

### Список джерел інформації

1. Офіційний сайт дослідження Global Innovation Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.globalinnovationindex.org/content/page/GII->
2. Україна у рейтингу глобальної конкурентоспроможності 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gebrms.in.ua>
3. Благоприятність умовий ведення бізнеса. Україна / Офіційний сайт Проекту Doing Business [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/ukraine/>.
4. Офіційний сайт Громадської організації «Transparency International Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ti-ukraine.org/>.
5. Наукова та інноваційна діяльність України: статистичний збірник. – К. : Державна служба статистики України, 2016. – 280 с.
6. Методика розрахунку сумарного індексу інновацій затв. наказом Держстату від 28.12.2015 №368 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ukrstat.gov.ua/metod\\_polog/metod\\_doc/2015/368](http://ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2015/368)

**В.А. Гросул**, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

**О.М. Филипенко**, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

### ЦІЛЕВИЗНАЧЕННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Цільова спрямованість стратегії зумовлює необхідність обґрунтування системи цілей, що відображає загальну стратегічну спрямованість закладів ресторанного бізнесу. Цілі необхідні для забезпечення виживання підприємств та успішного довгострокового функціонування. Якщо цілі погано або невірно визначені, це може спричинити небажані негативні наслідки для господарюючого суб'єкта.

Стратегічні цілі змушують замислитися над тим, що необхідно почати зараз, щоб зміцнити становище фірми і поліпшити показники роботи в довгостроковій перспективі. Вони спрямовані на забезпечення більше високих темпів росту, чим у середньому по галузі, на збільшення частки ринку, на поліпшення якості продукції та надаваних послуг у порівнянні з конкурентами, на досягнення низького рівня витрат, на поліпшення репутації фірми. Проникнення на зарубіжні ринки, використання передових технологій і розвиток різних можливостей росту також є стратегічними цілями [1].

Цілі служать для розробки напрямків діяльності і прогресу підприємства. Визначення конкретних цілей допомагає перейти від

загального формулювання стратегічного напрямку до окремих планів роботи, за допомогою яких можна досягти успіху. Задана мета містить в собі низку бажаних результатів, для досягнення яких потрібні певні зусилля і організовані дії. Прагнення перейти від існуючого положення до бажаного змушує підприємство бути більш винахідливим, покращувати свої фінансові показники і ділову репутацію, що потребує зосередження всіх можливостей підприємства. Складні, але досяжні цілі допомагають підприємству захиститися від коливань, внутрішнього безладдя і забезпечують збалансованість у роботі [1].

На кожному підприємстві розробляється своя система цілей, унікальна за характеристиками, оскільки вона віддзеркалює бажаний майбутній стан підприємства і враховує характер його стратегічної спрямованості, стан та ступінь нестабільності бізнес-середовища, особливості галузі господарювання.

Аналіз наявних публікацій з досліджуваної проблематики показав, що сьогодні в теорії та практиці менеджменту щодо конкретного змісту цілей підприємства домінує кілька стійких уявлень, які можна звести до наступних сфер: доходи; робота із споживачами; добробут і потреби співробітників; соціальна відповідальність [2].

Проте формулювання цілей є логічним процесом, де можна тільки систематизувати процедуру, але не формалізувати її, а тим більше, не визначати її однозначно. Це мистецтво, обумовлене досвідом і інтуїцією вищого керівництва. Тому неможливо дати рецепти на всі випадки життя в області формування цілей розвитку, можна лише запропонувати принципи підходи до цього процесу, звернувши увагу на аспекти, які є характерними для підприємств будь-якої організаційно-правової форми і сфер діяльності [3].

Дослідивши плюралізм думок авторів з питань стратегічного цілевизначення і враховуючи сутнісні характеристики стратегії, на наш погляд, стратегічною спрямованістю (стратегічним баченням) є забезпечення життєздатності і ефективності функціонування закладів ресторанного бізнесу в довгостроковій перспективі на основі динамічного балансу з бізнес-середовищем.

З огляду на стратегічне бачення процес обґрунтування стратегії економічного суб'єкта у сфері ресторанного бізнесу може бути спрямований на досягнення трьох основних цілей: забезпечення на основі коригувальних впливів: а) виживання, б) стабільного положення на ринку, в) стійкого розвитку і ефективного функціонування в довгостроковій перспективі.

При цьому виживання – вихід господарюючого суб'єкта з кризи і створення передумов для подальшої стабілізації за будь-яких змін навколишнього середовища; стабільний стан – досягнення динамічної рівноваги, що характеризується протидією різноспрямованих і

врівноважених впливів; стійкий розвиток – збалансоване зростання довгострокового характеру, тобто динамічний процес, що визначає можливість переходу підприємства в новий, більше складний стан та спрямований на досягнення ним лідируючих конкурентних позицій.

