



Nosyriev, O. (2023) Directions of the hotel, restaurant and tourist business development under transformation processes. Socio-Economic Problems and the State (electronic journal), Vol. 28, no. 1, pp. 3-16.
URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23nooutp.pdf>



ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Олександр НОСИРЄВ

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

вул. Курпичова, 2, м. Харків, Україна, 61002

e-mail: nosyriev.bf@khpi.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4089-3336>



Article history:

Received: April, 2023

1st Revision: May, 2023

Accepted: May, 2023

JEL classification:

L83

O10

UDC:

338.46 : 338.48

DOI:

<https://doi.org/10.33108/sepd.2023.01.003>

Анотація: Стаття присвячена дослідженню готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, які наразі перебувають у фазі початку кардинально нового циклу розвитку, оскільки під впливом сучасних соціально-економічних трансформацій індустрія гостинності потребує інших важелів управління з метою вироблення ефективної стратегії стійкого розвитку. Доведено, що розвиток готельно-ресторанної та туристичної індустрії в Україні є перспективним напрямом за рахунок сприятливих умов і багатих рекреаційних ресурсів, однак, залишається ще багато проблем у сфері законодавчої бази і нестабільної економічної та політичної ситуації в країні, що гальмує процес розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Необхідними є розробка та впровадження у практику господарювання та управління особливих організаційно-економічних заходів державної підтримки підприємств готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Насамперед йдеться про пом'якшення оподаткування, прямі субсидії, підтримку зайнятості або виплат працівникам, які втратили роботу; активізація роботи центрів зайнятості з працевлаштування тощо. Доведено необхідність переформатування організаційних підходів функціонування готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, який має усі можливості стати одним з провідних мультиплікативних чинників росту національного доходу, сприяти зростанню рівня зайнятості і розвитку місцевої інфраструктури, підвищити рівень життя населення, виступити ефективним механізмом перерозподілу коштів між галузями економіки. Підкреслено, що основними залишаються питання стабілізації та налагодження економіко-політичної ситуації, оновлення і поліпшення законодавчої бази, управління в діяльності готельно-ресторанного бізнесу. Обґрунтовано, що саме готельно-ресторанний і туристичний бізнес може виступати стимулом стійкого соціально-економічного регіонального розвитку, що, у свою чергу, збільшить надходження до бюджетів усіх рівнів, сприятиме підвищенню іміджу регіонів, створить додаткові робочі місця, виступить фактором активізації в'їзного та іноземного туризму.

Ключові слова: готельно-ресторанний бізнес, туристичний бізнес, стійкий розвиток, трансформаційні процеси, індустрія гостинності



Носирєв О. Вектори розвитку готельно-ресторанного і туристичного бізнесу в умовах трансформаційних процесів. Соціально-економічні проблеми і держава (електронний журнал). 2023. Вип. 1 (28). С. 3-16. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23nooutp.pdf>



This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.

1. Постановка проблеми.

Готельно-ресторанний і туристичний бізнес як у період минулих років, так і зараз, перебуває у неочікуваних та несприятливих умовах. Нестабільність економічної та політичної ситуації в Україні, пандемічні обмеження, військові дії на значній території негативно впливають на динаміку розвитку та функціонування суб'єктів готельно-ресторанної індустрії. У зв'язку із зниженням туристичної активності, власники готельно-ресторанного бізнесу вимушені припинити свою діяльність, скорочувати штат найманих працівників. Причиною всіх цих заходів є різке зниження попиту на готельні послуги до критичного рівня, повне або часткове закриття готелів. У результаті цих процесів бюджети усіх рівнів недоотримують податки, а населення, внаслідок вимушеної обмеженої рухливості, отримує психічні та фізичні розлади.

2. Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Значна кількість науковців досліджують питання діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму, що є ключовим питанням у процесі формування, просування та реалізації туристичних послуг, а також послуг готелів і ресторанів. Особливості функціонування готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану розглядала Т. Сидоренко [1]. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення розглянуто колективом науковців у складі С. Баженова, Ю. Пологовська, І. Канцур [2], А. І. Кашперською [3], Г. В. Кіш та Г. С. Нагорняк [4], К. С. Шапошниковим та Т. С. Незвещук-Когут [7]. Питання актуальних маркетингових стратегій висвітлено дослідниками С. Шинкар та Т. Перцович [5]. Аспекти підприємництва у готельно-ресторанному бізнесі висвітлено І. С. Баландіною [8], організаційно-економічні засади управління послугами в індустрії гостинності на рівні підприємств готельно-ресторанного бізнесу досліджено О. В. Круковською [9], питання забезпечення безпеки та страхування підприємств готельно-ресторанного бізнесу окреслено у дослідженні Н. Валінкевич та С. Тищенко [12]. Питанням інноваційних підходів до розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу України в умовах кризи приділено увагу у роботі колективу дослідниць Г. М. Гребенюк, Т. Ю. Чаркіної, Л. В. Марценюк, О. В. Пікуліної [10]. Вплив війни на заклади готельно-ресторанної сфери та їх конкурентоспроможність досліджувала Р. А. Муха [11]. Питання якості туристичних послуг як фактору євроінтеграційних процесів окреслювали науковці В. Зінченко, Г. Руденко, Р. Гищук [14], а дослідження у сфері організаційних компонентів в управлінні бізнесом вітчизняних туристичних підприємств окреслено у дослідженні С. Цвілого, Т. Кукліної, О. Жилко [15]. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період та перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні розглянули О. Р. Роїк та О. В. Недзвецька [13], А. Моца, С. Шевчук та Н. Середа [16].

