

УДК 338.486.1-021.4:640.41

Куракін О. Б.*o.kurakin@chdtu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0002-9392-7854**старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси*

ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ

Анотація. Мета – огляд концептуальних засад формування сутності економіки готельних послуг в системі індустрії гостинності, а також визначення та узагальнення пріоритетних напрямків для управління їх якістю в сучасних умовах розвитку економіки України. Методика. Застосовані методи аналізу, порівняння, статистичні, абстрагування. В основі методології дослідження – систематизація аналізу досвіду функціонування готельних підприємств у бізнес-середовищі індустрії гостинності України, структуризація окремих сегментів у сфері впливу економіки країни на стан галузі в умовах дії воєнного стану та з точки зору стратегії розвитку в повоєнний період. Результати. Розглянуто відповідний спектр питань, які стосуються економічних засад управління якістю готельних послуг в індустрії гостинності України та представлені рекомендації для підвищення їх якості в конкурентному середовищі. Практична значимість. Підкреслено важливість розуміння сутнісних ознак економічних засад управління якістю готельних послуг в індустрії гостинності України, що залишаються актуальними й для подальшого вивчення досвіду, аналізу помилок і визначення пріоритетів у практичному застосуванні в економіці управлінських функцій готельних підприємств як під час дії воєнного стану в країні, так і для стратегії розбудови успішного конкурентоздатного сектору економіки туристичної галузі.

Ключові слова: економіка, бізнес-середовище, готель, гостинність, управління, якість послуг, воєнний стан, підприємництво.

Kurakin Olexandr*o.kurakin@chdtu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0002-9392-7854**Senior Lecturer of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business, Cherkasy State Technological University, Cherkasy*

ORGANIZATIONAL ASPECTS OF IMPROVING THE QUALITY OF HOTEL SERVICES IN MODERN ECONOMIC CONDITIONS

Abstract. Purpose. The purpose of the study is to review the conceptual foundations of forming the essence of the hotel services economy in the hospitality industry system, as well as to identify and summarize the priority areas for managing their quality in the current conditions of development of the Ukrainian economy. Method. The methods used are analysis (in the context of experience and the current state of the industry), comparison (of negative and positive aspects in the activities of hospitality industry enterprises) and statistical (well-known official, instrumental, etc.), abstraction (regarding the development strategy and consideration of external and internal factors influencing the quality of hotel services). The research methodology is based on the systematization of the analysis of the experience of hotel enterprises in the business environment of the hospitality industry of Ukraine, structuring of individual segments in the field of the country's economy's influence on the state of the industry under martial law and in terms of development strategy in the postwar period. Scientific novelty. The author considers the relevant range of issues related to the economic foundations of quality management of hotel services in the hospitality industry of Ukraine and presents recommendations for improving their quality in a competitive environment. The author emphasizes the importance of

disclosure by domestic scientists and researchers of the essential components of the economy of hotel enterprises and factors influencing the quality of hotel services during martial law in Ukraine and in the direction of the development strategy of such an important segment of the tourism industry as the hospitality industry. Practical importance. The results of the study should intensify further research on the prospects for the development of the hospitality industry; focus on those areas in the industry that require more attention from the State, regional structures and the overall business environment, and taking into account the personalization of consumer needs and trends. The article emphasizes the importance of understanding the essential features of the economic principles of quality management of hotel services in the hospitality industry of Ukraine, which remain relevant for further study of experience, analysis of mistakes and determination of priorities in the practical application of the management functions of hotel enterprises in the economy both during the martial law in the country and for the strategy of building a successful competitive sector of the tourism industry.

Keywords: economy, business environment, hotels, hospitality, management, quality of services, martial law, entrepreneurship.

JEL Classification: R58

DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-10-5>

Постановка проблеми. Фактично за останні 5 років, а якщо бути більш точними, – з часу анексії АР Крим й частини територій України російськими загарбниками, негативного впливу пандемії COVID-19 та пов'язаним із цим суттєвим зниженням бізнес-активності в готельно-ресторанному секторі економіки, широкомасштабного збройного нападу російського ворога на суверенну й незалежну державу Україна та воєнного стану на всій території нашої країни, питання дослідження та аналізу сучасних умов господарювання є одними з найбільш актуальних у переліку нагальних в контексті організації безпечного простору для життєдіяльності в усіх сферах економіки та соціального спектру буття. Таким чином, сутнісні ознаки економічних засад управління якістю готельних послуг в індустрії гостинності України були та залишаються актуальними для вивчення досвіду, аналізу помилок і визначення пріоритетів у практичному застосуванні в економіці управлінських функцій готельних підприємств як під час дії воєнного стану в країні, так і в подальшому для стратегії розбудови успішного конкурентоздатного сектору економіки туристичної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наразі певний спектр питань, які стосуються економічних засад управління якістю готельних послуг в індустрії гостинності України, висвітлено в низці зарубіжних і вітчизняних наукових публікацій. Враховуючи комплексність зазначених аспектів теорії та практики управління в готельному бізнесі як базового

