

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ДЛЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Кирилюк О.М., ст. викл.

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Сучасний готельно-ресторанний бізнес перебуває під впливом як зовнішніх, так і внутрішніх змін. Ці зміни змушують підприємства гостинності шукати нові стратегії, інструменти, методи управління.

Через військовий стан та припинення міжнародного та внутрішнього пасажирського сполучення привели до суттєвого падіння туристичних потоків і зниження заповнюваності закладів гостинності. За результатами анкетування, яке проводила Європейська бізнес-асоціація на початку 2024 року, 47% підприємств працюють у повному обсязі, 50% бізнесу здійснюють діяльність частково чи з певними обмеженнями [1].

Так, український бізнес зазнав значних потрясінь. Але він продовжує адаптуватись до умов війни і змушений реагувати, і приймати необхідні антикризові заходи для мінімізації збитків. Для його розвитку є актуальними процеси об'єднання та інтеграції закладів гостинності, формування нових форматів управління.

Власники підприємств гостинності вдаються до комплексних заходів, щодо зменшення збитків, а саме:

- виведення з експлуатації номерного фонду та знижки на спеціальні пропозиції;
- зміни цін. Зростання цін на паливо, на продукти харчування спричинило підвищення цін і на послуги готельно-ресторанного бізнесу;
- зміни в форматі, а саме заклади гостинності переорієнтовуються на заклад швидкого харчування, стрітфуд, самовивіз, доставка їжі;
- зменшення маркетингових бюджетів.

Отже, основні стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу повинні бути направлені на подолання бізнес-ризиків. Для того, щоб реалізувати стратегічний потенціал, український бізнес повинен зосередитися на таких стратегічних напрямках, як:

- впровадження заходів з економії коштів без шкоди для якості послуг для підтримки прибутковості в період зниження попиту;
- посилення заходів безпеки та захисту;
- підтримка відкритої та прозорої комунікації з споживачами і гостями закладів гостинності, надаючи інформацію про заходи безпеки

та операційний статус;

-розроблення надійного плану комунікації для вирішення проблем клієнтів;

-урізноманітнення таких послуг як доставка їжі, тематичні вечори, бронювання онлайн;

-проведення рекламних акцій у співпраці з місцевим бізнесом, або міжнародними організаціями;

-взаємодія з місцевими громадами завдяки спеціальним заходам, або спонсорству, залучення місцевих клієнтів;

-необхідність створення сприятливих умов для розвитку туризму в Україні, щоб залучати більше туристів;

-цифрові інновації (онлайн, інтернет, вебсайти, безконтактні послуги);

-підтримка та навчання персоналу (добробут персоналу, проведення тренінгів, перепідготовка працівників для виконання різних ролей для управління операціями в умовах скорочення штату або зміни вимог);

-постійне оцінювання ефективності стратегій, аналіз ринкових тенденцій.

Таким чином, враховуючи запропоновані елементи стратегічного розвитку готельно-ресторанного бізнесу України дозволить йому стати одним із провідних секторів економіки країни.

Розвиток стратегічного потенціалу готельно-ресторанного бізнесу вимагає тонкого балансу між зменшенням ризиків, адаптацією та впровадженням інновацій. Будучи гнучкими та узгоджуючи стратегії з новими можливостями, підприємства гостинності можуть долати виклики та напрацьовувати стратегічні напрямки відновлення і зростання, коли умови будуть кращими.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>. (дата звернення 12.03.2024).

2. Framework convention on tourism ethics. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-a23_10_unwto_framework_convention TN. PDF (дата звернення 10.03.2024).

3. Practical Guide to Tourism Destination Management. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284412433/> (дата звернення 10.03.2024).