

*Л. П. Сідина,
асистент кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу,
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ*

DOI: 10.32702/2306-6814.2019.5.58

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ: ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА, ІННОВАЦІЇ РОЗВИТКУ

L. Sidyna,
Assistant of the hotel-restaurant and tourist business department, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF HOTEL-RESTAURANT INDUSTRIAL UKRAINE:
THE THEORY, PRACTICE, INNOVATION OF DEVELOPMENT

У статті розглянуто сучасні проблеми готельно-ресторанного бізнесу в Україні, які стають особливо актуальними в сучасних умовах економічної ситуації, а також визначено напрями їх інноваційного розвитку. Досліджено сучасний стан та перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України та запропоновано шляхи вирішення проблем з метою перетворення готельно-ресторанного бізнесу у високоприбуткову галузь вітчизняної економіки.

Проаналізовано тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу та актуальність саме у цій сфері. Доведено, що розробка та впровадження інновацій забезпечують підприємству готельно-ресторанної галузі конкурентні переваги. Охарактеризовано основні тенденції розвитку готельних та рестораних підприємств. Розглянуто нові формати закладів ресторанного господарства та інноваційні підходи для утримання постійних відвідувачів та залучення нових в умовах конкуренції. Розроблено чіткі плани і рекомендації щодо покращення готельного бізнесу в Україні, яких слід дотримуватися державі та українським готельєрам. Визначено сфери впровадження інноваційних технологій у готельно-ресторанному бізнесі.

The article deals with modern problems of hotel and restaurant business in Ukraine, which are especially relevant in the current conditions of the economic situation, as well as directions of their innovation development. The present state and prospects of the hotel and restaurant industry in Ukraine are investigated and ways of solving problems with the purpose of transforming hotel and restaurant business into a highly profitable branch of the domestic economy are proposed. The tendencies of development of hotel and restaurant business and the urgency of special attention to this sphere are analyzed. It is proved that the development and implementation of innovations provides

the hotel and restaurant industry with competitive advantages. The main tendencies of hotel and restaurant enterprises development are described. The new formats of restaurant facilities and innovative approaches for keeping regular visitors and attracting new ones in a competitive environment are considered. Problems of innovative development of hotel and restaurant enterprises are poorly researched. There are clear plans and recommendations for improving the hotel business in Ukraine, which should be followed by the state and Ukrainian hoteliers. Areas of application of innovative technologies in hotel-restaurant business are determined.

The modern development of the hospitality industry is aimed at creating innovative technologies that will help attract as many customers as possible, maximize sales, win the trust of the visitor, and create a positive image of the company. In the conditions of continuous economic changes, innovations become the main factor contributing to the dynamic development and increase the efficiency of the functioning of enterprises of hotel and restaurant industry. The international experience of the successful operation of the hospitality enterprises shows that the non-alternative way of survival in the conditions of global competition is based on an innovative basis, with the active use of modern scientific and technological achievements, as well as the readiness of hotels for innovation.

Ключові слова: готель, ресторан, готельно-ресторанний бізнес, конкуренція, інновації, мультимедійні технології, послуги.

Key words: hotel, restaurant, hotel and restaurant business, competition, innovation, multimedia technologies, services.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Розвиток готельно-ресторанної індустрії сьогодні є надзвичайно активним, оскільки достойні, конкурентоспроможні засоби розміщення та харчування є одним із важливих чинників стабільного і динамічного збільшення надходження коштів до бюджету, позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях народного господарства, підвищення зайнятості населення, розвитку у ринкових відносинах. Саме готельно-ресторанні підприємства виконують одну з важливих функцій в обслуговуванні: забезпечують туристів житлом, харчуванням та побутовими послугами. Витрати туристів на готельні послуги становлять від 30 до 70% всіх витрат туристів. Окрім того, готельний комфорт є головним пріоритетом туристів.

Проблеми інноваційного розвитку готельно-ресторанних підприємств є малодослідженими. Значною мірою це пов'язане з тим, що довгий час і сам рекреаційно-туристський комплекс залишався на периферії наукового спостереження. З початком економічних реформ протягом 90-х рр. ХХ ст., з'явилася гостра потреба в системному вивченні загальних і специфічних властивостей готельного бізнесу, його організації, закономірностей розвитку й керування, міжгалузевих та інфра-

структурних взаємозв'язків. На перший план вийшли проблеми пошуку інвестицій, на базі яких міг би здійснюватися розвиток готельних та ресторанных підприємств відповідно до міжнародних стандартів комерційної гостинності [6].