3. Постановка завдання.

Метою статті є узагальнення основних тенденцій діяльності підприємств сфери послуг і розробка стратегічних векторів розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу в умовах сучасних реалій, які мали значний вплив на діяльність підприємств індустрії гостинності (пандемія, військові дії та ін.), що дозволить вивести управління підприємствами гостинності на якісно новий рівень та сприятиме новому поштовху розвитку і розвитку національної економіки.

4. Виклад основного матеріалу.

В умовах воєнного стану готельно-ресторанний і туристичний бізнес переживає чи не найкризовіший період за всю історію незалежності України. Велика кількість готельно-ресторанних закладів з початку війни у різних містах України перепрофілювались та є центрами для тимчасового проживання біженців, а також приміщеннями для приготування гарячих обідів та організації харчування під час евакуації українських захисників і волонтерів із різних районів, де тривають бойові дії. Готелі надають складські приміщення для зберігання гуманітарної допомоги та побутового обслуговування, спрямованих на підтримку постраждалих громадян. Чекати підвищення швидкими темпами економічних показників підприємств готельно-ресторанного бізнесу не варто, оскільки значна частина фінансового успіху залежить саме від інтенсивності інвестування. Однак макроекономічна ситуація не сприяє інвестиційній привабливості підприємств України, що знаходяться під загрозою фізичної ліквідації внаслідок військової агресії [1].

Слід відзначити, що гостинність готельно-ресторанних підприємств спрямована не лише на категорію туристів, але й інших їх відвідувачів і гостей, що передбачає можливі їхні функціональні, часові, просторові та інші відмінності. З огляду на це, готельно-ресторанний бізнес повинен шукати нові активатори та мотиватори виживання і розвитку, які дозволять йому знаходити та ухвалювати ефективні та водночас перспективні управлінські рішення. Під впливом пандемічних обмежень у 2020 році, у порівнянні із попередніми роками, також зросла частка збиткових суб'єктів господарювання сфери готельно-ресторанного бізнесу. Зокрема, порівняно із 2019 роком, у 2020 році питома вага збиткових готелів і подібних засобів тимчасового розміщення зросла на 17,8%, а частка збиткових ресторанів і суб'єктів, що надавали послуги мобільного харчування – на 9,8%. Доцільно також відзначити, що розвиток суб'єктів готельно-ресторанної індустрії в Україні – це досить перспективний напрямок, якому сприяють умови і надлишок рекреаційних ресурсів. Однак, не варто лише на цьому зосереджувати увагу, оскільки є і інші фактори, від яких залежить цей процес. Зокрема, це законодавче регулювання, нестабільна економічна та політична ситуація в країні. З огляду на це, питання стабілізації впливу відзначених факторів залишається одним із важливих завдань забезпечення розвитку готельно-ресторанного бізнесу [2].

Не можна не відзначити, що ситуація з пандемією Covid-19 нанесла готельно-ресторанній галузі значного удару через специфіку бізнесу. Ще на самому початку пандемії прогнозувалося закриття майже половини підприємств галузі. Деякі готелі та хостели, які в умовах локдаунів стояли майже порожніми, зазнали значних втрат. Проте, завдяки різноманітним «винаходам» у сфері послуг, падіння ринку виявилось не таким катастрофічним й не призвело до тотального згорання бізнесу, а також спостерігалось навіть відкриття нових готелів, кафе та ресторанів. Не дивлячись на «стресовий» період для всіх суб'єктів господарювання і готельно-ресторанного бізнесу зокрема, не зважаючи на економічні й політичні події, значне місце для населення займає задоволення первинних потреб. Звичайно, для повного відновлення знадобиться не один рік і має бути прийняте не одне рішення, заплановано і реалізовано не один захід та запроваджено значну кількість інновацій, що сприятиме формуванню конкурентних переваг, залученню клієнтів та забезпеченню ефективної та прибуткової діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу [3].