В подальшому в розрізі запропонованого стратегічного бачення цілі конкретизуються у підцілі, які, в свою чергу, у відповідні стратегічні завдання підприємства як відповіді на виклики зовнішнього середовища, що були виявлені у ході діагностики. Усвідомлюючи, що неможливо врахувати все різноманіття змін зовнішнього середовища, а, відповідно, і різноманіття відповідей на них підприємства, розроблено систему цілей стратегії підприємства та можливих підцілей, які сприятимуть їх розв’язанню (табл.).

Запропонована система цілей повинна забезпечити дієздатність закладів ресторанного бізнесу у короткостроковому періоді та ефективне їх функціонування в нових умовах бізнес-середовища.

Таблиця

**Система цілей стратегії закладів ресторанного бізнесу**

Цілі стратегії	Підцілі стратегії
Вживання	<ul style="list-style-type: none"> <li>– забезпечення безбитковості;</li> <li>– оптимізація асортименту;</li> <li>– утримання частки ринку;</li> <li>– забезпечення конкурентних переваг;</li> <li>– якісне забезпечення потреб споживачів;</li> <li>– забезпечення фінансової стабільності підприємства;</li> <li>– утримання ринкової вартості підприємства;</li> <li>– забезпечення позитивного іміджу підприємства</li> </ul>
Стабільне положення на ринку	<ul style="list-style-type: none"> <li>– збереження темпів росту прибутку;</li> <li>– оптимізація асортименту;</li> <li>– збереження частки ринку;</li> <li>– підтримка стійких конкурентних переваг;</li> <li>– якісне забезпечення потреб споживачів;</li> <li>– підтримка фінансової стабільності підприємства;</li> <li>– підтримка ринкової вартості підприємства;</li> <li>– підтримка іміджу підприємства</li> </ul>
Стійкий розвиток і ефективне функціонування	<ul style="list-style-type: none"> <li>– максимізація або досягнення цільового прибутку;</li> <li>– розширення асортименту;</li> <li>– збільшення частки ринку;</li> <li>– забезпечення стійких конкурентних переваг;</li> <li>– підвищення якості забезпечення потреб споживачів;</li> <li>– підвищення фінансової стабільності підприємства;</li> <li>– максимізація ринкової вартості підприємства.</li> <li>– підвищення іміджу підприємства</li> </ul>

### Список джерел інформації

1. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа [пер. с англ.] / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд – 12-е изд. – М. : Вильямс, 2007. – 928 с.
2. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Экономистъ, 2006. – 670 с.
3. Петров А. Н. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / А. Н. Петров. – СПб. : Питер, 2008. – 496 с.

**Didmanidze Ibrahim**, professor (*Batumi Shota Rustaveli State University*)

**Megrelishvili Merab**, professor (*Batumi Shota Rustaveli State University*)

### ODESSA-BATUMI NAVAL HIGHWAY IN THE BLACK SEA REGION AS A PERSPECTIVE FOR THE TOURISM DEVELOPMENT

Due to the strategic location and historically established traditional trade-economic relations, Odessa-Batumi Naval Highway can become the Black Sea coast trade route connecting Europe-Asia tourist-economic centers.

Since the second half of XX century Batumi Shipping Company has maintained trade and economic relations with Odessa Sea Port. The vessels from the Sea Ports of Odessa and Batumi set sail on the World Oceans. The offshore mainline of Odessa-Batumi has great prospects in the development of trade-economic relations, cruise tourism and shipbuilding.

The stock and marine societies could further strengthen the marine-naval relationships between Georgia and Ukraine. The Batumi exchange trade existed in 1848 in Odessa and later it was in Batumi as well. In 1911 the Batumi Stock Exchange incorporated 74 members. It was united in an alliance with the Southern Russian merchants and industrialists whose residence was Odessa. In 1911 a variety of products were exported by route Batumi-Odessa: kerosene, baking oils, manganese, maize, silk, tissues, carpets, wool, walnut, licorice, rice, caviar and other goods. As for silk, it was transported from Georgia to the Polish state through the Dnieper even in XVI century. The revival of the Silk Road would make great prospects for the Georgian-Ukrainian economic relations.

In our opinion the banking and financial relations would play a significant role in the rapprochement of Georgia and Ukraine in the near future. Irrefutable proof of this is Kyiv Industrial Bank, which had its