З часом ринок готельних та ресторанных послуг повинні активізувати розвиток туризму та стати провідними чинниками інтеграції України у світове міжнародне співробітництво. Для досягнення цієї мети слід на державному рівні вирішити ряд актуальних проблем, що повинно стимулювання залучення у галузь як вітчизняних, так і іноземних інвестицій. Готельний бізнес в Україні переживає складні часи.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Сьогодні тема дослідження розвитку готельно-ресторанної справи в нашій країні є дуже актуальною, адже Україна, яка розташована в центрі Європи, на перехресті транспортних шляхів, і яка має для поступального розвитку своєї туристичної сфери сприятливі природно-кліматичні умови, значний історико-культурний потенціал, необхідні людські та матеріальні ресурси, значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку туристичних послуг. Вивченню проблем розвитку готельно-ресторанного господарства приділена велика увага вітчизняних науковців, фахівців, а саме: О. Борисо-

вої, О. Головки, Г. Круль, М. Мальської, І. Мініч, Л. Не-
чаюк, Н. П'яницької, О. Шаповалової. У цих роботах
розглядаються організація та розвиток готельно-ресто-
ранного господарства, аналізуються чинники, що впли-
вають на ринок готельно-ресторанного бізнесу в Ук-
раїні.

ЦІЛІ СТАТТІ

Метою статті є аналіз сучасного стану та перспек-
тив розвитку готельно-ресторанної індустрії України;
запропонувати шляхи вирішення проблем з метою пе-
ретворення готельно-ресторанного бізнесу у високопри-
буткову галузь вітчизняної економіки.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Аналіз стану готельних підприємств України свід-
чить про серйозну проблему невідповідності більшості
українських готелів сучасному світовому рівню комфор-
ту і сервісу. Застаріла матеріально-технічна база готель-
ного господарства, побудована переважно у 1970—
1980-х, фактично стримує розвиток вітчизняного туризму.
Ефективність готельного господарства характеризуєть-
ся коефіцієнтом його завантаження. Чим він вище, тим
вище прибутковість готелю. Вважається, що готелі рен-
табельні та приносять прибуток при середньорічному
коефіцієнті завантаження 63—68%.

Нестабільність політичної ситуації в Україні, недо-
ліки законодавства у сфері інвестування та підприєм-
ництва, невідповідність податкової та бухгалтерської
систем міжнародним стандартам породжує велику
кількість непорозумінь іноземних інвесторів з українсь-
кими партнерами у процесі їх спільної діяльності. Висо-
кий рівень і велика кількість податків позбавляє держа-
ву конкурентних переваг при залученні іноземних інве-
сторів. Нині високими є ставки мита на ввезення при над-
ходженнях іноземних інвестицій в Україну, непорозумін-
ня з митними органами при визначенні митної вартості
товарів, в способі нарахування мита та акцизних зборів.
Спостерігається відсутність потужної страхової ком-
панії, яка б покривала комерційні ризики під час реалі-
зації особливо масштабних інвестиційних проектів; обме-
женість довгострокових і недорогих банківських ре-
сурсів; відсутність швидкісного транспортного спо-
лучення з промисловими та сировинними центрами [4].

Держава повинна усвідомити необхідність створен-
ня сприятливого клімату для розвитку індустрії гостин-
ності, перед якою тепер має стояти завдання не тільки
вижити, а й відповідати рівню вимог XXI ст. Одним із
основних економічних та адміністративних механізмів
підтримки розвитку туризму Уряді закордонних дер-
жав є забезпечення пільгового податкового режиму для
туристичних підприємств. Іншою вагомою проблемою є
те, що щонайменше 90% існуючих засобів розміщення
потребують сьогодні відновлення номерного фонду, ча-
сто вимагають уже не поточного ремонту, а повної ре-
конструкції. Старіють меблі, робляться непридатним ко-
мунікації і проводка, сантехніка тридцятирічного віку
підсилює гнітюче враження. У той же час середнє за-
вантаження готелів по країні становить близько 32% —
ця середня величина складається з цілком пристойних
показників кращих готелів, а отже, в готелях, що пере-

бувають у стані занепаду, ця цифра ще нижча. Окрім
проблеми невідповідності матеріально-технічної бази,
виникає інша проблема, що стосується попиту на го-
тельні послуги. Стійкий ринок попиту на готельну послу-
гу в країні ще не сформувався, оскільки готельні послу-
ги в нашій країні відносно дорогі і не якісні. Туристи
здебільшого користуються тіньовим сектором розмі-
щення. Хоча в останні роки можна з обережністю гово-
рити про позитивні тенденції. Тільки за 2017—2018 ро-
ки кількість клієнтів вітчизняних готелів збільшилася на
18%, причому зростання попиту відзначалося практич-
но у всіх цінових сегментах [8].