Функціонування підприємницьких структур вітчизняного ринку ресторанного бізнесу відбувається в умовах кризової ситуації: висока ступінь вкладень на початковій стадії розвитку; значна кількість банкрутств або продажів бізнесу з істотним дисконтом до «докризових» рівнів цін; зміна переваг споживачів в умовах кризи;

скорочення співробітників відділів розвитку, що негативно позначилося на підвищенні конкурентоспроможності підприємств; ускладнений доступ до кредитних ресурсів для підприємців-початківців; висока орендна плата; недобросовісна конкуренція; слабка консультаційна база; агресивна система державного контролю. Виявлені обставини зумовили перетікання клієнтів ресторанів преміум- і бізнес-класу у ресторани більш низької цінової категорії та розширення мережі ресторанів швидкого харчування. У сучасних умовах ринок ресторанного бізнесу консолідується, намітилися тенденції злиттів-поглинань, які посилюються під впливом кризових явищ в економіці [4]. Мають вплив на ці тенденції й політичні та соціокультурні фактори, такі як розгортання воєнних подій, урбанізація, культурні традиції тощо. Основні проблеми розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні відзначено на рис. 1.



Рис. 1. Основні перешкоди ведення готельно-ресторанного бізнесу в Україні

Джерело: авторська розробка

Увага до індустрії туризму та готельно-ресторанного бізнесу має особливе значення для країн, що розвиваються, що стикаються з такими проблемами, як високий рівень безробіття, обмеження ресурсів в іноземній валюті. Туристичний розвиток – це розвиток, заснований на використанні туристичних ресурсів усередині регіону або місцевих спільнот, що зрештою веде до розвитку самого місцевого співтовариства. Туристичний розвиток впливає на перспективи розвитку та покращення життя місцевого населення у всьому її культурному, соціальному, політичному та економічному різноманітті. Важливу роль в ефективному розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу повинні відігравати соціальні мережі.

Соціальні мережі можна розглядати як маркетинговий інструментарій планування стратегічного розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу. Вони дозволяють виконати основну функцію маркетингового планування – цілеспрямований вплив на формування рекреаційних потреб, попиту, монопольних і комерційних цін, сегментації ринку, а також на розвиток асортименту туристично-екскурсійних послуг [5].

Оскільки сфера гостинності має загалом дуже значну частку постійних витрат, то таке тотальне зниження обсягів виручки стало просто згубним для більшості закладів готельно-ресторанної індустрії. Підприємцям готельно-ресторанного бізнесу необхідно з'ясувати, як змінився дохід підприємства і його динаміка, дослідити причини впливу на скасування замовлень, визначити, які сегменти клієнтів залишаються та які виявилися найуразливішими в період пандемії. Фінансове планування в таких умовах можливе тільки на короткий період – до 3-6 місяців, і топ-менеджменту закладів необхідно бути готовими до змін господарських умов та швидко приймати відповідні управлінські рішення. Оптимізувати видатки дозволяють і тісні комунікації з партнерами-постачальниками та партнерами-туристичними операторами щодо пролонгації виплат і ймовірних знижок на товари та послуги. Додатковим джерелом надходжень можуть бути участь у проектах, кредитні кошти, які у час кризи можуть бути доволі «дешеві», інші джерела грошових надходжень. Перенесення видатків на матеріально-технічне переоснащення та оновлення основних фондів також доречно в період постковідної кризи. Формування цінової політики не повинно відбуватися у бік зменшення цін, оскільки зменшення потоку клієнтів залежить не від встановленої ціни на продукт, а від «штучних» обмежень можливості отримати ці послуги. В ресторанах гість часто знає справжню вартість страви, тому зменшені ціни можуть викликати у нього недовіру та сумніви щодо її якості. Відтак, оптимізація ціноутворення можлива в процесі формування спеціальних цін, знижок. Наприклад, відомо, що період відпочинку збільшився, але його частота ні. Тому доречними будуть знижки на тривалі відпочинки в готелях чи комплексні замовлення в ресторанах [6].

Слід розуміти, що частка витрат домогосподарств на послуги готельно-ресторанної сфери залежить від розмірів реальних доходів та рівня життя населення. Як правило, після подолання економічної кризи та переходу національної економіки у фазу піднесення, варто очікувати збільшення попиту домогосподарств на готельно-ресторанні послуги. Проте, навіть у сприятливі періоди частка витрат на готелі й ресторани домогосподарств України не відповідає загальноєвропейським тенденціям, оскільки у країнах Європейського Союзу витрати на готельно-ресторанну сферу є набагато більшими. Наприклад, у сусідній Польщі вони складають 3,1%, у Німеччині – 5,4, рекордні 9,7% та 9,9% у Великій Британії та Італії відповідно [7].

Дані статистики підтверджують відсутність у підприємств ресторанного господарства ефективних підходів до ведення раціональної підприємницької діяльності шляхом аналізу можливих фінансових витрат і відповідного розподілу потоків доходів для забезпечення власних фінансових зобов'язань, створення антикризових фондів, які надавали б підприємству можливість подолати складні фінансові обставини, викликані зовнішніми факторами. Аналогічна ситуація спостерігається і у системі готельного господарства. Підприємницька діяльність у цій галузі економіки ще більше зазнала впливу зовнішніх факторів, що свідчить про необхідність пошуку додаткових фінансових механізмів попередження та мінімізації ризиків [8].

