

Вчасне визначення, аналіз та оцінка ризиків є важливими аспектами управління будь-якою сферою діяльності, особливо важливою є ця практика у контексті безпеки. При розгляді ризиків безпеки, важливо не лише ідентифікувати потенційні загрози, але й оцінити їхні наслідки та ймовірність настання. Ретельний аналіз дозволяє не лише приділити увагу найбільш важливим ризикам, але й розробити стратегії їхнього управління та запобігання. При цьому важливо враховувати поточні умови та спрогнозувати можливі зміни, що можуть вплинути на ризики у майбутньому.

Ефективна реакція на загрози передбачає розробку планів надзвичайних ситуацій та тренування персоналу щодо їх виконання. При цьому важливо мати механізми контролю за ситуацією, щоб оперативно реагувати на зміни та мінімізувати можливі збитки.

Загалом, управління загрозами є ключовою складовою успішного функціонування будь-якого підприємства чи проєкту, особливо коли мова йде про соціально-економічну безпеку.

Список використаних джерел:

1. Кучер Д. Менеджмент під час війни: стратегія управління для виживання та розвитку. URL: <https://mind.ua/openmind/20256930-menedzhment-pid-chas-vijni-strategiya-upravlinnya-dlya-vizhivannya-ta-rozvitku>(дата звернення: 14.05.2024).

2. Скибінська, З., & Ішук, Е. (2024). Формування моделі ризик-менеджменту у системі управління підприємством. Економіка та суспільство, (61). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-123>

УДК 642.59

*Харченко І.В., к.е.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ПЕРЕМОЖНІ СТРАТЕГІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В МІСТІ КРОПИВНИЦЬКОМУ

Метою дослідження даної статті є розгляд конкурентних стратегій ресторанного бізнесу підприємств в місті Кропивницькому, які в умовах досить жорсткої конкуренції проводять до успіху ресторани заклади. На даному етапі розвитку нашої економіки України готельно-ресторанний бізнес отримав значний поштовх в своєму розвитку. Створюється досить багато нових підприємств ресторанного бізнесу, таких як кафе і ресторани. Це викликано складнощами в економіці України і в її політичній ситуації на даний момент, власне кажучи, у війні, і тим що ресторанний бізнес є тим бізнесом, де вкладення досить швидко відшкодовуються.

Так, ми можемо побачити створення цілих мереж ресторанів, які мають свої характерні риси, які в даному контексті можна назвати конкурентними перевагами, тобто тими рисами, що дозволяють підприємствам, які працюють в умовах ринкової економіки, залучати і утримувати своїх споживачів. Класики

стратегічного менеджменту, формулюючи характерні риси конкурентної стратегії, говорять, що основними рисами цієї стратегії є два фактори – 1) широта ринкового сегменту і 2) як компанія намагається досягти конкурентної переваги – за рахунок менших цін або за рахунок диференціації. [1]. Описуючи різні конкурентні стратегії, класик стратегічного менеджменту професор гарвардської школи бізнесу Майкл Портер виділив їх три – 1) стратегія лідерства по цінам і витратам; 2) стратегія диференціації, і 3) стратегія фокусування. Не будемо описувати сенс кожної конкурентної стратегії вважаємо що зацікавлені розуміють про що йде мова. Як відомо, Майкл Портер визнавав спроби поєднати високу якість і менші ніж у конкурентів ціни- тобто те, що зараз називається стратегією оптимальних витрат і засновником якої є фірма Toyota – він визнавав таку стратегію помилковою і називав її «загрузнути на півдорозі або опинитися між двох стільців.» [1, ст. 58], і говорив про те, що дана стратегія приведе лише до проблем. Це пов'язано з тим, що реалізувати цю стратегію досить складно, можна сказати – дуже складно, хоча звучить вона і її лозунги дуже привабливо. В подальшому стратегія оптимальних витрат визнана такими відомими дослідниками стратегічного менеджменту як Стрікленд, Томпсон, Гембл і Пітерс [2]. Підручник цих авторів є класичним для вивчення стратегічного менеджменту у вищих навчальних закладах Сполучених Штатів Америки. Безумовно, там вивчаються і інші підручники, але цей підручник витримав дуже багато видань і найбільш розповсюджений серед всіх американських економічних вузів. Тому описання конкурентних стратегій даними авторами ми вважаємо за класичне формулювання.

