

Література:

1. Romat Y. Algorithm of Forming the Category Management in the Diy Market Segment /Biliavska Y , Romat Y. *Montenegrin Journal of Economics*. Vol. 14, No. 3 (2018), 099-112.
2. Сысоева С., Бузукова Е. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент. СПб.: Питер, 2011. 288 с.

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ВІТЧИЗНЯНОГО РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ

Федяченко А.Ю.

*Науковий керівник: Цвілий С.М., к.е.н., доцент
Національний університет «Запорізька політехніка»*

Організаційна система розвитку ресторану, в якій успішно проводяться зміни, повинна володіти деякою структурною нестійкістю. Кожен новий рівень траєкторії руху має свою тривалість і простір параметрів, що забезпечують сталість системи, яка є адекватною її потенціалу. Управління змінами, тобто технологічно-організаційними структурними перетвореннями за принципом попередження критичних факторів, становить сутність процесу самостійної підтримки розвитку ресторанного комплексу та визначає структуру, елементи і механізм управління ними. В основі лежить прагнення ресторану забезпечити різноманіття реакцій адекватними різноманіттю зовнішніх факторів впливів.

Невід'ємною частиною контуру управління закладом ресторанної сфери, як соціально-економічною системою, є сучасна людина (активний елемент), що обумовлює специфічні властивості системи управління. До таких специфічних властивостей системи управління сучасним ресторанним комплексом [1]:

– унікальність. Властивість не можна застосувати до ресторанного підприємства, як будь-яку типову (стандартну) процедуру управління. Застосування технологій вимагає врахування особливостей об'єкту управління;

– відсутність формальної мети. Формулювання мети є складним процесом. Особливо це стосується економічної і соціальної мети в умовах коронавірусної дії, які постійно знаходяться у протиріччі;

– непередбачуваність поведінки системи у конкретних умовах. Мінливі умови обумовлюють появу певної «свободи». При загальній спрямованості стратегії окрема дія залежить від значної кількості ситуаційних чинників;

– здатність адаптуватися до умов, що змінюються. Ця властивість проявляється не тільки по відношенню до зовнішніх та внутрішніх факторів, що порушує нормальне функціонування системи, але і до власне управлінських впливів що проявляється, наприклад, в у збільшенні термінів реалізації ресторанного продукту, здроженні робіт, зниженні прибутку.

Розвиток сучасного ресторанного підприємства вимагає переосмислення бізнес-ідеї та шляхів її реалізації в коронавірусних умовах. Зміни в технології, продукції, створення нових ринків ведуть до зростання цінності інновації для

покупців і споживачів, забезпечують їх лояльність і, тим самим, обумовлюють додаткові потоки грошових коштів і можливості залучення ресурсів. Зростає вартість активів підприємства, і створюються можливості для розробки нових технологій і продукції, тобто утворюється «петля взаємного посилення». Але, при цьому існують обмеження на витрати, так званий «механізм замикання», який пов'язаний з генеруванням знань і формуванням компетентностей.

Крім того, ресторани є не тільки підсистемою таких систем, як «галузь», що зазвичай враховується дослідниками, а й інших екосистем, таких як [2]:

- продукція ресторану використовуються у комбінації з продукцією та послугами інших підприємств. При зміщенні фокусу бізнесу з виробництва продукції та надання послуг ресторану на забезпечення певного типу клієнта унікальною вартістю ця вартість має не послідовну, а мережеву структуру;

- створення вартості у клієнтоорієнтованому бізнесі здійснюється не за класичним ланцюгом цінностей, а за мережевою структурою, яка вбудована у відповідну бізнес-систему, в якій ресторанне підприємство є підсистемою;

- розробка нових векторів бізнесу здійснюється за безпосередньої участі сторонніх підприємств або використанні їх знань, досвіду, комунікацій, тощо;

- особливості економіко-географічного положення визначають місце ресторану в екологічній сфері, територіальному утворенні, дестинації, тощо;

- участь у соціально-благодійних програмах також обумовлює розгляд ресторанного підприємства як підсистему цієї сфери.