Незважаючи на те, що сфера послуг набуває все
більшого розвитку в нашій країні, функціонування го-
тельного господарства ускладнюються цілою низкою
проблем. Однією з причин подібного протиріччя є
відсутність надійної та достовірної інформації про стан
ринку готельних послуг та відсутність належного серві-
су. Наслідком цього є використання готелів не за при-
значенням, зниження конкуренції на ринку готельних
послуг, що ще більше погіршує стан готельного госпо-
дарства та затримує вихід України на світовий готель-
ний ринок [2].

На теперішньому етапі розвитку готельне господа-
рство передбачає надання послуг з розміщення, харчу-
вання та обслуговування, тобто є комплексом заходів
щодо задоволення потреб споживачів, забезпечуючи
при цьому комфортність перебування гостей. Головною
метою діяльності підприємств готельного господарства
є надання бездоганного обслуговування. Для досягнен-
ня своєї мети підприємства готельного господарства ма-
ють поставити перед собою та вирішити такі завдання:

- прагнути до досконалості, впроваджуючи новітні
технології з надання готельних послуг та ведення готель-
ної діяльності, а також нестандартні підходи для най-
кращого задоволення потреб споживачів та ефективні-
шої роботи персоналу;
- створити атмосферу гостинності, орієнтуючись
на потреби та комфортність перебування гостей;
- наближати надання послуг та ведення діяльності
до міжнародних стандартів;
- дотримуватись оптимального співвідношення
"ціна-якість";
- турбуватись про довкілля та його збереження
тощо [7].

Ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих
складових індустрії гостинності. Водночас, ресторанний
бізнес, з одного боку, є одним із засобів високоліквід-
ного використання капіталу, а з іншого — середовищем
із високим ступенем конкурентності. У всьому цивілізо-
ваному світі він є одним із найбільш розповсюджених
видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ве-
дуть між собою постійну боротьбу за сегментацію рин-
ку; за пошук нових та за утримання постійних спожи-
вачів їхньої продукції та послуг. Всі заклади та підприє-
мства повинні мати високий рівень конкурентоспромож-
ності.

Ресторанне господарство є галуззю економіки, що
динамічно розвивається і створює умови для досягнен-
ня суспільних цілей розвитку туризму. Поява сучасних
готелів, створення нових туристичних маршрутів пози-
тивно відбиваються на ринку закладів ресторанного

господарства. У ресторанах зустрічаються й знайомляться люди з різних країн, створюється сприятливе оточення для взаєморозуміння, корисних, ділових контактів, розвитку суспільного й культурного життя. У даний час ринок ресторанних послуг за кордоном значно зростає. Поряд з готельною індустрією ресторанне господарство отримує значну частку доходів як від внутрішнього, так і міжнародного туризму, активізує валютні надходження, створює умови для "експорту" послуг і включення їх до міжнародного ринку [1].

Сьогодні ресторанна справа перебуває лише на стадії зародження. Такий вид бізнесу залишається привабливим як довгострокова інвестиція з вірогідною прибутковістю в 15—20% або незалежно від збитковості як іміджевий інструмент його власника. За інформацією Асоціації ресторанного бізнесу України, темпи розвитку ринку ресторанних послуг коливаються в межах 60—100% на рік.

Серед ресторанів національної кухні в Україні перевага надається українській — 36,8%. Проте значна увага приділяється і французькій кухні — 21%; італійській, кавказькій, японській по 7,9%; всі інші — 18,5%. Тематичні ресторани також є дуже популярними як серед українців, так і туристів. В Україні вже є певний досвід утворенні таких закладів харчування, найвідоміші з яких у Львові: "Криївка", присвячений героям УПА, планується відкриття автомобільного ресторану; у Києві: "Шинок", "Вулик", "Царське село" — ресторани-музеї — присвячені українським традиціям.

Отже, можна сказати, що з кожним роком в Україні з'являються все нові види ресторанного господарства, починаючи від фаст-фудів і закінчуючи тематичними і високо елітними ресторанами, тому необхідно значну увагу приділяти особливостям розвитку даної сфери, а особливо темпам та динаміці його розвитку, слідкувати за тим, як реагують на той, чи інший тип ресторанного господарства споживачі, розглядати у контексті їх уподобання.

