

УДК 338.488.2

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ МЕНЕДЖМЕНТУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

*Н.Павленчик
Львівський державний університет
фізичної культури*

У процесі створення продукту, незалежно від виду галузі, відбувається взаємодія між керівниками і працівниками, самими працівниками, працівниками й засобами виробництва тощо. Їх характер, рівень і тісні відносини обумовлені видом робіт і складністю технологічного процесу, під час якого виконується велика кількість різних і окремих операцій. Їх чисельність залежить від технології виробництва певного виду продукту, що своєю чергою зумовлює технічний розподіл праці між різними підрозділами підприємства та окремими працівниками. Усі виробничі операції і роботи з виробництва певного продукту виконуються в певній послідовності. Деякі з них є не лише суміжними, а й взаємопов'язаними й зумовленими. Чітке дотримання послідовності, ритмічності й безперервності їх виконання досягається шляхом налагодження внутрішньогосподарських відносин як між окремими працівниками і підрозділами самого підприємства, так і зовнішніми – обслуговувальними підрозділами на основі дієвого менеджменту.

Менеджмент існує завжди під час управління колективом, підрозділом, конкретним об'єктом, галуззю, економічною системою. При цьому для кожного із рівнів управління формується специфічна сукупність об'єктивних умов та наявний є характерний суб'єктивний чинник. Менеджмент як категорія і наука про управління сучасною організацією виробництва застосовується майже в усіх сферах, галузях і напрямках діяльності і не є винятком для сфери ресторанно-готельного бізнесу.

В економічній і науковій літературі простежуються різні підходи до розуміння і тлумачення поняття «готельно-ресторанний бізнес». Так, науковець В. Степаненко сутність готельно-ресторан-

ного бізнесу окреслює як «особливий сектор економіки, створений завдяки сукупності юридичних підприємств і фізичних осіб – підприємців, є специфічною суспільною формою виробництва в умовах ринку та виконує функції формування конкурентного середовища ... з насичення ринку товарами і послугами...» [2, с. 4]. Зокрема В. Черковець вважає, що готельно-ресторанний бізнес це «... сектор економіки, що є сукупністю інституційних одиниць суб'єктів – резидентів (підприємств, організацій, домашніх господарств), які беруть участь в економічній діяльності на економічній території країни упродовж тривалого терміну (не менше ніж рік), що мають схожі економічні цілі, функції та поведінку» [3, с. 51]. За результатами досліджень Ю. Опанашука готельно-ресторанний бізнес є сукупністю технологій і пов'язаних між собою елементів, що взаємодіють у часі та просторі, утворюють складну динамічну систему [1, с. 5].

Ми вважаємо, що менеджмент готельно-ресторанного бізнесу доцільно розглядати як імплементацію управлінських рішень у діяльність працівників, на основі формування раціональних організаційно-трудова відносин, за допомогою сукупності принципів, методів, засобів і форм управління, спрямованих на надання якісних послуг і продуктивне використання наявних ресурсів.

На відміну від інших видів, де стимулом у досягненні мети здебільшого виступає конкретно економічний результат, менеджмент у готельно-ресторанному бізнесі є особливим проявом, мотивує формування відносин у потребі або наданні послуг безпосередньо чи безконтактно та ґрунтується на комплексному застосуванні економічних, законодавчих, адміністративних та моральних засобів і методів як на рівні організацій, установ, підприємств, так і окремих суб'єктів.

Важливою функцією діяльності менеджменту готельно-ресторанного бізнесу є постійний моніторинг і аналіз керівниками готелю того, як виконують працівники посадові інструкції, встановлення фактів відхилення у роботі, їх аналіз, критичне оцінювання та прийняття відповідних заходів. У реальному ланцюгу виробничої діяльності кожний із учасників є самоменеджером, який організовує, здійснює і контролює виробничі відносини, що спрямовуються на досягнення мети – надання якісних послуг і одержання задоволення споживача.

Особливістю менеджменту в готельно-ресторанному бізнесі є відображення його суттєвих властивостей у формуванні стійких відносин у діяльності підприємства, у результаті гармонізації управління усіх ієрархічних рівнів категорії менеджерів від організаторів виконання окремих видів робіт, керівників структурних підрозділів до керівників підприємства. У такий спосіб формується начебто управління двома системами – на рівні підприємства як управління цілісною структурою і зв'язками між окремими елементами, так і на рівні окремих суб'єктів безпосередніх виконавців. Це зумовлює необхідність функціонування як стратегічного менеджменту, що покликаний на основі диверсифікації послуг забезпечити формування й ефективне використання виробничого потенціалу підприємства, так і оперативного, який на основі розроблених тактичних і оперативних заходів, а інколи і спонтанно прийнятих рішень, реалізовує стратегії розвитку підприємства.

Для оперативного менеджменту у виробничих умовах, коли діють різні суттєві внутрішні і зовнішні чинники як позитивного, так і негативного характеру, властивими є використання ситуативного підходу у вирішенні проблеми. Це зумовлює вибір методів і підходів управління, які мають відповідати загальній тенденції розвитку підприємства й ефективності його стратегії. У цьому сенсі особливістю менеджменту в готельно-ресторанному бізнесі є підвищена увага і вимоги до формування відносин координації діяльності усього персоналу, що сприяє створенню сприятливого клімату для рівноправного партнерства з надання послуг клієнтам. Лише за умов координації відносин між усіма працівниками й підрозділами готелю можна забезпечити якісне проживання, харчування, екскурсійне та транспортне обслуговування. У зв'язку з цим, особливістю субординації відносин, що проявляються між окремими підрозділами або їх працівниками, які виконують спільну роботу, але безпосередньо не є підпорядкованими один одному й мають однакові права у виконанні колективної практики, є те, що вони мають стати такими, які існують між підлеглими працівниками окремого підрозділу та їхнім безпосереднім керівником. Тому зростання рівня формування відносин координації між окремими підрозділами має стати чи не найважливішим завданням та умовою поліпшення роботи менеджменту готельно-ресторанного

бізнесу. Саме наявні досконалі відносини субординації сприяють формуванню іміджу та зростанню ефективності діяльності підприємства.

Особливістю менеджменту в готельно-ресторанному бізнесі сьогодні є формалізація й відображення в нормативно-правових, розпорядних, рекомендаційних, інформаційних, довідкових та інших засобах його реалізації, що спрощує управлінські рішення та вивільняє певну частину персоналу. Саме тому виникає потреба введення нових професій, що суттєво змінюють зміст праці обслуговувального персоналу з вимогами підвищення їх освітнього рівня, професіоналізму, духовної культури і ввічливості, як необхідної умови ефективного реалізації особистості.

Список використаних джерел:

1. Опанащук Ю. Я. Формування системи послуг в готельно-му господарстві України : автореф. дис. ... канд. екон. наук: [спец.] 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Ю. Я. Опанащук. – Львів : ЛКА, 2009. – 22 с.

2. Степаненко В. О. Організаційно-методичне забезпечення залучення позикових ресурсів малими підприємствами в промисловості : автореф. дис. ... канд. екон. наук: [спец.] 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / В. О. Степаненко ; Харків. нац. екон. ун-т. – Харків, 2009. – 19 с.

3. Черковец В. О содержании понятия «реальный сектор экономики» и роли материального производства / В. О. Черковец // Российский экономический журнал. – 2001. – № 11/12. – С. 51.