В.**, д-р екон. наук, доцент, **Чорна Н. М.**, д-р іст. наук, професор, **Бондар А. А.**, канд. наук з фіз. виховання і спорту, доцент, **Добровольська Н. В.**, канд. пед. наук, доцент, **Кудирко О. М.**, канд. екон. наук, доцент, **Махначова Н. М.**, канд. екон. наук, доцент, **Терещенко Л. Я.**, канд. філол. наук, доцент, **Тернова А. С.**, канд. техн. наук, доцент.

Друкується за ухвалою вченої ради Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ.

Наукові роботи друкуються в авторській редакції.

ISBN 978-966-629-964-5

Л. М. Крижак, канд. техн. наук Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ СУЧАСНИЙ АСОРТИМЕНТ ФРУКТОВИХ СОКІВ УКРАЇНИ.....	165
А. В. Лук'янець Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ПРОБЛЕМА ВДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	173
І. О. Мазуркевич, канд. екон. наук Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	178
Н. В. Онищук, канд. екон. наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ СЕРВІСНА ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛІВ В УМОВАХ СТАГНАЦІЇ ГАЛУЗІ.....	186
О. В. Пахомська Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ: ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ.....	194
В. В. Постова, канд. екон. наук Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА, ЯКІ НАДАЮТЬ КЕЙТЕРИНГОВІ ПОСЛУГИ.....	202
М. О. Рябенка, канд. екон. наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ.....	213
Т. В. Семко, канд. техн. наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ПОЛОЖЕННЯ КОДЕКСУ АЛІМЕНТАРИУС.....	219
Л. В. Фіалковська, канд. техн. наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА МАЙОНЕЗУ.....	225
Н. М. Чорна, д-р іст. наук, професор Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ РОЛЬ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ПІДВИЩЕННІ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЙ.....	228

виробництво продукції, яка відповідає вимогам міжнародних стандартів і зумовлюється гострою конкурентною боротьбою на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Список використаних джерел:

1. Безродна С. М. Управління якістю : навч. посіб. Чернівці: ПВКФ «Технодрук», 2017. 174 с.
2. ДСТУ ISO 9000:2015. Видання. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000:2015, IDT).
3. Костенко Є. Є. Аналітичні методи контролю якості та безпеки харчових продуктів : практикум : навч. посіб. Київ : НУХТ, 2016. 180 с.
4. Крайнюк Л. М. Методи контролю якості харчової продукції : навч. посібник; Харківський державний університет харчування та торгівлі. Київ: Кондор, 2016. 512 с.
5. Троснікова І. Ю. Стандартизація, метрологія та контроль якості продукції : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 89 с.

УДК 658.821

В. В. Постова, канд. екон. наук

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0056-5648>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА, ЯКІ НАДАЮТЬ КЕЙТЕРИНГОВІ ПОСЛУГИ

У статті проаналізовано концептуальні засади забезпечення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства, які надають кейтерингові послуги. Визначено та детально охарактеризовано ієрархію напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства з надання кейтерингових послуг. Також було наведено стратегічні блоки та шляхи удосконалення досліджуваного питання на майбутні перспективи.

Ключові слова: кейтеринг, кейтерингові послуги, ресторанний бізнес, конкурентоспроможність, логістика, управління підприємством, соціальна політика.

Постановка проблеми. Розвиток ринкових процесів в Україні пов'язаний із усвідомленням того, що рівень конкурентоспроможності є сукупним інтегральним показником рівня професіоналізму та якості управління, основним чинником різних нововведень і вирішальною умовою ефективного функціонування як економіки загалом, так і окремого підприємства.

Зміни умов конкуренції, що спричинені новою хвилею глобалізації, пов'язаної з формуванням і розвитком індустрії 4.0 (англ. Industry 4.0), диджиталізацією бізнесу та поширенням пандемії коронавірусу, війною, призвели до того, що у підприємств (зокрема у тих, що здійснюють свою діяльність у сфері ресторанного бізнесу) виникла необхідність у пошуку нових управлінських рішень та інструментарію для забезпечення своєї конкурентоспроможності на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання управління та оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства були предметом дослідження таких вітчизняних науковців як А. Аветісова, В. Карсекіна, О. Кочерги, Б. Мізюка, Н. Михайлової, І. Мельник, Г. П'ятницької, Н. П'ятницької, А. Расулової, В. Селютіна, Б. Семака, Л. Яцуна та ін. Незважаючи на багатоаспектність наукових досліджень, питанням конкурентоспроможності ресторанів, які надають кейтерингові послуги, приділялося недостатньо уваги, тому є потреба науково обґрунтувати концептуальні засади та пріоритетні напрями її забезпечення й відповідним чином розвинути методи стимулювання персоналу у контексті забезпечення конкурентоспроможності.

