УДК 338.242.2

Е.О. Сіра, к.е.н., доц. кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства Ужгородського національного університету
М.В. Запольська
Ужгородський національний університет

НОВІ МОЖЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Sira E.O., Ph.D., Assoc. prof. of Department of Tourist Infrastructure and Hotel and Restaurant Management of Uzhhorod National University
Zapolska M.V.

NEW OPPORTUNITIES FOR ENSURING A SUSTAINABLE LEVEL OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN UKRAINE

Конкурентоспроможність підприємства готельно-ресторанного бізнесу визначається не лише такими основними показниками, як ступінь диференціації, задоволеності та лояльності відвідувача, але і конкурентоспроможністю по витратах. На сьогодні існує кілька типових проблем в управлінні ресторанним готельно-бізнесом: нерозуміння кінцевої мети створення ресторану чи готелю; недостатнє фінансування проекту; кадрова політика; некомпетентне управління [3]. На нашу думку, одним із способів виключення вище перелічених негативних факторів є побудова ефективних команд як у керуючій ланці, так і на рівні виконавців, що представляє собою одне з найбільш складних завдань управління. У готтельно-ресторанному бізнесі питання стратегічного й операційного управління тісно взаємопов'язані і не можуть розглядатися окремо. На сьогодні жорстку конкурентну боротьбу витримують лише ті готелі, котрі можуть запропонувати своїм клієнтам високоякісне обслуговування, а це неможливо без професійно підготовленого персоналу [2].

У 2008 р., у зв'язку з розвитком стрімких кризових явищ, у вітчизняній економіці спостерігалася тенденція уповільнення зростання числа відвідувачів, зміни їх переваг, виручки підприємств ресторанного бізнесу. Однак у даній ситуації не знижувалася важливість ресторанного бізнесу, що є важливим джерелом доходу і робочих місць. Разом з тим, на сьогодні в Україні відсутній серйозний ринковий досвід у ресторанній сфері та багаторічні традиції. Крім того, немає напрацьованої методичної бази, що змогла б допомогти успішно вести ресторанний бізнес. Ще одна складність полягає у тому, що для багатьох підприємців ресторанний бізнес розглядається лише як джерело одержання прибутку, що не вимагає великої уваги.

Березень 2020 року завдав підприємствам готельно-ресторанному ринку нових негараздів, у світлі світових подій був отриманий цілком очікуваний удар: через швидке поширення вірусу COVID-19, оголошеного пандемією, уряд України та керівництво окремих областей і міст прийняли різні запобіжні заходи, які тим чи іншим чином вплинули на різні види бізнес-сфери, включаючи також і ринок комерційної нерухомості зокрема. Однак готельно-ресторанний сегмент відчув негативні наслідки трохи раніше: інші країни вже зіткнулися з вірусом і почали боротьбу з його поширенням, у результаті, серед іншого, почалися перебої авіарейсів або зовсім їх скасування, відтік туристів через страх або неможливості подорожувати, анулювання бронювань у готелях. Згідно з дослідженням компаній Colliers International (Україна) і Vertex Hotel Group, економічні втрати готелів за період з 13 березня по 3 квітня 2020 року були відчутними, тобто первинний термін карантин можна обчислювати у мільйонах гривень. Найвищі цифри фіксують 5-зіркові об'єкти – 40% респондентів оцінюють втрати від трьох мільйонів гривень, 10% – від восьми мільйонів гривень. У 2020 році індустрія гостинності України пережила найбільший обвал за всю свою історію. Навесні попит впав на рекордні 90-95%. Готелі масово закривалися або

консервували частину номерного фонду, клієнти скасовували бронювання, відкриття курортних готелів переносили на червень-липень. Середнє завантаження готелів у 2019 році було на рівні 55-80%, однак зараз впало до рівня 5-10%. Проте, в Одесі сезон не можна було назвати провальним. Завантаження готелів Одеси у серпні 2020 року досягло 68%. Середній тариф готелів, розташованих біля моря в Аркадії і Ланжерону, доходили до 2919 грн., а готелі в центрі міста пропонували номери за 1700 грн. Зовсім інша ситуація у Львові. Він традиційно привертає українських та іноземних туристів, але влітку 2020 року місто недоотримало близько 60-70% гостей.

У даних умовах готельєри вдаються до скорочення годин роботи працівників, зниження оплати праці, когось відправляють в оплачувану або неоплачувану відпустку. Частина персоналу готельно-ресторанного комплексу переведена на віддалений формат роботи, а частина оформила відпустку за власним бажанням [1]. Втім, крім тотальної економії та відстрочки платежів є ще один спосіб пережити важкі часи – це шукати нові можливості, ніші, надавати послуги, які можуть користуватися попитом навіть у такий складний період. У зв'язку з цим, можна привести приклад зарубіжних ринків, де ситуація, можливо, не настільки критична, як в Україні, але все ж готельний сектор переживає помітне падіння попиту. Зі схожою ситуацією як український, так і світовий ресторанний бізнес не зустрічався ніколи раніше. Отже, і немає єдиних вироблених і перевірених ефективних рішень подолання кризи, немає єдиної стратегії роботи, яка підійшла б усім. Напрацьовані за попередні роки ситуації та статус кожного окремо взятого закладу, неперевершеність кухні, власні ноу-хау та навіть прихильність постійної клієнтури – все це, нажаль, відійшло на другий план. Зараз, особливо для тих закладів, які потрапили в "помаранчеву" і "червону" "зони", подальша доля залежить від гнучкості, швидкості та правильності рішень рестораторів та готельєрів. На відміну від цілого ряду інших країн, готельно-ресторанний сектор не отримав в Україні абсолютно жодної допомоги, підприємці залишилися наодинці з кризою.

Значний вплив на підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур ринку ресторанного бізнесу надає інститут держави. Не будучи ринковою структурою як такою, держава виконує функцію регулювання ринкових процесів. Варто впроваджувати механізм нівелювання впливу негативних чинників, що перешкоджають реалізації підприємницькими структурами сфери ресторанного бізнесу своїх функцій, що включає: реалізацію диференційованого підходу до вибору інструментарію державної підтримки ресторанного бізнесу та застосування багаторівневого комплексу заходів інституційного та організаційно-економічного характер; адаптацію та поширення нових для вітчизняного ринку форм і технологій організації ресторанного бізнесу в контексті розвитку його господарських зв'язків з місцевими партнерами.

Література:

1. Земліна Ю., Ліфіренко О. Тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні. Ресторанний та готельний консалтинг. Інновації. 2019. Том 2. №1. С. 121-131.

2. Лук'янов В. О., Мунін Г. Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування: навч. посіб. 2-ге вид. переробл. і допов. Київ: Кондор, 2012. 346 с.

3. Трегубов О.С. Особливості конкуренції в туризмі. Економіка і організація управління. 2016. № 2 (22). С.101-107.