Описуючи сенс кожної стратегії, в даному підручнику приділяється велика увага якості виробленої продукції. Тому, на погляд автора даних тез, формулюючи конкурентні стратегії, треба говорити про якість і ціну а не тільки про величину ринкового сегменту. Описуючи в подальшому загальну конкурентні стратегії, ми враховувати саме ці два показники- якість і ціну. Чому на даному етапі широкий розповсюдження отримало створення нових підприємств ресторанного бізнесу? На наш погляд це викликано тим, що ресторанний бізнес не вимагає дуже серйозних технологічних знань і навичок і складного дуже дорогого технологічного устаткування. Це перша причина, друга причина полягає в тому, що на наш погляд, економіка України на даний момент переживає етап повторного відродження. Першими і актуальними на даному етапі стають саме такі галузі, як торгівля гуртова і роздрібна, легка, харчова промисловість і інші, які не потребують складного технологічного устаткування і продукція яких є важливою для більшості населення. Також важливий момент – за кількістю послуг кафе і ресторанів Україна знаходиться на останніх місцях в Європі. А ці послуги користуються значним попитом у вільних демократичних країнах з відкритою економікою. «Для прикладу, в Європі в середньому на одне місце в ресторані (кафе, фаст-фуд) припадає вісім жителів, у Києві – 35, у Дніпропетровську – 40, у Львові – 25 жителів. Виходячи з цих даних, можна зробити висновок, що перспективи розвитку галузі в Україні чималі.» [7].

Існують різні переліки якостей продукції, яку треба оцінювати при визначенні якості наданих ресторанних послуг. Нас задовольняє такий перелік

ознак: соціальна адресність, культура обслуговування, якість продукції, надійність та доступність, інформаційність, номенклатура послуг.

В Україні оцінювання та контроль якості послуг закладів ресторанного господарства виконують за допомогою вимірювальних (аналітичний, фізико-хімічний, мікробіологічний, медико-біологічний), експертних (органолептичний) та соціологічних методів, затверджених в установленому порядку [3].

Існують багато досліджень де сформульована причини незадоволення якістю обслуговування в ресторанному об'єкті, наприклад таке;

«За результатами опрацювання інформації з книг відгуків визначено, що серед основних причин, які зумовлюють незадоволеність споживачів послуг, є: неякісне обслуговування (50%), повільне обслуговування (15%), недбале ставлення (10%), помилки під час виконання замовлення (9%), незадовільна якість продукції (8%), очікування вільного місця (6%), обраховування (неправильно визначена вартість замовлення) (2%)». [7]. Такий перелік причин незадоволення не задовольняє нас. Що означає недовільне обслуговування? Це термін дуже широкий – тут може бути і тривалий час очікування непривітна манера обслуговування, занадто голосна атмосфера, і незадовільна якість продукції (їжі), і неуважне рахування чеку.

На наш погляд, якість обслуговування в ресторані може бути визначена на підставі таких визначальних факторів: приємний інтер'єр, приязне обслуговування без обрахунків, якісна їжа та прийнятні ціни. Кожен з цих факторів важливий, але є більш важливі і менш важливі. На наш погляд, найважливішим фактором є якість їжі та її прийнятна ціна, інакше кажучи, стратегія оптимальних витрат при наданні головної послуги – їжі.

Особистий досвід автора в дослідженні роботи ресторанів міста Кропивницького це підтверджує. Найбільш ефективною стратегією на даний момент на наш погляд, є стратегія оптимальних витрат. Конкретно це означає – високоякісна їжа за прийнятними цінами, приязне обслуговування без обрахунків, приємний інтер'єр.