Метою статті є розробка науково-теоретичних засад, методичних і практичних рекомендацій щодо забезпечення конкурентоспроможності ресторанів, які надають кейтерингові послуги.

Виклад основного матеріалу. В умовах ринкових трансформаційних змін, розвитку конкурентних відносин необхідно визначити концептуальні підходи

до забезпечення конкурентоспроможності ресторанів, які надають кейтерингові послуги, оскільки конкурентоспроможність підприємств – це не самоціль, а є засіб зміцнення позицій національної економіки і розв’язання соціальних проблем.

Щоб підприємства могли реалізувати свої сильні конкурентні переваги, їм необхідно перш за все укріпити позиції на ринку кейтерингових послуг, а потім розширити обсяг ринку, пропонуючи нові види послуг і урізноманітнене меню. Необхідно вибрати стратегію посилення та закріплення позиції на ринку. Для усунення слабких сторін і ліквідації загроз, доцільно знайти засоби чи методи, які сприятимуть забезпеченню конкурентоспроможності підприємств на ринку кейтерингових послуг.

Для початку необхідно визначити готовність підприємств до змін. Ступінь прояву ознак, що характеризують готовність підприємств до використання програми забезпечення конкурентоспроможності варто визначати за допомогою методу Дельфі.

Спочатку визначаються експерти – керівники досліджуваних підприємств. Для оцінки готовності підприємств працювати за розробленою програмою визначається ступінь прояву тієї чи іншої ознаки за умови, що ця ознака:

- «5» – повністю проявляється;
- «4» – проявляється частково;
- «3» – проявляється слабо;
- «2» – зовсім не проявляється.

Загальна оцінка ступеня готовності підприємства являє собою середньозважений бал [1], який можна розрахувати за формулою (1):

$$S = (1/m*n) \sum_{i=1}^m k_i * \sum_{j=1}^n S_{ij} \quad (1)$$

де S_{ij} – балова оцінка j -го експерта ступеня прояву i -ї ознаки;

n – кількість експертів;

m – кількість розглянутих ознак;

k_i – коефіцієнт важливості i -ї ознаки.

На конкурентоспроможність підприємств прямо впливає попит. Попит – це потреба в певному товарі, яка забезпечується грошима. Потреба в товарі, яка не забезпечується платоспроможністю, не є попитом і не впливає на ринкову ситуацію.

Виокремлюють дві категорії чинників, вплив яких або стимулює, або знижує попит:

1. Об'єктивні чинники:

- розміри доходу населення й національного доходу;
- демографічні;
- вплив ринкового середовища;
- культурні.

2. Суб'єктивні чинники:

- психологічні основи побажань споживачів;
- звички споживачів;
- традиції;
- мода тощо [2].

Перелічені чинники суттєві для дослідження попиту на послуги підприємств ресторанного господарства та є зовнішніми щодо забезпечення конкурентоспроможності, проте необхідно врахувати вплив і внутрішніх чинників. Тому необхідно визначати ієрархію напрямів забезпечення конкурентоспроможності ресторанів, які надають кейтерингові послуги (рис. 1).



Рисунок 1 – Ієрархія напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства з надання кейтерингових послуг

Принцип цієї ієрархії такий самий як ієрархії потреб А. Маслоу, тобто вона ґрунтується на принципі послідовності напрямів, які розміщуються в ієрархічному порядку. Якщо повністю сформований напрям одного рівня, суттєвим і необхідним стає інший напрям більш високого рівня. Тільки послідовне формування усіх напрямів сприяє конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства.

Формування ефективного управління підприємством. Ефективність управління підприємством визначають за такими показниками: оперативність роботи, надійність і оптимальність системи менеджменту. Оперативність роботи апарату управління відображає своєчасність виконання постанов, наказів і розпоряджень керівників і головних спеціалістів підприємства. Надійність системи менеджменту виявляється у безперервному її функціонуванні, яке забезпечує досягнення цілей виробництва.