сегменту туристичної галузі України, саме вітчизняні науковці, дослідники більш широко розкривають сутнісні складові економіки галузі під час дії воєнного стану в Україні та в напрямку стратегії розвитку такого важливого сегменту туристичної галузі як індустрія гостинності. Питання економіки, аналізу діяльності та управління якістю в підприємстві гостинності та туризму, у тому числі закладів готельного та ресторанного бізнесу, а також детальний аналіз і динаміку їх розвитку в сучасних умовах господарювання викладено в наукових статтях О. Олійник [5], М. Рябенкої та В. Постової [8], М. Грищенко [3].

Вплив війни в Україні на сферу гостинності, особливості стратегічної діагностики в діяльності готельних підприємств у цей період розглянуто в наукових працях С. Сидорук, Л. Матвійчук і М. Лепкого [9]. Важливе значення в економіці готельних підприємств України під час криз відіграє їх вміння долати стресові ситуації, враховувати соціально-культурні проблеми в управлінні якістю, в цілому та цілеспрямовано вирішувати проблематику сертифікації та управління якістю в системі HORECA, що й відображено в наукових статтях таких науковців і дослідників як М. Паска, А. Запісоцький [6], О. Графська [2; 6], К. Нікітенко [4], Н. Приймак, О. Ніколайчук [7].

Роль та значення державного й регіонального управління для розвитку та стимулювання підвищення якості готельних послуг, концептуальні аспекти антикризового управ-

ління в готельному бізнесі висвітлено в публікаціях І. Штулер [11].

О. Юдіна, Н. Стеблюк, Н. Небаба, В. Шевченко, Д. Литвиненко [12] акцентували увагу на необхідності більш детально вивчати сутнісні особливості фінансового потенціалу підприємств, які працюють в індустрії гостинності в умовах кризи та невизначеності. Досвід міжнародної готельної індустрії та виокремлення тенденцій розвитку готельних підприємств в Україні розглянуто в науковій статті О. Філіппової [10].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Отже, актуальною вважається потреба здійснити аналіз опублікованих результатів досліджень, які стосуються проблематики економічних питань та управління якістю готельних послуг як у період дії воєнного стану в Україні, так і в подальшій перспективі розвитку індустрії гостинності; акцентувати на тих напрямках у діяльності галузі, які потребують більшої уваги як з боку держави, регіональних структур і бізнесового середовища в цілому, так і з урахуванням персоніфікації споживчих потреб і трендів.

Мета статті – огляд концептуальних засад формування сутності економіки готельних послуг в системі індустрії гостинності, а також визначення та узагальнення пріоритетних напрямків для управління їх якістю в сучасних умовах розвитку економіки України.

Застосовані методи аналізу (в контексті досвіду та чинного стану галузі), порівняння (негативних і позитивних аспектів у діяльності підприємств індустрії гостинності) та статистичні (загальновідомі офіційні, інструментальні тощо), абстрагування (щодо стратегії розвитку та врахування зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на якість готельних послуг). В основі методології дослідження – систематизація аналізу досвіду функціонування готельних підприємств у комплексі бізнес-структур індустрії гостинності України, структуризація окремих сегментів у сфері впливу економіки країни на стан галузі в умовах дії воєнного стану та з точки зору стратегії розвитку в повоєнний період.

Виклад основного матеріалу дослідження. Існують різноманітні визначення поняття «індустрія гостинності», адже фактично ця категорія належить до тих, які складаються з комплексу сутнісних засад щодо форм діяльності в сфері послуг, де передба-

чено прийом і обслуговування гостей з метою отримання прибутку. До індустрії гостинності належать готельні та ресторанні заклади, туристичний і транспортний бізнес, рекреаційна сфера діяльності, комерційні шоу, конгресний та ігровий бізнес.

