

Столярчук В. Н.

# СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

*Проанализированы возможности перспективного развития гостинично-ресторанного хозяйства. Определено, что для повышения его конкурентоспособности, необходимо учитывать скрытые потребности потребителя. Предложено при разработке стратегического планирования развития гостинично-ресторанной отрасли учитывать возможности программирования развития рынка, уделяя особое внимание явлению конвергенции.*

**Ключевые слова:** сфера услуг, гостинично-ресторанный бизнес, инновационная деятельность, стратегическое планирование.

## 1. Введение

Нововведения периодически коренным образом изменяют цивилизацию. Их отсутствие приводит к спаду жизненных циклов социально-экономических процессов [1, 2]. Современный мир характеризуется повышенной актуализацией множества проблем различного рода [3]. Экономический кризис и нестабильность в мире являются сигналом необходимости инноваций. Это требует от ученых и практиков новых полномасштабных изменений.

Потребность нововведений характерна как для экономики страны, так и для отдельно взятых отраслей [3]. Не является исключением и сфера услуг. Низкая конкурентоспособность гостинично-ресторанного бизнеса обусловлена целым рядом причин [4–8], которые препятствуют возможности удовлетворять на должном уровне потребности современного потребителя. Инновации в гостинично-ресторанном хозяйстве в большинстве случаев являются усовершенствующими, что обеспечивает возможность только лишь следовать за лидирующими отраслями [7, 8]. Такое положение гостинично-ресторанного хозяйства требует радикальных полномасштабных изменений, которые способны обеспечить возможность достижения лидерства на мировом уровне.

## 2. Анализ литературных данных и постановка проблемы

Анализ литературных данных и практики действующих гостинично-ресторанных предприятий показал, что их главной проблемой является несоответствие уровня услуг спросу на современном рынке [7, 8]. В своей деятельности большинство из них руководствуется направленностью на соответствие требованиям действующей нормативно-технической документации. Но практика показывает, что этого не достаточно для обеспечения конкурентоспособности на современном рынке. Как правило, показатели качества продукции и услуг лидеров намного выше общепринятых стандартов. Обеспечивается это учетом спроса на современном рынке во внутренних для предприятия нормативах. При этом существенное значение имеет возможность учитывать неожиданные

и кардинальные изменения потребностей современного потребителя [8].

Изучая перспективы развития гостинично-ресторанного хозяйства, автором данной работы было определено, что базисным является комплексный подход к решению его проблем [7, 8]. При этом надо учитывать не только оптимизацию параметров на входе (ресурсы, технологические параметры и т. п.), но и возможность изменения параметров выхода — потребностей рынка [8]. Резкие и частые изменения последних определяются быстрыми темпами научно-технического прогресса, уровнем развития современных технологий и техники, разнообразием и быстротой изменений потребностей современного потребителя.

Таким образом, возникает необходимость выявления и устранения причин низкой конкурентоспособности гостинично-ресторанной отрасли, рассмотрения возможностей реализации ее потенциала и разработки стратегии планирования достижения лидирующих позиций на мировом рынке.

*Цель статьи* — выявление возможности стратегического развития гостинично-ресторанной отрасли.

*Для достижения поставленной цели необходимо:*

- выявить причины низкой конкурентоспособности гостинично-ресторанной отрасли;
- рассмотреть возможности ее развития и достижения лидирующих позиций на рынке в будущем.

## 3. Результаты исследований возможности стратегического развития гостинично- ресторанной отрасли

Анализ деятельности современных предприятий гостинично-ресторанной сферы показал, что они зачастую руководствуются стремлением достижения оптимального уровня качества продукции и услуг [7, 8]. Это уровень, для которого минимальны общие затраты на производство и использование продукции (эксплуатацию, потребление) при определенных условиях. Этот показатель отображает большей степенью потребности производителей: снизить затраты, получая продукцию с определенными свойствами. Деятельность же в сфере услуг направлена на максимальное удовлетворение

потребностей гостя. При этом ситуация усугубляется способностью развития потребностей при насыщении. Возникает необходимость учитывать их экстенсивный и интенсивный рост. Таким образом, направленность деятельности на обеспечение показателей критерия оптимального уровня не приносит необходимого эффекта и является одной из существенных причин низкой конкурентоспособности гостинично-ресторанной отрасли.

Разработка стратегии инновационной деятельности и способов ее реализации составляют основу дальнейшего развития объекта. Как известно, новые знания являются важным источником генерации инновационных идей. При этом существенное значение имеет явление конвергенции — совпадение признаков независимых друг от друга явлений. С целью обеспечения его проявления в разрабатываемой стратегии следует рассмотреть некоторые аспекты развития современного знания в родственных сферах. В дальнейшем, используя методы инновационного прогнозирования, необходимо наметить возможные пути развития отрасли.

