

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-127>

УДК 338.48

ПИТАННЯ ЕКОНОМІКИ, АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ТА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ

ISSUES OF ECONOMICS, ACTIVITY ANALYSIS AND QUALITY MANAGEMENT IN HOSPITALITY AND TOURISM ENTREPRENEURSHIP

Олійник Ольга Степанівна

кандидат економічних наук, доцент,
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2370-3211>

Oliinyk Olha

Kamenets-Podolsky National University named after Ivan Ogienko

Стаття містить актуальні проблемні питання сьогодення, які мають місце в підприємницькій діяльності сфери гостинності та туризму. Розкивається сутність підприємництва в туристичних, готельних та ресторанных підприємствах. Приділена увагу економічному змісту підприємницької діяльності в даній сфері, його значимості в розвитку країни на підставі зростання ВВП. Віддано данину аналізу діяльності підприємств готельного та ресторанного бізнесу з зосередженням на деталізацію. Важливість даного аналізу сформовано в низку факторів, а саме – персоналізований досвід гостей; оптимізовані ціни; поліпшення маркетингових зусиль та інших. Окремо розкрито питання управління якості в цій сфері. Практика дослідження показує, що імідж малих та середніх підприємств в даній сфері дуже неоднорідний. Також, вказано, що необхідно приділяти увагу не лише розробці нових продуктів, а й як процесу розвитку самого бізнесу.

Ключові слова: гостинність, ресторанний бізнес, туризм, підприємницька діяльність, управління якістю, аналіз діяльності, економіка підприємницької діяльності.

The article contains current problematic issues that take place in business activities in the field of hospitality and tourism. The essence of entrepreneurship in tourist, hotel, and restaurant enterprises is unfolding. In the field of hospitality and tourism, previous studies analyzed the main areas of entrepreneurial skills that were considered most important for future business growth. In recent studies, hospitality entrepreneurs rated the following competencies as critical to their long-term success: human resource management and development, accounting and marketing (especially complaint management and quality management), product development, and leadership. Attention is paid to the economic content of entrepreneurial activity in this area, its importance in the development of the country based on GDP growth. Tribute to the analysis of the activities of hotel and restaurant business enterprises with a focus on detail. The importance of this analysis is formed in a number of factors, namely – personalized guest experience; optimized prices; improving marketing efforts and others. Hospitality and tourism statistics are used not only to monitor tourism policy in the country, but also regional policy and sustainable development. Estimation of the number of data medium and small enterprises still face difficulties, even despite the creation of a system of statistics in the tourism sector. The issue of quality management in this area is separately disclosed. Effective quality management is solution-oriented and leverages the problem-solving skills of its best managers. A manager who can quickly clean a room or take a reservation is just as important as a manager who builds effective teams. Managers must be practical and creative in solving customer and staff problems as they arise to maintain hotel quality. Research practice shows that the image of small and medium-sized enterprises in this field is very heterogeneous. Also, it is indicated that it is necessary to pay attention not only to the development of new products, but also as a process of development of the business itself.

Keywords: hospitality, restaurant business, tourism, entrepreneurial activity, quality management, activity analysis, business economics.

Постановка проблеми. Сфера гостинності є однією з важливих складових світової економіки і звичайно економіки нашої держави. Зазначимо, криза, викликана пандемією COVID-19, в вагомо зруйнувала економіку туристичної сфери, що призвело до безпрецедентних негативних наслідків для підприємств індустрії туризму та населення. Крім того, криза COVID-2019 завдала значні збитки, як для місцевих громад, так і для туристичної бізнес-спільноти загалом. Для вітчизняної індустрії гостинності, крім негативного впливу COVID-2019, величезної шкоди розвитку сфери завдала військова агресія російської федерації, яка призвела до руйнування вітчизняної індустрії гостинності та туризму у 2022–2023 рр.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для вирішити ряд питань щодо проблем на підприємствах гостинності, науковці досліджують їх всесторонньо. До даного гурту науковців можна віднести наступних: Відоменко І. О., Діденко Н. С. [1], Графська О. І., Боратинський О. В., Євдощенко О. В. [3], Дишкантюк О. В. [4], Чередниченко А. О., Калинин М. В. [5] та інші. Вони розглядають ці проблеми і знаходять підходи до їх розв'язання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є озвученні низки проблем в підприємницькій діяльності готелів, ресторанів та й загалом туристичних підприємств малого та середнього бізнесу України, які стосуються економіки, аналізу та управління якістю в даних підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємництво можна визначити як важливий фактор економічного зростання країни, і воно відіграє важливу роль у національному розвитку, оскільки створює нові робочі місця та відкриває сьогочасні можливості кваліфікованої робочої сили, підвищує попит на ринку, створює умови для конкуренції на ринку для виробництва якісної продукції та надання послуг, а також створює джерело доходу для уряду, підтримуючи структуру економіки. Підприємництво поширене у сфері гостинності та туризму вважається рушієм економічних і соціальних змін та сприяє економічному зростанню країни, результатом чого є збільшення ВВП. Готельний бізнес України діє нестабільно та зі значним ризиком [3].