Під час дії воєнного стану в Україні для запобігання та подолання кризових явищ, дотримання вимог щодо забезпечення якості послуг у готельних підприємствах мають бути розроблені відповідні антикризові заходи управління, метою яких відповідно до реальної ситуації є запобігання або подолання кризи. Фактично зумовлюється потреба до стратегічних планів у функціонуванні кожного конкретного підприємства та індустрії гостинності в цілому, де вагоме значення має питання забезпечення якості послуг із наявними ресурсами, здатність виявляти кризові ситуації та діагностувати фінансовий стан суб'єкта господарювання. Отже, ефективність антикризового управління має зумовлювати дотримання необхідних стандартів якості виробництва, пошук оптимальних варіантів для її підвищення в конкурентному середовищі завдяки впровадженню регулюючих і раціональних за своєю сутністю важелів в організації та наданні сервісних послуг [8]. Гостинність в усьому світі вважають однією з фундаментальних категорій сутності людської цивілізації, тому наразі індустрія гостинності в усій своїй сукупності складових та функцій завдяки науково-технічному прогресу здатна навіть у кризових умовах адаптувати свої ресурси для забезпечення якості послуг не лише на уніфікованому споживчому ринку, але з урахуванням персоніфікації, інклюзії потреб споживачів.

Наразі ті готелі, які зарекомендували себе як гостинні заклади розміщення під час воєнної кризи перших місяців повномасштабного вторгнення, поступово переглядають свою сервісну політику з точки зору економіки та менеджменту, звертаючи увагу на більше різноманіття сервісних послуг у готелях високих категорій якості та одночасно до їх уніфікації та раціонального використання ресурсів без зниження рівня якості. Відбувається перегляд спектру мотиваційних чинників для постійних і потенційних клієнтів готелів, адже завдяки додатковим і супутнім послугам цілком можливим стає й зацікавлення місцевого населення відвідувати такі заклади (умови для занять спортом, культурні та інформаційно-

просвітницькі простори, клуби за інтересом, затишні простори для ветеранів війни та їх сімей, територія для дитячого дозвілля тощо). Отже, для подолання кризових явищ і їх запобігання в готелях й індустрії гостинності в цілому має бути визначена система функцій, інструменти та завдання для їх реалізації з метою запобігання фінансовій кризі [1]. Саме завдяки відповідальності фізичних і юридичних осіб з інституційної точки зору антикризове управління має враховувати потребу розробляти антикризові заходи з обов'язковим дотриманням вимог до якості послуг із дотриманням нормативних стандартів і креативністю та різноманітним персоніфікованих пропозицій [2].

В економіці важливе значення має розуміння сутності, концептуальних засад, принципів і правил ведення бізнесу. Фактично в спектрі дії бізнесу має місце безпосередньо ділова справа та активність, спрямована на вирішення задач щодо отримання кінцевого результату «на ринку операцій обміну товарів і послуг» між економічними господарюючими суб'єктами з їх конкретними прикладними видами, формами та методами діяльності. У поняття «бізнес» закладається більш широке розуміння його сутності порівняно з підприємницькою діяльністю, адже бізнес зумовлений будь-якою кількістю одно-разових комерційних угод у будь-якій сфері діяльності, спрямованих на одержання доходу. Підприємницька діяльність має відповідно до законодавства розглядатися як «самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку» [7, с. 45].

Для готельно-ресторанного бізнесу характерним є прояв у специфіці послуг і продуктів для надання та реалізації підприємцями як суб'єктами господарювання в індустрії гостинності. З точки зору економіки підприємницької діяльності готельний бізнес подібно до готельно-ресторанного розуміється як виробничо-господарська, організаційна економічна діяльність, спрямована на задоволення потреб споживачів у готелях й інших закладах розміщення з метою отримання прибутку або іншого соціально-економічного ефекту. До суб'єктів готельного бізнесу належать підприємці, які виробляють та надають готельні послуги і продукти належної якості.

В сучасних умовах господарювання готельний бізнес у системі індустрії гостинності стрімко розвивається в усьому світі, відрізняється особливостями попиту, стохастичним змістом послуг, різним рівнем належної якості та ситуативними ознаками й критеріями її вимірювання, залежністю від сервісних вимог, методів і технологій забезпечення потреб підприємства та коливань попиту споживачів.