Нові організаційно-економічні аспекти здійснення послуг в індустрії гостинності, особливо на рівні підприємств готельно-ресторанного бізнесу, стосуються, насамперед, додаткових до існуючих нових джерел і функцій їхнього надання, в особливості умов та ресурсів; чинників і складників; принципів (правил) та інструментів; нових показників моніторингу, оцінки та діагностики; пріоритетів,

тактики і стратегії ведення бізнесу. Тактика та стратегія готельно-ресторанних підприємств з метою забезпечення конкурентних переваг може обґрунтовуватися як організація інтеграційних процесів і розвиток готельних мереж; розвиток міні-готелів та сімейних малих готельно-ресторанних підприємств, особливо в малолюдних мальовничих місцях, з орієнтацією на ринки спортивного, гірськолижного, екологічного, сільського зеленого туризму [9]. Можливі технології та інновації підвищення привабливості закладів готельно-ресторанного бізнесу узагальнено на рис. 2.



Рис. 2. Технології та інновації підвищення привабливості закладів готельно-ресторанного бізнесу

Джерело: авторська розробка

Для подальшого розвитку та отримання прибутків компаніям, що працюють у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, потрібно орієнтуватися на сучасні тренди, зокрема цифрові технології. Це й безконтактні операції оплати послуг, тобто різного роду платежі, а саме: від замовлення номеру до замовлення страв, а також операції з ідентифікації особистості клієнта, які рекомендується використовувати за допомогою технологій штучного інтелекту та чат-ботів. Впровадження цифрових технологій потребує вливання значних фінансових ресурсів, але в кінцевому результаті виправдовує себе, залучаючи до сучасних,

конкурентоздатних закладів розміщення, харчування та розваг все більше й більше клієнтів, які зорієнтовані на отримання саме цифрових послуг. З метою підвищення конкурентоздатності сфері гостинності, відповідним суб'єктам господарювання потрібно модернізувати надання послуг з урахуванням очікувань та сподівань потенційних клієнтів. Активне впровадження цифрових технологій, створення унікального дизайну чи інфраструктури, лояльна система знижок може принести підприємствам, що працюють у сфері туристичного та готельно-ресторанного бізнесу додаткову безкоштовну рекламу від споживачів, що вже отримали сучасні послуги, та, відповідно, отримати у майбутньому додатковий дохід від збільшення кількості клієнтів [10].

В умовах загострення пандемій і криз важливою стратегією розвитку для готельно-ресторанного бізнесу є використання інноваційних технологій не лише у виробничій діяльності, але й в управлінській та фінансовій. До основних інноваційних технологій в управлінській діяльності відносять впровадження систем управління готельно-ресторанним бізнесом, зокрема, з використанням франшизи, формування нової корпоративної культури, яка ґрунтується на довірі, взаєморозумінні та клієнтоцентризмі. Крім того, важливим елементом має стати замкнутість простору. Цього можна досягти через створення смарт-міст всередині готельно-ресторанних комплексів. Диференціація підходів до тлумачення інноваційних процесів у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму залежить від вірної оцінки структури та внутрішніх процесів, що протікають у галузі. Такі обставини викликають потребу у поєднанні спеціальних знань із організації надання готельних і ресторанных послуг з метою підвищення ефективності підприємницької діяльності у сфері обслуговування.

Сфера гостинності постраждала від повномасштабного вторгнення сегментовано, відповідно до регіонального аспекту. У перші місяці усі регіони зазнали значного спаду, однак, з часом активність у деяких із них зросла, зокрема, у західних регіонах: Чернівецькій та Львівській областях. Воєнні реалії змушують заклади тимчасово припиняти своє функціонування, переміщуватися у інші регіони та переформатовувати свою діяльність. Однак, сучасний стан розвитку ринкових відносин та світової економіки стимулюють заклади готельно-ресторанної справи до постійного розвитку та підвищення своєї конкурентоспроможності. Сучасна жорстка конкурентна боротьба та мінливе зовнішнє середовище змушують керівників підприємств готельно-ресторанної сфери формувати стратегію розвитку закладів, створювати певний стиль діяльності закладу, розробляти продукцію та послуги на засадах унікальності та неповторності. Власне вищезазначені напрямки діяльності підприємств готельно-ресторанної сфери формують конкурентні переваги закладів, що вирізняють їх поміж інших конкурентів [11].

