

# ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

*Павлюк Світлана Іванівна*

*к.е.н., старший викладач*

*Миколаївський національний аграрний університет*

Сучасний менеджмент презентує нові напрями управлінської діяльності як моделі розвитку різних галузей економіки. Йому притаманні такі риси, як: клієнто-орієнтований підхід; диверсифікація бізнесу; активізація людського фактору; використання сучасних інтегрованих інформаційних маркетингових технологій; розвиток партнерських зв'язків, а також генерація нових організаційних форм управління, таких як: глобальні об'єднання, стратегічні альянси, консорціуми. Ці нові організаційні форми забезпечують доступ до дешевих ресурсів і світових ринків збуту, а в інноваційному плані – дозволяють підприємствам різної форми власності не просто реалізовувати послуги контрагентам чи споживачам, але й формувати попит та підвищувати ефективність в різних сегментах ринку, про що є засвідчують праці відомих вітчизняних науковців [1].

Мистецтво управління вимагає від менеджера поєднання знань, досвіду та інтуїції, у певній мірі креативного підходу до вирішення тих чи інших проблемних ситуацій, а також вміння ефективно управляти.

В основу розвитку сучасного менеджменту готельно-ресторанної сфери покладені досягнення практично всіх наукових шкіл управлінського спрямування. Дослідження логіки розвитку менеджменту як невід'ємного атрибуту розвитку готельно-ресторанного бізнесу в умовах постійної нестабільності середовища є необхідною умовою для підтримання конкурентоздатності підприємств [2].

Так, Сопіга В.Б. та Алілуйко М.С. зосередили свою увагу на таких системах, як TQM (Total Quality Management), що передбачає орієнтацію на споживача, лідерство керівника, процесний та системний підхід до управління й постійне покращення діяльності готельно-ресторанного підприємства; CSR (Corporate Social Responsibility), що враховує соціальні запити клієнтів, працівників та суспільства; 5S (походить від перших букв японських слів у латинській транскрипції), що включає організованість (Seiri), акуратність і впорядкованість (Seiton), прибирання (Seiso), стандартизацію (Seiketsu) і дисципліну (Shitsuke) [3]. На думку авторів, поєднання даних підходів сучасного менеджменту в єдину інтеграційну систему дозволить підвищити ефективність менеджменту та якість послуг підприємств готельно-ресторанної сфери, що ц свою чергу сприятимуть покращенню репутації, іміджу та конкурентоспроможності в цілому.

На необхідності підтримки позитивної ділової репутації підприємств сфери обслуговування наголошують Батченко Л.В. та Гончар Л.А., оскільки вважають, що репутаційний менеджмент полегшує підприємствам доступ до

різноманітних ресурсів: фінансових, інвестиційних, інформаційних, людських тощо; допомагає із впевненістю дивитись у майбутнє, мати перевагу перед конкурентами, вибудовувати ефективну стратегію зростання бізнесу [4].

У свою чергу, Мосійчук І.В. пропонує визначити основні завдання теорії менеджменту готельно-ресторанного господарства: по-перше, вона повинна озброїти працівників, зайнятих практичною діяльністю, знаннями, які допоможуть їм підвищити рівень управління; по-друге, сприяти підвищенню кваліфікації менеджерів при підготовці претендентів на ці посади; по-третє, визначити сфери й проблеми, які вимагають подальшого вивчення з метою сприяння розвитку наукової бази [5].

Таким чином, одним із головних завдань менеджменту підприємств сфери обслуговування є визначення стратегічної місії та мети діяльності, цілей, вивчення навколишнього середовища, формулювання та реалізації стратегії, а також оцінка і контроль. Формування стратегії розвитку дозволить підприємствам готельно-ресторанної сфери посилити свої конкурентні позиції на ринку, уникнути банкрутства, оцінити та ефективно використовувати ресурсний потенціал, забезпечити споживачів якісними послугами та досягти успіху в умовах мінливого і конкурентного середовища.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мазур С. А., Прилуцький А. М. Стан та перспективи розвитку готельно-ресторанної справи в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6881> (дата звернення: 07.05.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.2.31

2. Ковешніков В.С., Мальська М.П., Роглев Х.Й. Організація готельно-ресторанної справи: навч. посіб. Київ: Кондор, 2015. 752 с.

3. Сопіга В.Б., Алілуйко М.С. Інтеграція систем менеджменту у готельно-ресторанних підприємствах. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. №4(72). URL: [http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/4\\_72\\_2\\_2019\\_ukr/16.pdf](http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/4_72_2_2019_ukr/16.pdf). (дата звернення 18.05.2021).

4. Батченко Л.В., Гончар Л.А. Репутаційний капітал як основа економічного зростання підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2018. Вип. 2. с. 64-80 URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/rhci\\_2018\\_2\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/rhci_2018_2_7). (дата звернення 18.05.2021).

5. Мосійчук І.В. Особливості менеджменту готельно-ресторанного господарства. Збірник тез доповідей I Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Стратегічні перспективи готельно-ресторанного бізнесу в Україні: досвід, проблеми та інновації». Житомир, 2018. 40 с. URL: [http://spf.zu.edu.ua/pdf/info/konferencii/internet\\_konf\\_menedzment\\_2019.pdf](http://spf.zu.edu.ua/pdf/info/konferencii/internet_konf_menedzment_2019.pdf). (дата звернення 20.05.2021).