

- організувати заходи щодо вдосконалення знань, підвищення кваліфікації та професійної майстерності персоналу;
- керівництво повинно стимулювати, підбадьорювати та спонукати працівників до успішної праці, створення позитивної енергетики у колективі та надавати допомогу у складних ситуаціях;
- працівник повинен відчувати повагу та шанобливе відношення до себе;
- на підприємстві робота повинна бути правильно організована, мати чітке розподілення зобов'язань;
- поєднання в керівнику рис, притаманних як менеджеру, так і лідера;
- умови для формування та стимулювання лідерських рис характеру повинні створюватися вже з дитинства. Необхідно надавати можливість приймати на себе відповідальність, діяти творчо та незалежно, але в межах певних правил;
- ввести в навчальних закладах курс лідерства.

- 1) Лук'янов В.О. Організація готельно-ресторанного обслуговування: навч. посіб. / В.О. Лук'янов, Г.Б. Мунін. – К.: Кондор, 2012. – 346 с.
- 2) Шандор Ф.Ф. Науковий вісник УжНУ. - 2009. - Серія «Економіка». - Випуск 28. - С.76-81.
- 3) Скібіцька Л.І. Лідерство та стиль роботи менеджера: навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 192 с.
- 4) Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство. - Юнити, 2008. - 735 с.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ

Данильченко Д.С.

Науковий керівник – Влащенко Н. М., канд. екон. наук, доцент

Готельно-ресторанна сфера має невичерпний потенціал для прогресу та робить вагомий внесок в економіку країни. Сучасні умови господарювання характеризуються глобалізацією економіки та інформатизацією суспільства, зростанням значення сфери послуг для розвитку економіки країни, пред'явленням нових вимог держави і споживачів до суб'єктів ринкових відносин.

На сучасному етапі підприємства готельно-ресторанного господарства функціонують в умовах мінливого середовища, тому в управлінні підприємствами готельно-ресторанного господарства необхідно враховувати специфіку, тому що від цього залежить не лише рі-

вень ефективності діяльності підприємства, але й стійкий розвиток управління підприємства та утримання його позицій на ринку.

Досліджуючи специфіку (від лат. «specificus» – особливий) управління підприємствами готельно-ресторанного господарства, тобто відмінності, характерні особливості, властиві тільки даному предмету, явищу [1], автор проаналізував та систематизував основні риси специфіки управління, серед яких виділено наступні:

1. Персонал – головний ресурс у сфері готельно-ресторанних послуг. Специфіка полягає у роботі всього колективу, а не одного співробітника. Відмінній роботі на підприємстві сприяє згуртована команда професіоналів.

2. Фактори ідентичності підприємства такі: цінності, процес обслуговування, оточення (зокрема, інтер'єр, що також відіграє певну роль у залученні клієнтів) тощо.

3. Гостинна поведінка. Аксиома: немає другорядних посад і співробітників, робота яких нібито ніяк не відбивається на загальному враженні.

Через розуміння сутності та специфіки сфера гостинності перетворилася на індустрію гостинності, роком народження професій в індустрії гостинності вважається 1956 рік, коли у США кількість працівників, зайнятих у сфері послуг, перевищила кількість робітників, зайнятих у виробництві. У США ця індустрія є другим за значенням роботодавцем, що надає робочі місця для понад десяти мільйонів осіб. У багатьох високорозвинених країнах світу (наприклад, в Італії, Франції, Швейцарії, Австрії) вона є найважливішою галуззю економіки [2]. В дослідженні розглянуто поняття «управління підприємствами готельно-ресторанного господарства». Проведене дослідження дозволило сформулювати власне визначення цього поняття. Отже, управління підприємствами готельно-ресторанного господарства – це мистецтво досягнення цілей діяльності з позиції процесу впливу на персонал задля високих стандартів обслуговування, передбачення запитів гостя (клієнта) шляхом клієнтоорієнтованого сервісу, який повинен перевершити очікування гостя (клієнта), результатом якого є повторні відвідування закладу, а економічним результатом має бути прибуток підприємства.

Діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства є системою взаємопов'язаних компонентів, що взаємодіють між собою в процесі господарської діяльності. Суб'єкти і об'єкти цієї системи діють в рамках правового поля з урахуванням умов зовнішнього середовища.

На макрорівні суб'єктом регулювання у сфері гостинності є держава, що визначає механізм реалізації сервісної політики через заходи державного управління та регуляторну політику. На мікрорівні суб'єктами регулювання ринкових відносин є підприємства готельно-ресторанного господарства, а об'єктами – структура управління, якість продукту та послуг, якість обслуговування тощо.

Якість обслуговування в індустрії гостинності впливає на емоційне сприйняття туристів, відвідувачів та є коректованим по відношенню до іміджу держави, тому що від рівня обслуговування у гостя залишається враження про країну. Сьогодні, в умовах глобалізації та відкритості, де процес обміну інформацією вийшов на новий рівень, не можна недооцінювати важливу роль впливу інституту гостинності на міжнародний імідж держави.

Отже, необхідно зазначити, що в сучасних умовах на підприємствах готельно-ресторанного господарства розуміння й усвідомлення сутності та специфіки:

- задають відношення цілі діяльності до її результату, визначаючи тим самим характер поведінки в обслуговуванні клієнтів;
- допомагають сформувати професійні взаємини персоналу в організації;
- формують установки організаційної поведінки;
- є детермінантами в осмисленні протиріч в сучасних умовах;
- є складовими, що формують імідж країни.

Усвідомлюючи, що гостинність – це українська народна традиція, яка пов'язана з любов'ю та повагою приймання гостей, керівники закладів готельно-ресторанного господарства за допомогою сенсу сутності та специфіки гостинності зможуть моделювати та вдосконалювати сучасні концепції управління персоналом, що дієво позначиться на ефективності управління та стане вирішальним у досягненні мети підприємства та результатів його діяльності.

1. Словник української мови : в 11 т. – 1978 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sum.in.ua>

2. Топольник В. Г. Кількісна оцінка якості готельного продукту : монографія / В. І. Топольник, А. П. Бутова, І. В. Кошавка, А. В. Полякова та ін.; під ред. В. І. Топольник. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2013. – 4 с.