

їх ретельним аналізом створює передумови для ухвалення обґрунтованих управлінських рішень.

Процес управління витратами слід розглядати як безперервний цикл, що включає етапи планування, контролю та аналізу. У цьому контексті впровадження системи управлінського обліку є важливим інструментом для підвищення загальної ефективності діяльності підприємства, особливо в умовах посилення конкуренції на ринку. Серед основних чинників, що спричиняють зростання собівартості, варто виокремити недоліки в організації праці, значні витрати на ресурси та низький рівень продуктивності.

Список використаних джерел:

1. Александрова, С., Світлічна, В., & Кравцова, С. (2022). Особливості і проблеми управління витратами у сфері гостинності. Економіка та суспільство, (45). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-50>
2. Рябенюк М. О. (2022). Управління витратами на підприємствах ресторанного господарства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-42-21>
3. Холодницька, А., & Пшенна, І. (2025). Інвестиційні пріоритети для сталого розвитку сфери гостинності в Україні . Економіка та суспільство, (75). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-75>

Вікторія ПЕРИЛО

ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
Миколаївський національний аграрний університет
м.Миколаїв

Науковий керівник – д-р екон.наук, професор
кафедри готельно-ресторанної справи та туризму

Ірина БАНЄВА

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Стратегічне планування діяльності підприємства є надзвичайно важливою темою в сучасному діловому середовищі. Ця практика відіграє ключову роль для забезпечення успіху компаній у світі, де постійні зміни стали звичним явищем. Глобалізація та зростаюча конкуренція на ринку змушують підприємства безперервно переглядати та оновлювати свої стратегії. В таких

умовах вони повинні бути готові оперативно реагувати на швидкі технологічні нововведення та зміну споживчих вимог. Стратегічне планування дозволяє підприємствам адаптуватися до цих трансформацій і відкривати нові можливості для зростання.

Окрім того, воно забезпечує ефективне управління ресурсами, включаючи фінансові, людські та матеріальні активи. Завдяки стратегічному плануванню компанії мають змогу зберігати конкурентні переваги, ідентифікувати нові перспективні ринки та раціонально використовувати свої ресурси. Цей процес також сприяє покращенню внутрішньої координації та упорядкуванню всіх аспектів діяльності підприємства. Зазвичай фінансовий успіх компанії тісно пов'язаний із якістю її стратегічного планування. Компетентно створена стратегія сприяє постановці чітких цілей і пріоритетів, збільшенню прибутків та зростанню ринкової вартості бізнесу.

Стратегічне планування виконує і превентивну функцію, оскільки дає змогу підготуватися до потенційних кризових ситуацій та розробити ефективні шляхи їх подолання. Це адаптивний і динамічний процес, у межах якого постійно створюються або коригуються формалізовані плани, переглядаються заходи щодо їх реалізації, а також проводиться моніторинг і оцінювання внутрішніх та зовнішніх змін задля ефективної реакції на них [3].

Стратегічне планування в контексті функціонування підприємств готельно-ресторанної галузі спрямоване на вирішення двох фундаментальних завдань: визначення ключової мети закладу та формулювання конкретних дій, яких має дотримуватися персонал задля її досягнення. Основою цього процесу слугує прогнозування, яке передбачає систематичне виявлення об'єктивних тенденцій, оцінку перспектив розвитку галузі, а також розроблення альтернативних стратегічних шляхів і встановлення часових меж для їх реалізації. Прогнозування забезпечує організацію необхідною інформацією щодо напрямів подальшого розвитку, ефективних способів досягнення поставленої мети та очікуваних результатів реалізованих заходів. У рамках

динамічного бізнес-середовища ця діяльність стає інтегральною складовою стратегічного планування.

Оскільки функціонування готельно-ресторанних підприємств значною мірою залежить від сформованих умов зовнішнього середовища, динамічні зміни останнього зумовлюють необхідність розробки нових підходів до управління підприємством. Для успішного виконання цього завдання менеджери повинні володіти високим рівнем аналітичних компетенцій. Їхня діяльність включає аналіз бюджетів, моніторинг стану галузі та макроекономічних показників, оцінку внутрішніх ресурсів організації та можливостей залучення додаткових ресурсів на зовнішніх ринках [2].

Методологія стратегічного планування – це система послідовних кроків і підходів, які організація застосовує для створення та реалізації своєї стратегії. Цей процес охоплює аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, формулювання місії й цілей, розробку стратегії, планування конкретних заходів, втілення стратегії, моніторинг і оцінку її результативності, а також внесення необхідних коректив. Важливо зазначити, що методологія стратегічного планування може бути адаптована відповідно до специфічних потреб і типу організації, однак ключові етапи залишаються незмінними. Такий підхід допомагає організаціям чітко визначати свої завдання, створювати ефективну стратегію для їх досягнення та забезпечувати системне впровадження й контроль реалізації [1].

