

сьогодні і економічний потенціал і попит на такі превалює); по-друге, вектор їх спеціалізації визначається найбільш провідними трендами глобального суспільного розвитку, запитами і потребами ефективізації господарських процесів і відносин, розвитку регіональних та національної економік [3, с. 47-54]. З огляду на останнє, критично високо актуалізується завдання удосконалення теоретико-методичних засад дослідження функціонування й розвитку стартапів, особливо високотехнологічних і пов'язаних зі створенням і впровадженням ІКТ.

Потрібно вести мову про те, що в будь-якому випадку стартапи – це ризикові бізнес-проекти, адже мають справу з інноваціями, нехай і не тільки високотехнологічними, а, відтак, – капіталовкладеннями та іншими інвестиціями, людськими, часовими витратами, психоемоційними характеристиками учасників проекту, зачіпають питання прав інтелектуальної власності та труднощів менеджменту й корпоративних відносин під час фази активного зростання і капіталізації.

Аспект інновацій, нововведень, інноваційності та інноваційного характеру функціонування закладено вже в самій назві цієї форми організації та ведення бізнесу, адже у перекладі з англійської «startup» означає стартувати, запускати для зростання і слово «старт» тут стосується саме апробації в бізнесі нової ідеї, ініціативи, технології тощо. Відтак, інноваційність та ризик в сукупності з підприємництвом (самостійною, ініціативною, систематичною, на власний ризик господарською діяльністю задля досягнення визначених соціально-економічних результатів) формують ядро етимології стартапу.

Список використаних джерел:

1. Kutsyk P., Lupak R., Kutsyk V., Protsykevych A. State Policy of the Investment Processes Development on the Market of IT Services: Analytical and Strategic Aspects of Implementation in Ukraine. *Economic Annals-XXI*. 2020. № 182 (3-4). P. 64-76.
2. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Штець Т. Ф. Обґрунтування стратегічних напрямів, цілей та заходів державної політики реалізації потенціалу ІТ-сектору економіки України. *Підприємництво і торгівля*. 2018. № 23. С. 56-63.
3. Куцик П. О., Процикевич А. І. Концептуальні характеристики функціонування та особливості державного регулювання розвитку ринку ІТ-послуг. *Економічний дискурс*. 2017. Вип. 3. С. 47-54.

УДК 338.242

*Рутинський М. Й., к.геогр.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет*

СТРАТЕГІЇ ТА ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Розвиток мирних галузей в реаліях повномасштабної війни в державі є нонсенсом. Тим не менше, навіть в реаліях російської агресії український бізнес

докладає усіх зусиль, щоб вижити, «залишитися на плаву», утримати власну ринкову нішу. Ситуація в різних регіонах України сьогодні складається по різному, адже фактор географії (а саме, віддаленості від лінії фронту) у 2022-2023 роках є визначальним для успішності готельно-ресторанного бізнесу. Тим не менше, панівною сьогодні для бізнесу стала одна-єдина стратегія – виживання та праця задля перемоги України.

Крізь призму стратегічного менеджменту сучасні стратегії готельно-ресторанного бізнесу змістовно узагальнено у праці проф. Г. Т. П'ятницької [2]. Зокрема, для тисяч малих підприємств у прифронтових і аграрних регіонах вимушеним кроком є реалізація стратегії скорочення і мінімізації витрат. У великих містах центральних та західних регіонів країни ситуація дещо інша, адже із хвилями вимушених переселенців у низці міст мало місце навіть пропорційне зростання попиту на послуги тимчасового розміщення й громадського харчування. Отож, слід констатувати, що галузь успішно протистоїть черговому масштабному виклику.

