

ЦІННІСНІ ПРОПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В ПОСТПАНДЕМІЧНИХ УМОВАХ

¹Луцький національний технічний університет

Анотація. У статті досліджено ціннісні пропозиції у готельно-ресторанному бізнесі та окреслено вплив на них COVID-19, визначено фактори впливу на зміну ціннісних пропозицій підприємств.

Ключові слова: ціннісні пропозиції; інновації, фактори; пандемія; готельно-ресторанний бізнес.

VALUE OFFERS OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES IN POST-PANDEMIC CONDITIONS

Abstract: The article examines the value proposals in the hotel and restaurant business and outlines the impact on them COVID-19, identified factors influencing the change in value proposals of enterprises.

Keywords: value propositions, innovations; factors; pandemic; hotel and restaurant business.

В усьому світі креативні підприємства набувають все більшої популярності. Не винятком є готельно-ресторанний бізнес, який намагається дивувати інноваціями та ноу-хау у власній діяльності. Бізнес-модель є способом організації бізнес-ідеї, яка має структуровані блоки. Ця модель пояснює, яким чином можна отримати прибуток, які елементи цьому сприяють.

Метою роботи є аналіз ціннісних пропозицій підприємств готельно-ресторанного бізнесу в постпандемічних умовах на прикладі вибраних підприємств.

Дослідженням цієї проблематики займалися вчені: Россоха В.В., Череднікова Є.А., Полінкевич О.М., Смерічевський С.Ф., Клімова О.І., Остервальдер О., Піньє І., Бернгард Г., Сміт А. [2.; 3.; 4.; 5.; 6.].

Наведемо приклади бізнес-ідей в готельно-ресторанному бізнесі (табл. 1). Ціннісна пропозиція повинна давати відповідь на запитання: у чому цінність продукту для покупця? Яку проблему покупця можна розв'язати, які потреби покупців будуть задоволеними?

Таблиця 1

Приклади бізнес-ідей в готельно-ресторанному бізнесі

Назва	Рік заснування	Група	Сутність
1	2	3	4
JK Lab Architects, м. Одеса	2011	I	Місією є перетворення світу на більш комфортний, красивий і функціональний. Серед численних проєктів є морський дизайн-курорт M1 club hotel. Він є готелем із мінімалістичною архітектурою, має сучасні технології та традиційні природні матеріали. Дизайн номерів є стильним, а тераси з персональним виходом на набережну. У команді 11 людей.
Leo D'uk Design, м. Львів	2007	I	Реалізовує проєкти кав'ярень, пабів, ресторанів, спак-комплексів, офісів, телестудій, котеджів, ландшафтних об'єктів з благоустроєм території, малих архітектурних форм у міському середовищі. Основними принципами роботи є: 1) продукт має бути таким, за якого б було не соромно і мав рівень дизайну; 2) продукт є візиткою компанії та клієнта одночасно; 3) принцип раціоналізму, або раціонального мінімалізму у всьому; 3) гуманне ставлення до оточуючого світу та природи, екодизайн; 4) шанобливе ставлення до стейкхолдерів, з якими співпрацюємо; 5) розуміння психології стейкхолдерів; 6) створення простору, який сприяє

1	2	3	4
MARTINarchitects, м. Київ	2006	I	креативності. У команді 4 людей. Успішно реалізують проекти приватних інтер'єрів, дизайн офісів, торгових приміщень, проекти готелів та інших громадських просторів, роботи з промислового дизайну. Працюють фахівці в дизайні інтер'єри, проектувальники, архітектори, інженери.
Bodega 2K, м. Одеса	2020	II	Особливістю ресторану є страви домашньої бессарабської кухні та вина з ексклюзивних сортів винограду. Візія власника бізнесу сконцентрована на перспективах розвитку регіональної кухні.
Бессарабія, м. Київ	2017	II	Головним акцентом закладу є страви з морепродуктів, які щоденно доставляють з одеського ринку і зберігають на льодовій вітрині, а гості можуть обрати їх для приготування. Також у ресторані є винна кімната.

У групі I ціннісною пропозицією є: в наданні та прийнятті рішень з архітектурного планування, супроводу та реалізації, завдяки яким клієнти отримають максимальну цінність.

Основними точками диференціації є: 1) переважний сегмент портфоліо; 2) емпатія до клієнта й відкритість порад із професійного досвіду (вміння пояснювати сценарій бюджетів, допомога в ухваленні рішень); 3) бюджетна категорія; 4) доступ до візуалізації.

Група II є закладами бессарабської кухні, для яких ціннісні пропозиції є занурення відвідувача в унікальну атмосферу старої Бессарабії завдяки поєднанню традиційних домашніх одеських страв, локальних вин і тематичного інтер'єру. Основними точками диференціації є: 1) страви з місцевих продуктів; 2) сімейні рецепти страв; 3) атмосфера старого міста; 4) ексклюзивна винна карта; 5) концептуальна музика; 6) історична локація; 7) дегустації; 8) їжа to go.

Ціннісні пропозиції є елементом канви бізнес-моделі. Вони допоможуть керівникам компаній розробляти нові бізнес-моделі, змінювати їх та адаптувати до мінливих умов, а також управляти бізнес-портфелем підприємств готельно-ресторанного бізнесу. В постпандемічний період особливої актуальності набрали ціннісні пропозиції, які стосуються найповнішого задоволення потреб клієнтів. Оскільки саме в цей період клієнти найбільше схильні до ірраціональності. Їхню поведінку важко пояснити. Тому для розвитку готельно-ресторанного бізнесу підприємствам варто вибудувати ціннісні пропозиції, які б охоплювали інтереси не лише самих компаній, але й клієнтів загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Програма сприяння територіальному співробітництву країн східного партнерства «Молдова-Україна» Common Space for Creative and Cultural Industries. https://www.ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Business_Models_for_CCI_PPV_2018_UA.pdf
2. Россоха В.В., Череднікова Є.А. Маркетингові технології проектування продукту. *Ефективна економіка*. 2020. № 6. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.6.4
3. Остервальдер А., Пинье І., Бернгард Г., Смит А. Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукти та послуги, яких хочуть клієнти / Переклад Р. Корнута. Наш формат, 2018. 324 с.
4. Смерічевський С.Ф., Клімова О.І. Business model canvas як універсальна концепція управління бізнесом компанії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 9. С. 11–14.
5. Стратегії та технології інноваційного розвитку корпорацій : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Полінкевич. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 416 с.
6. Полінкевич О.М. Принципи соціально-компетентного управління підприємством. *Економічний форум*. 2018. № 1. С. 205–209.

Полінкевич Оксана Миколаївна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу, Луцький національний технічний університет, Луцьк, e-mail: Kravomp@gamil.com

Polinkevych Oksana M. – Doctor of Economics, Professor, Professor of Tourism and Hotel and Restaurant Business, Lutsk National Technical University, Lutsk, e-mail: Kravomp@gamil.com