Оптимальність системи менеджменту характеризується рівнем застосування сучасних економіко-математичних методів для розробки управлінських рішень, обґрунтованістю співвідношення централізації і децентралізації менеджменту, керованістю підприємства [3].

Удосконалення системи управління підприємством має відбуватися за такими основними напрямками:

- поліпшення організаційної структури управління підприємством;
- оптимізація організації менеджменту та бізнес-процесів завдяки поліпшенню системи планування, обліку й контролю за основними показниками діяльності підприємства;
- удосконалення управління виробничими ресурсами і запасами;
- підвищення ефективності управління інноваційними процесами на підприємстві, поліпшення якості виготовленої продукції та послуг [4].

Розвиток кадрового потенціалу. Розвиток кадрового потенціалу є невід'ємною частиною забезпечення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. За твердженням С. С. Гринкевича, кадровий потенціал підприємства характеризується такими кількісними та якісними показниками [2]:

а) кількісні показники: чисельність працівників; професійно-кваліфікаційний склад кадрів; статевий склад; середній вік працівників; стаж роботи на підприємстві загалом і на певній посаді; укомплектованість підприємства кадрами (рівень заміщення посад) тощо;

б) якісні показники: індивідуально-кваліфікаційний потенціал кожного працівника (професійні характеристики); індивідуальні професійні характеристики (професійний досвід, соціально-психологічні особистості, конкурентоспроможність працівника); соціально-психологічні й організаційні параметри групової динаміки: групова згуртованість, соціально-психологічний клімат, організаційна культура та цінності підприємства тощо.

До основних напрямів розвитку кадрового потенціалу слід зарахувати:

- 1) забезпечення підприємства кадрами;

- 2) забезпечення раціональної розстановки кадрів, їх професійно-кваліфікаційне зростання і можливі посадові підвищення, заміни тощо;
- 3) ефективне використання трудового потенціалу підприємств;
- 4) навчання, підготовку і перепідготовку працівників, їх просування по службі;
- 5) умови наймання на роботу, працю і систему оплати праці;
- 6) створення нормальних умов праці та відповідного психологічного клімату;
- 7) мотивацію дотримання встановленого на підприємстві порядку і дисципліни;
- 8) забезпечення безпечних умов праці на підприємстві;
- 9) організацію профспілками та керівництвом підприємства відповідних зв'язків між представниками трудових колективів;
- 10) реалізацію соціальних функцій, пов'язаних із виробничою діяльністю підприємства [5].

Організація технологічного процесу виробництва. Процес перетворення сировини на готову продукцію називається технологічним. Для підприємств ресторанного господарства технологічний процес складається із таких стадій: приймання і зберігання сировини, обробка сировини і виробництво напівфабрикатів, виробництво готової продукції, реалізація готової продукції. На всіх стадіях технологічного процесу необхідно контролювати якість сировини, продукції, а також усіх технологічних процесів. Крім того, необхідно перш за все механізувати ручну працю та створити оптимальні умови для здійснення технологічного процесу.

Забезпечення якісною сировиною. Від якісної сировини залежить якість страв і здоров'я споживачів. Тому перш за все необхідно ретельно ставитися до вибору постачальника. Під час закупівлі сировини слід вимагати документи щодо якості та кількості. Кожна партія сировини повинна мати посвідчення про якість із зазначенням найменування підприємства-виробника, його адреси, нормативного документа, відповідно до якого вона виготовлена, найменування продукції, дати виготовлення, терміну придатності до споживання чи дати його

закінчення, умов реалізації і зберігання, маси одиниці розфасування (упаковки) і ціни за одиницю розфасування або ваги продукції. Також підприємствам ресторанного господарства необхідно самим перевіряти якість сировини за органолептичними показниками. Під час виготовлення страв необхідно дотримуватись норм технологічних карт або рецептур.

Якість процесу обслуговування згідно з різними напрямками кейтерингу. Якість процесу обслуговування необхідно розглядати як поєднання таких трьох складових:

- якість потенціалу (технічна якість);
- якість процесу (функціональна якість);
- якість культури (соціальна якість).

