

Р. А. Муха,
к. е. н., доцент кафедри готельно-ресторанної справи,
Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола
ORCID ID: 0000-0002-7386-4083

DOI: 10.32702/2306-6806.2022.8.72

ВПЛИВ ВІЙНИ НА ЗАКЛАДИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ ТА ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

R. Mukha,
PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business,
Haltskyi vocational college named after Vyacheslav Chornovil

IMPACT OF WAR ON HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY AND THEIR COMPETITIVENESS

У статті розглянуто вплив війни як на стан бізнесу України загалом, так і на особливості функціонування закладів готельно-ресторанної сфери, зокрема. Визначено важливість формування конкурентних переваг закладів сфери послуг. Розглянуто критерії формування конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанного господарства з погляду споживачів та з погляду самого підприємства. Виявлено критерії оцінки конкурентоспроможності такі як: сучасне обладнання та устаткування; дотримання санітарно-гігієнічних норм; якість продукції та послуг; ціна та собівартість продукції; реклама; якість обслуговування та кваліфікація персоналу; імідж закладу. Запропоновано методiku оцінки конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанного господарства застосовуючи експертний метод оцінювання за допомогою засобів як анкетування та опитування. Для узагальнення та наочності отриманих результатів запропоновано будувати "Павутину конкурентоспроможності заклад" у досліджуваних підприємств, що передбачає нанесення на кожну вісь точок, що відповідають значенням відповідних критеріїв конкурентоспроможності підприємств. Побудова павутини дозволить визначити сильні та слабкі сторони об'єктів дослідження, порівняти наявні переваги із конкурентами та сформулювати стратегію підвищення конкурентоспроможності закладу, та визначити конкретні напрямки вдосконалення підприємства. Узагальнено, що сфера готельно-ресторанного бізнесу України має перспективи розвитку у післявоєнний період, оскільки, з досвіду тих країн, що вже пережили війну, загальна частка туристів у країні лише зростатиме через підвищений інтерес до місць післявоєнних локацій, місць військової звитяги. Як результат заклади готельно-ресторанної сфери будуть затребуваними, тож повинні підтримувати та вдосконалювати свою конкурентоспроможність як на рівні України, так і на рівні усього світу.

The article examines the impact of the war both on the state of business in Ukraine in general, and on the peculiarities of the functioning of hotels and restaurants, in particular. The importance of the formation of competitive advantages of institutions in the service sector was determined. The criteria for the formation of competitiveness of hotel and restaurant establishments from the point of view of consumers and from the point of view of the enterprise itself were considered. The criteria for assessing competitiveness have been identified, such as: modern equipment and facilities; compliance with sanitary and hygienic norms; quality of products and services; price and cost of production; advertising; quality of service and qualification of personnel; image of the institution. A methodology for evaluating the competitiveness of hotel and restaurant establishments using an expert evaluation method using means such as questionnaires and surveys were proposed. In order to generalize and visualize the obtained results, it was proposed to build a "Web of Competitiveness of Institutions" in the studied enterprises, which involves drawing points on each axis that correspond to the values of the relevant criteria of the competitiveness of enterprises. The construction of the web will allow to determine the strengths and weaknesses of the research objects, to compare the existing advantages with competitors and to form a strategy for increasing the competitiveness of the institution, and to determine specific areas of improvement of the enterprise. It is summarized that the sphere of the hotel and restaurant business of Ukraine has prospects for

development in the post-war period, since, from the experience of those countries that have already survived the war, the total share of tourists in the country will only grow due to increased interest in post-war locations, places of military victories. As a result, hotel and restaurant establishments will be in demand, so they must maintain and improve their competitiveness both at the level of Ukraine and at the level of the whole world.

Ключові слова: готельно-ресторанний бізнес, сфера послуг, проблеми розвитку підприємств, вплив війни, готелі, ресторани, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, оцінка конкурентоспроможності.

