

УДК 338.48:640.4

Білецький О.В.¹, Зайцева В.М.²

¹ студент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² канд. пед. наук, професор, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ПОВОЄННА СТРАТЕГІЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні більшість вітчизняних компаній безпорадні щодо виходу з кризи, яка сталася внаслідок війни. Бізнес-напрямок компаній сфери обслуговування ці умови завдали більше шкідливих наслідків, ніж будь-якій галузі економіки [4]. Обмеження в трансфері та спілкуванні споживачів

обмежують діяльність готелів і ресторанів [5]. Однак, навіть в реаліях 2025 року зусилля по розробці повоєнної конкурентної стратегії готельно-ресторанними закладами України дуже незначні у порівнянні з фірмами країн ЄС. Розробку повоєнної стратегії та концепцію стратегічного управління більшість вітчизняних бізнес-організацій продовжує сприймати як щось малоперспективне [2]. Прогресуюче відставання у розробці такої стратегії бізнесом нашої держави можна пояснити тим, що вся ідеологія її розвитку підпорядкована інтересам короткострокового періоду. Так, розробка повоєнної стратегії для українських компаній є критично актуальним завданням.

При розробці готельно-ресторанним підприємством (ГРП) такої стратегії керівництву слід враховувати, що: повоєнна стратегія має бути глобальною, яка включає набір кризових і антикризових стратегій в якості елементів; задача управління полягає у збереженні оптимального балансу між цими різними компонентами для досягнення стратегічної мети. Зміни будуть відбуватися під впливом багатьох факторів розвитку економіки держави та її регіонів, причому в різний час і в різних комбінаціях. З цієї причини керівництво ГРП має набути відповідних компетентностей щодо відстеження змін в умовах господарювання, прийняття стратегічних рішень з інноваційності бізнесу, вчасності проведення перетворень в політиці надання готельних сервісів і технології обслуговування.

Виживання й безпека підприємства готельно-ресторанної сфери в умовах повоєнної економіки залежить від успішності реалізації ідеї раціонального використання обмежених ресурсів [1]. При цьому, кожна компанія буде мати шанс на пристосування до чинників нового середовища шляхом використання специфічних переваг. Комплексна стратегія, яка розрахована на повосенну перспективу, має сприяти виявленню унікальності та конкурентних позицій готельно-ресторанного підприємства у мікро- та макросередовищі з позицій рівня розвитку, особливостей, структури ринку, балансу інтересів партнерів [3].

В довгостроковому періоді комплексна конкурентна стратегія готельно-ресторанного підприємства повинна вирішувати наступні задачі: визначення напрямків економічного розвитку і структурної перебудови при обмежених

ресурсах; сприяння прискоренню інтеграції економічної й соціо-культурної систем; контролінг зміни у зовнішньому середовищі; просування основних ідей трансформації ГРП, сприяючи їх розвитку та сприйняттю різними групами осіб, які зацікавлені в існуванні, функціонуванні і досягненню цілей підприємства.

В середньостроковому періоді стратегія вирішує такі задачі: висування на перший план проблем гнучкості та адаптації до змін зовнішнього середовища у повоєнній перспективі; сприйняття фірми як цілісної конкурентної системи, яка ідентифікує себе в композиції всіх елементів; використання ситуаційного підходу, у відповідності до якого реальні клієнти визначають рівень конкурентоспроможності і розвитку ГРП; визнання доцільності формування системи стратегічного управління рівнем конкурентоспроможного розвитку компанії; розробка внутрішньої фірмової системи параметрів і стандартів для визначення оптимального рівня конкурентоспроможності компанії; визнання базового значення та пріоритетності функціонування системи інноваційного управління для безпеки бізнесу; визнання соціальної відповідальності компанії перед суспільством та перед окремими покупцями базового продукту та сервісів.

В короткостроковому періоді стратегія ГРП повинна вирішувати такі задачі: знання, вивчення, аналіз фактів щодо показників ретроспективного аналізу, логіки розвитку подій в компанії і у зовнішньому середовищі, поведінки споживача, діагностики внутрішніх проблем надання послуг, дії зовнішніх чинників; прогноз перспективних цілей відносно показників при постійному контролі; розробка прогнозу і плану з реалізації потенційних можливостей комплексного готельно-ресторанного продукту і готельно-ресторанної компанії; організація ресурсів та технологій для раціонального використання в управлінні показниками; створення ефективних управлінських структур для забезпечення реалізації оперативних цілей готельно-ресторанного підприємства з досягнення планових показників; забезпечення координації й інтеграції діяльності служб та спеціалістів, що пов'язані з процесом виробництва кінцевого продукту.

Взагалі, розробка повоєнної конкурентної стратегії готельно-ресторанного підприємства повинна поєднувати й узгоджувати цілі, задачі, стратегії різних рівнів. Перспективними є дослідження зі створення механізму розробки digital-стратегії, яка має стати основою на шляху трансформації ГРП до smart-компанії.

Список використаних джерел:

1. Стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації : монографія / за ред. В. Зайцевої. Запоріжжя: ЗНТУ, 2018. 120 с.

2. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві: навч. пос./ С. Цвілій, Т. Кукліна, В. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.

3. Цвілій С. М., Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Автоматизація управління підприємством в умовах післявоєнного відновлення туристичного бізнесу. *Таврійський науковий вісник*. 2022. №13. С. 143–149.

4. Zaitseva V., Tsviliy S., Gurova D., Korniienko O., Mamotenko D. Postcoronavirus formation of tourist micro-business of the region on the basis of economic security. *Management, finance, economics: modern problems and ways of their solutions* : monograph. USA. Boston: Primedia eLaunch, 2021. P. 169–202.

5. Zaytseva V. M., Tsviliy S. M., Demko V. S., Klopov I. O., Kovalenko V. I. Internalization of the investment environment in the international tourism industry. *Apuntes del CENES*. Vol. 43. № 78. 2024. Pp. 91–123. DOI: <https://doi.org/10.19053/uptc.01203053.v43.n78.2024.16971>.