

розробка системи заходів, що дозволять включити працівників в процес планування діяльності підприємства, постановки цілей і задач, прийняття рішень; систему грошових винагород доповнити непрямими заходами заохочення співробітника, а саме надавати більше самостійності, приділення співробітникам уваги від керівництва у вигляді оголошення особистої подяки, видання наказів про заохочення та ін.; у випадку виникнення конфліктів на підприємстві з'ясування їх причини, їх розв'язання, при цьому необхідно приділяти увагу точкам зору обох його сторін [1].

Таким чином, основою сучасної системи управління персоналом підприємств готельного господарства становить зростаюча роль особистості робітника, знання його мотиваційних установок, вміння їх формувати та направляти згідно із завданнями, що стоять перед підприємством.

Список джерел інформації

1. Булгакова А. К. Сучасні методи управління персоналом на підприємствах готельного господарства [Електронний ресурс] / А. К. Булгакова. – Режим доступу: <http://www.nbuiv.gov.ua>.
2. Егоршин А.П. Управление персоналом. – 4-е изд., испр. / А.П. Егоршин. – Н. Новгород : НИМБ, 2003. – 720 с.

А.П. Грінько, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

А.Ю. Левіна, асп. (*ХДУХТ, Харків*)

СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Сучасний етап розвитку національної економіки України тісно пов'язаний із динамічними процесами ринкових перетворень. У цих процесах дедалі більше спостерігається впровадження новітніх технологій та сучасних підходів у сфері інформаційного забезпечення системи менеджменту. Відповідно до сучасних принципів управління бізнесом інформаційне забезпечення покликане супроводжувати управлінські процеси передусім стратегічного характеру [2].

На сьогодні ресторанний бізнес, перебуваючи під впливом зовнішніх і внутрішніх змін, вимушений шукати нові інструменти і методи управління, засновані на системних і комплексних підходах. Нині для розвитку світової ресторанної індустрії характерна глобалізація та інтеграція бізнесу, тобто перспективність розвитку підприємств, що функціонують у сфері надання ресторанних послуг.

Становлення ринку ресторанних послуг в Україні виявило цілий комплекс проблем і протиріч, пов'язаних з труднощами переходу підприємств ресторанного господарства до нових умов господарювання. Вітчизняні підприємства ресторанного бізнесу стикаються з проблемами підвищення конкурентоспроможності на національному і міжнародному ринках, підвищенням ефективності управління і прибутковості бізнесу. Вдосконалення управління можна розглядати як один з чинників підвищення ефективності діяльності готельних підприємств [1].

За сучасних глобалізаційних умов та постійної конкурентної боротьби розвиток індустрії ресторанного бізнесу в Україні постійно коливається. Так, якщо на 01.01.2014 р. обсяг реалізованої продукції підприємствами ресторанного господарства (з урахуванням фізичних осіб-підприємців) склав 30322,4 млн грн, то на 01.01.2015 р. показник зменшився в 1,4 рази і досяг рівня 22684,6 млн грн, але вже станом на 01.01.2016 р. обсяг реалізованої продукції підприємствами ресторанного господарства збільшився у порівнянні з минулим роком у 1,3 рази й склав 29069,3 млн грн [5].

Незважаючи на значні коливання в обсягах реалізації власної продукції протягом незначного періоду часу, ресторанний бізнес залишається перспективним напрямом для вкладення інвестицій.

За даними Державної служби статистики України обсяг вкладення капітальних інвестицій у заклади тимчасового розміщення та організації харчування у 2016 році склав 1477,9 млн грн, що на 84,8 млн грн (6%) більше, ніж у попередньому 2015 році (табл.).

Таблиця

Обсяг капітальних інвестицій у заклади тимчасового розміщення та організації харчування за 2015-2016 р.р. [4]

Напрями вкладення інвестиції	2015 рік		2016 рік	
	млн грн	у % до загального обсягу	млн грн	у % до загального обсягу
Тимчасове розміщення й організація харчування:	1393,1	0,005	1477,9	0,004
– тимчасове розміщення	890,2	0,003	756,1	0,002
– діяльність із забезпечення стравами та напоями	502,9	0,002	721,8	0,002
Усього, млн грн	273116,4	100	359216,1	100

Привабливість ресторанного бізнесу для інвесторів пояснюється рядом причин: відносною відсутністю жорсткої конкуренції; порівняно високим рівнем рентабельності (25–50%) підприємств ресторанного господарства; невеликим строком окупності проектів; дефіцитом нових концепцій на ринку ресторанних послуг, про що свідчить велика кількість підприємців, що бажають купити бізнес за франчайзинговою схемою у закордонних представників.

