

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Погуда Н.В., к.е.н., доцент

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, м. Харків

Підприємства готельно-ресторанного бізнесу виявилися одними із таких, на діяльність яких суттєво вплинули події останніх років. Обмеження по в'їзду та виїзду туристів, закриття кордонів, скасування рейсів, залізничного та автомобільного сполучення, як і часткове закриття підприємств сфери послуг, обмеження у графіку їх роботи негативно відобразилося на діяльності цілої сфери.

До подій 2020 р. в Україні спостерігалася тенденція зростання кількості підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Зокрема, за даними НТОУ[1] з точки зору прибутковості найбільш рентабельними були саме заклади розміщення (22%). Стосовно основних показників діяльності, то середній показник завантаженості у 2019 році був на рівні 45%, при чому порівнюючи з попереднім роком, даний показник для готелів категорії «5 зірки» показав зростання на 4%, а для категорії «4 зірки» на 6 %. Кількість закладів розміщення мала позитивну тенденцію протягом останніх років, зокрема у 2019 р. кількість даних підприємств зросла на 13%, за попередній період збільшення було на рівні 14,1%. Аналізуючи ситуацію з ресторанним бізнесом, то до згаданого вище періоду, спостерігалася також динаміка зростання як у кількості закладів, так і середньому чеку. Зокрема у 2019 р. кількість закладів ресторанного господарства зросла на 4,9% у порівнянні з 2018 р., 2018 р. по відношенню до 2017 р. також характеризувався позитивною динамікою на 3,8%, у 2017 р. зростання було на рівні 2,7% [2]. У той же час, у 2020 р. кількість закладів ресторанного господарства скоротилася маже на 21%. Тобто вплив зовнішнього середовища мав дуже суттєвий та негативний вплив на діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Тим не менше, уже в 2021 р. почалося плавне відновлення даного сектору. Заявлено відкриття готелів міжнародних мереж (на даний момент представлено лише 17 готельних мереж в Україні), ресторани почали змінювати стратегію бізнесу, переходячи від традиційного обслуговування до нових форм. Також переформатування відбулося і в готельному бізнесі, який почав запроваджувати нові формати, у тому числі і безконтактне обслуговування. Тобто для того, щоб функціонувати в сучасних умовах підприємства мають замислюватися над стратегічним розвитком, де в нагоді може стати використання таких стратегічних підходів як бенчмаркінг, крауд-технології, інноваційний розвиток на основі інформаційних технологій.

Література: 1. Національна туристична організація України: веб-сайт. URL: <http://www.ntoukraine.org/>. 2. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.