Сучасний ресторанний бізнес, як ніколи раніше, пропонує широку номенклатуру послуг споживачам продукції та послуг харчування. Але в ресторанній справі не має меж досконалості, тому й з'являються нові їх види:

- послуги сомельє;
- години фортуни та щасливі години для гостей;
- гастрономічні шоу;
- урочиста презентація страв;
- бар-шоу;
- рибалка та кулінарне приготування у присутності гостя;
- караоке;
- кімнати для паління;
- знижки постійним клієнтам;
- виїзний кейтерінг з організацією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг у будь-якій точці міста, його садово-паркової зони та мальовничих околиць;
- відпочинок та розваги на воді, землі та повітрі тощо [8].

Останнім часом намітилася стійка тенденція переміщення послуг з організації споживання продукції та обслуговування споживачів із залів харчування до ро-

бочих місць (офіси, установи); місць відпочинку; місць святкування ювілеїв та інших офіційних та неофіційних святкових подій до домівки.

На ринку ресторанної індустрії поступово з'являються мережі, серед яких найбільш впливовими є: "McDonalds", "XXI вік", "KFC". Характерними ознаками цих мереж є відкриття та експлуатація підприємств ресторанного господарства національного, тематичного спрямування та підприємств швидкого обслуговування. Мережа "XXI вік" активно завойовує останніми роками ринок швидкого обслуговування і конкурує з мережею "McDonalds".

На сьогодні підприємства й мережі об'єднуються у громадські організації. Основними напрямками їхньої діяльності є: проведення професійних, ресторанних асамблей, навчання персоналу, інформаційне та консультативне обслуговування, створення фірмового стилю та виготовлення різноманітної друкованої продукції для ресторанів, кафе, барів, нічних клубів, більярдних тощо.

Винахід QR-коду — двомірного штрих-коду — відкрив нові необмежені можливості для on-line взаємодії компаній і споживачів. У маленькому яскравому квадратному лабіринті QR-коду можна запрограмувати всі відомі інновації готельно-ресторанного бізнесу, а також безліч нових можливостей. Аббревіатура QR перекладається з англійської як "швидкий доступ", а сам матричний код здатний утримати величезний обсяг інформації у вигляді тексту, цифр, URL-адрес, календарів, схем, зображень. Швидкість розпізнавання QR-коду дуже висока, його можна розміщувати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню і закінчуючи різними вивісками. Сканувати його можна мобільним телефоном або відеокамерою ноутбука [6].

Багато туристів шукають нові враження, і їм вже не цікаві стандартні умови сучасного готелю або ресторану. Однотипні послуги починають набридати туристу. Багато представників бізнесу за родом своєї діяльності і так багато часу проводять в класичних готелях та ресторанах, а під час відпочинку вони хочуть отримувати нові враження не тільки від екскурсій, але й від умов проживання та харчування, вони знаходяться в пошуку індивідуального підходу в обслуговуванні [5].

ВИСНОВКИ

Отже, завдяки вигідному розташуванню та клімату, Україна має чудові можливості стати одним із найбільших туристичних центрів Європи. Сучасний стан готельно-ресторанної індустрії знаходиться у перехідній стадії розвитку. Зроблені значні кроки щодо розвитку туризму та готельного господарства в Україні, зокрема: створено Державну туристичну адміністрацію, Асоціацію готельних об'єднань України для захисту та підтримки готелів та готельної справи в Україні, Асоціацію малих готелів України. Прийнято Державну програму та низку законодавчих актів щодо розвитку туризму в Україні, проведено ряд міжнародних туристичних та готельних виставок.

Але останніми роками підприємства готельного господарства розвиваються в негативних умовах, зокрема нестабільній економіко-політичній ситуації країни, що призводить до зниження туристичної та бізнес-ак-

тивності, дефіциту фінансування, відсутності привабливих для будівництва готельних комплексів земельних ділянок, довгої окупності таких проектів тощо. Поліпшенню ситуації сприятимуть розробка програми розвитку готельного та туристичного бізнесу, пошук фінансових джерел та створення сприятливого інвестиційного клімату [1].