Современные ученые указывается на общность функций стратегического и инновационного менеджмента [1, 9]. Это обеспечивает их взаимопроникновение и взаимодополнение и служит обоснованием для полной интеграции в будущем. Отмечается также существенное влияние на этот процесс тенденций развития научно-технического прогресса. В связи с этим, этапы интеграции стратегического и инновационного менеджмента объединяют с поколениями развития научно-исследовательских и исследовательско-конструкторских работ (НИИКР) [1, 9, 10]. Нами проведено детальное их изучение с целью рассмотрения возможности стратегического планирования развития гостинично-ресторанной сферы с учетом эффекта конвергенции. Известно, что четвертый этап вышеупомянутой интеграции (1990–2000 г.г.) характеризуется НИИКР, которые учитывают технические возможности инноватора и потребности потребителя. Но при этом рассматриваются как существующие потребности, так и латентные (скрытые). Стратегический менеджмент предусматривает не только прогнозирование условий хозяйствования, но и формирование этих изменений. Инновационный менеджмент предусматривает использование потенциала предприятия для удовлетворения существующих и скрытых потребностей потребителя, формирование и стимулирование этих потребностей.

На современном этапе развития сложились тенденции перехода национальных экономик на инновационный тип. Сформировались объективные условия для интеграции этих типов управления. Возникает много вопросов, касающихся нового объединенного типа управления, требующих фундаментальных исследований. Кроме этого предполагается переход от управления к программированию стратегических инноваций. При этом рассматривается возможность создания компьютерных программ, способных решать задачи стратегического и инновационного управления. Будущее развитие событий на рынке более выгодно программировать — задавать ему определенный алгоритм, влияя на ситуацию, чем пассивно ожидать развитие событий. В связи с этим, внимание уделяется также стратегии проталкивания инноваций на рынок.

Анализ развития гостинично-ресторанного хозяйства указал, что оно характеризуется существенным отстав-

анием, сравнительно с другими отраслями. Деятельность предприятий отрасли ориентирована на потребности рынка [7, 8]. При этом большинство предлагаемых услуг обеспечивает только фактический спрос. Практически не учитывается возможность удовлетворения скрытых потребностей потребителя [8]. Инновации в отрасли имеют имитационный характер и обеспечивают только возможность следовать за лидирующими на мировом рынке отраслями. Вероятно, это и есть причиной более низкой на сегодня конкурентоспособности сравнительно с предприятиями других отраслей.

Такое положение гостинично-ресторанного хозяйства на мировом рынке требует от научных и практических работников радикальных инноваций. Они должны базироваться на фундаментальных достижениях науки, способных обеспечить стратегическое развитие отрасли. Результаты наших исследований указывают на целесообразность использования для этого принципов стратегического инновационного планирования. При этом целесообразным было бы учесть возможности программирования развития рынка в будущем с учетом эффекта конвергенции. Необходимо на современном этапе развития гостинично-ресторанной сферы запланировать это как цель и рассмотреть возможности влияния на изменения для ее обеспечения. Разработка детальных механизмов регулирования таких изменений является перспективой наших дальнейших исследований.

#### 4. Выводы

В результате проведенных исследований:

1. Определено, что низкая конкурентоспособность гостинично-ресторанной сферы обусловлена направленностью ее инновационной деятельности на удовлетворения фактического спроса на рынке.
2. Рассмотрено возможности реализации ее потенциала и повышения конкурентоспособности путем учета скрытых потребностей потребителя, их экстенсивного и интенсивного роста.
3. Выявлено целесообразность разработки управленческих решений отрасли методом стратегического планирования.
4. Определена необходимость при разработке стратегии планирования развития отрасли учитывать возможности программирования и влияния на изменения развития рынка с учетом эффекта конвергенции.

#### Література

1. Ілляшенко, С. М. Інноваційний менеджмент [Текст]: підручник / С. М. Ілляшенко. — Суми: ВТД «Університетська книга», 2010. — 334 с.
2. Василенко, В. О. Інноваційний менеджмент [Текст]: навч. посібник / В. О. Василенко, В. Г. Шматько. — Вид. 3-е, вип. та доп. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 440 с.
3. Збаржевецька, Л. Д. Інноваційна складова розвитку вітчизняних підприємств: аналіз ключових тенденцій [Текст]: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. / Л. Д. Збаржевецька // Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку. — Черкаси: Брама-Україна, 2014. — С. 117–121.
4. Бутенко, Л. Ю. Проблеми розвитку індустрії гостинності України на сучасному етапі [Текст]: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. / Л. Ю. Бутенко, Я. І. Захарченко // Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку. — Черкаси: Брама-Україна, 2014. — С. 19–22.

