

УДК 640

Гагалюк О.І., Стремецька Т.М.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО СЕРВІСУ УКРАЇНИ

Gagalyuk O., Stremetska T.

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE HOTEL AND RESTAURANT SERVICE OF UKRAINE

Візитною карткою міста чи курорту є вокзал... і готель. І якщо перший може бути так собі, то у другого або добре, або ніяк. У британців є приказка, що немає другого шансу створити перше враження. Тому готельний бізнес для його власників це скоріше про пристрасть, ніж про бізнес. Тут репутація означає все. В умовах високої конкуренції готелі зобов'язані гарантувати високі стандарти гостинності і відпочинку, адже гості голосують своїми грошима. Зрозуміло, що маленькі готельчики навряд чи будуть конкурентом Rixos чи Nayatt, але не обов'язково мати 5 зірок, щоб бути затишним місцем, де хотілося б зупинитися. Знайдуться готелі на всі можливості.

Для українських готелів неймовірно важкі часи. Жакхливий стрес для бізнесу. Як не COVID 19, який практично поставив галузь «на коліна», то війна, яка знищила цілі міста. В тилових і курортних містах галузь розвивається і розбудовується, адже громадяни, які втратили домівки, внутрішньо переміщені особи на перший час мають де зупинитися, відпочити, привести думки до ладу.

Епідемія COVID 19 була, свого роду, тестом на стресостійкість для готелів. Для виживання, колектив повинен був працювати креативно, придумувати послуги і різні сервіси: ресторанна їжа з доставкою тощо, допомагали вижити в скрутні часи. На даний час, готелі перебувають під постійним ризиком потрапляння під обстріл, адже значна кількість громадян може тимчасово проживати в готелях і ворог це знає. Виходячи з цього необхідно визначити фактори і способи, які дозволять не курортним готелям працювати і розвиватися. Як згадувалося раніше, у цій галузі висока конкуренція. Як правило, всі блага готелів розраховані здебільшого на гостей, а враховуючи сезонність попиту готель отримуватиме і сезонність доходів. Для того щоб збільшити прибуток і зменшити залежність від сезонності необхідно диверсифікувати ризики і почати працювати на місцевого клієнта. Ідея полягає в тому, щоб максимально надавати послуги місцевим клієнтам (ресторан, сауна, пральня, масажні та інші кабінети). Насправді, готельні комплекси і працюють як ресторани за замовленнями, часом пропонують зали для проведення конференцій і на цьому весь спектр послуг майже вичерпаний.

Отже, готельно-ресторанному бізнесу України потрібно використовувати креативні методи, для того щоб змогли максимально функціонувати готелі та ресторани і дуже важливо орієнтуватися, в наш час, на місцевого клієнта, могли задовольнити саме їх потреби. Адже різні цікаві ідеї, які будуть втілені при наданні послуг дозволять залучити, а не втратити клієнта. Одного разу і війна в Україні закінчиться і звичайно ж до нас буде великий потік туристів, і всі ці нові підходи, які будуть використані в індустрії гостинності зараз, посприяють ще більше в отриманні прибутків та економічному розвитку готельно-ресторанних підприємств в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Пушка О.С., Абрамова А.Г., Мирошник Ю.А. Сучасні напрями розвитку креативних готелів та барів в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 50. С. 170–173.