

передбачає обґрунтований вибір, для конкретного розглянутого часового періоду, цілей і завдань розвитку, груп і спеціалізації працівників; здійсненні постійного підвищення кваліфікації працівників з врахуванням «виробничої» потреби (існуючої і прогнозованої) підприємства або його структурних підрозділів тощо. Керівники виробничої організації повинні розробляти та реалізовувати стратегію розвитку персоналу, враховуючи специфіку даного процесу, оскільки це дасть можливість досягти поставлених підприємством цілей в області розвитку персоналу, а також, отримати соціальну та економічну ефективність. Соціальна ефективність виражається в поліпшенні якості персоналу, економічна – в прирості результативності його праці. На підприємстві необхідно забезпечити взаємозв'язок і взаємообумовленість не тільки корпоративної стратегії та стратегії управління персоналом, але й узгодженість стратегії управління персоналом і стратегії його розвитку. За таких умов, формування стратегії розвитку персоналу є основою для прийняття стратегічних і оперативних рішень.

1. Балабанова Л.В. *Стратегічне управління персоналом підприємства: навч. посіб.* / Л.В. Балабанова, О.В. Стельмашенко. – К.: Знання, 2011.– 236 с. 2. Апенько С.Н. *Стратегическое управление персоналом в динамичной среде функционирования организаций: монография* / С. Н. Апенько, А. Ю. Коньшунова. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2007. – 325 с. 3. Маслов В.И. *Стратегическое управление персоналом в условиях эффективной организационной культуры: учебник* / В.И. Маслов. – М.: Издательство «Финпресс», 2004. – 288 с. 4. Дериховська В.І. *Взаємозв'язок розвитку персоналу та стратегії управління персоналом [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: http://businessinform.net/pdf/2013/7_0/341_347.pdf

УДК 640.41.011.4:658“312”

Н.М. ГОБЛИК-МАРКОВИЧ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанної справи,

Г.В. ФЕДЬКО

магістр,
Мукачівський державний університет, м. Мукачеве, Україна

СУЧАСНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

В сучасних умовах соціально-економічної нестабільності в нашій країні однією з провідних проблем для вітчизняних підприємств сфери готельно-ресторанного господарства є пошук нових методів організації та управління, які б дали можливість забезпечити не тільки виживання, а й посилення позицій підприємств на ринку послуг. Швидкозмінне бізнес-середовище спонукає підприємства галузі модернізувати систему стратегічного управління та адаптувати її до умов ринкового середовища. Для вирішення цього завдання необхідно використовувати сучасні методи управління, які спрямовані на розробку та реалізацію управлінських рішень з найменшими економічними затратами стосовно розвитку підприємства готельного господарства.

Серед науковців, що у своїх працях досліджували економіку управління у готельному господарстві, можна виокремити Мальську М.П. [1], Яковлева Г.А. [2], Кузнецову Н.М. [3] та ін. Та актуальним залишається питання дослідження сучасних, модернізованих напрямів управління в даній галузі, що є важливим для розвитку економіки країни загалом.

За словами Мальської М.П., управління готельними підприємствами - важливий вид професійно-здійснюваної економічної діяльності, направленої на досягнення мети

підприємства шляхом раціональної організації матеріальних, трудових, інформаційних ресурсів із застосуванням принципів, функцій і методів управління [1].

Метою управління сучасним готельно-ресторанним комплексом повинно бути завоювання та утримання конкурентних позицій у середовищі сфери гостинності. Для досягнення цього необхідно забезпечити рентабельну діяльність шляхом задоволення потреб цільового сегменту споживачів у якісному продукті підприємства готельного господарства. Тому, на нашу думку, необхідним є комплексний підхід до управління підприємством, що передбачає вирішення системи наступних завдань:

–побудова раціональної організаційної структури управління, що адаптована до вимог ринку;

–ефективне формування та управління кадровим потенціалом підприємства;

–формування та розвиток унікальної матеріально-технічної бази підприємства готельного господарства;

–інноваційна організація процесу виробництва та обслуговування в готельно-ресторанному господарстві;

–широке використання сучасного маркетингового інструментарію у просуванні на ринок продукту підприємства готельного господарства.

Більшість науковців, в тому числі і Яковлев Г.А., в організації управління готельним підприємством виділяються такі підходи:

- процесуальний - передбачає управління як безперервний процес взаємопов'язаних управлінських функцій;

- системний - при такому підході готельне підприємство розглядається як поєднання взаємопов'язаних елементів - людських ресурсів, структурних підрозділів, технології, управлінських рішень, які зорієнтовані на досягнення різних цілей в умовах змінного зовнішнього середовища;

- ситуаційний - передбачає застосування різних методів управління згідно обставин, що формуються у середовищі гостинності. Середовище гостинності є мінливим, перебуває під постійним впливом внутрішніх і зовнішніх чинників, що зумовлює зростання найбільш ефективного у певній ситуації методу управління [2].