Якість потенціалу, або технічна якість, складається з критеріїв, що стосуються виробничого стану закладів ресторанного господарства, зокрема, це якість страв, якість оформлення залу тощо.

Функціональна якість – це якість процесу надання послуги харчування, у якому відбувається безпосередня взаємодія з персоналом.

Соціальна якість – це якість культури, яка формується поведінкою працівників закладу ресторанного господарства, їх ставленням до замовників кейтерингових послуг. Важливими критеріями соціальної якості є товариськість, чуйність і люб'язність персоналу [6].

Логістика. Логістика – це планування, організація і контроль за всіма видами діяльності з переміщення матеріального потоку від пункту закупівлі сировини до кінцевого пункту споживання. Забезпечення високого ступеня узгодженості дій з управління матеріальними потоками між службою постачання і службами виробництва та збуту є завданням логістичної організації підприємства загалом. Для забезпечення руху сировини чи продукту на підприємстві необхідно дотримуватися таких принципів:

- створювати оптимальний ланцюг руху продукції;
- ефективно використовувати транспортні засоби;
- ефективно використовувати торговельно-технологічне устаткування;
- скорочувати кількість операцій із продукцією.

Застосування реклами – необхідний процес у логістиці, адже реклама стимулює попит. Розрахунок результативності рекламних заходів залежить від дотримання спеціальних принципів вимірювання ефективності рекламування, таких як:

- 1) відбір конкретних і базових даних цільового рекламування;
- 2) поєднання та зіставлення методів вимірювання;
- 3) урахування стимулів і поведінки споживачів при здійсненні перевірки;
- 4) урахування одиничного та повторного рекламування (кратності);
- 5) уникання суперечок і упередженого ставлення;
- 6) ретельна перевірка результатів проведеного дослідження (точність, надійність);
- 7) публічне оголошення вибіркової аудиторії, її меж, кількості учасників.

Ефективна соціальна політика. Для успішної реалізації соціальної політики на підприємстві ресторанного господарства необхідно запровадити пільги та гарантії в рамках соціального захисту працівників (соціальне страхування за віком, з тимчасової втрати працездатності, безробіття тощо), які встановлені на державному або регіональному рівні. Необхідно надавати своїм працівникам і членам їх сімей додаткові пільги, які є елементами матеріального стимулювання, за рахунок надання з цією метою коштів із фондів соціального розвитку підприємства. Надання додаткових соціальних пільг і послуг, понад обов'язкові виплати, проводиться або з ініціативи адміністрації, яка втілює в життя принципи соціальної кадрової політики, або внаслідок тарифних угод між адміністрацією та радою трудового колективу (профспілкою), що є виразником інтересів працівників. Ці виплати є такими ж обов'язковими для виконання, як і ті, що надаються згідно з трудовим законодавством [6].

Розширення ринку кейтерингових послуг. Розширення ринку кейтерингових послуг необхідно здійснювати в таких напрямках діяльності підприємства:

- оптимізація портфеля замовлень;
- перегляд і оптимізувати ціноутворення;
- перегляд каналів продажу та їх оптимізація;

- оптимізація системи дистрибуції;
- сприяння зростанню ефективності продажу.

Ринок послуг необхідно розширювати для зміцнення, підвищення та забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства – це сукупність послідовних дій керуючої підсистеми та сфер забезпечення (інформаційної, наукової, правової, нормативної, ресурсної), їх взаємовплив на керовані підсистеми (техніко-технологічну, соціально-трудова, організаційно-економічну та фінансово-інвестиційну складові) для досягнення конкурентоспроможності на ринку.

Таким чином, науково-методичні підходи до формування концептуальних засад забезпечення конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями (catering), які на доповнення до вже діючих програм ґрунтуються на комплексному врахуванні консолідованих напрямів розвитку ресторанів, які надають кейтерингові послуги і сприяють ефективному використанню ресурсів підприємств, забезпеченню якості продукції та наданих послуг, ефективності діяльності та управління персоналом, оптимізації цінової політики та підвищенню рівня життя населення.