Такі умови визначають різноманіття факторів впливу на бізнес-процеси і принципи стратегічного управління ресторанним комплексом [3] та повинні забезпечувати його інноваційний розвиток. Реалізація стратегічного підходу до управління інноваціями в ресторанному базується на ефективному управлінні рухомим інформаційним полем, метою якого є формування систем знань, які, будучи ресурсом, забезпечують унікальну вартість конкретного ресторану.

Взагалі, різні види знань (явні і неявні, усвідомлені і неусвідомлені, різні за предметними галузями, значущістю, рівнем, тощо) та їх взаємозв'язок, вплив взаємодії і трансформації одного виду знань в інший (трансформуються неявні знання в явні, неусвідомлені знання одних індивідуумів – в усвідомлені й неусвідомлені іншими) утворюють динамічний потік знань. Перехід ресторану на новий якісний рівень вимагає нових знань, застосування до різних областей і сфер діяльності, причому швидкість цих процесів збільшується та визначається зовнішнім і внутрішнім оточенням. Під інноваційним розвитком ресторанного комплексу в умовах посткоронавірусної невизначеності макросередовища слід вважати таку траєкторію руху, за якою забезпечується зовнішня ефективність функціонування за допомогою здійснення системи змін різних форм, які обумовлені комбінацією основних факторів, як: нові технології; їх застосування в формі нових продуктів, послуг і процесів; нові ринки або їх окремі сегменти; нові організаційні структури управління, організаційний дизайн; нові підходи до управління. Зміни впроваджуються паралельно-послідовно і є продуктом функціонування системи знань вітчизняного ресторанного комплексу.

Література:

1. Карпенко А. Розвиток інтелектуальних активів людського потенціалу: теорія та практика: монографія. Запоріжжя : ФОП В. В. Мокшанов, 2018. 510 с.
2. Соколов А., Карпенко А., Василичев Д., Васильєва О. HR-менеджмент на інноваційних підприємствах: навч. посіб. Запоріжжя: Дике поле, 2016. 104 с.
3. Tsviliy S., Vasylychev D., Gurova D. Improvement of the qualification of small and micro-enterprise staff in the crisis conditions of business transformation. *Економічний вісник ДВНЗ «УДХТУ»*. Дніпро. 2020. №1(11)/20. С. 50-60.

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Фомін М.С.

Науковий керівник: Устіловська А.С., викладач

Харківський національний університет будівництва та архітектури

У теорії й практиці управління персоналом можна виділити чотири концепції, що розвивалися в рамках трьох основних підходів до управління – економічного, організаційного й гуманістичного. Виникнення й розвиток цих підходів зумовлений еволюцією ринкових відносин. При цьому всі підходи, у тій чи іншій мірі, залишаються актуальними й дієвими при вирішенні завдань управління персоналом для підвищення ефективності виробництва. Тому вивчення цих підходів з позиції відображення в них сутності персоналу, принципів і функцій управління є важливим при формуванні комплексного розуміння сучасної концепції менеджменту праці (табл. 1) [1].

Таблиця 1 – Еволюція підходів до управління персоналом підприємства

Підходи	Економічний підхід (кін. XIX – поч. XX ст.)	Організаційний підхід (сер. XX – кін. XX ст.)	Гуманістичний підхід (кін. XX – поч. XXI ст.)
Характер праці	Фізична, Низько кваліфікована	Автоматизована, потребує високої кваліфікації	Інтелектуальна, творча
Об'єкт управління	Людина як робоча сила	Людина як фактор виробництва	Людина як складний біо-психо-соціальний феномен
Методи управління	Економічні, адміністративні	Економічні, адміністративні	Економічні, адміністративні, соціально-психологічні
Фунуції управління	Контроль за кількістю та якістю праці. Заохочення та покарання працівників	Підбір персоналу. Оцінка персоналу. Планування кар'єри. Підвищення кваліфікації	Формування колективу працівників. Організація та управління відносинами в колективі. Створення необхідного організаційно-культурного середовища на підприємстві