До об'єктів готельних послуг, які часто адаптовані до поєднання з ресторанним бізнесом, відносяться послуги та продукти в якості предметів «купівлі-продажу на ринку готельно-ресторанних послуг». До особливостей цього виду бізнесу належить поняття «уречевлення та неуречевлення результатів діяльності», що зумовлює конкретизацію в розумінні аспектів сукупності послуги та/або продукту готельно-ресторанного бізнесу як виду діяльності в індустрії гостинності. Таким чином, готельна послуга формується задовго до її надання споживачу, що стимулює під час її розробки моделювати в комплексі та систематизувати всі етапи від ідеї до мотивації споживача скористатися нею. Основні складові комплексу готельних послуг складаються з інформативних аспектів системи маркетингу, резервування (бронювання) місць, реалізації готельних послуг (проживання, харчування та ін.), зустрічі та проведів відвідувачів (логістика, транспорт, сервіс), обслуговування протягом часу перебування в готелі та в межах компетенції персоналу та інфраструктурного забезпечення (основні, додаткові, супутні послуги). Узагальнюючи особливості надання основних готельних послуг, можливо виділити його складові, у тому числі визначення споживачем змісту послуги для замовлення (об'єктивний та суб'єктивний), факт споживання послуги (відповідно до регламенту послуги), реалізація повного обсягу готельних послуг (з урахуванням додаткових і супутніх), концепція якості сукупної послуги та/або продукту з урахуванням можливостей інфраструктури, інженерно-технологічного оснащення закладу та рівня підготовки персоналу [7, с. 46].

Для підвищення якості готельних послуг доцільно визначитися з найбільш оптимальним методом управління. Це може бути ситуаційний, функціональний, маркетинговий, нормативний, системний, менеджерський, цільовий, інноваційний, комплексний під-

хід [7, с. 47]. В умовах стабільного розвитку готельного підприємства обрати домінуючий тип управління з метою досягнення найбільш високих результатів діяльності не вбачається однозначним. У зв'язку з цим варто виділяти «ейджальний підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом». Сутність такого підходу у забезпеченні «максимальної рухливості, флексibilityності системи управління» бізнесом, орієнтації на максимальне пристосування системи менеджменту до змін середовища та потреб клієнтів [7, с. 48]. Але в кризових умовах наразі розглядають так званий антикризовий тип управління.

Керувати доходами в індустрії гостинності може допомогти аналітика відповідних даних, що зумовлює коригування цін на підставі певних факторів (попиту, ціни конкурентів, подій на місцевому рівні та історичних даних). У разі співвідношення ціни та якості послуг в готелі виникає потреба коригувати ціни в реальному часі не лише для максимізації прибутку, але й зважаючи на необхідність заохочувати потенційних клієнтів здійснювати бронювання навіть у періоди непікового навантаження. Для підвищення якості готельних послуг послуговується обов'язковість контролю за станом технічного обладнання в закладі, що убезпечує від несподіваного виходу з ладу інженерного устаткування та стимулює до здійснення його профілактичного обслуговування. На якість обслуговування гостей готелю суттєво впливає рівень підготовки персоналу, що зумовлює потребу управління якістю безпосередньо з процесу найму нових працівників та інтегрованому критеріальному аналіз під час випробувального терміну. Якість готельних послуг залежить не тільки від підготовки персоналу, але й від того, чи відповідають менеджери тим вимогам, які висувуються в умовах невідомості та кризи. Отже, для підвищення якості готельних послуг в сучасних умовах господарювання важливо постійно спрямовувати мотивацію працівників в напрямку підвищення свого професійного рівня [6]. Сприйняття якості готельних послуг залежить не тільки від кількості наданих послуг, але й від способу їх надання. Так, наприклад, стабільно заповнювані номери готелю, замовлення додаткових і супутніх послуг може суттєво переважати порівняно з дорогими за цінами готелями, де не дотримуються створення системних привабливих різноманітних

пропозицій гостям, обмежуючи персоналізований вибір [5].

До економічних елементів, які характеризують конкурентоспроможність підприємства в індустрії гостинності, відносяться продуктивність, ефективність та прибутковість, на які в свою чергу впливає якість послуг. Ці чинники на державному рівні не розглядаються в якості цілі, але вважаються засобами для досягнення реальних цілей та постійного розвитку конкурентоспроможного підприємства в галузі туризму та індустрії гостинності в цілому [4]. За умови стабільного національного ринку конкурентоздатне підприємство індустрії гостинності може мати стабільні показники прибутковості, сучасне технологічне оснащення, правильну організацію виробничих процесів, збуту та інших складових економіки суб'єкта господарювання в ринкових умовах. Кожній галузі економіки, кожному підприємству в сучасних умовах господарювання мають бути притаманні вироблення власних правил конкурентної поведінки, власна ієрархічна парадигма факторів впливу на покращення або погіршення показників у конкурентному середовищі на різних щаблях (національних, регіональних, галузевих тощо). Особливу увагу варто приділяти позиціонуванню суб'єкта господарювання на регіональному рівні, адже саме в цьому сегменті впливу на конкурентний ринок із максимальною значимістю можуть розкриватися переваги – імідж, довіра серед споживачів, структурні та ціноутворюючі елементи, наявність ліцензії, сертифікату, зацікавлення стейкхолдерів тощо [11, с. 31].

