

УДК [005.93:640.432-027.553]:614.46

О.В. ФЕЄР

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами,

І.В. ХИМИНЕЦЬ

магістр спеціальності 073 «Менеджмент»,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ВІТЧИЗНЯНИМИ ЗАКЛАДАМИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ КАРАНТИНУ

Впровадження карантину в Україні суттєво вплинуло на діяльність більшості суб'єктів бізнесу. Якщо в одних це призвело до дистанційної роботи (як правило вдома), то для інших це призвело до повного або часткового призупинення роботи (підприємства сфера послуг).

Суттєво обмежувальні заходи вдарили по закладах ресторанного господарства, які здійснюють виробничо-торговельну діяльність: виробляють і (або) довиготовують, продають і організовують споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, можуть організувати дозвілля споживачів. Система закладів ресторанного господарства – це сукупність наступних типів закладів: ресторан, кафе, кафетерій, закусочна, бар, їдальня, буфет, фабрика - заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня, ресторан за спеціальними замовленнями (catering).

Масштаб проблеми можна представити наступними цифрами. Згідно інформації Державної служби статистики в Україні станом на 01.01.2019 рік кількість закладів ресторанного господарства 6170 підприємств. Кількість зайнятих працівників 87567 осіб, з них найманих працівників 86242 осіб. Станом на березень 2020 року більшість цих підприємств закрито або перейшли застосування адресної доставки їжі(за наявності відповідного коду для здійснення такої економічної діяльності згідно класифікатора КВЕД).

Саме такі моменти є індикатором ефективності управління закладами ресторанного господарства. Швидкість, оперативність і креативність та нестандартність управлінських рішень є способом мінімізації втрат та уникнення банкрутства і як наслідок закриття бізнесу.

Отже, менеджери підприємства повинні продумати і прийняти рішення з метою реалізації альтернативні сценарії розвитку власного бізнесу в умовах запроваджених карантинних заходів, серед яких можна виділити наступні:

- адресна доставка їжі(за наявності відповідного коду для здійснення такої економічної діяльності згідно класифікатора КВЕД або за відсутності внести відповідні зміни до Єдиного Державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань);
- самовиніс (замовлення і оплата онлайн, клієнт забирає їжу сам);
- розвивати кур'єрську доставку, шляхом тимчасового перепрофілювання своїх працівників у кур'єри;
- пропозиція нових страв, які не були притаманні закладу раніше (піца, суші);
- продаж напівфабрикатів власного виробництва;
- здійснювати ефективні маркетингові заходи через соціальні мережі;
- онлайн кулінарні курси від шеф-кухара;
- тимчасово перетворити підприємство ресторанного господарства в магазин роздрібною торгівлі продуктовими товарами і паралельно залишити адресну доставку їжі;
- тощо.

Вибір запропонованих або інших варіантів залежить від місця знаходження підприємства ресторанного господарства, його потужностей, платоспроможності населення регіону тощо. Власники можуть прийняти рішення про тимчасове закриття закладу харчування і використати цей час на зміну (вдосконалення) концепції закладу, вдосконалення меню, підвищення кваліфікації своїх працівників, що по завершенню карантину забезпечить йому конкурентні переваги на ринку.

УДК 658.3:005.73

Г.А. ХАРЧЕНКО

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту ім. проф. Й.С. Завадського,

В.С. КОТ

студент спеціальності 073 «Менеджмент»,
Національний університет біоресурсів і природокористування України,
м. Київ, Україна

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Нині організаційна культура виступає досить потужним стратегічним інструментом. Це дає можливість об'єднати всі підрозділи підприємства та їх співробітників навколо єдиної визначеної мети. З однієї сторони, це загальноприйняті усіма співробітниками норми та цінності, уявлення та підходи до постановки задач, з іншого це певний соціальний клімат та необхідна атмосфера, а також домінуючі стилі поведінки та різні форми відносин. Формування та ефективний розвиток організаційної культури надає можливість підприємству виокремитися на функціонуючому ринку, стати несхожим на своїх конкурентів. Саме тому цей процес так важливий для сучасного бізнесу [1; 3].

Проведеним дослідженням встановлено, що загальноприйняті цінності та відповідні норми, що формують організаційну культуру підприємства, дозволяють вирішувати завдання: внутрішньої інтеграції (надає можливість взаємодіяти в колективі); зовнішньої адаптації (встановлює взаємозв'язок із зовнішнім середовищем), а також здійснюють відповідне спрямування діяльності організації. Разом з цим, одним з головних завдань організаційної культури можна вважати мотивацію і підтримання іміджу. Вони здатні підсилити залученість співробітників, підвищити їх лояльність, сформувати певні уявлення щодо організації як усередині неї, так і в зовнішньому середовищі [2; 3]. При цьому, зауважимо, що формування організаційної культури підприємства, як правило, має на меті прогнозування, планування і стимулювання бажаної поведінки персоналу. Найчастіше всі спроби впливу на соціально-психологічні аспекти поведінки закінчуються зіткненням штучно впроваджуваних норм з реальними цінностями колективу. Щоб уникнути подібної ситуації, важливо діяти послідовно і не намагатися впровадити прогресивну філософію за короткий термін.

До елементів організаційної культури традиційно відносять традиції і звичаї організації, її ціннісні орієнтації, філософію, прийняті стилі керівництва, символіку, діловий етикет і практичний досвід досягнення цілей. Проведеним дослідженням встановлено, що етапами формування організаційної культури є рис 1.

В теорії управління існує чотири основних підходи до формування організаційної культури: внутрішній, в основі якого лежить вибір місії, організації; когнітивний, який спрямований на розвиток і навчання персоналу; символічний, що орієнтований на зовнішніх проявах організаційної культури; стимулюючий підхід, який базується на формуванні системи мотивації персоналу в організації [3].



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/>