

це торкається і менеджменту, споживачі потребують змін - працівники змушені вдаватися до змін. Це ті проблеми, які тримають сферу гостинності в постійній напрузі.

В результаті зростання в областях технології, інновацій та глобалізації впродовж останніх років у всьому світі, фахівці з управління людськими ресурсами повинні бути ефективнішими та готовими до змін. Крім того, менеджери з управління кадрами повинні безперервно навчатись та розвиватись.

У зв'язку із розвитком глобалізації, інновацій та технологій, впродовж останніх двох десятиліть, критерії оцінки якості менеджера з управління людськими ресурсами невпинно зростають. Для того, щоб йти поряд із часом сучасним менеджерам необхідно постійно вдосконалювати свої навички та теоретичні знання, вивчати мови та культури, для того, щоб бути в тренді та передати свій досвід підлеглим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Глобальна економіка: підручник. за заг. ред. Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник. Київ: КНЕУ, 2015. 588 с.
2. Лук'яненко Д. Г., Поручник А. М., Столярчук Я. М. Міжнародна економіка: підручник. Київ: КНЕУ, 2014. 762 с.
3. Полоз С.А., Яцун А.В. Світовий досвід професійного розвитку персоналу на підприємствах. Наукова конференція 17 квітня 2014. Кіровоград: КНТУ, 2014. 883 с.
4. Sparrow, Paul R. Globalisation of HR at Function Level: Exploring the Issues Through International Recruitment, Selection and Assessment Processes., 2006. 35 p.

*Поворознюк І. М., канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри технологій та організації туризму
і готельно-ресторанної справи,
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини,
м. Умань, Україна*

ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ПІД ЧАС КРИЗ

Усім нам відомо, що будь-яка економічна, політична криза веде до збільшення ризиків, загострення конкуренції та погіршення фінансового стану багатьох підприємств, що працюють у сфері гостинності. Крім зовнішніх факторів, криза готельного та ресторанного бізнесу часто спровокована слабкою системою управління підприємствами, неадекватними взаємовідносинами зі споживачами та управлінням доходами.

На сьогодні криза охопила всі підприємства індустрії гостинності. Розробка оптимізованого плану розвитку є основним завданням для виживання підприємств індустрії гостинності за умов несприятливої економічної кон'юнктури. Проблема розвитку готельного та ресторанного бізнесу в період

економічної кризи стала актуальним завданням для власників цих підприємств як на національному так і міжнародному ринках. Причиною таких змін стали пандемія та її наслідки, війна в Україні.

Несприятлива економічна кон'юнктура, яка склалася сьогодні, змушує керівників готельних та ресторанних підприємств переглянути стратегію розвитку, а саме оптимізувати свою діяльність за рахунок скорочення витрат і застосування маркетингових інструментів. Ті підприємства, яким вдається знизити витрати без втрати якості послуг, найбільш затребувані та конкурентоспроможні в умовах кризи.

Функціонування підприємств індустрії гостинності залежать від зовнішніх факторів, глобалізаційних процесів, науково-технічного прогресу, новітніх сучасних технологій, які докорінно змінюють модель поведінки споживачів, їх переваги, а також умови функціонування підприємств.

На даний момент формуються нові умови та тенденції, які багато в чому визначають ефективність та конкурентоспроможність готелів та ресторанів в умовах кризи.

Так до сучасних тенденцій розвитку підприємств індустрії гостинності слід віднести:

- сервісизацію економіки;
- глобалізацію та інтеграцію готельного та ресторанного бізнесу;
- облік особливостей туристичного потоку;
- глибоку персоніфікацію обслуговування та повну концентрацію на запитах та потребах споживачів;
- розвиток нових типів та класів готелів та ресторанів;
- розвиток роботизованої техніки та використання інфрачервоних датчиків;
- впровадження інноваційних програмних продуктів;
- розвиток мобільного маркетингу та орієнтованість на покоління «міленіум».

Ефективність функціонування готельного та ресторанного підприємства у кризовій ситуації на нашу думку, повинно полягати у сукупності бізнес-процесів, обліку внутрішніх та зовнішніх факторів впливу на кризову ситуацію, а також постійній оцінці ефективності існуючої стратегії на рівні організаційної структури, маркетингу, системи управління підприємства в цілому [2]. Також, ефективним інструментом, який дозволить готельному та ресторанному бізнесу подолати турбулентність, є активне використання цифрових технологій.

У наш час управління кризою повинно стати важливою частиною адаптаційної стратегії для підприємства, будучи ефективним інструментом контролю, попередження та отримання знань про загрози готельному чи ресторанному бізнесу та володіти ситуацією і розуміти як керувати ринковою нестабільністю.

Аналіз поточного та перспективного стану справ при кризовому управлінні повинен складатися з послідовних етапів:

- з аналізу ситуаційних даних щодо розвитку готельного чи ресторанного підприємства (включаючи фінансовий, комерційний та маркетинговий аудит);
- з можливих наслідків кризи для підприємства;
- з необхідних дій для виходу із кризи;
- з потенційних факторів ризику цих дій;
- з терміну реалізації антикризових заходів.

Також слід зазначити, що зараз діє багато програм, спрямованих на підтримку та відновлення окремих сфер економічної діяльності в країні. Так, наприклад, за підтримки Міжнародної організації з міграції (МОМ) – Агентства ООН з питань міграції в межах проекту «Розвиток МСП: економічна інтеграція внутрішньо переміщених осіб та відновлення бізнесу», який фінансується Міністерством економічного співробітництва та розвитку Німеччини (BMZ) через Німецький банк розвитку (KfW) проводиться конкурс грантів для підтримки мікропідприємств та самозайнятих осіб. Першочергово такий грантовий проект націлений на підтримку та відновлення суб'єктів індустрії гостинності та готельного господарства, суб'єктів ресторанного бізнесу і громадського харчування [1].

Одним із найважливіших факторів споживчої атрактивності та конкурентоспроможності підприємств готельного та ресторанного господарства особливо у кризовий період, виступає якість послуг, що визначає рівень споживчої привабливості компонентів обслуговування на основі їх відповідності очікуванам стандартів.

У кризовий період надзвичайно важливим повинно стати правильне визначення та облік різноманітних ціннісних факторів, що стосуються підприємств індустрії гостинності, а також їх споживачів та контрагентів. За умов правильного підходу до реалізації антикризової адаптаційної стратегії підприємства індустрії гостинності отримають можливість проведення інноваційних перетворень та подолати кризу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Новий конкурс грантів МОМ для мікропідприємств та самозайнятих осіб. URL: <https://gurt.org.ua/news/grants/78174/> (дата звернення: 21.01.2023)
2. Поворознюк І. М. Формування та реалізація антикризового управління на підприємствах індустрії гостинності в період пандемії COVID-19 *Економіка та суспільство*. 2021. №29. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/552/530>