Важливою складовою стратегії підприємств готельно-ресторанного бізнесу є питання безпеки клієнтів. У сьогоденному висококонкурентному середовищі бізнес повинен постійно аналізувати середовище, в якому він працює, а також ймовірні ризики функціонування. Усвідомлення наявності ризиків та їх значущість стосується і мандрівників, і тому є передумовою для формування в готелі стратегії підвищення безпеки проживання клієнтів та роботи персоналу готелю. Джерела ризику варіюються залежно від різних умов. Незалежно від того, чи є інциденти у сфері безпеки постійною проблемою в місці перебування туриста або результатом певного кризису, вони завжди впливають на сприйняття туристами ризику і, отже, на рішення про поїздку до того чи іншого готелю. Досвід останніх років наочно демонструє неповну готовність індустрії гостинності не тільки планувати ризикові ситуації, а й оперативно реагувати на їхнє виникнення, забезпечуючи для туристів, відвідувачів комфортні умови – найважливішу складову послуг гостинності. Головною стратегією державного регулювання є забезпечення безпеки, але все ж таки слід вважати перетворення

підвищення безпеки на стійку тенденцію, виключивши за рахунок запобіжних заходів саму можливість виникнення небезпечних ситуацій та подій [12].

Для України, що має вагомий потенціал у туристичній сфері, напрям розвитку туризму повинен бути одним із пріоритетних задля забезпечення збалансованого розвитку території в гармонії з природою та збереженням природних ресурсів [13]. Перспективні вектори стійкого розвитку туристичного бізнесу відображено на рис. 3.



Рис. 3. Вектори стійкого розвитку туристичного бізнесу

Джерело: авторська розробка

Що стосується сучасних тенденцій розвитку туристичного бізнесу, то слід відзначити, що серед критеріїв, які формують рішення клієнта щодо придбання послуг індустрії гостинності, поняття якості стоїть на одному з перших місць. Імідж і якість стали взаємодоповнюючими факторами. Без високої якості – належного рівня іміджу бути не може. Підтвердженням цього є низка випадків у діяльності туроператорів, коли

факти рекламацій та погані відгуки щодо організації відпочинку в окремих туристичних регіонах мали негативне значення для подальшого іміджу компаній. В окремих ситуаціях це відображалось взагалі на подальшому бізнесі суб'єктів підприємницької діяльності. Показовим може бути випадок із туристичним оператором «Join Up», який стався декілька років тому. Вказаний туроператор не забезпечив своєчасне повернення великої кількості туристів з Туреччини, що сформувало величезний негатив навколо компанії й унеможливило довгий час користування її послугами навіть серед постійних клієнтів. Повернення іміджу «Join Up» коштувало чимало зусиль, в тому числі фінансових. І лише після педантичних виплат за всіма фінансовими претензіями та після нарощення компанією нових форм і методів роботи – їй вдалося повернути орієнтовно свій колишній імідж. Слід відзначити, що це чи не єдиний випадок в історії вітчизняного турбізнесу. В інших випадках компанії чи фірми вимушено призупиняли свою діяльність взагалі [14].

В посткризових умовах для досягнення успіху важливо вміти дуже швидко пристосовувати туристичний бізнес до інновацій, модернізуючи технології надання послуг, методи комунікацій, моделі споживання товарів і послуг, бізнес-процеси. Для подолання перешкод на шляху модернізації й досягнення успіху вітчизняним компаніям потрібно повністю реформувати структуру і виокремити підрозділи, що відповідають за диджиталізацію бізнесу. У лідери ринку вийдуть лише ті туристичні компанії, в яких керівництво і вся команда мають бажання та прагнення вдосконалювати систему управління бізнесу. Управління туристичним бізнесом вимагає, щоб компанія цілком застосовувала однакові підходи та методики роботи. Для цього треба, по-перше, щоб почерпнуті менеджерами знання представляли єдиний стандарт в управлінні (в практиці бізнесу таке зустрічається доволі рідко), по-друге, щоб зазначений стандарт став повсякденною реальністю для кожного працівника фірми, а не тільки для певної групи ентузіастів і новаторів. Слід підкреслити, що для 90% менеджерів на підприємствах глобального туристичного бізнесу професійне життя поміщене в корпоративні стандарти та пронизане ними. Формування такої підсистеми управління бізнесом туристичних підприємств реально дозволить в посткризових умовах приймати ефективні рішення щодо усунення негативних впливів зовнішніх і внутрішніх чинників на розвиток компаній та значно полегшить освоєння складних інформаційних технологій [15].

Впровадження інноваційних процесів в індустрії туризму потребує постійного менеджменту з самого початку. Інфраструктура індустрії туризму є сферою діяльності, в якій через свої особливості такі процеси є вкрай необхідними. Впровадження інновацій як фундаментального елементу розвитку туристичної сфери призведе до поживлення економічної активності в цій індустрії та підвищення конкурентоспроможності галузі на світовому туристичному ринку. Щоб відновити позиції України на післявоєнному міжнародному ринку туристичних послуг, туристичні підприємства повинні знайти нові способи реклами та продажу своїх продуктів і послуг. Одним із них є створення системи раціональних взаємозв'язків для вирішення певних планових завдань. Правильна їх інтеграція дозволить забезпечити синергетичні зв'язки та посилити дії один одного [16].