Для залучення інвестицій у підприємства ресторанного господарства регіонів України доцільно здійснення наступних кроків [3]:

1. Поставити завдання формування бізнес-плану регіону з метою розвитку ресторанного бізнесу як результату стратегічного планування.

2. Розробити систему моніторингу процесу інвестування в ресторанний бізнес у комбінації з діагностикою інвестиційного клімату в регіоні, починаючи від схеми збору інформації та закінчуючи формою її представлення, яка повинна стати одним із блоків більш загальної інформаційно-аналітичної системи інвестиційної діяльності в регіоні.

3. Об'єднати зусилля територіальних органів управління, науково-дослідних і комерційних структур, що мають знання та досвід інвестиційної діяльності, у т.ч. залучення та просування інвестицій та інвестиційних проектів, зацікавлених в активізації інвестиційних процесів у регіоні, в становленні інвестиційного ринку, підвищенні його прозорості, а також у вирішенні регіональних соціально-економічних проблем розвитку.

4. Вести систематичну та цілеспрямовану роботу з налагодження схем залучення, мобілізації та реалізації інвестицій і інвестиційних проектів на регіональних ринках ресторанних послуг.

5. Приділяти особливу увагу проектам інноваційного характеру, розвитку венчурного бізнесу, проектам, що сприяють створенню нових робочих місць; при відборі інвестицій і проектів активно використовувати конкурсні механізми.

6. Активно впроваджувати в практику світовий досвід територіального менеджменту, почати формування банку даних вітчизняного та закордонного досвіду державного регулювання інвестиційної діяльності в регіоні з корекцією на існуюче національне законодавство.

Список джерел інформації

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К. : Знання України, 2012. – 252 с.

2. Бандура З. Л. Роль обліково-аналітичної інформації при виборі оптимального розміщення мереж закладів ресторанного господарства на автошляхах України / З. Л. Бандура, Л. В. Семенюк // Обліково-аналітичне

забезпечення системи менеджменту підприємства : збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції, 24–25 жовтня 2014 р. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – С. 13–14.

3. Борисова О. В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні / О. В. Борисова // Економічні стратегії і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – С. 331–338.

4. Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності за 2010–2016 роки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2013–2015 р.р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

О.Ю. Давидова, канд. техн. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ТА СЕРТИФІКАЦІЯ – НАЙВАЖЛИВІШІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

Індустрія гостинності є ключовим фактором розвитку як внутрішнього, так і міжнародного туризму. Основні аспекти міжнародного туризму регулюються Всесвітньою туристичною організацією системи Організації Об'єднаних Націй – ЮНВТО.

Пріоритетним є дослідження вимог міжнародних та українських стандартів індустрії гостинності, аналіз існуючих систем класифікації, стану стандартизації та сертифікації якості послуг готельної сфери. Результатами досліджень є узагальнення міжнародного досвіду й досвіду нашої країни та оцінювання перспективи можливостей українських готелів задовольнити вимоги ЮНВТО.

У зв'язку з різноманіттям видів засобів розміщення виникає проблема їх класифікації, яка ускладнюється не завжди явними відмінностями між підприємствами розміщення, а також національною специфікою і суб'єктивізмом власників, які створюють для своєї власності додаткові визначення, ускладнюючи тим самим, створення єдиної класифікації. Виходячи з того, що готельна індустрія складається з багатьох різних сегментів, багато засобів розміщення не потрапляють до жодного конкретного класу, а деякі, навпаки, можуть відповідати декільком класам.

Види засобів розміщення можна класифікувати за різними ознаками. Треба зазначити, що уніфікована міжнародна класифікація засобів розміщення не запроваджена і до теперішнього часу. Однак в міжнародній практиці прийнята стандартна класифікація засобів розміщення туристів, розроблена експертами ВТО [1, с. 13].