

### **Список використаних джерел:**

1. Г. Минцберг Структура в кулаке: создание эффективной организации / Пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2004. – 512 с.
2. Питерс Т. Дж., Уотерман Р.Х. В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки. – М: Вильямс, 2008. – 560 с.
3. Глазьев С. Ю. Развитие российской экономики в условиях глобальных технологических сдвигов / С. Ю. Глазьев // Будущее России. Вызовы и проекты: Экономика. Техника. Инновации / под ред. Г. Г. Малинецкого. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – С. 19-96.

**Логвінова О.П.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
викладач,*

*Первомайський індустріально-педагогічний технікум*

### **УПРАВЛІННЯ РИЗИКОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Ризиковий характер діяльності притаманний всім ринковим суб'єктам, зокрема, підприємствам ресторанного господарства. Про наявність підвищеного ризику у діяльності підприємств ресторанного господарства свідчать оцінки інвестиційного банку Salomon Smith Barney, згідно яких в Європі до 45 % нових ресторанів змушені залишати ринок впродовж перших двох років функціонування [3]. Значна кількість банкрутств вітчизняних підприємств ресторанного господарства та тенденція до скорочення чисельності також є наслідками ризикового характеру їх діяльності [4]. Тому керівництву підприємств ресторанного господарства необхідно приділяти пильну увагу ризику, з яким пов'язане їх функціонування, та розробляти заходи щодо обмеження його негативного впливу на результати господарювання. Цього можливо досягти шляхом управління ризиком, яке передбачає послідовне дослідження чинників і видів ризику, якісний і кількісний аналіз і оцінку їх небезпеки, оцінку прийнятності для конкретного підприємства ресторанного господарства, розробку та реалізацію протиризикових заходів, контроль результатів управління ризиком тощо.

В сучасній теорії економічного ризику представлено загальні підходи щодо управління ризиком [1], але слід розглянути можливості їх застосування з урахуванням особливостей підприємства ресторанного господарства, виокремивши найістотніші чинники та види ризику,

характерні саме для цього виду діяльності, найпридатніші методи аналізу та оцінки ризику, найдієвіші методи його обмеження тощо.

Через складність і багатоаспектність діяльності підприємства ресторанного господарства кількість притаманних їй чинників ризику досить велика, а окремі чинники можуть взаємно підсилювати дію один одного.

Істотними чинниками зовнішнього середовища підприємства ресторанного господарства, які воно повинно враховувати у своїй діяльності, є посилення конкуренції, інфляційні процеси у національній економіці, зниження реальних доходів споживачів та відповідне зменшення попиту на продукцію підприємств ресторанного господарства, зміна його структури на користь більш низьких цінових сегментів і індивідуалізація, демографічні процеси в країні, законодавчі обмеження. За таких умов підприємства ресторанного господарства мають адаптуватися до змін, що відбуваються, коригуючи асортиментну та цінову політику, підвищуючи рівень якості сервісу, клієнторієнтованості та лояльності клієнтів.

Можлива також дія чинників несумлінної конкуренції та кримінальних дій (наприклад, підпалу та знищення будівель окремих закладів ресторанного господарства, крадіжок майна), протидії контактних аудиторій (наприклад, опір суспільних організацій створенню закладів ресторанного господарства певної тематичної спрямованості). Певною мірою протидіяти цим чинникам можливо шляхом страхування, ефективної взаємодії з контактними аудиторіями.

Протистояння у конкурентній боротьбі потребує інноваційних змін у діяльності підприємства ресторанного господарства шляхом впровадження нових та удосконалених видів продукції та технологій її виготовлення, нових форм організації ресторанного бізнесу (наприклад, фуд-корт, кейтерінг, демократичні та авторські ресторани та ін.). Це є засобом диверсифікації як напряму обмеження ризику в діяльності підприємства. Водночас інноваційні зміни потребують значних витрат на впровадження й також містять значний ризик, що включає комерційні, технічні, фінансові та інші складові.

Дефіцит власних фінансових коштів на ведення й розвиток бізнесу, складність залучення фінансових ресурсів із зовнішніх джерел, подорожчання енергоносіїв та продуктів харчування створюють фінансові труднощі у діяльності підприємств ресторанного господарства та стають однією з причин їх виходу з ринку.