5. Висновки та перспективи подальших досліджень в даному напрямку.

Готельно-ресторанний та туристичний бізнес є важливим напрямом соціально-економічної діяльності, що розвивається у всіх країнах світу. Наразі відзначений сектор економіки перебуває у фазі початку кардинально нового циклу розвитку, оскільки під впливом сучасних соціально-економічних трансформацій індустрія гостинності потребує кардинально нових важелів управління з метою вироблення ефективної стратегії стійкого розвитку.

Розвиток готельно-ресторанної та туристичної індустрії в Україні є перспективним напрямом за рахунок сприятливих умов і багатих рекреаційних ресурсів, однак, залишається ще багато проблем у сфері законодавчої бази та нестабільної економічної і політичної ситуації в країні, що гальмує процес розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Основними залишаються питання стабілізації та налагодження економіко-політичної ситуації, оновлення і поліпшення законодавчої бази, управління в діяльності готельно-ресторанного бізнесу. Необхідними є розробка та впровадження у практику господарювання та управління особливих організаційно-економічних заходів державної підтримки підприємств готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Насамперед йдеться про пом'якшення оподаткування, прямі субсидії, підтримку зайнятості або виплат працівникам, які втратили роботу; активізація роботи центрів зайнятості з працевлаштування тощо.

Завдяки переформатуванню організаційних підходів, готельно-ресторанний і туристичний бізнес має усі можливості стати одним з провідних мультиплікативних чинників росту національного доходу, сприяти зростанню рівня зайнятості та розвитку місцевої інфраструктури, підвищити рівень життя населення, виступити ефективним механізмом перерозподілу коштів між галузями економіки. Саме готельно-ресторанний та туристичний бізнес може виступати стимулом стійкого соціально-економічного розвитку регіону, що, у свою чергу, збільшить надходження до бюджетів усіх рівнів, сприятиме підвищенню іміджу регіонів, створить додаткові робочі місця, виступить фактором активізації в'їзного та іноземного туризму. Важливим у подальших дослідженнях є визначення ролі та значення бізнесу у сучасній регіональній економіці, визначення динаміки його розвитку, співвідношення бізнесу сфери послуг в різних країнах з метою врахування корисного досвіду до національної специфіки.

Author details (in English)

DIRECTIONS OF THE HOTEL, RESTAURANT AND TOURIST BUSINESS DEVELOPMENT UNDER TRANSFORMATION PROCESSES

Oleksandr NOSYRIEV

National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

2, Kyrpychova str., Kharkiv, Ukraine, 61002

e-mail: nosyriev.bf@khipi.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4089-3336>

Abstract. *The article is devoted to the study of the hotel, restaurant and tourism business, which is currently in the phase of the beginning of a radically new cycle of development, because under the influence of modern socio-economic transformations, the hospitality industry needs other management levers in order to develop an effective strategy for sustainable development. It is proven that the hotel, restaurant and tourism industry development in Ukraine is a promising direction due to the favorable conditions and rich recreational resources. However, there are still many problems in the field of the legislative framework and the unstable economic and political situation in the country, which inhibits the development of the hotel, restaurant and tourism business. It is necessary to develop and implement into the practice of management special organizational and economic measures of state support for hotel, restaurant and tourist business enterprises. The following measures are to be undertaken: easing taxation, direct subsidies, employment support or payments to workers who have lost their jobs; activation of employment centers for employment, etc. The necessity to reform the organizational approaches to the functioning of the hotel, restaurant and tourism business, which has an opportunity to become one of the leading multiplier factors of national income growth, is proven as well as the necessity to contribute to the employment increase and the local infrastructure development, to raise the standard of living of the population and to act as an effective mechanism for the redistribution of funds between sectors of the economy. It is emphasized that the main issues to be solved remain stabilization and adjustment of the economic and political situation, renewal and improvement of the legislative framework, management of the hotel and restaurant business. It is*

substantiated that the hotel, restaurant and tourism business can act as a stimulus for sustainable socio-economic regional development, which in turn will increase revenues to the budgets of all levels, contribute to improving the image of regions, create additional jobs, and act as a factor in the activation of inbound and foreign tourism.

Key words: hotel and restaurant business, tourism business, sustainable development, transformational processes, hospitality industry.

Appendix A. Supplementary material

Supplementary data associated with this article can be found, in the online version, at <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23nooutp.pdf>

Funding

The authors received no direct funding for this research.

