

Т.С. Пічугіна, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)
О.М. Шарпова, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

ПОНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Існуючі трактування стратегічного управління підприємством зводяться до одного з чотирьох підходів, або їх комбінації [1]:

1) на основі аналізу оточення, що акцентує увагу на параметрах організаційного оточення та тісно пов'язаний з методами стратегічного планування [Роув А., Джонсон Г., Склуз К., Глейдель Д., Хаттен К.];

2) цільовий, який ґрунтується на визначенні довгострокових цілей підприємства та шляхів їх досягнення, що охоплює найбільш важливі риси стратегічного менеджменту [Василенко В., Ткаченко Т., Немцов В., Довгань Л., Виханський О.];

3) діяльнісний, що акцентує увагу на послідовності дій для здійснення стратегічного управління [Ансофф І., Шеховцева Л.];

4) процесний – заснований на розумінні управління як певного процесу або послідовності етапів (кроків), необхідних до виконання [Ансофф І., Василенко В., Ткаченко Т., Немцов В., Довгань Л., Карлоф Б., Кунах Ю.].

Незважаючи на наявність загальних підходів до управління підприємствами видів діяльності, існують відмінності в даному процесі, які пов'язані з галузевою специфікою.

Так, підприємства ресторанного господарства є учасниками одночасно двох галузей народного господарства – харчової промисловості і торгівлі. Їх господарська діяльність зводиться до поєднання сфери виробництва і переходить у сферу обігу та споживання [2]. У процесі виробництва в ресторанному господарстві створюється новий продукт, що має вартість, відмінну від вартості продуктів, використаних в якості вихідної сировини. Як результат, вироблена продукція надходить в реалізацію з новими споживчими властивостями і додатковою вартістю. Реалізуючи свою продукцію, ресторанне господарство бере участь в процесі здійснення товарообмінних операцій. Отже, ресторанне господарство випускає продукцію і надає послуги, які мають свої відмінні риси, що обумовлено виконанням трьох взаємопов'язаних функцій: виробництво кулінарної продукції, реалізація кулінарної продукції та покупу товарів і організація споживання.

Серед особливостей діяльності в ресторанному господарстві, що обумовлені виконанням специфічних функцій, які визначають

специфіку стратегічного управління підприємствами ресторанного господарства, можна виділити наступні:

- висока залежність результатів діяльності від кон'юнктури та ємності споживчого ринку, контингенту споживачів за купівельною спроможністю, купівельними перевагами, демографічними параметрами;

- продукція, що випускається, має обмежені терміни зберігання і реалізації; процес виробництва базується на приготуванні кулінарної продукції невеликими партіями і не носить серійний характер [3];

- асортимент продукції, що випускається, є розмаїтим, взаємозамінним, неповторюваним у часі [3];

- попит на продукцію та послуги ресторанного господарства коливається в часі та за сезоном, унаслідок чого має місце нерівномірне використання торгового залу протягом дня, тижня; виробництво продукції і організація її споживання об'єднані в часі і просторі [3];

- основні фонди характеризуються незначною часткою торгових приміщень і великим обсягом складських, виробничих та інших груп приміщень; необхідність широкого застосування ручної праці.

Таким чином, під стратегічним управлінням підприємства ресторанного господарства пропонується розуміти діяльність, пов'язану з досягненням цілей і задач підприємства щодо виробництва і реалізації продукції і послуг для задоволення ринкових потреб, а також його спроможність своєчасно реагувати на зміни у внутрішньому і зовнішньому середовищі, що дає можливість отримати конкурентні переваги в довгостроковій перспективі.

Список джерел інформації

1. Дефініція поняття «стратегічне управління» / Пічугіна Т. С., Безгінова Л. І., Шарапова О. М., Швед С. А. // Міжнародна науково–практична конференція «Проблеми соціально-економічного розвитку підприємств», 29–30 жовтня 2014 р. : [тези у 2-х ч.]. – Х. : НТУ «ХП», 2014. – Ч. 2. – С. 50–51.

2. Лисицкий И. А. Социально-экономическая эффективность и качество обслуживания населения в сфере услуг на примере предприятий общественного питания : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Лисицкий И. А. – М. : Всерос. гос. налоговая акад. Минфина России, 2008. – 29 с.

3. Кутаева Т. Н. Общественное питание в системе потребительских услуг / Кутаева Т. Н., Кутаева Е. А. // Вестник НГИЭИ. – 2013. – Вып. 3 (22).– С. 114–125.