Та, на нашу думку, специфіка управління підприємством індустрії гостинності полягає втому, що найбільш конкурентоспроможними в ринковому середовищі є комплексні підприємства готельно-ресторанного господарства, до управління яких необхідно підходити системно. Сутність такого управління полягає в поєднанні процесу управління готелем, рестораним підприємством та іншими інфраструктурними складовими з кінцевою метою пропонування ефективного, рентабельного та комплексного продукту готельно-ресторанного комплексу. При цьому, стратегічні цілі управління передбачають оптимальний розподіл цілей та завдань між структурними підрозділами і конкретними працівниками підприємства та їх поєднання в реалізації загальної мети прибуткової діяльності підприємства галузі готельно-ресторанного господарства.

Формування раціональної організаційної структури управління готельно-ресторанним комплексом є доцільним та оптимальним в тому випадку, коли всі складові структурні підрозділи взаємодоповнюють основний процес виробництва та надання готельного обслуговування та забезпечують його ефективну реалізацію. Максимальна ефективність управлінської діяльності досягається за рахунок надання комплексного конкурентоспроможного продукту, системи послуг у бізнес-середовищі гостинності.

В сучасних умовах господарювання, на думку Кузнецової Н.М., економічну ефективність підприємства, його фінансовий стан, успіхи та можливості у виконанні розробленої програми економічного і соціального розвитку та управління відображають основні якісні показники – прибуток і рентабельність. В умовах ринкової економіки, з переходом готелів на самофінансування, будь-яке підприємство може існувати тільки за

умови прибуткової, рентабельної діяльності. Готельне підприємство своїми грошовими ресурсами має забезпечити всю свою експлуатаційну діяльність, розвиток і технічні вдосконалення матеріально-технічної бази, соціальне та матеріальне заохочення працівників [3].

Також слід відмітити, що за умов швидкого розвитку та зміни ринку готельних послуг особливого значення набуває врахування факторів, що найбільше впливають на ефективність управління підприємством готельного господарства. Серед них можна виділити такі наступні групи, як: загальноекономічні, культурні, психологічні, соціально-демографічні та групу, яка враховує особистісні риси споживачів готельних послуг [4].

Отже, реалізація ефективного управління підприємством готельного господарства можлива за умови розробки та використання системного підходу до управління діяльністю, що спрямований на досягнення мети діяльності підприємства в довгостроковому періоді.

1. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія і практика: підручник для студ. ВНЗ/ М.П. Мальська, І.Г. Пандяк. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 470 с. 2. Яковлев Г.А. Економіка готельного господарства: навчальний посібник / Г.А. Яковлев. - М: Видавництво РДЛ, 2006. - 328 с. 3. Кузнецова Н.М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства: навч. посібник / Н.М. Кузнецова. – К. Видавництво ІТ, 1997. – 173 с. 4. Ремеслова О.Л. Методичний підхід до визначення корпоративної стратегії підприємства готельного господарства / О.Л. Ремеслова // Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. праць. – Донецьк: ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського, 2009. – Вип.27. – Т.1. – С. 218-226.

УДК 346.544.4:005.936.3

Т.В. ГОГОЛЬ

викладач,

Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне, Україна

ПРОБЛЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАХИСТУ БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема забезпечення захисту майна, охорони інтелектуальної власності й комерційної таємниці, підтримки іміджу та економічної стійкості стають все більш важливими для функціонування підприємства.

Головним фінансовим інтересом підприємства виступає зростання його ринкової вартості, яке залежить від іміджу та марки (бренду). Саме бренд є нематеріальним активом підприємства, що дозволяє збільшувати додану вартість товару, підвищувати його конкурентоспроможність і є не менш важливим економічним результатом ефективної роботи підприємства, ніж обсяги отриманого прибутку [1]. Створення та управління брендом у період формування власних товарів потребує належного захисту.

Назва марки (бренду) – це назва товару, яка автоматично потрапляє під офіційний захист, коли регулярно використовується на відкритому ринку тільки своїм власником. Але офіційна реєстрація надає бренду більше прав в усіх країнах де ведеться бізнес власника. Першою в світі зареєстрованою торговою маркою була марка британського пива Bass – червоний трикутник. Права на неї регулярно підтверджуються з 1876р. [2].

У США права, що пов'язані з торгівельними марками та брендами, захищає Закон про торгові марки (1946р.) У Великобританії відповідний закон вийшов в 1994р., який систематизував попередні акти і підігнав їх під стандарти Євросоюзу. Країни Європи, Азії та Латинської Америки мають власні системи захисту товарних марок, які дуже відрізняються. Міжнародна реєстрація торгових марок та брендів проходить відповідно до Мадридської угоди (1891р.), яку було оновлено в 1989р. [3]. При реєстрації брендів підприємств кожна з цих систем вимагає попередньої перевірки на наявність можливих



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>