

УДК 338.48

Кіпибіда Л.О.
студентка гр. БРмз-61
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя

ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Враховуючи воєнний стан, кризову ситуацію, готельно-ресторанний бізнес зазнає значних трансформацій, що пов'язані не лише з жорсткими умовами виживання, а й процесом глобалізації та інтеграції світового ринку. За умов, що створились, сфера гостинності та готельно-ресторанний бізнес зокрема потребують впровадження новітніх технологій та науково-технічних досягнень. Але незважаючи на наведені вище проблеми, готельно-ресторанний бізнес є досить популярним, тому має високий рівень конкурентності і відповідно вимагає поліпшення якості обслуговування та урізноманітнення послуг для залучення більшої кількості гостей. На сьогодні у ресторанному господарстві успішно працюють тільки ті підприємства, які вносять зміни в організацію своєї діяльності, вдосконалюють продукцію, її якість і харчову цінність, рівень обслуговування, ведуть боротьбу за залучення нових і утримання постійних споживачів, шукають найбільш перспективні сегменти і намагаються задовольнити потреби споживачів, які постійно зростають. Останнім часом в Україні з'явилися так звані вільні або креативні простори, які часто називають себе «коворкінгами», «некафе» або «smart cafe». Вони можуть розташовуватися в центрі міста або в офісних центрах. Основна концепція таких закладів – безкоштовно все, крім часу. Ці заклади працюють за системою «все включено» (відвідувач платить не за їжу та напої, а за час) і є нерухомістю нового формату, яка спеціально пристосована для фрілансерів, стартаперів, ІТ-підприємців та маркетологів. Коворкінг – це модель роботи, коли працівники залишаються вільними і незалежними, і використовують вільний простір для своєї діяльності. Займатися своїми справами вони можуть у коворкінг-центрах або у креативних просторах, винайнявши робоче місце на місяць, день або декілька хвилин.

З появою в Україні традиції повноцінного сімейного відпочинку почали активно розвиватися заміські ресторани, особливо на ключових трасах. Формат заміських ресторанів передбачає: ресторан, готель на 15-25 номерів (одна будівля або будиночки), мангал, дитячий майданчик, звіринець, басейн, автостоянка. 2023 рік буде роком виживання для ресторанного бізнесу. Про ріст, масштабний розвиток нема чого і думати принаймні до осені. За цей час зачиниться ще близько 10% закладів. Виживуть успішні та гнучкі, які вчасно змінять формат, ціни чи локацію. За 2022 ріст цін у ресторанах склав 30-40%, що співпадає з цифрами росту продовольчих цін. Це звузило коло споживачів для більшості закладів і додало популярності вуличним дешевим точкам. З'явилась нова цікава аудиторія – військові. Якщо потрапляють до ресторану, їдять багато, люблять м'ясо, не капризують. Найбільш популярними форматами у 2022-2023 рр. є: шаурма, стріт-фуди, пивні точки, ресторани-коворкінги, кав'ярні, пекарні, заклади біля дому, dark kitchen, доставка, напівфабрикати, кулінарія та щось особливе – емоції або просто проста смачна їжа. Отже, підводячи підсумки, можна стверджувати, що на сьогодні діяльність підприємств готельно–ресторанного бізнесу здійснюється в складних політичних та соціально–економічних умовах.

Фактори, відповідальні за майбутній розвиток індустрії гостинності, що подані нижче, формуються як на загальних трендах гостинності, так і на трендах, що є реакцією на пандемію коронавірусу, воєнне становище, а також сучасну світову політичну кризу та пов'язані зі змінами у поведінці клієнтів. До тенденцій в індустрії гостинності слід віднести наступні:

- безпека та гігієна: тренд став особливо важливим з появою ковіду, оскільки світ пристосовується до вірусу та зусиль, спрямованих на стримування поширення. Ця концепція є пріоритетною для готелів, ресторанів, барів та кафе;

- безконтактні платежі: тренд на зменшення контактів та підвищення противірусної безпеки. Поява таких сервісів, як Apple Pay і Google Pay, покращує взаємодію з клієнтами;

- голосовий пошук і голосове управління: використання голосового

пошуку стає дедалі більш поширеним серед клієнтів, які шукають і бронюють готелі та ресторани. Окрім цього, голосове управління дає змогу безконтактно взаємодіяти з пристроями у готельних номерах, покращуючи враження від перебування для гостей;

- постачання їжі та напоїв додому: тренд на прийняття телефонних та онлайн-замовлень, швидке доставлення та пропонування безконтактної доставки. Надає клієнтам можливість насолоджуватися чимось схожим на ресторанний досвід удома;

- роботизація у готелях та ресторанах: автоматизація посідає значне місце у списках трендів індустрії гостинності. Наприклад, у готелях роботів можна використовувати для надання швидких відповідей на запитання клієнтів, навіть коли персонал недоступний, чи використовуватися для прибирання номерів. Водночас ресторани потенційно можуть використовувати роботів для обслуговування страв;

- тури віртуальної реальності: віртуальна реальність надає можливість потенційним гостям готелю чи відвідувачам ресторану відчувати, яким буде їх оточення, не виходячи з дому. Це може мати вирішальне значення для клієнтів від етапу планування до фактичного здійснення візиту;

- мобільна служба реєстрації: тренд пов'язаний переважно з готелями та іншими формами розміщення, однак мобільна реєстрація може допомогти клієнтам скористатися перевагами самообслуговування та зробити прибуття частиною унікального клієнтського досвіду;

- місцевий досвід: інший напрямок в індустрії гостинності – це бажання туристів або мандрівників насолодитися місцевими враженнями. Багато мандрівників хочуть відчувати автентичний спосіб життя у локації, яку вони відвідують. Відповіддю на такі запити можуть бути місцеві продукти або проживання у фермерських будинках чи участь у місцевих культурних заходах;

- персоналізація: таргетований маркетинг через сучасні засоби зв'язку, такі як електронна пошта, соціальні мережі чи месенджери забезпечують комунікацію, орієнтовану на цільову аудиторію. Дані дають уявлення про минулі

звички клієнтів, дозволяючи індустрії гостинності адаптувати свої пропозиції чи рекламні акції та автоматично надавати персоніфіковані послуги на основі досвіду попередніх відвідувань. Чат-боти на основі штучного інтелекту є корисними для обслуговування клієнтів як під час бронювання чи під час відповідей на повторювані запитання;

– здорова та органічна їжа та напої: відбулася певна зміна в обізнаності людей стосовно свого харчування, що сприяло появі до тенденцій здорової їжі та напоїв. Це також стимулює ресторани та заклади громадського харчування переоснащувати свої меню здоровішими варіантами їжі та, зокрема, пропонувати страви та напої з низьким вмістом калорій, вегетаріанськими чи веганськими стравами.

Література:

1. Виноградова О. В., Куценко О. В. Розвиток готельного бізнесу в Україні: основні складові розвитку. *Торгівля і ринок України*: тематичний збірник наукових праць. Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. Вип. 26, Т. 1. С. 253–263.

2. Гарбар Г. Технологія дослідження гостинності як соціального явища. *Вища освіта України*. 2011. № 3. С. 82-89.

3. Давидова О. Ю., Полстяна Н. В. Інформаційно-комп'ютерні інновації в ресторанному бізнесі. *Комунальне господарство міст* (Серія «Економічні науки»). 2012. № 106. С. 403-408.

4. Самодай В.П., Кравченко А.І. Організація ресторанної справи: навч. посіб. Суми: Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. 424 с.