Важливо враховувати ризики взаємодії з постачальниками, які забезпечують своєчасне надходження на підприємство достатньої кількості якісної сировини та товарів. Це має визначальний вплив на ритмічність виробничого процесу на підприємстві ресторанного

господарства, якість та безпеку готової продукції для споживачів. Для обмеження цих ризиків доречними є ретельний відбір постачальників і розподіл ризику під час укладання й підписання контрактних документів. Можливе використання диверсифікації постачальників і (або) створення додаткових резервів сировини, але ці засоби більш придатні для великих підприємств. Ризики неналежної якості сировини та готової продукції, так само, як і дотримання санітарних норм при зберіганні сировини та виготовленні й споживанні кулінарної продукції, можуть бути пов'язані з загрозою здоров'ю та життю споживачів, тому вони підлягають особливому контролю з боку співробітників підприємства та представників перевіряючих органів і регулюються відповідними нормативно-правовими актами.

Істотні внутрішні чинники ризику підприємства ресторанного господарства пов'язані з його кадровим потенціалом, оскільки співробітники залучені як до процесів з управління підприємством, до виготовлення продукції, так і до обслуговування клієнтів, маючи з ними безпосередній контакт. Компетентність та досвідченість керівництва підприємства ресторанного господарства забезпечують грамотність і обґрунтованість розробленої стратегії діяльності, що створює передумови для ефективної діяльності підприємства та зменшення фінансового ризику. Рівень кваліфікації та досвіду персоналу, особистих якостей співробітників визначають рівень якості продукції й сервісу та задоволення клієнтів, а, отже, й доходи та прибуток підприємства. Регулювання ризиків, пов'язаних з персоналом, можливе шляхом ретельного підбору кадрів, підвищення їх кваліфікації, впровадження різних мотиваційних заходів, ефективної координації та контролю дій персоналу, забезпечення дотримання комерційної таємниці тощо.

За результатами ідентифікації чинників і видів ризику проводиться його кількісний аналіз і оцінка. Найпридатнішими методами аналізу й оцінки ризику на підприємстві ресторанного господарства є експертні методи, які дозволяють отримати кількісні оцінки фахівців у цій галузі щодо можливої небезпеки встановлених чинників ризику, та слугують основою для оцінки його прийнятності та розробки заходів з обмеження ризику.

Отже, підприємство ресторанного господарства зазнає постійного впливу сукупності взаємопов'язаних чинників ризику, врахування та регулювання яких створює передумови для успішного функціонування підприємства на ринку та забезпечення його сталого економічного розвитку.

### **Список використаних джерел:**

1. Донець Л.І., Шепеленко О.В., Баранцева С.М., Сергєєва О.В., Веремейчик О.Ф. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків. Навч. посіб. / За заг. ред. Донець Л.І. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.

2. Краснокутська Н.С. Стан та перспективи розвитку ресторанного господарства України / Н.С. Краснокутська, О.П. Ткаченко, О.Д. Тімченко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis\\_64.exe](http://irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe).

3. Портал електронних засобів масової інформації для підприємців «Ділова преса» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.businesspress.ru/newspaper/article\\_mId\\_39\\_aId\\_43741.html](http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mId_39_aId_43741.html).

4. П'ятницька Г., Григоренко О., Найдюк В. Розвиток ресторанного господарства в Україні: структурні трансформації, фінансова стійкість підприємств, прогнози. – Економіст, № 11, листопад, 2013. – С. 37-45.

**Лямець І.А., Віняр І.І.**

*студенти,*

*Науковий керівник: Свідерська А.В.*

*кандидат економічних наук, старший викладач,*

*Хмельницький національний університет*

## **ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «КРАСИЛІВСЬКИЙ МАШИНОБУДІВНИЙ ЗАВОД»**

Впровадження нового товару є головною формою адаптації підприємства до швидко змінюваних чинників ринкового середовища та підтримки її конкурентної позиції. Для топ-менеджменту підприємств стає необхідним планувати стратегію розвитку бізнесу в рамках конкретної ситуації. Іншими словами, об'єктивно варто виводити на ринок саме такий товар, який цілком задовольнить економічно ефективним чином потреби покупців. Метою даного дослідження було висвітлення необхідності формування маркетингової стратегії на підприємстві, проектування, розробка та виготовлення продукції, прийняття нестандартних рішень, впровадження спільно з замовником нових ідей та технологій на прикладі вітчизняного машинобудівного підприємства.

Стратегії маркетингу можуть бути різноманітними. Головне завдання для підприємства полягає в тому, щоб обрати найбільш вдалу з них для кожного ринку і кожного товару, тобто стратегію, яка відповідала б вимогам досягнення маркетингових цілей. Стратегія маркетингу показує з яким продуктом, на які ринки та з яким обсягом продукції необхідно виходити для досягнення поставленої мети [1, с. 585].

Виробництво нового товару в умовах економічної нестабільності є дуже ризикованим процесом і вимагає проведення ретельного аналізу ринку. Таким чином, діючи у таких умовах, виробникам для того, щоб створити продукт, який цілком задовольнить потреби споживачів