Citation information

Nosyriev, O. (2023) Directions of the hotel, restaurant and tourist business development under transformation processes. Socio-Economic Problems and the State (electronic journal), Vol. 28, no. 1, pp. 3-16. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23nooutp.pdf>

Використана література:

1. Сидоренко Т. Особливості функціонування готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану. *Підприємництво і торгівля*. 2022. № 33. С. 66-70. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2022-33-10>
2. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22>
3. Кашперська А. І. Стан та тенденції розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес : сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку : матеріали I міжнародної науково-практичної конференції (м. Старобільськ, 16-17 листопада 2021 року)*. Старобільськ : Вид-во ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», 2021. С. 150-153.
4. Кіш Г. В., Нагорняк Г. С. Сучасні реалії функціонування сучасного ринку ресторанного бізнесу в Україні. *Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку» (м. Луцьк, 29 листопада 2021 р.)*. Луцьк : ПП Іванюк, 2021. С. 88-91. URL: <https://dSPACE.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/38501>
5. Шинкар С., Перцович Т. Розвиток маркетингу в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі у сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-70>
6. Коробейникова Я., Побігун О. Антикризовий менеджмент у сфері готельно-ресторанного бізнесу в умовах пандемії covid-19. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія «Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості»*. 2022. № 1(25). С. 172-182. DOI: [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2022-1\(25\)-172-182](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2022-1(25)-172-182)
7. Шапошников К. С., Незвещук-Когут Т. С. Готельно-ресторанний бізнес в Україні: сучасний стан та проблеми розвитку. *Причорноморські економічні студії*. 2022. Вип. 74. С. 261-266. URL: http://bses.in.ua/journals/2022/74_2022/41.pdf
8. Баландіна І. С. Підприємництво в готельно-ресторанному бізнесі. *Наукові інновації та передові технології. Серія «Економіка»*. 2022. № 3(5). С. 35-44. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/1262/1260>

9. Круковська О. В. Нові організаційно-економічні засади управління послугами в індустрії гостинності на рівні підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Агросвіт*. 2022. № 3. С. 70-76. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2022.3.70>
10. Гребенюк Г. М., Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Пікуліна О. В. Інноваційний підхід до розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу України в умовах кризи. *Агросвіт*. 2021. № 5-6. С. 57-62. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.5-6.57>
11. Муха Р. А. Вплив війни на заклади готельно-ресторанної сфери та їх конкурентоспроможність. *Економіка та держава*. 2022. № 8. С. 72-76. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.8.72>
12. Валінкевич Н., Тищенко С. Забезпечення безпеки та страхування підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-64>
13. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки*. 2022. Вип. 46. С. 11-15. URL: <http://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/783>
14. Зінченко В., Руденко Г., Гищук Р. Якість туристичних послуг як фактор євроінтеграційних процесів. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. Вип. 1 (85). С. 91-105. DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2022-1.85.08>
15. Цвілий С., Кукліна Т., Жилко О. Організаційні компоненти в управлінні бізнесом вітчизняного туристичного підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 36. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1168>
16. Моца А., Шевчук С., Середа Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>

References

1. Sydorenko T. (2022). Osoblyvosti funktsionuvannya hotelno-restorannoho biznesu v umovakh voiennoho stanu [Features of functioning of hotel and restaurant business in a state of martial law]. *Entrepreneurship and trade*, Vol. 33, pp. 66-70. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2022-33-10> (accessed 7 Dec 2022) [in Ukrainian].
2. Bazhenova S., Polohovska Yu., Kantsur Yi. (2022). Rozvytok hotelno-restorannoho biznesu v umovakh sohodennya [Development of hotel and restaurant business in the face of today]. *Economics and society*, Vol. 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22> (accessed 7 Dec 2022) [in Ukrainian].
3. Kashperska A. Yi. (2021). Stan ta tendentsiyi rozvytku pidpriemstv hotelno-restorannoho biznesu [Status and trends of development of hotel and restaurant businesses]. *Tourist and hotel and restaurant business: current state, problems and prospects of development: materials and international scientific and practical conference (Starobilsk, November 16-17, 2021)*, Vol. 38, pp. 150-153. [in Ukrainian].
4. Kish H. V., Nahornyak H. S (2021). Suchasni realiyi funktsionuvannya suchasnoho rynku restorannoho biznesu v Ukrayini [Modern realities of functioning of the modern restaurant business market in Ukraine]. *Materials of the III All-Ukrainian Scientific and Practical Conference "Tourism Industry and Hospitality in Ukraine and the World: Current Status, Problems and Prospects for Development"* (Lutsk, November 29, 2021), Vol. 38, pp. 88-91. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/38501> (accessed 7 Dec 2022) [in Ukrainian].