Література:

1. Колосова Т.В. Формирование конкурентных преимуществ на основе управления взаимоотношениями с потребителями / Т.В. Колосова, Г.В. Федорова, Е.В. Карпенко // Вестник ВСГУТУ. — 2016. № 2 (59). — С. 96—102.
2. Ксенофонтова, Х.З. Теория менеджмента: теория организации: учебное пособие / Х.З. Ксенофонтова. — М.: КНОРУС, 2016. — 196 с.
3. Лазарев, А.Н. Экономика гостиничного предприятия: учебное пособие / А.Н. Лазарев, Н.А. Зайцева, С.В. Огнева, Е.Н. Егорова; под ред. А.Н. Лазарева. — М.: КНОРУС, 2016. — 304 с.
4. Лапина, А.В. Концептуальные основы клиентоориентированного подхода в организационной деятельности предпринимательских структур индустрии туризма и гостеприимства / А.В. Лапина // Экономика и предпринимательство. — 2016. — № 6 (71). — С. 1063—1068.
5. Леонов, Д.А. Информационная база клиентов предприятий сферы услуг как способ повышения лояльности / Д.А. Леонов, С.А. Рябов // Управление и экономика в XXI веке. — 2016. — № 1. — С. 48—53.
6. Мельниченко С.В. Менеджмент підприємств туристичної індустрії / С.В. Мельниченко, Н.І. Ведмідь. — Київ, 2005. — 205 с.
7. Михайлова О.П., Брін П.В. Основні проблеми готельного бізнесу в Україні / О.П. Михайлова, П.В. Брін // Вісник НТУ "ХПІ". Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. — 2012. — № 58 (964). — С. 101—106.
8. Worthington S., Horne S. A new relationship marketing model and its application in the affinity credit card market // International Journal of Bank Marketing. — 1998. — Vol. 16, 1. — С. 39—44.
9. Аналитическая организация JD Power [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.jdpower.com/>
10. Бронирование гостиниц [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.booking.com/>

References:

1. Kolosova, T.V. (2016), "Formation of competitive advantages based on customer relationship management", Vestnik VSGUTU, vol. 2 (59), pp. 96—102.
2. Ksenofontova, H.Z. (2016), Teorija menedzhmenta: teorija organizacii [Management Theory: Organization Theory], KNORUS, Moscow, Russia.
3. Lazarev, A.N. (2016), Jekonomika gostinichnogo predpriyatija [Economics of a hotel enterprise], KNORUS, Moscow, Russia.
4. Lapina, A.V. (2016), "Conceptual bases of the client-oriented approach in the organizational activity of entrepreneurial structures of the tourism and hospitality

industry", Jekonomika i predprinimatel'stvo, vol. 6 (71), pp. 1063—1068.

5. Leonov, D.A. (2016), "Information base of clients of service enterprises as a way to increase loyalty", Upravlenie i jekonomika v XXI veke, vol. 1, pp. 48—53.

6. Mel'nychenko, S.V. (2005), Menedzhment pidpriemstv turystychnoi indusirii [Management of enterprises of the tourist industry], Kyiv, Ukraine.

7. Mykhajlova, O.P. and Brin', P.V. (2012), "The main problems of hotel business in Ukraine", Visnyk NTU "KhPI". Serii: Aktual'ni problemy upravlinnia ta finansovo-hospodars'koi diial'nosti pidpriemstva, vol. 58 (964), pp. 101-106.

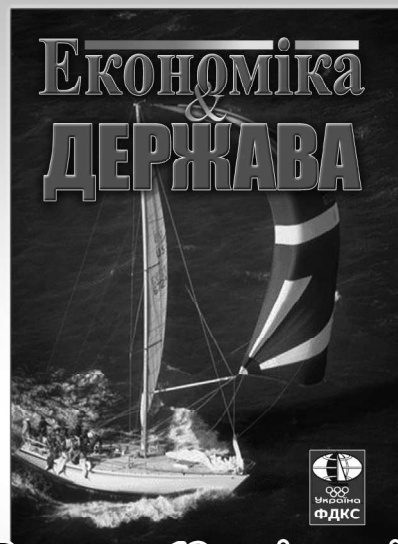
8. Worthington, S. and Horne, S. (1998), "A new relationship marketing model and its application in the affinity credit card market", International Journal of Bank Marketing, vol. 16, 1, pp. 39—44.

9. JD Power (2019), available at: <http://www.jdpower.com/> (Accessed 10 Feb 2019).

10. booking.com (2019), available at: <http://www.booking.com/> (Accessed 10 Feb 2019).

Стаття надійшла до редакції 17.02.2019 р.

Науково-практичний журнал «ЕКОНОМІКА ТА ДЕРЖАВА»



Передплатний індекс: 01751

Виходить 12 разів на рік

Журнал включено до переліку наукових фахових

видань України з ЕКОНОМІКИ

www.economy.in.ua

e-mail: economy_2008@ukr.net

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73