На якість готельних послуг в системі індустрії гостинності впливають такі внутрішні фактори як матеріально-ресурсне забезпечення, людський та природний потенціал, рівень фінансового забезпечення, рівень кваліфікації персоналу, традиції та бренд тощо. До зовнішніх складових в інфраструктурному аспекті впливу на якість готельних послуг в системі індустрії гостинності можуть зокрема впливати технологія та інформаційне забезпечення, законодавче середовище, рівень розвитку інфраструктури, система державної підтримки, природно-ресурсні умови [11, с. 32–33].

Якщо порівнювати період стабільності та плановірності в економічних процесах на національному, регіональному та галузевому рівнях, роль внутрішніх факторів впливу

на якість та конкурентоздатність готельних послуг можна було б вважати більш вагомою, але під час пандемії, а тим більше, під час дії воєнного стану вплив зовнішніх факторів може переважати над внутрішніми чинниками, що пов'язане з небезпекою, потребою забезпечити укриття, посилити охорону території готельного підприємства, облаштувати додатковими засобами та устаткуванням на випадок збоїв у логістичним ланцюжках, забезпеченні енергетичними та водними ресурсами тощо [3]. І хоча для підприємства збільшуються обсяги витрат, завдяки підвищенню рівня довіри гостей у закладах індустрії гостинності покращується атмосфера та імідж підприємства, що впливає й на якість послуг, збільшення відвідувачів і відповідно прибутку. Наразі для ефективної діяльності закладів індустрії гостинності, і перш за все, готельних підприємств, вагомими умовами покращення якості послуг є здатність протидіяти кризовим явищам, чітко формулювати свою місію та цілі, адаптуватися до змін зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на функціонування закладу, а також потреба раціонального «економічного обґрунтування оптимальних напрямів використання фінансових ресурсів для зміцнення фінансового потенціалу підприємства» [12, с. 80]. Для забезпечення зростання ефективності результатів діяльності готельного підприємства в конкурентному середовищі системи індустрії гостинності доцільно звертати увагу на існуючі ресурси наявного та потенційно необхідного для досягнення цілей фінансового потенціалу. Як наслідок цих потреб виникає необхідність до збільшення фінансового потенціалу та фінансово-інвестиційного обґрунтування розвитку готельного підприємства з урахуванням динаміки змін у ринковому середовищі. Серед відомих пояснень сутності дефініції «потенціал» існує його трактування в якості сукупності наявних можливостей або сукупності коштів, інших ресурсів й умов з метою досягнення визначених цілей та найкращих результатів діяльності. Величина власних і позикових коштів резервних фондів, характеристики фінансового стану суб'єкта господарювання під час оцінки його діяльності ототожнюється з поняттям фінансового потенціалу, що також важливо усвідомлювати в фінансово-економічній діяльності готельного підприємства. Виручка від реалізації послуг або продуктів,

доходи від іншої діяльності та розмір власного капіталу або іншого джерела капіталу фіксуються у складі фінансових ресурсів підприємства. Отже, фінансові ресурси належать до матеріальних носіїв системи економічних відносин господарюючого суб'єкта. Ці та низка інших фінансово-економічних показників безпосередньо характеризують здатність готельного підприємства до виживання на ринку в системі індустрії гостинності, на рівень конкурентоздатності якого впливає якість сервісу. У рамках цього дослідження акцентуємо увагу на необхідності готелю проводити розрахунки, пов'язані з витратами на реалізацію бізнес-плану, у тому числі визначати витрати на придбання сировини, матеріалів, основних засобів, для оплати праці. Обов'язково враховуються витрати на капітальні вкладення, технологічне оснащення, інші інвестиційні та інноваційні вкладення [12, с. 80]. З метою визначення додаткового прибутку від збільшення обсягу наданих готельних послуг (основних, додаткових, супутніх) розраховують маржинальний прибуток готелю. Саме завдяки якості послуг можливо сподіватися на збільшення цього кількісного показника, адже у випадку надання якісних послуг можливе збільшення попиту, покращення іміджу закладу тощо. Маржинальний прибуток відображає зміну загального прибутку завдяки зміні обсягів виробництва або продажу на одиницю продукту або послуги та визначається як різниця між загальним прибутком від додаткового обсягу продажу та загальними змінними витратами. Завдяки цим показникам можливо оцінити ефективність діяльності готелю через розрахунок критичного обсягу продажів (точку беззбитковості [12, с. 86].