5. Shynkar S., Pertsovykh T. (2022). Rozvytok marketynhu v turyzmi ta hotelno-restorannomu biznesi u suchasnykh umovakh [Development of marketing in tourism and hotel and restaurant business in modern conditions]. *Economics and society*, Vol. 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-70> (accessed 7 Dec 2022) [in Ukrainian].
6. Korobeynykova Ya. Pobihun O. (2022). Antykrizovyy menedzhment u sferi hotelno-restorannoho biznesu v umovakh pandemiyi covid-19 [Anti-crisis management in the field of hotel-restaurant business in the conditions of the Covid -19 pandemic]. *Scientific Bulletin of Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas. Oil Economics and Management in Oil and Gas Industry*, Vol. 1(25), pp. 172-182. DOI: [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2022-1\(25\)-172-182](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2022-1(25)-172-182) (accessed 8 Dec 2022) [in Ukrainian].
7. Shaposhnykov K. S., Nezveshchuk-Kohut T. S. (2022). Hotelno-restorannyi biznes v ukrayini: suchasny stan ta problemy rozvytku [Hotel and Restaurant Business in Ukraine: Current Status and Development Problems]. *Black Sea Economic Studies*, Vol. 74, pp. 261-266. URL: http://bses.in.ua/journals/2022/74_2022/41.pdf (accessed 7 Dec 2022) [in Ukrainian].
8. Balandina Yi. S. (2022). Pidpriumnytstvo v hotelno-restorannomu biznesi [Entrepreneurship in hotel and restaurant business]. *Scientific innovations and advanced technologies. Economics series*, Vol. 3(5), pp. 35-44. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/1262/1260> (accessed 7 Dec 2022) [in Ukrainian].
9. Krukovska O. V. (2022). Novi orhanizatsiyno-ekonomichni zasady upravlinnya posluhamy v industriyi hostynnosti na rivni pidpriumstv hotelno-restorannoho biznesu [New organizational and economic principles of services in the hospitality industry at the level of hotel and restaurant businesses]. *Agrosvit*, Vol. 3, pp. 70-76. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2022.3.70> (accessed 7 Dec 2022) [in Ukrainian].
10. Hrebenyuk H. M., Charkina T. Yu., Martsenyuk L. V., Pikulina O. V. (2021). Yinnovatsiynny pidkhid do rozvytku turyzmu ta hotelno-restorannoho biznesu Ukrayiny v umovakh kryzy [Innovative approach to tourism and hotel and restaurant business in crisis]. *Agrosvit*, Vol. 5-6, pp. 57-62. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.5-6.57> (accessed 8 Dec 2022) [in Ukrainian].
11. Mukha R. A. (2022). Vplyv viyny na zaklady hotelno-restorannoyi sfery ta yikh konkurentospromozhnist [Impact of war on hotel and restaurant facilities and their competitiveness]. *Economics and state*, Vol. 8, pp. 72-76. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.8.72> (accessed 7 Dec 2022) [in Ukrainian].
12. Valinkevych N., Tyshchenko S. (2022). Zabezpechennya bezpeky ta strakhuvannya pidpriumstv hotelno-restorannoho biznesu [Ensuring the safety and insurance of hotel and restaurant businesses]. *Economics and society*, Vol. 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-64> (accessed 7 Dec 2022) [in Ukrainian].
13. Royik O. R., Nedzvetska O. V. (2022). Shlyakhy rozvytku turystychnoyi sfery Ukrayiny u voienyny period [Ways of development of the tourism sphere of Ukraine in the war period]. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences*, Vol. 46, pp. 11-15. URL: <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/783> (accessed 8 Dec 2022) [in Ukrainian].
14. Zinchenko V., Rudenko H., Hyshchuk R. (2022). Yakist turystychnykh posluh yak faktor ievrointehratsiynnykh protsesiv [Quality of tourist services as a factor of European integration processes]. *Economics and Business Management*, Vol. 1(85), pp. 91-105. DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2022-1.85.08> (accessed 8 Dec 2022) [in Ukrainian].

15. Tsvilyy S., Kuklina T., Zhylko O. (2022). Orhanizatsiyni komponenty v upravlinni biznesom vitchyznyanoho turystychnoho pidpriemstva [Organizational components in business management of domestic tourism enterprise]. *Economics and society*, Vol. 36, pp. 91-105. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1168> (accessed 9 Dec 2022) [in Ukrainian].
16. Motsa A., Shevchuk S., Sereda N. (2022). Perspektyvy pislyavoiennoho vidnovlennya sfery turyzmu v Ukrayini [Perspectives of post-war restoration of tourism in Ukraine]. *Economics and society*, Vol. 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31> (accessed 9 Dec 2022) [in Ukrainian].



© 2023 Socio-Economic Problems and the State. All rights reserved.
This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.
You are free to:
Share — copy and redistribute the material in any medium or format Adapt — remix, transform, and build upon the material for any purpose, even commercially.
The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.
Under the following terms:
Attribution — You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made.
You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.
No additional restrictions
You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.

Socio-Economic Problems and the State (ISSN: 2223-3822) is published by Academy of Social Management (ASM) and Ternopil Ivan Puluj National Technical University (TNTU), Ukraine, Europe.

Publishing with SEPS ensures:

- Immediate, universal access to your article on publication
- High visibility and discoverability via the SEPS website
- Rapid publication
- Guaranteed legacy preservation of your article
- Discounts and waivers for authors in developing regions

Submit your manuscript to a SEPS journal at <http://sepd.tntu.edu.ua>