Key words: hospitality business, service industries, problems of enterprise development, impact of war, hotels, restaurants, competitiveness, competitive advantages, assessment of competitiveness.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Готельно-ресторанна сфера є однією із важливих складових економіки країни і є тією сферою економіки, яка постійно розвивається та змінюється, основними рушійними складовими її постійного вдосконалення є зміни у навколишньому бізнес-середовищі, зміни запитів споживачів виникнення нових побажань клієнтів-гостей. Ринок сфери послуг представлений великою кількістю підприємств готельно-ресторанної справи, які зумовлюють велику та жорстку конкуренцію на ринку. Саме тому, підприємствам щоб задовольнити потреби споживачів доцільно здійснювати постійну боротьбу між собою та завоювання нових сегментів ринку, здійснювати пошук нових та утримувати вже наявних споживачів, урізноманітнювати спектр послуг та дбати про високий рівень обслуговування клієнтів, що і обумовлює актуальність теми дослідження. Сучасний конкурентний ринок вимагає виявлення підприємствами основних конкурентних переваг закладів та напрямків їх оцінки, для того щоб ефективно реагувати на зміни навколишнього середовища та адаптуватися до нових умов, які вимагає ринок.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретичним та практичним питанням щодо особливостей формування основних чинників конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства досліджували науковці Коваленко А. Г., Нагернюк Д. В., питанням іміджевого фактору конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанної справи присвячені праці таких науковців, як Миронов Ю. Б., Федчишин Д. Р. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії досліджував науковець Охота В. І. Питанням впливу воєнних дій на стан сфери послуг та бізнесу загалом займалися такі науковці, як Коропецька А., Корчевська А. Однак, сучасне мінливе ринкове середовище, воєнна агресія проти України вимагають дослідження конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного господарства із врахуванням цих факторів.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження впливу воєнної агресії росії проти України на стан функціонування бізнесу, загалом, та підприємств сфери послуг, зокрема, також дослідити особливості формування конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанного господарства, виявити основні критерії її оцінки та визначити перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У сучасному ринковому середовищі явище конкуренції є одним із найважливіших факторів, який визначає і окреслює успішний економічний розвиток як окремих суб'єктів господарювання, так і економіки країни загалом.

Як світова економіка, так і економіка України і сфера послуг, зокрема, щойно оговталися та призвичаїлися до нових умов функціонування у період пандемії COVID-19, як знову ж таки воєнна агресія росії та сучасний воєнний стан у країні вклав свої корективи у розвиток суб'єктів економічних відносин.

За результатами соціологічного опитування Gradus Research Company [2] за підтримки Київської Школи Економіки у квітні 2022р. виявлено певні результати впливу війни на сучасне бізнес середовище України. Зокрема можна стверджувати, що 23% опитаних респондентів бізнесу — втратили бізнес, проте планують відновити свою діяльність, однак, більшість з них (близько 62%) планують відновлювати свою роботу лише після закінчення війни.

Виявлено, що найбільш популярними сферами діяльності бізнесу від час війни є роздрібна торгівля нехарчовими продуктами, оптова торгівля та ІТ-діяльність, надання професійних послуг. Якщо говорити про готельно-ресторанну сферу бізнесу, то майбутні підприємці планують старт діяльності у сфері готельно-ресторанного бізнесу на рівні 13% опитаних, а у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку — 12% [2].

Війна значно вплинула на фінансову складову українського бізнесу, зокрема: 79% підприємців декларують зменшення свого доходу, а 7% повну його втрату. Лише 22% активних суб'єктів господарювання зазначили, що їхній режим роботи залишився без змін, порівняно з довоєнним часом.

Суб'єкти бізнесу, що припинили свою діяльність, були вимушені відправити працівників у безоплатну відпустку (42%) та скоротити штат (18%).

Також, особливістю ведення бізнесу у період війни є виникнення необхідності переміщення об'єктів в межах України у спокійніші регіони або й за межі України з метою його збереження (зазначили 47% опитаних респондентів). Для 31% підприємців актуальним є переміщення свого бізнесу в інші регіони, з них більша частина планує робити це в межах України. Основними регіонами куди планують переміщувати свій бізнес підприємці є Львівська (20% респондентів), Вінницька (12% респондентів) та Івано-Франківська (12% респондентів) області [2].

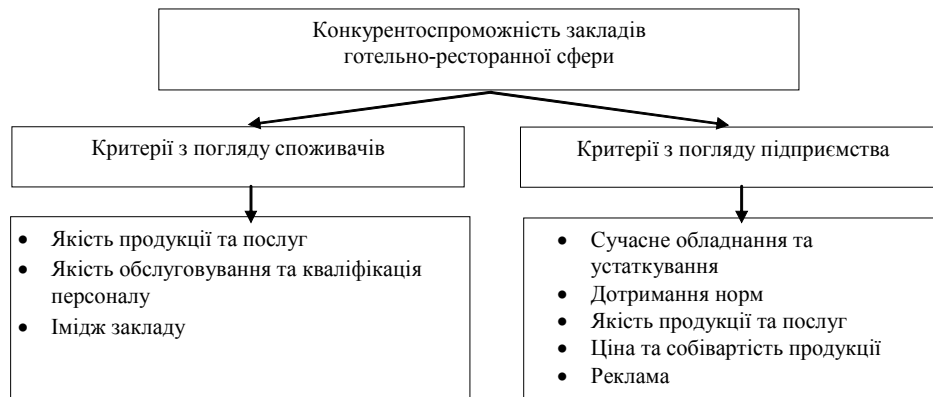


Рис. 1. Критерії конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанної сфери

Джерело: розроблено автором на основі [5; 6]

Іншими причинами переміщення бізнесу стали: вирішення логістичних проблем (22% опитаних), збереження робочих місць (15% опитаних), кращі умови ведення бізнесу (15% опитаних), перепрофілізація бізнесу (13% опитаних), нові клієнти (13% опитаних), вигідніша вартість сировини та менші витрати на виконання робіт (10% опитаних) [2].