Індустрія гостинності належить до найбільш динамічних у всьому світі. Фактично на ринку готельних послуг мають місце інтегральні процеси, які сприяють формуванню певних організаційних моделей підприємницької діяльності та завдяки життєвому циклу товарів і послуг перебувають у динаміці фінансово-економічних конфігурацій, під впливом відповідних маркетингових дій і завдяки менеджменту та технологіям створюють «системи кооперованих зв'язків у різних їхніх проявах і видах» [10].

У сучасних умовах ведення бізнесу в індустрії гостинності вагоме значення набуває потреба оптимізації виробничих процесів та

інфраструктурного забезпечення умов організації та надання готельних послуг, у тому числі це стосується диверсифікації виробництва, пов'язаної з цим економії та раціонального використання ресурсів. Саме готельна сфера діяльності у даному контексті була й залишається пріоритетним сегментом туристичного бізнесу. Готельна індустрія поєднує всі форми та види організаційно структурованих суб'єктів, які здатні співпрацювати, враховуючи свою специфіку та уособлюючи спільне бачення в якісному задоволенні потреб гостей. Таким чином, визначення функціональних особливостей, сервісних ознак кожного готельного підприємства має покращувати якість надаваних послуг гостям, а це може сприяти конкурентоздатності, стабільному зростанню фінансово-економічних показників закладу. Практикою доведено привабливість саме тих готелів або інших закладів розміщення, які постійно підтверджують свій високий рівень культури та якості обслуговування відвідувачів, що сприяє створенню та покращенню позитивного іміджу закладу, мотивує гостей до повторного відвідування.

На рівні світового готельного бізнесу вирізняють такі два основні сегменти в структурі утворення організаційних суб'єктів – це компанії або незалежні підприємства. Відмінність таких організаційних утворень полягає в тому, що для компанії притаманний колективний бізнес і формування керівної ланки для всієї структури, а для незалежного підприємства отримання прибутку незалежне від будь-яких інших структурних утворень.

Статистика свідчить про те, що сьогодні головне місце в світі на ринку індустрії гостинності посідає саме готельний фонд. Так, наприклад, європейський готельний фонд налічує близько 45% від світового фонду гостинності. У даному сегменті гостинності станом на кінець 2022 р. існували можливості для розміщення приблизно 20 млн туристів. Щорічно світовий фонд готелів має тенденцію до зростання на 3%. За рейтингом відповідно до кількості готельних номерів США посідає друге місце порівняно зі світовими показниками. Саме на території США розташовані штаб-квартири переважної кількості готельних груп світу, що спонукає до зацікавленості готельєрів із інших країн світу знаходити взаємозацікавлені контакти для розвитку на території своїх країн представництв відомих

й успішних готельних мереж. Не винятком у даному разі є й Україна [10].

Для того, щоб не втратити свої конкурентні позиції на ринку готельних послуг в Україні враховують не тільки свій, але й міжнародний досвід виживання в умовах кризи та невизначеності, активізуються інноваційні заходи та інструментарій для застосування сучасного технологічного обладнання тощо. Значний вплив на комунікативні аспекти взаємозв'язків між готельєрами та споживачами має широке застосування мобільних пристроїв, інноваційних технологій зв'язку та спрощення доступу до ІТ-ресурсів. У готелях відбувається оптимізація не лише процесів бронювання, оформлення поселення та виїзду гостей, але й низки інших технологічних процесів сервісного обслуговування. Під час розгляду світових тенденцій готельної індустрії вирізняються три основні впливи з боку онлайн-туристичних агентств. Перш за все, це стосується тісних контактів із туристами. По-друге, туристичні фірми можуть змінювати свої канали збуту, що зумовлює готельні підприємства масштабувати власні онлайн-сервери. І в-третьє, низка рекламних серверів набуває відповідну популярність, а це змушує готелі покращити контакти з ними, не зменшуючи активність своїх власних електронних засобів зв'язку, та прагнути створити свій неповторний бренд. Готельні підприємства мають бути зацікавленими в точному та невикривленому інформаційному просторі, де реально можуть вишукувати та в подальшому брати до уваги дані під час обрання необхідних актуальних пропозицій. Це має стосуватися й трендів, моди на певні запити, у тому числі щодо екологічності готельного закладу та його послуг, екзистенціалізму, особливостей харчування, інклюзії. Цілком доречно виокремити певні тенденції в розвитку сучасної світової готельної індустрії, де акцентується на глибині спеціалізації та розмаїтті послуг, утворенні та популяризації готельних ланцюгів, використанні інформаційних систем, технологічних новацій та маркетингових стратегій з метою залучення клієнтів і покращення якості сервісних пропозицій. Особливу увагу варто приділяти інтеграції капіталу з іншими секторами економіки, у тому числі з фінансами, будівництвом, транспортом, логістичними ресурсами в усіх різноманітних видах і формах. Для під-

