

ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Лисак М.В., гр. МЕ-28м

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Шгаль Т.В.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Діяльність підприємств ресторанного господарства у сучасному міжнародному просторі здійснюється в умовах економічної нестабільності, відсутності чітких стратегічних орієнтирів. Саме тому вивчення процесу планування діяльності підприємств ресторанного господарства є актуальним у сфері сучасного міжнародного ресторанного бізнесу.

Планування є ефективним інструментом управління розвитком будь-якої організації, у тому числі й підприємств ресторанного господарства, яке має базуватися на даних оцінювання як внутрішнього потенціалу підприємства, так і зовнішніх ринкових можливостей для його розвитку. Процес планування об'єднує всі управлінські функції цієї сфери діяльності, який допомагає визначити систему дій та рішень, які ведуть до досягнення підприємством поставлених цілей. Будучи провідною функціональною підсистемою в системі управління підприємством, планування спирається на результати функціонування інших підсистем і водночас активно впливає на них. Ефективне та досконале планування діяльності підприємства готельно-ресторанного бізнесу на міжнародному ринку дозволяє набути таких переваг: - уточнює цілі підприємства та дії щодо їх досягнення; - допомагає уникнути помилок у майбутній діяльності; - надає можливість передбачити виникнення нестандартних ситуацій і діяти з випередженням подій. Планування виступає основою всіх управлінських рішень, а також реалізації функцій організації, мотивації й контролю, орієнтованих на виконання планів. У межах планування виділяють чотири основних види управлінської діяльності: - розподіл ресурсів; - адаптація до зовнішнього середовища; - внутрішня координація; - організаційне стратегічне передбачення.

Зарубіжні підприємства ресторанного господарства, які використовують стратегічне планування, велику увагу приділяють удосконаленню методів аналізу, прогнозуванню та опрацюванню вихідної інформації. Одним із нових у стратегічному плануванні є метод портфельного аналізу. Суть його полягає у збиранні й узагальненні великого обсягу інформації, що відображає ринкові позиції корпорації, тенденції розвитку ринку й основних конкурентів.