Програма забезпечення конкурентоспроможності ресторанів, які надають кейтерингові послуги має включати в себе такі стратегічні блоки:

- товарно-ринковий блок – сукупність стратегічних рішень, які визначають асортимент, номенклатуру, обсяг виробництва продукції (надання послуг), а також специфіку їх реалізації та питання з освоєння виробництва нової продукції або відмови від старої;

- ресурсно-ринковий блок, що складається із вибору номенклатури, обсягу та якості сировини і напівфабрикатів, які споживаються, і поведінки корпорації у сфері закупівель;

- технологічний блок – базовий варіант стратегії, що визначає практично всі види стратегій. Вибір технології визначає переважно всю подальшу діяльність підприємства на будь-якому етапі життєвого циклу;

- соціальний блок – сукупність рішень, що визначають вид і структуру колективу працівників корпорації, а також характер відносин із акціонерами;

- фінансово-інвестиційний блок – сукупність рішень, що визначають способи накопичення, залучення і витрат фінансових ресурсів;
- управлінський блок – сукупність рішень, що визначають характер управління підприємством у процесі реалізації обраної стратегії.

Формування і реалізацію визначених заходів у сучасних умовах можна спостерігати у вітчизняних фірмах і корпораціях. Топ-менеджмент переймає досвід іноземних компаній із упровадження систем управління якістю, покращення технологічної бази, поліпшення умов праці та мотивації для персоналу, а також створення позитивного іміджу серед споживачів продукції.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, щоб ресторани, які надають кейтерингові послуги були конкурентоспроможними, необхідно розробляти дієві заходи для ефективності усіх процесів діяльності підприємств, які б відповідно до стратегічної мети сприяли реалізації прогнозних планів. Перспективами подальших досліджень є розробка нових методів та шляхів розвитку кейтерингових послуг в Україні, враховуючи реалії сьогодення.

Список використаних джерел:

1. Бишовець Л. Г., Куракін О. Б., Крижанівський А. І. Інноваційні технології обслуговування в сучасному ресторанному бізнесі. *Харків: Новий курс*. Харків, 2020. С. 53-58.

2. Назаренко І. А., Боднарук О. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 128 с.

3. Омельченко М. С., Стукальська Н. М. Розвиток та запровадження нових трендів в ресторанному господарстві. *Актуальні питання харчової промисловості та перспективи розвитку галузі*. Київ. 2021. С. 71-75.

4. Плюта О. Реновація діючих та проектування нових форматів бізнес-моделей у ресторанному бізнесі: процесно-інноваційний підхід. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2021. Т. 4. №. 2. С. 223-234.

5. Постова В. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. №. 24. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/192/184> (дата звернення 12.06.2022).

6. Рябенка М. О. Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*. 2021. Т. 24. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/52-.Ryabenska-M.O..pdf> (дата звернення 12.06.2022).

УДК 005:640.412:640.432

М. О. Рябенка, канд. екон. наук, доцент

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3024-137X>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ

У статті розглянуто теоретичні та методологічні аспекти стратегічного управління підприємством. Визначено ключові проблеми формування та вибору стратегічних альтернатив розвитку підприємства. Надано науково-практичні рекомендації щодо формування стратегічної моделі розвитку підприємств. Запропоновано модель стратегічного управління підприємством готельно-ресторанного бізнесу.

Ключові слова: *стратегія, стратегічне управління підприємством, стратегія розвитку, готельно-ресторанний бізнес, модель стратегічного управління.*

Постановка проблеми. В сучасних умовах глобалізації економіки готельно-ресторанний бізнес перебуває під впливом зовнішніх і внутрішніх змін, які змушують підприємства шукати нові стратегії, інструменти і методи управління, засновані на системних і комплексних підходах. Для розвитку готельно-ресторанного бізнесу України актуальними стають процеси об'єднання та інтеграції підприємств, формування нових форматів та структур управління.

Основною проблемою вітчизняних закладів виступає пошук механізму організації управління, що дасть змогу створити стійку позицію у конкурентному середовищі готельно-ресторанного бізнесу. Важливим

Наукове видання

**СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ, ЕКОНОМІЧНІ
ТА ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ
ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ**

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
X Міжнародної науково-практичної конференції**

06-07 жовтня 2022 року

Частина III

Редактор: Фатєєва Т.
Комп'ютерна верстка: Тимощук М.

Підп. до друку 21.09.2022. Формат 60x84/16. Папір офсетний
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 16.12.
Обл.-вид. арк. 10.85. Тираж 1. Зам. № 234.

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25