Також, якщо говорити про ринок праці, то після 24 лютого 2022 р. він знизився на 87%, оскільки роботодавці масово закривали підприємства та скорочували чисельність своїх працівників. Роботу втратили майже п'ять мільйонів українців [3].

За даними опитування Gradus Research Company, на п'ятий місяць війни кожен третій українець — не працевлаштований. А кожен четвертий має роботу, але не працює. Однак, позитивною тенденцією для сфери готельно-ресторанного бізнесу стало зростання попиту на вакансії кухарів у червні, зокрема, кількість вакансій для кухарів збільшилася на 24%. Це свідчить про зростання попиту на спеціалістів, які обслуговують людей у сфері громадського харчування.

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 областях — Чернівецькій та Львівській областях [3].

Сучасна жорстка конкурентна боротьба та мінливе зовнішнє середовище змушує керівників підприємств готельно-ресторанної сфери формувати стратегію розвитку закладів, створювати певний стиль діяльності закладу, розробляти продукцію та послуги на засадах унікальності та неповторності. Власне зазначені вище напрямки діяльності закладів готельно-ресторанної сфери формують конкурентні переваги закладів, що вирізняють їх поміж інших конкурентів.

Загалом конкурентоспроможність підприємства можна розглядати як комплексну характеристику, яка включає в себе певні оціночні показники та визначається лише відносно об'єкта порівняння, зазвичай через потенційного конкурента [5].

Методику оцінки конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанної справи доцільно розглядати у двох напрямках, з погляду споживачів та з погляду самого підприємства.

Аналізуючи конкурентоспроможність закладів готельно-ресторанної справи з погляду споживачів варто відзначити такі критерії як якість продукції (смакові характеристики страв, меню, подача страв), якість обслуговування (кваліфікація та культура поведінки персоналу, комунікабельність та майстерність обслуговування, асортименту послуг, які надає підприємство, місце розташування закладів та особливостей їх роботи) та імідж закладу (як уявлення про заклад сформо-

ване внаслідок досвіду, реклами та інформації в ЗМІ, фірмовий стиль, зовнішній вигляд).

Узагальнюючи дані досліджень науковців можна сформулювати основні чинники, які впливають на конкурентоспроможність закладів, що представлені на рис. 1.

Конкурентоспроможність закладів готельно-ресторанної справи з погляду самого підприємства включає в себе такі категорії, як наявність сучасного обладнання та устаткування, дотримання санітарно-гігієнічних норм, якість продукції та послуг, ціна та собівартість продукції (середній чек, система знижок, бонусів), реклама [5; 6].

Оцінювати конкурентоспроможність закладів готельно-ресторанного господарства за допомогою певних критеріїв і показників загальноприйнято здійснювати за такою формулою [8]:

$$K = Y + C + O + \dots + N \quad (1),$$

де K — конкурентоспроможність підприємства,

Y — якість продукції та послуг,

C — ціна,

O — обслуговування

N — інші критерії оцінювання, які визначені дослідженням.

Для оцінки конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанного господарства доцільно застосовувати експертний метод оцінювання за допомогою таких засобів, як анкетування та опитування.

Сутність експертного методу оцінювання полягає у тому, що експерти проводять інтуїтивно-логічний аналіз основних визначених критеріїв конкурентоспроможності закладів з подальшою кількісною обробкою результатів та їх порівнянням [1].

До складу експертної групи оцінювання конкурентоспроможності закладів сфери послуг зазвичай включають спеціалістів різного віку, представників різних підприємств готельно-ресторанної справи, представників різних підрозділів підприємства, а найголовніше — споживачів продукції та послуг досліджуваних підприємств. Цікавим і дієвим є застосування практики "таємний покупець", що дає змогу об'єктивно та незалежно оцінити якість надання послуг тим, чи іншим підприємством.