Цілі індустрії гостинності: харчування, відпочинок, розміщення тих, хто є далеко від дому на довший або короткий період часу, включаючи готелі, ресторани та інші об'єкти

комерційної діяльності, така як: гостьові будинки, закусочні та заклади швидкого харчування. В своїй діяльності об'єкти комерційної діяльності долають низку проблем. До однієї групи даних проблем відносяться економічні негаразди, які вирішуються при допомозі проведення аналізу підприємницької діяльності.

Індустрія гостинності дуже багатогранна та різноманітна сфера діяльності, що динамічно розвивається в часі [4]. У індустрії гостинності надання персоналізованого досвіду може значно підвищити задоволеність клієнтів. Аналітика даних допомагає збирати докладні профілі клієнтів, включаючи їхні вподобання, антипатії, уподобання та моделі поведінки. Це може включати їхні переваги в кімнаті, потреби в харчуванні/подорожах, уподобання щодо діяльності тощо. Використовуючи ці дані, компанії можуть пристосовувати свої послуги до окремих гостей, навіть передбачаючи їхні потреби, перш ніж вони їх висловлять. Цей рівень персоналізації може призвести до підвищення лояльності клієнтів і підвищення кількості повторних відвідувань.

Активний розвиток цієї сфери створить нові, додаткові робочі місця, надходження до бюджету для створення позитивного туристичного ландшафту для окремих регіонів країни та загалом, що являє собою майбутнє розвитку готельного господарства в Україні, але є проблеми, які роблять українські готелі неконкурентоспроможними порівняно із західними [1].

Аналітика даних у індустрії гостинності може допомогти підприємствам керувати доходами, що передбачає коригування цін на основі багатьох факторів, таких як попит, ціни конкурентів, місцеві події та історичні дані. Історичні дані про рівень заповнюваності та ціни на номери разом із зовнішніми даними, такими як місцеві події, погода та ринкові тенденції, можуть допомогти передбачити періоди високого та низького попиту. Потім ціни можна коригувати в режимі реального часу, щоб максимізувати прибуток у періоди пікового навантаження та заохотити бронювання в період непікового навантаження.

Прогнозне обслуговування використовує дані з датчиків обладнання, журналів технічного обслуговування та інших джерел, щоб передбачити, коли обладнання чи інфраструктура можуть вийти з ладу. Це дозволяє проводити профілактичне обслуговування, що може запобігти дорогим простоям і несподіваним проблемам. У готелі це може бути застосовано до будь-чого, починаючи від

систем HVAC і закінчуючи кухонними приладами, потенційно заощаджуючи значний час і гроші.

Аналізуючи історичні дані та враховуючи зовнішні фактори, такі як події, сезонність і тенденції ринку, аналітика даних може допомогти передбачити майбутній попит. Ця інформація має вирішальне значення для ефективного планування ресурсів, включаючи кількість персоналу, управління запасами та планування потужності. Дослідження показують, що готелі, які використовують аналітику даних для прогнозування попиту, можуть досягти підвищення доходів і зниження операційних витрат.

Інструменти аналізу настроїв можна використовувати для аналізу відгуків клієнтів, коментарів у соціальних мережах та інших відгуків, що дозволяє зрозуміти, як клієнти сприймають бізнес. Це може висвітлити області для покращення, а також сильні сторони. Швидка відповідь на відгуки клієнтів також може підвищити репутацію компанії щодо обслуговування клієнтів.

Аналітика даних в індустрії гостинності не обмежується аналізом вашого власного бізнесу. Його також можна використовувати, щоб отримати уявлення про стратегії та ефективність конкурентів. Це дозволяє підприємствам залишатися конкурентоспроможними, виявляти прогалини на ринку та адаптуватися до змін галузевих тенденцій.