Особливо важливим фактором, на нашу думку є перший серед названих. Якщо аналізувати успішність роботи ресторанних закладів міста Кропивницького, то на нашу думку, саме така стратегія є найбільш ефективною. А головне – такою, яку намагається реалізувати менеджери більшості закладів. На думку автора, це правильний підхід. Це підтверджує ефективна робота багатьох новостворених ресторанів, наприклад «Кавказький двір», який, незважаючи на те, що він розташований далеко не в центрі міста, користується помітним успіхом, і погіршення становища інших закладів при порушенні умов цієї стратегії. З етичних міркувань ми не називаємо назви тих закладів, які, на нашу думку і за нашими дослідженнями, втрачають свою конкурентну позицію.

В центрі Кропивницького розташовані деякі ресторани і які мають прекрасний інтер'єр високу якість їжі чудове обслуговування. Якщо користуватись термінами стратегії то вони реалізують стратегію диференціації тобто дуже високоякісний продукт за відповідними цінами. Але за нашими спостереженнями вони не є занадто успішними, незважаючи на те що є певна частина містян, які легко можуть дозволити собі відвідувати дані заклади. Тому

ми не вважаємо таку стратегію на даному етапі розвитку нашого міста і економіки України занадто вдалою.

Список використаних джерел:

1. Портер Майкл Е. П. Стратегія конкуренції/Пер з англ.-К.Основи.1998, 390с.
2. Thompson A.A. Peteraf M.A. Gamble G.E. Strickland A.J. Crafting and executing strategy McGraw-Hill companies 2014, 800р.
3. Ткачова С.С. Конкурентні стратегії ресторанних мереж. Економічні науки / 6. Маркетинг і менеджмент.
3. URL https://www.rusnauka.com/23_NTP_2010/Economics/70486.doc.htm
4. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування в підприємствах ресторанного господарства : [підручник] / Н.О. П'ятницька. – К. : Київ. КНТЕУ, 2005.
5. Рябенька М.О. Оцінка якості послуг у готелях і ресторанах. Причорноморські економічні студії Випуск 52-2. 2020, с.46-51 http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb18_173.pdf
6. Крамарчук С.П. Методичні підходи до формування конкурентних переваг підприємства на засадах бенчмаркінгу. Менеджмент та підприємництво в Україні, Вип. , 2019, с.24-30
7. <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journalpaper/2019/dec/20448/kramarchuk.pdf>
8. Кукліна Т.С., Корнієнко О.М. Дослідження якості послуг у закладах ресторанного господарства. Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 11. 2016 с.416-419 https://tourlib.net/aref_tourism/voronjuk.pdf

УДК 657.631.8

Шалімов В.В., к.е.н., доцент

Донецький державний університет внутрішніх справ;

Андрощук І.І., к.е.н., доцент

*Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО АУДИТУ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ: SMART-РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ПОСТМОНІТОРИНГ

За даними платформи Open Budget в Україні станом на 01.01.2024 року функціонує 1079 бюджетів, з яких більше половини є бюджетами територіальних громад (625); інші місцеві бюджети представлені бюджетами сілрад (сіл) – 229, районними бюджетами – 136 [5]. Важливість державного фінансового аудиту місцевих бюджетів не викликає заперечень, оскільки він дозволяє встановити типові проблеми в управлінні публічними фінансами в ОТГ, а також сформулювати рекомендації щодо збільшення дохідної спроможності бюджету, підвищення ефективності управління бюджетними видатками, вдосконалення управління активами ОТГ, управління фінансами та організації внутрішнього фінансового контролю. Разом з тим, проведений аналіз кількості контрольних заходів в сфері місцевих бюджетів свідчить про дуже низьку кількість місцевих бюджетів, у яких проводився державний фінансовий аудит виконання місцевих бюджетів. Якщо в 2008 році (перший рік після запровадження відповідного