

**Лук'яненко Ю.М.**

Студентка, Миколаївський  
міжрегіональний інститут розвитку  
людини ВНЗ «Університет "Україна"»,  
м. Миколаїв

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Тенденції сучасного розвитку економічної ситуації в Україні характеризуються високим динамізмом, активізацією структурних зрушень на користь сфери послуг, загостренням конкурентної боротьби. Такі явища, як комплексність, взаємодоповнюваність та взаємопричинність процесів у зовнішньому середовищі обумовлюють необхідність наукового пошуку нових механізмів і методів стратегічного управління, стрижнем якого є стратегія розвитку підприємства.

Питанням теорії та практики формування стратегії присвячені праці провідних учених: І. Ансоффа, І.О. Бланка, В.О. Василенка, Х. Віссеми, В.М. Геєця, П. Друкера, М.М. Єрмошенка, В.Г. Герасимчука, У. Кінга, М.І. Круглова, Ф. Котлера, А.А. Мазаракі, Г. Мінцберга, Н.К. Моїсеєвої, А.П. Наливайка, В.В. Пастухової, М. Портера, А.А. Томпсона та інших.

В умовах трансформаційних змін недостатньо дослідженою є проблема формування стратегії розвитку підприємств сфери послуг. До цього господарського сегмента належить ресторанне господарство, яке розглядається здебільшого як перспективне з точки зору прибутковості й динамічності розвитку.

Сучасний стан господарювання вітчизняних підприємств ресторанного господарства характеризується нестійкими тенденціями розвитку, що в основному обумовлюється нестабільністю зовнішнього середовища, неузгодженістю процесів, які відбуваються всередині підприємств та не адекватному ринковим вимогам управлінню господарською діяльністю. Для забезпечення ефективного функціонування підприємств ресторанного господарства виникає необхідність наукового обґрунтування стратегій їх розвитку. Формування стратегії розвитку підприємств ресторанного господарства повинна базуватися на комплексному та системному підході до вирішення проблем взаємоузгодження і збалансування

їх розвитку з зовнішнім та внутрішнім середовищем.

Вітчизняним підприємствам ресторанного господарства в сучасних економічних умовах притаманний екстенсивний шлях розвитку при загальних деклараціях про необхідність переходу до інтенсивних складових зростання. При такому шляху розвитку зміни у даній сфері діяльності відбуваються в основному без істотного поліпшення результатів господарювання, тобто характер змін є поступовим і характеризується ототожненням стратегії розвитку з пасивним реагуванням підприємств на поточні зміни у зовнішньому середовищі.

Складність формування стратегії розвитку полягає у тому, що при різних теоретико-методологічних підходах цей процес розглядається з конкретної позиції, а саме, формування стратегії як: процес осмислення; формальний процес; аналітичний процес; процес передбачення; ментальний процес; процес, що розвивається; колективний процес; реактивний процес; процес трансформації. Однобічність трактувань обумовлює змістовні інтерпретації поняття «стратегія» підприємства за різними ознаками. У зв'язку з цим необхідно узагальнити позицій щодо формування стратегії підприємств за парадигмами стратегічного управління: стратегічної раціональності (процес формування стратегії має прескриптивний –вказівний, нормативний характер) і стратегічної поведінки (процес характеризується дескриптивним – описовим спрямуванням).

Враховуючи різноманітність стратегій, слід зазначити, що одним з найбільш коректних підходів до формування стратегій розвитку є ієрархічний, який відображає рівні управління підприємства та характер взаємозв'язку із зовнішнім оточенням. Процес формування стратегії розвитку підприємства розглядається з цих позицій як послідовна операціоналізація на загальну, ділову (бізнес-стратегію) та портфель функціональних субстратегій. При цьому суттєвим моментом є використання теорії ситуаційних факторів.

В процесі формування стратегії розвитку ресторанного господарства домінуючим елементом повинно бути стратегічне мислення, яке спрямовує підприємство до постійного творчого пошуку, втілення новаторських ідей в усіх аспектах діяльності.

Суттєвий вплив на розвиток підприємств також має сукупність факторів макро-, мезо- та мікросередовища. Підприємства ресторанного господарства вони відіграють неоднакову роль і можуть впливати на його діяльність позитивно, негативно або залишитися нейтральними. Комбінаційний склад чинників, їх варіації, вагомість та інтенсивність впливу залежать від цілей підприємства, організаційної структури, виробничих і комерційних зв'язків.

Запровадження принципово нового напрямку діагностування підприємств ресторанного господарства за форматами господарської діяльності у поєднанні з багатоступеневим аналізом факторів дозволить отримати методичний апарат для аналітичної оцінки і обґрунтування імператив у процесі формування стратегії розвитку підприємств готельного господарства.

Отже, структурне реформування економіки України на користь галузей невиробничої сфери обумовлює необхідність наукового обґрунтування стратегії розвитку підприємств ресторанного господарства в умовах ринкового середовища.

Напрями розвитку підприємств ресторанного господарства повинні визначатися через призму спроможності їх адаптації до вимог зовнішнього середовища. Тому основним змістом формування стратегії розвитку підприємств ресторанного господарства є визначення перспективних напрямів господарської діяльності на основі постійного моніторингу підприємницького середовища, органічного оволодіння стратегічним мисленням і методами управління, розрахованими на перспективу.