Завдяки детальним профілям клієнтів і сегментації компанії можуть розробляти більш ефективні маркетингові кампанії, які резонують із цільовою аудиторією. Це може включати персоналізовані кампанії електронною поштою, цільову рекламу та спеціальні пропозиції для певних сегментів клієнтів. Такі цілеспрямовані маркетингові зусилля можуть призвести до вищих коефіцієнтів конверсії та більшої рентабельності маркетингових витрат. Ці випадки використання демонструють трансформаційний потенціал аналітики даних у індустрії гостинності. Ефективно використовуючи дані, компанії можуть отримати конкурентну перевагу, покращити роботу та підвищити рівень задоволеності клієнтів. Трансформаційна сила аналізу даних і науки про дані переосмислює те, що можливо в сфері гостинності та туризму, створюючи дорожню карту для майбутнього успіху. Незважаючи на те, що аналітика даних має величезний потенціал для індустрії гостинності, вона також представляє ряд власних проблем.

Управління якістю в індустрії гостинності – це послідовне надання послуг, яке відповідає високим стандартам, встановленим корпорацією або власниками готелю. Гості очікують якісного обслуговування і винагороджують за це лояльністю та рекомендаціями. Коли гості знають, що вони можуть очікувати того самого рівня обслуговування щоразу, коли вони відвідують, ви досягли ефективного управління якістю. Успішні керівники готелів розуміють важливість задоволеності гостей у готельній індустрії. Лояльність до бренду культивується, коли керівництво та персонал поділяють відданість винятковому обслуговуванню клієнтів. Досягнення задоволення гостей в індустрії гостинності вимагає готовності пройти зайву миль. Нові керівники повинні реалістично розуміти вимоги роботи, які можуть включати довгий робочий день, чергування, кадрові проблеми та конкуруючі пріоритети.

Ефективне управління якістю починається з процесу найму та навчання, який має включати суворі правила, які вимагають від менеджерів з найму ретельно перевіряти рекомендації та призначати нових працівників на випробувальний термін протягом певного періоду часу. Якість страждає, коли нові співробітники не можуть задовольнити очікування менеджера готелю та продовжують працювати погано, незважаючи на неодноразові дисциплінарні заходи. Якість страждає, коли неефективним менеджерам надаються ролі, які виходять за рамки їхніх здібностей.

Непостійність якості чи мінливість послуги передбачає, що якість однотипних послуг коливається у дуже широких межах, залежно від часу та місця надання, і навіть від виконавця. Індивідуальність покупців передбачає індивідуальність послуг. Насамперед, помітне це під впливом людського чинника. Мінливість коливання послуги – головна причина невдоволення, що висловлюється споживачами [5].

Від усіх працівників готельної індустрії очікується виняткове обслуговування клієнтів: від покоївки, яка прибирає номер, до стійки реєстрації, обслуговуючого персоналу та генерального менеджера, працівники, які працюють у готелях, повинні проходити постійне навчання та наставництво, щоб запам'ятати свої мантри.

Ефективні менеджери з якості включають оцінку обслуговування клієнтів у свої регулярні огляди. Окремі співробітники оцінюються та підвищуються на основі результатів роботи. Результатом ефективного управління якістю є команда, яка працює разом, щоб

зберегти та покращити якість послуг, які вони надають.

Задоволеність гостей в індустрії гостинності є ключем до прибутковості. Бренди, які заслужили репутацію високоякісних товарів, можуть вимагати найвищих цін у регіоні. Прибутки в готельній індустрії безпосередньо залежать від кількості номерів, які заповнюються щодня.

На сприйняття якості готелю впливає не кількість послуг, які отримують гості, а спосіб надання послуг. У результаті менш дорогі готелі, які підтримують постійний рівень якості, загалом є більш прибутковими, ніж дорожчі готелі з повним набором зручностей і меншою послідовністю в їх наданні.

Ефективне управління якістю орієнтоване на рішення та використовує навички вирішення проблем своїх найкращих менеджерів. Менеджер, який може швидко прибрати кімнату або прийняти бронювання, так само важливий, як і менеджер, який створює ефективні команди. Менеджери повинні бути практичними та креативними у вирішенні проблем клієнтів і персоналу, коли вони виникають, щоб підтримувати якість готелю. Віддані менеджери прагнуть постійно покращувати якість, розпитуючи гостей про їх перебування та вирішуючи будь-які проблеми. Гостям надають опитування щодо задоволеності клієнтів, які надають керівництву якісні та кількісні дані

про типовий досвід відвідувачів. Наприклад, ставлять запитання про безпеку, чистоту в готелі, доброзичливість, загальний комфорт і задоволення технологіями готелю.