5. Кучин, С. П. Особливості та перспективи розвитку сфери послуг в Україні [Текст] / С. П. Кучин, Н. В. Сарматичка // Економіка та управління національним господарством. — 2011. — № 3(15). — С. 43–46.
6. Ресторанный бизнес Украины за 10 лет [Текст] // Ресторатор. — 2013. — № 1–2(100). — С. 60–62.
7. Капліна, Т. В. Перспективи підвищення якості продукції готельно-ресторанного господарства [Текст]: матеріали II Міжнарод. наук.-практ. конф. / Т. В. Капліна, В. М. Столярчук // Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку. — Черкаси: Брама-Україна, 2014. — С. 30–35.
8. Столярчук, В. М. Методологічні аспекти оцінювання якості продукції готельно-ресторанного господарства [Текст] / В. М. Столярчук // Технологічний аудит та резерви виробництва. — 2014. — № 3/5(17). — С. 45–47. doi:10.15587/2312-8372.2014.25367
9. Ілляшенко, С. М. Управління портфелем замовлень науково-виробничого підприємства [Текст]: монографія / С. М. Ілляшенко, О. М. Олєфіренко. — Суми: Університетська книга, 2008. — 272 с.
10. Коробейников, О. П. Интеграция стратегического и инновационного менеджмента [Текст] / О. П. Коробейников, А. А. Трифилова // Менеджмент в России и за рубежом. — 2001. — № 4. — С. 25–36.

**СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Проаналізовано можливості перспективного розвитку готельно-ресторанного господарства. Визначено, що для підвищення його конкурентоздатності, необхідно враховувати приховані потреби споживачів. Запропоновано при розробці стратегічного планування розвитку готельно-ресторанної галузі враховувати можливості програмування розвитку ринку, приділяючи підвищену увагу явищу конвергенції.

**Ключові слова:** сфера послуг, готельно-ресторанний бізнес, інноваційна діяльність, стратегічне планування.

*Столярчук Валентина Николаевна, кандидат технических наук, доцент, кафедра гостинично-ресторанного и курортного бизнеса, ВУЗ Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли», Украина, e-mail: w\_stol@mail.ru.*

*Столярчук Валентина Миколаївна, кандидат технічних наук, доцент, кафедра готельно-ресторанної та курортної справи, ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», Україна.*

*Stolyarchuk Valentyna, Poltava University of Economics and Trade, Ukraine, e-mail: w\_stol@mail.ru*

УДК 004.725.5

DOI: 10.15587/2312-8372.2014.32609

Смірнова А. С.

**ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ СИСТЕМНОГО АНАЛІЗУ В РОЗРОБЦІ МОДЕЛІ КОРИСТУВАЧА ІНФОРМАЦІЙНИХ МЕРЕЖ**

*Розроблюється модель користувача Інформаційних мереж як поганоформалізованого об'єкта. Розглянуті та проаналізовані методи кластерного аналізу та зростаючих пірамідальних мереж для побудови формалізованої моделі користувача Інформаційних мереж. Запропоновано використання методу q-аналізу для побудови математичної моделі та структури спільноти користувачів Інформаційних мереж відносно їх характеристик та отриманих в опитуванні даних.*

**Ключові слова:** інформаційні мережі, користувач, поганоформалізовані об'єкти, системний аналіз, пірамідальні мережі, q-аналіз.

**1. Вступ**

Завдання формалізації інформаційних мереж (ІМ) є актуальнішою в світі телекомунікаційних технологій, проте сучасне рішення її не може бути представлено на основі аналітичних розрахунків і прогнозування, як це було колись, а ґрунтується на моделюванні [1, 2]. Таким чином можна довести, що розробка моделі користувача ІМ є одним з складових у процесі формалізації ІМ, і є складним завданням, що може бути вирішена засобами системного аналізу і моделювання. Завданням, поставленим в роботі, є вибір сценарію системного аналізу, який дозволить вирішувати задачу побудови моделі користувача ІС як плохоформалізованого об'єкта.

Цим обґрунтовується актуальність проведення даних досліджень.

**2. Аналіз літературних даних і постановка проблеми**

Сформульована мета дослідження — підвищення ефективності і достовірності моделювання ІМ шляхом формалізації одного з найбільш важливих вхідних параметрів — моделі користувача цієї мережі.

Але проблема відсутності формалізованого опису головного фігуранта ІМ — користувача — залишається відкритою.

Задача, що поставлена в роботі, визначається як створення моделі користувача ІМ, і існує на межі сьомого рівня моделі ВВС і зовнішньої для ІМ середі.

Користувачі є джерелами і споживачами інформації, які використовують послуги ІМ, і створюють потоки повідомлень різного виду та призначення. Саме користувачі висувають до мережі вимоги щодо доставки та