вищення ефективності та якості готельних послуг мають відповідати сучасним вимогам й методи наукового менеджменту. В Україні все більшої популярності набувають також послуги невеликих готельних підприємств зі своїм унікальним досвідом і сервісним обслуговуванням [10]. Отже, глобальні економічні процеси та динамічні зміни в уподобаннях на споживчому ринку впливають й на такий фундаментальний сектор економіки, яким є індустрія гостинності, мотивуючи потребу інноваційних змін не лише стосовно технологічних процесів і обладнання, але й щодо комунікативних аспектів між персоналом і гостями, покращенні та персоніфікації сервісного обслуговування.

Висновки. В результаті дослідження здійснено огляд концептуальних засад формування сутності економіки готельних послуг в системі індустрії гостинності, а також визначено та узагальнено пріоритетні напрямки для управління їх якістю в сучасних умовах розвитку економіки України. Розглянуто відповідний спектр питань, які стосуються економічних засад управління якістю готельних послуг в індустрії гостинності України та представлені рекомендації для підвищення їх якості в конкурентному середовищі. Акцентовано на вагомому значенні розкриття вітчизняними науковцями та дослідниками сутнісних складових економіки готельних підприємств і факторів впливу на якість готельних послуг під час дії воєнного стану в Україні та в напрямку стратегії розвитку такого важливого сегменту туристичної галузі як індустрія гостинності. Результати дослідження мають активізувати подальші дослідження перспектив розвитку індустрії гостинності; акцентувати на тих напрямках у діяльності галузі, які потребують більшої уваги як з боку держави, регіональних структур і бізнесового середовища в цілому, так і з урахуванням персоніфікації споживчих потреб і трендів. Підкреслено важливість розуміння сутнісних ознак економічних засад управління якістю готельних послуг в індустрії гостинності України, що залишаються актуальними й для подальшого вивчення досвіду, аналізу помилок і визначення пріоритетів у практичному застосуванні в економіці управлінських функцій готельних підприємств як під час дії воєнного стану в країні, так і для стратегії розбудови успішного конкурентоздатного сектору економіки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вівсюк І. О. Стресостійкість економічного потенціалу підприємства готельного господарства. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. Вип. 10. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-10-12-01>
2. Графська О. І. Проблеми сертифікації та управління якістю у HORECA. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. № 9. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-9-12-04>
3. Грищенко М. Ю. Виклики сучасності та їх вплив на діяльність готельних підприємств України. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 1(01). С. 10–14. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-1-2>
4. Нікітенко К. С. Вдосконалення управлінських практик для підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанних підприємств у сучасному туристичному середовищі. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2023. Вип. 17. С. 140–146. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.17.19>
5. Олійник О. Питання економіки, аналізу діяльності та управління якістю в підприємстві гостинності та туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. № 57. DOI: <https://doi.org/10.32782/524-0072/2023-57-127>
6. Паска М., Графська О., Запісоцький А. Соціально-культурні проблеми управління якістю на підприємствах індустрії гостинності. *Економіка та суспільство*. 2023. № 56. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023>
7. Приймак Н. С., Ніколайчук О. А. Управління готельно-ресторанним бізнесом: сутність та підходи до організації. *Торгівля і ринок України: тематичний збірник наукових праць*. 2022. Вип. № 1(51). С. 44–50. DOI: <https://doi.org/10.33274/2079-4762-2022-51-1-44-5056-31>
8. Рябенка М. О., Постова В. В. Сучасні аспекти управління в закладах готельного та ресторанного бізнесу. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. № 10. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-13-12-01>
9. Сидорук С., Матвійчук Л., Лепкий М. Особливості стратегічної діагностики сфери HORECA у військовий період. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2023. № 2(8). С. 5–11. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(8\).2023.1](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(8).2023.1)
10. Філіппова О. Ю. Тенденції міжнародної готельної індустрії послуг. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Серія «Економічні науки»*. 2023. № 2(79). DOI: <https://doi.org/10.33274/2079-4819-2023-79-2-63-68>
11. Штулер І. Ю. Державне та регіональне інвестування у розвиток конкурен-

тоспроможності індустрії гостинності (інфраструктурний аспект). *Актуальні проблеми економіки*. 2023. № 2 (260). С. 28–35. DOI: <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2023-1-260-28-35>

12. Юдіна О., Стеблюк Н., Небаба Н., Шевченко В., Литвиненко Д. Розвиток фінансового потенціалу закладу індустрії гостинності. *Актуальні проблеми економіки*. 2023. № 5(263). С. 79–89. DOI: <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2023-1-263-79-89>

REFERENCES

1. Vivsiuk I. (2023). Stresostiikist ekonomichnoho potentsialu pidpriemstva hotelnoho hospodarstva [Stress resistance of the economic potential of the hotel industry enterprise]. *Problems of modern transformations. Series: Economics and Management*. No. 10. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-10-12-01> (in Ukrainian).

