

КРИЗИС МЕНЕДЖМЕНТ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Актуальність дослідження проблематики діяльності ресторанного господарства в Україні обумовлюється економічною кризою, спричиненою військовими діями на території держави. Кризові процеси в економіці, що супроводжуються скороченням виробництва, зростанням безробіття, зменшенням купівельної спроможності населення, розривом логістичних ланцюгів, високими темпами інфляції, масштабною внутрішньою міграцією та відтоком кваліфікованої робочої сили з країни, потребують дослідження та розробки системи ефективних заходів щодо їх подолання. У роботі проведено оцінку ефективності впроваджених інновацій в ресторанному бізнесі в період воєнного стану для забезпечення платоспроможності та стійкості.

Кризові явища в економіці України, спричинені веденням активних бойових дій на території держави, що тривають вже більше двох років поспіль, а також наслідками пандемії COVID-19, мають пригнічуючи вплив на розвиток всіх сфер національного господарства, включаючи ресторанний бізнес. В таких умовах особливої актуальності набуває пошук шляхів відновлення роботи ресторанних господарств під час воєнного стану, а також після його завершення, та аналіз перспектив розвитку різних бізнес-моделей ведення господарської діяльності. [2]

Особливої уваги заслуговують, інноваційні підходи, які можуть мати значний вплив на економічну ефективність ресторанного бізнесу. Дані підходи можуть включати впровадження нових технологій, методів або тактик, які сприяють підвищенню ефективності, продуктивності та конкурентоздатності підприємства. Так, розвиток закладу в мадіасфері, співпраця з кур'єрськими

службами, трансформація меню, програми лояльності можуть значною мірою вплинути на виручку ресторанного господарства.[1]

Серед основних інновацій, які можуть позитивно впливати на витрати виробництва в ресторанному бізнесі є: трансформація меню (з врахуванням більш популярних страв та відмовою/модернізацією страв які не приносять великого прибутку та/або є затратними); перехід до ресторану закритого типу (формат тільки на виніс), що зумовлює зменшення витрат на персонал та витрат на приміщення [3]. Це, в свою чергу, може зменшити собівартість продукції та кінцеву вартість для споживача, що робить заклад більш вигідним для клієнта.[4]

Таким чином, для забезпечення стійкості та виживання в умовах воєнного стану ресторанні господарства мають зосередитися на використанні місцевих продуктів, що може знизити залежність від імпорту і допомогти підтримувати місцевих виробників; змінювати свої формати та пропонувати нові послуги, такі як доставка їжі, кейтеринг або створення спеціальних пропозицій для місцевого населення; отримувати підтримку від місцевих громад, організацій та уряду для збереження робочих місць та стабільності галузі; використовувати цілеспрямовану рекламу та маркетингові стратегії для залучення клієнтів та підтримки своєї діяльності в умовах воєнного стану, тощо.[5]

Список використаних джерел

1. Сидорук А., Омеляненко Г. Інформаційні системи і технології в системі підготовки майбутніх фахівців сфери туризму та готельно-ресторанного бізнесу. 2022. *Економіка та суспільство*, (36). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-48>

2. Процак К., Передрій М. Ресторанний бізнес в умовах кризи: проблеми та напрямки розвитку. 2022. *Економіка та суспільство*, (44). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-49>

3. Гненний О. М., Чаркіна Т. Ю., Полішко Т. В., Гребенюк Г. М., Пікуліна О. В. Інструментарій антикризового управління туристичного та готельно-

ресторанного бізнесу. Економіка та держава. 2021. № 4. С. 18–22. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2021.4.18>

4. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. 2022. Економіка та суспільство, (38). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22>

5. Адаптуватися й вижити в умовах карантину. 2020. URL: <https://www.restorator.ua/post/adapt-and-survive-inquarantine> (дата звернення: 20.04.2024).

Ганна НЕВЕЧЕРЯ

ЗВО спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна
*Науковий керівник - канд. екон. наук, доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*
Ольга ШИКІНА

НАПРЯМКИ ВИКОРИСТАННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Ми можемо віднести деякі явища та події до сучасних актуальних тенденцій в розвитку світової готельної індустрії. Так одним із змін останніх років у готельному бізнесі є розвиток сегменту «малих засобів розміщення». Набувають популярності малі готелів та хостели, що відкривають нові можливості для бюджетних мандрівників та подорожуючих [1].

Зараз набирає обертів активне використання сучасних маркетингових методів, до яких ми можемо віднести колаборацію, спільні форуми та рекламні платформи, що дозволяють готелям ефективно просувати свої послуги та привертати нових клієнтів.

Новим трендом є відкриття готелів від світових відомих брендів модних будинків (Armani, Versace, Missoni, Moschino та інших). Такі готелі надають