Організація стратегічного менеджменту в підприємствах готельно-ресторанного бізнесу полягає в створенні необхідних умов для ефективного управління, яке охоплює планування, реалізацію стратегій і контроль за їх виконанням. Стратегічне управління є діяльністю, спрямованою на визначення ключових сфер роботи та досягнення довготермінових цілей в умовах постійних змін у зовнішньому середовищі. Для того щоб діяльність підприємств цієї галузі відповідала вимогам ринку, вони повинні виробляти й надавати продукцію та послуги відповідної якості та асортименту, що

враховують потреби споживачів за екологічними, економічними та фізіологічними показниками [2].

Недотримання цих вимог може призвести до втрат, як матеріальних, так і моральних, зокрема до зниження довіри споживачів до підприємства. Невідповідність між пропозицією підприємства та очікуваннями ринку виникає через низку причин, які можна поділити на дві великі групи: поточні й стратегічні.

Поточні причини включають ті фактори, що знижують економічну ефективність виготовлення й реалізації послуг. Серед них варто виділити нерациональне використання виробничих потужностей, трудових і фінансових ресурсів, низьку продуктивність праці серед усіх категорій працівників, відсутність технологій, що сприяють економії ресурсів, падіння якості наданих послуг і продукції, скорочення їх асортименту через виробничі труднощі, а також неефективну роботу маркетингової служби.

До стратегічних причин належать ті, що впливають на досягнення довгострокових цілей підприємства. Це можуть бути непередбачувані дії конкурентів, помилки у визначенні платоспроможного попиту чи сегмента ринку, а також неточна оцінка якості запропонованої продукції й послуг.

Поточну невідповідність можливо усунути шляхом оперативного управління. Для цього слід змінити організацію виробничих процесів, оптимізувати кваліфікаційний і чисельний склад працівників, підвищити ефективність використання обладнання й продуктивність праці, запровадити ресурсозберігаючі та інноваційні технології, а також покращити маркетингову стратегію, зокрема рекламу.

Для ліквідації стратегічної невідповідності необхідно скоригувати або змінити цілі підприємства, запровадити диверсифікацію напрямів діяльності, застосувати нові форми управління та посилити роботу маркетингового відділу [4].

Стратегічне планування, хоча й відіграє важливу роль в організації господарської діяльності, не належить до обов'язкових елементів

управлінського процесу в сучасних умовах. Його застосування не регулюється нормативними документами, а рішення про створення стратегії розвитку підприємства залежить виключно від компетентності, рівня володіння сучасними управлінськими інструментами та адекватного розуміння ситуації з боку керівників і спеціалістів організації.

Список використаних джерел:

1. Миронов Ю.Б., Мамедов Б.Н. Організація стратегічного планування підприємства готельно-ресторанної індустрії. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. "Бізнес, цифрові інновації та підприємництво: стан, аналіз тенденцій та науково-економічний розвиток" (м. Львів, 22 грудня 2018 р.). У 2-х ч. Львів: ЛЕФ, 2018. Ч.1. 108 с. С.90-93. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/myronov26.htm (дата звернення: 14.04.2026)
2. Носань, Н., Якименко, Т., & Панченко, Р. (2023). Стратегічне планування діяльності підприємства. Економіка та суспільство, (56). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-16>
3. С. Ю. Кулакова, А. І. Притула. Технології стратегічного планування діяльності підприємств України в умовах нестабільності розвитку економіки. Ефективна економіка № 5, 2016. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4952> (дата звернення: 14.04.2026)
4. Шквиря Н.О. (2018). Стан та особливості стратегічного планування діяльності сільськогосподарських підприємств. Економіка і суспільство, (16). URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/83.pdf

Катерина КОЗЛОВА

ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
Миколаївський національний аграрний університет,
м.Миколаїв

Науковий керівник – д-р екон.наук, професор
кафедри готельно-ресторанної справи та туризму

Ірина БАНЄВА

ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ГОСТИННОСТІ

В умовах ринкової економіки успіх комерційної діяльності будь-якого підприємства значною мірою залежить від коректно обраної стратегії та тактики ціноутворення на товари або послуги. Такий підхід обґрунтовується кількома ключовими аспектами [1]:

- основна мета функціонування будь-якого комерційного підприємства, яке займається виробництвом продукції чи наданням послуг, полягає у