2. Hrafka O. (2023). Problemy sertyfikatsii ta upravlinnia yakistiu u HORECA [Problems of certification and quality management in HORECA]. *Problemi sodobnih preoblikovanj. Serija: Ekonomija in upravljanje*. No. 9. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-9-12-04> (in Ukrainian).

3. Hryshchenko M. (2023). Vyklyky suchasnosti ta yikh vplyv na diialnist hotelnykh pidpriemstv Ukrainy [Challenges of modernity and their influence on the activity of hotel enterprises of Ukraine]. *Transformational economy*. No. 1 (01). P. 10–14. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-1-2> (in Ukrainian).

4. Nikitenko K. (2023). Vdoskonalennya upravlin's'kykh praktyk dlya pidvyshchennya konkurentospromozhnosti hotel'no-restorannykh pidpriemstv u suchasnomu turystychnomu seredovyshchi [Improving management practices to enhance the competitiveness of hotel and restaurant enterprises in the contemporary tourism environment]. *Tavriiskyi naukovi visnyk. Seriya: Ekonomika*. No. 17. P. 140–146. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.17.19> (in Ukrainian).

5. Oliinyk O. (2023). Pytannia ekonomiky, analizu diialnosti ta upravlinnia yakistiu v pidpriemnytstvi hostynnosti ta turyzmu [Issues of economics, activity analysis and quality management in hospitality and tourism entrepreneurship]. *Economy and society*. No. 57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-127> (in Ukrainian).

6. Paska M., Hrafka O., Zapisotskyi A. (2023). Sotsialno-kulturni problemy upravlinnia yakistiu na

pidpriemstvakh industrii hostynnosti [Socio-cultural issues of quality management in hospitality industry enterprises]. No. 56. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-31> (in Ukrainian).

7. Pryimak N. S., Nikolaychuk O. A. (2022). Upravlinnia hotelno-restorannym biznesom: сутність та підходи до організації [Hotel and restaurant business management: essence and approaches to the organization]. *Trade and the Ukrainian market*. No. 1(51). Pp. 44–50. DOI: <https://doi.org/10.33274/2079-4762-2022-51-1-44-50> (in Ukrainian).

8. Riabenka M., Postova V. (2023). Suchasni aspekty upravlinnia v zakladakh hotelnoho ta restorannoho biznesu [Modern aspects of management in hotel and restaurant business establishments]. *Problems of modern transformations. Series: Economics and Management*. No. 10. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-13-12-01> (in Ukrainian).

9. Sydoruk S., Matviichuk L., Lepkyi M. (2023). Osoblyvosti stratehichnoi diahnostryky sfery HORECA u viiskovyi period [Features of strategic diagnostics of the HORECA sphere during the military period]. *Innovations and technologies in the service and food sector*. No. 2(8). P. 5–11. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(8\).2023.1](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(8).2023.1) (in Ukrainian).

10.10. Filippova O. Yu. (2023). Tendentsii mizhnarodnoi hotelnoi industrii posluh [International hotel service industry trends]. *Bulletin of Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky. Series "Economic Sciences"*. No. 2(79). DOI: <https://doi.org/10.33274/2079-4819-2023-79-2-63-68> (in Ukrainian).

11.1Shtuler I. Yu. (2023). Derzhavne ta rehionalne investuvannya u rozvytok konkurentospromozhnosti industrii hostynnosti (infrastrukturnyi aspekt) [State and regional investment in the development of the competitiveness of the hospitality industry (infrastructure aspect)]. *Actual problems of economics*. No. 2 (260). P. 28–35. DOI: <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2023-1-260-28-35> (in Ukrainian).

12.1Yudina O., Stebliuk N., Nebaba N., Shevchenko V., Lytvynenko D. (2023). Rozvytok finansovoho potentsialu zakladu industrii hostynnosti [Development of the financial potential of the hospitality industry institution]. *Actual problems of economics*. No. 5(263). P. 79–89. DOI: <https://doi.org/10.32752/1993-6788-2023-1-263-79-89> (in Ukrainian).

Стаття надійшла до редакції
12 лютого 2024 р.