Готельно-ресторанний бізнес України сьогодні, здебільшого, керується трьома стратегіями балансування у здобутій ринковій ніші:

1. стратегія з орієнтацією на зменшення витрат без інноваційних змін (наприклад, за рахунок скорочення персоналу тощо);

2. стратегія з орієнтацією на утримання обсягів продажів та конкурентних позицій на ринку за рахунок фокусування на диференціації або фокусування на лідерстві за витратами;

3. стратегія з орієнтацією на ресурсощадні інновації (наприклад, зменшення порцій, інновації в меню на користь страв з нижчою собівартістю виробництва, що користуються високим попитом тощо) [2].

Невизначеність є головним лімітуючим чинником балансування готельно-ресторанної індустрії – адже неможливо передбачити масштаби та час чергових стресових або позитивних змін зовнішнього середовища. Відтак, ще з початку пандемії готельерам і рестораторам нашої країни довелося зіткнутися з численними обмеженнями щодо роботи підприємств, у тому числі їх обов'язковим закриттям [1]. З іншого боку, пандемія стала викликом, що активізував темпи впровадження галузевих інновацій.

У 2023-2024 роках прогнозуємо подальшу трансформацію моделей функціонування підприємств галузі з посиленням уваги до додаткових послуг і елементів гостинності. Готелі і кафе ставатимуть місцями для зустрічей і комунікації, для роботи поза офісом і споживання нових цікавих форм дозвілля поза власною оселею.

Шляхи повернення до фінансово-економічних результатів 2019 року відрізнятимуться залежно від міста і регіону, обсягу туристичного попиту (у т.ч. частки іноземних гостей у туристичному потоці), ємності ринку (економічного та туристичного профілю міста/курорту) і готельного сегмента (сегментація гостей, категорія, спектр послуг).

Внутрішній попит на готельні і ресторанні послуги в туристичних дестинаціях України (особливо в Карпатському регіоні) відновлюється найшвидше, що пов'язано зі зростаючою психоемоційною втомою громадян від

ізоляції, тривожності, песимізму та жахів воєнного стану. Тому, слід очікувати, що в 2023 році у мирних, віддалених від лінії фронту регіонах попит на готельні і ресторани послуги поступово наблизатиметься до рівнів, здобутих до 2022 (показників напередодні 2-го етапу російсько-української війни).

Такі найактуальніші тренди у 2023-2024 рр. формуватимуть стратегії конкурентної модернізації у змаганні за споживача українських підприємств HoReCa індустрії:

- розвиток нових форматів і загальної культури гастрономічного сервісу, естетики дозвілля та вишуканості стандартів національної української гостинності [3];

- модернізація та просування власного веб-сайту та каналів соціальної комунікації зі споживачами в Інстаграм, Твітер та Фейсбук;

- створення власного мобільного додатку з різноманітним функціоналом, у т. ч. активною програмою лояльності (з нарахуванням бонусів і знижками), онлайн-бронюванням, формою для замовлення і доставки страв;

- розвиток співпраці з глобальними та національними інтернет-платформами з популяризації, рейтингування та розкрутки бізнесу;

- запровадження сучасних безконтактних технологій здійснення замовлення та оплати у безготівкових форматах;

- розвиток цифрового меню і інших сервісів з доступом через QR-код;

- кон'юнктурне запровадження низки інших т. зв. «модних» продуктивних, сервісних, технічних і технологічних інновацій.

Список використаних джерел:

1. 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>

2. П'ятницька Г. Т. Стратегії розвитку ресторанного бізнесу в умовах кризи. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2021. № 2. С. 40-48. DOI: <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-2-5>

3. Рутинський М. Й., Зайченко В. В., Кушнірук Г. В. Розвиток формату «fine dining» у ресторанному бізнесі України. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2023. № 1(7). С. 10-14. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(7\).2023.2](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(7).2023.2)

УДК 658.1

Савченко В. М., к.е.н., професор,

Кононенко Л. В., к.е.н., доцент

Херсонський державний аграрно-економічний університет

АГРОПРОМИСЛОВИЙ КОМПЛЕКС УКРАЇНИ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СИСТЕМА

Агропромисловий комплекс є складною соціально-економічною системою. Від ефективності його функціонування залежить не тільки становище України