

ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОГО ЇЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Графська Орислава Іванівна

д-р. екон. наук, доцентка кафедри готельно-ресторанного бізнесу
*Львівський державний університет фізичної культури
ім. Івана Боберського, Україна*

Цільник Олег Ярославович

аспірант 2-го курсу
Львівський університет бізнесу та права, Україна

У період нестабільної економічної ситуації як в Україні, що зумовлена повномасштабною війною в теперішній час, а ще раніше – всесвітньою пандемією Covid-19, так і економічною кризою в усьому світі через пандемію Covid-19, розуміємо, що для досягнення у діяльності підприємств сфери гостинності позначки безбитковості потрібна правильна стратегія в управлінні галуззю.

Стратегія управління – це процес оцінки зовнішнього середовища, формулювання організаційних цілей, ухвалення рішень, спрямованих на створення та утримання конкурентних переваг, здатних забезпечити бізнесу прибуток у довготерміновій перспективі [1].

Варто зазначити, що саме процес економічної стратегії починається з оцінки ситуації зовні і всередині суб'єкта господарювання, вироблення можливих напрямів застосування певних технологічних підходів, вибору якнайкращої із запропонованих альтернатив і розробки ґрунтового тактичного плану.

Аналізуючи умови стратегії управління, варто звернути увагу на передумови та історичні факти, які існували. Так, передумовою для розуміння того, що стратегічне управління повинно ґрунтуватися на об'єктивних наукових засадах, стала опублікована в 1911 р. книга Фредеріка Тейлора «*Принципи наукового управління*». Проаналізувавши коротко основні її цитати, можна зазначити, що Ф. Тейлор на конкретних прикладах показав можливість зростання продуктивності праці в кілька разів шляхом стандартизації інструментів і методів виконання робіт та шляхом спеціалізації управлінської діяльності [2]. Аналізуючи доробки Анрі Файоля, зазначимо, що у 1916 р. він публікує працю «*Загальне і промислове управління*» (фр. «*Administration Industrielle et générale*»), де систематизує основні функції управління, основні принципи управління та основні елементи управління. Зокрема, ще в той час наведена класифікація з певними доповненнями та уточненнями використовується і в наш час [3].

Вивчаючи роботу підприємств сфери гостинності, можемо зазначити, що формування економічної стратегії в сфері гостинності є ключовим етапом для досягнення конкурентоспроможності та сталого розвитку підприємств цієї галузі. Специфіка сфери гостинності, яка включає готелі, ресторани, кафе, туристичні агентства, вимагає глибокого розуміння ринкових тенденцій, високої реактивності до змін та стратегічного планування.

Представимо основні аспекти формування економічної стратегії для сфери гостинності (див. рис. 1).



Рис. 1. Формування економічної стратегії для підприємств сфери гостинності

✓ Ринковий аналіз. Однією з перших складових аналізу є вивчення ринкових умов. Це включає дослідження попиту та пропозиції, конкурентоспроможності учасників ринку та тенденцій споживчого попиту. Здійснення SWOT-аналізу дозволяє ідентифікувати сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, що допомагає у формуванні стратегічних рішень.

✓ Фінансовий аналіз – це аналіз фінансового стану суб'єкта господарювання, є критичним етапом. Оцінка прибутковості, ліквідності та стабільності дозволяє ухвалювати обґрунтовані рішення щодо витрат, інвестицій і фінансового планування. Ретельний аналіз сезонності дає можливість враховувати коливання у прибутковості та ефективно планувати роботу під час пікових періодів.

✓ Маркетинговий аналіз включає в себе визначення цільової аудиторії та розробку стратегій залучення нових клієнтів, є важливим для успішної експлуатації в галузі гостинності. Маркетингові дослідження, аналіз інструментів продажу та рекламні кампанії допомагають визначити ефективні методи просування та підвищення свідомості бренду.

✓ Оптимізація операцій – управління ефективністю операцій, що є необхідним елементом формування стратегії. Оптимізація бізнес-процесів, використання трудових ресурсів та впровадження інноваційних технологій підвищують продуктивність та забезпечують конкурентоспроможність.

✓ Стратегічне планування – це розробка довготермінових стратегій розвитку, враховує ринкові та технологічні тенденції. Формулювання місії, визначення стратегічних цілей та побудова плану дій є необхідними елементами, щоби підприємство могло адаптуватися до змін та досягати довготривалого успіху.

✓ Управління якістю зосереджене на забезпеченні високої якості послуг, є визначальним для задоволення клієнтів. Аналіз стандартів обслуговування, впровадження систем контролю якості та реакція на зворотний зв'язок клієнтів, які допомагають в управлінні якістю та утриманні лояльності [4].

Отже, аналізуючи вищенаведене, зазначимо, що аналіз формування економічної стратегії підприємств сфери гостинності є складним та комплексним процесом, що вимагає глибокого розуміння ринкових умов. Ефективний аналіз сприяє адаптації підприємства до змін, підвищує його конкурентоспроможність і сприяє стабільному фінансовому розвитку. Ретельне врахування всіх аспектів, починаючи від ринкового середовища та закінчуючи управлінням якістю, дозволяє підприємствам

сфери гостинності адаптуватися до змін економічних умов, споживчих уподобань і технологічних інновацій. Також важливо розуміти, що аналіз економічної стратегії має бути регулярним процесом для суб'єкта господарювання. Галузь гостинності чутлива до змін у суспільстві та економіці, тому важливо постійно оновлювати стратегії відповідно до нових вимог та реалій. За умов успішної реалізації економічної стратегії для сфери гостинності підвищується відсоток ефективності її розвитку та функціонування.

Список використаних джерел:

1. Стратегія управління // Вікіпедія: вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Стратегія_управління
2. Fredrick Winslow Taylor «The Principles of Scientific Management» [Архівовано 13 жовтня 2011 р. у Wayback Machine.], Ф. Тэйлор «Принципы научной организации труда» [Архівовано 7 січня 2010 р. у Wayback Machine.
3. Max Weber «Wirtschaft und Gesellschaft»; Макс Вебер. «Господарство і суспільство» // Макс Вебер. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика. – К., 1998. – С. 67-82. Архів оригіналу за 19 січня 2018 року. Процитовано 11 січня 2018 р.
4. Артеменко Л. П., Гук О. В., Жигалкевич Ж. М. Реалізація стратегії розвитку підприємства: синергетичний підхід. Інвестиції: практика і досвід. 2009. № 19.