Після визначення групи експертів, доцільно встановити критерії, за якими буде здійснюватися оцінювання, визначити шкалу розмірності оцінки (5-бальна, 10-бальна чи 100-бальна шкала). Основні узагальнені критерії, які представлені вище, доцільно деталізувати. Деталізовані критерії оцінки варто розробляти окремо для закладів готельного та ресторанного господарства у зв'язку із специфікою послуг, які надаються. Узагальнені та деталізовані критерії оцінки конкурентоспроможності для підприємств ресторанної сфери та типову методику оцінки запропоновані у табл. 1.

Результатом експертних оцінок є зведена матриця комплексних експертних оцінок показників конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанної сфери. Експертні оцінки відображають індивідуальне судження

Таблиця 1. Критерії оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства

№	Критерій оцінки	Загальна оцінка підприємства А (від 0 до 10 балів)	Загальна оцінка підприємства Б (від 0 до 10 балів)
1	2	3	4
1.	Критерій: Зовнішній вигляд		
1.1	Відповідність закладу типу та класу		
1.2	Наявність гардеробу		
1.3	Наявність хостеса		
1.4	Наявність реклами, вивіски та режиму роботи		
1.5	Стан прилеглої території		
1.6	Чистота залу столів, посуду		
1.7	Наявність банкетних кімнат		
1.8	Співвідношення кількості посадкових місць до площі залу		
1.9	Освітлення		
1.10	Наявність кондиціонера		
1.11	Стильове поєднання інтер'єру		
1.12	Наявність паркування, пандусу		
1.13	Наявність якісного WIFI, відео спостереження		
1.14	Наявність додаткових сервісів		
1.15	Стан туалетних кімнат		
1.16	Музичний супровід		
2.	Критерій: Стандарти обслуговування		
2.1	Наявність у персоналу фірмового одягу, бейджу		
2.2	Акуратність зовнішнього вигляду персоналу		
2.3	Володіння іноземними мовами персоналом закладу		
2.4	Вміння вирішити конфліктну ситуацію		
2.5	Професіоналізм поведінки		
2.6	Швидкість обслуговування		
3.	Критерій: Якість продукції/послуг		
3.1	Зовнішній вигляд меню		
3.2	Наявність в меню фірмових страв		
3.3	Подача та оформлення страв		
3.4	Відповідність температури подачі страв		
3.5	Асортимент страв		
3.6	Наявність банкетного меню		
3.7	Наявність меню на іноземній мові		
3.8	Наявність пісних страв		
3.9	Відповідність ваги страв на вигляд		
3.10	Смакові показники страв		
4.	Критерій: Ціна-Собівартість		
4.1	Середній чек		
4.2	Наявність системи знижок та бонусів		
5.	Критерій: Імідж та реклама		
5.1	Представлення закладів у ЗМІ		
5.2	Проведення акцій та промоцій		
5.3	Участь у місцевих заходах, виставках, ярмарках		
5.4	Наявність бренду		
5.5	Відгуки клієнтів		
	Загальний показник конкурентоспроможності закладу	Сума балів	Сума балів

спеціалістів щодо показників конкурентоспроможності закладів та ґрунтуються на акумулюванні професійного досвіду доповненого знаннями та особистою інтуїцією [1].

Для узагальнення та наочності отриманих результатів доцільно будувати "Павутину конкурентоспроможності закладу" досліджуваних підприємств, яка подана на рис. 2, що передбачає нанесення на кожну вісь точок, що відповідають значенням відповідних критеріїв конкурентоспроможності підприємств.

Побудова павутини дозволить визначити сильні та слабкі сторони об'єктів дослідження, порівняти наявні переваги із конкурентами та еталонним підприємством, яке матиме ідеальні результати дослідження, сформу-

вати стратегію підвищення конкурентоспроможності закладу, та визначити конкретні напрямки вдосконалення підприємства.

ВИСНОВКИ

Загалом, сфера готельно-ресторанного бізнесу України має перспективи розвитку у післявоєнний період, оскільки, з досвіду тих країн, що вже пережили війну, загальна частка туристів у країні лише зростатиме через підвищений інтерес до місць післявоєнних локацій, місць військової зв'язки. Також передбачається активізація міжнародного туризму, зокрема через бажання іноземних туристів познайомитися з країною особисто