Результати використовуються для визначення сильних сторін і можливостей для вдосконалення. Непостійність якості чи мінливість послуг передбачає, що якість однотипних послуг коливається у дуже широких межах, залежно від часу та місця надання, і навіть від виконавця. Індивідуальність покупців передбачає індивідуальність послуг. Насамперед, помітне це під впливом людського чинника. Мінливість коливання послуги – головна причина невдоволення, що висловлюється споживачами [6].

Враховуючи всі обставини можна зпрогнозувати, що у 2050 році, згідно з прогнозами Всесвітньої організації туризму, подорожуватиме вже кожен четвертий [1], тому перспективи даної сфери велику і безкрайні.

Висновки. Дана стаття багатогранно розкриває проблеми сфери гостинності і вказує на необхідність широко займатися даними питаннями, щодо розвитку сфери гостинності враховуючи багатофакторний аналіз діяльності на підставі управління якістю продукції в даній галузі. Економіка, аналіз і управління якістю разом можуть вплинути на розвиток даного підприємництва на сучасному етапі господарювання під час воєнного часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Відоменко І. О., Діденко Н. С. Дослідження сучасного стану готельного господарства України та його вплив на формування стратегії просування послуг індустрії гостинності. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2016. № 21. С. 64–68.
2. Всесвітня туристична організація : веб-сайт. URL: <http://www.world-tourism.org> (дата звернення: 26.09.2023).
3. Графська О. І., Боратинський О. В., Євдощенко О. В. Вплив держави на формування ціни в підприємствах готельного бізнесу в Україні в період пандемії COVID-19. П'ятдесят перші економіко-правові дискусії : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Львів, 2020. С. 3–5.
4. Дишкантюк О. В. Формування інфраструктурного забезпечення сфери гостинності. *Економіст*. 2016. № 7. С. 25–28.
5. Чередниченко А. О., Калинин М. В. Якість надання послуг як ключовий фактор привабливості підприємств готельного господарства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 56. С. 88–96.
6. Kano N., Seraku N., Takahashi F., Tsuji S. Attractive Quality and Mustbe Quality. *The Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 1984, 14 (2), pp. 147–156. URL: <http://www.ci.nii.ac.jp/Detail/detail.do?LOCALID=ART0003570680&lang=en> (дата звернення: 25.08.2023).

REFERENCES:

1. Vidomenko I. O., Didenko N. S. (2016). Doslidzhennia suchasnoho stanu hotelnoho hospodarstva Ukrainy ta yoho vplyv na formuvannia stratehii prosuvannia posluh industrii hostynnosti [Study of the current state of the hotel industry in Ukraine and its influence on the formation of a strategy for the promotion of services in the hospitality industry]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, no. 21, pp. 64–68.

2. Vsesvitnia turystychna orhanizatsiia [World Tourism Organization]. Available at: <http://www.world-tourism.org> (accessed: 26.09.2023).
3. Hrafska O. I., Boratynskyi O. V., Yevdoshchenko O. V. (2020). Vplyv derzhavy na formuvannia tsyny v pidpriemstvakh hotelnoho biznesu v Ukraini v period pandemii COVID-19 [The influence of the state on price formation in hotel business enterprises in Ukraine during the COVID-19 pandemic]. Piatdesiat pershi ekonomiko-pravovi dyskusii : materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii. Lviv, pp. 3–5.
4. Dyshkantiuk O. V. (2016). Formuvannia infrastrukturnoho zabezpechennia sfery hostynnosti [Formation of infrastructural support in the field of hospitality]. *Ekonomist*, no. 7, pp. 25–28.
5. Cherednychenko A. O., Kalynyn M. V. (2016). Yakist nadannia posluh yak kluchovyi faktor pryvablyvosti pidpriemstv hotelnoho hospodarstva [The quality of service provision as a key factor in the attractiveness of hotel enterprises]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no. 56, pp. 88–96.
6. Kano N., Seraku N., Takahashi F., Tsuji S. Attractive Quality and Mustbe Quality. *The Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 1984, 14 (2), pp. 147–156. Available at: <http://www.ci.nii.ac.jp/Detail/detail.do?LOCAL-ID=ART0003570680&lang=en> (accessed: 25.08.2023).