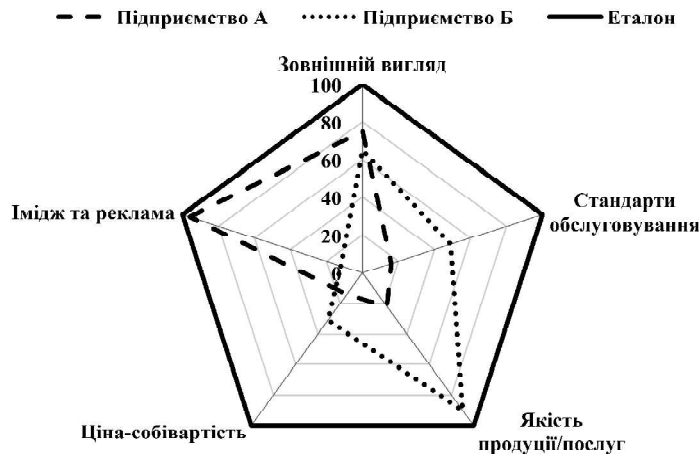


Рис. 2. Приклад побудови "Павутини конкурентоспроможності закладу"

та залучатися до процесу її відбудови і відновлення. Як результат заклади готельно-ресторанної сфери будуть затребуваними, тож вони повинні підтримувати та вдосконалювати свою конкурентоспроможність як на рівні України, так і на рівні усього світу.

На даний час в результаті дослідження виявлено складний стан діяльності закладів готельно-ресторанної справи. 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. Розглянута у дослідженні методика оцінки конкурентоспроможності закладів сфери послуг може бути використана підприємствами, однак, вона може і вдосконалюватися новими критеріями, показниками та характеристиками, які можуть бути напрямками подальших досліджень.

Література:

1. Базалійська Н.П. Метод експертних оцінок в дослідженні особистісних, професійних, ділових та результативних показників трудової поведінки. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. С. 81—96. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/23-1-2017/22.pdf>
2. Діагностування стану українського бізнесу під час повномасштабної війни Росії з Україною: Аналітичний звіт. URL: https://gradus.app/documents/188/BusinessInWar_Gradus_KSE_Report_30032022_ua.pdf
3. Коропецька А. Що відбувається з ринком праці під час війни: кого шукають роботодавці та скільки готові платити. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/business/fail/328215-work-during-wartime>
4. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Чернівці: Технодрук, 2022. 352 с. С. 337—341. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/korchevska.htm
5. Нагернюк Д.В., Коваленко А. Г. Формування конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. Економіка та суспільство. 2021. № 31. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/692>
6. Нагернюк Д. В. Основні чинники, що формують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства. Ефективна економіка. 2016. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5142>
7. Охота В.І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 5. С. 46—49. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/5_2017/11.pdf

8. Федчишин Д.Р., Миронов Ю.Б. Іміджевий фактор конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції. Львів: Растр-7, 2018. 316 с. С. 263—266. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/fedchyshyn.htm

References:

1. Bazaliiska, N.P. (2017), "The method of expert evaluations in the study of personal, professional, business and performance indicators of labor behavior", *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, pp. 81-96, available at: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/23-1-2017/22.pdf>, (Accessed 04 August 2022).
2. Gradus Research Company (2022), "Diagnosing the state of Ukrainian business during Russia's full-scale war with Ukraine", available at: https://gradus.app/documents/188/BusinessInWar_Gradus_KSE_Report_30032022_ua.pdf, (Accessed 04 August 2022).
3. Koropetska, A. (2022), "What happens to the labor market during wartime: who employers are looking for and how much they are willing to pay", available at: <https://www.the-village.com.ua/village/business/fail/328215-work-during-wartime> (Accessed 04 August 2022).
4. Korchevska, L. (2022), "State, peculiarities and prospects of tourism in the war and post-war periods", *Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*. [Materials of the International Scientific and Practical Conference], Technodruk, Chernivtsi, Ukraine, pp. 337—341, available at: https://tourlib.net/statti_ukr/korchevska.htm, (Accessed 04 August 2022).
5. Naherniuk, D., and Kovalenko, L. (2021), "Competitiveness formation of the enterprises of restaurant business", *Economy and Society*, vol.31, available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-24>, (Accessed 04 August 2022).
6. Naherniuk, D.V. (2016), "The main factors shaping the competitiveness of restaurant enterprises", *Efektivna ekonomika*, vol. 9, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5142>, (Accessed 04 August 2022).
7. Okhota, V.I. (2017), "Ways to increase the competitiveness of hotel industry enterprises", *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 5, pp. 46—49, available at: http://www.investplan.com.ua/pdf/5_2017/11.pdf (Accessed 04 August 2022).
8. Fedchyshyn, D.R. and Myronov, Yu.B. (2018), "Image factor of competitiveness of restaurant enterprises", *Materials of the VI International Scientific and Practical Conference* [Materials of the VI International Scientific and Practical Conference], Rastr-7, Lviv, Ukraine, pp. 263—266, available at: https://tourlib.net/statti_ukr/fedchyshyn.htm, (Accessed 04 August 2022).

Стаття надійшла до редакції 04.08.2022 р.