

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського



WYŻSZA SZKOŁA
NAUK O ZDROWIU



ІННОВАЦІЇ, ГОСТИННІСТЬ, ТУРИЗМ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

*Збірник тез доповідей
IV Всеукраїнської
науково-практичної конференції
молодих учених
з міжнародною участю
(30 травня 2024 року, м. Львів)*

м. Львів

30 травня 2024 року



Рецензенти:

доктор історичних наук, професор

Наталія ЧОРНА

*(Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету)*

доктор педагогічних наук, професор

Мирослава ДАНИЛЕВИЧ

(Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського)

Рекомендувала до друку вчена рада

*Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського
(протокол № 8 від 13 червня 2024 р.)*

I 66

Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика : зб. тез доп.

IV Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених з міжнародною участю (30 травня 2024 року, м. Львів). – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. – 361 с.

У тезах доповідей IV Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених висвітлено результати досліджень пріоритетів і перспектив розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу; сучасні тенденції та регіональні пріоритети розвитку туризму в умовах глобалізації; соціально-економічні засади менеджменту та маркетингу індустрії гостинності; актуальні проблеми модернізації готельно-ресторанного господарства.

Матеріали будуть корисними для студентів, викладачів, науковців і працівників індустрії гостинності.

УДК 001.895:338.483.13:392.72(043)

Матеріали публікуються в авторській редакції

© Львівський державний університет

фізичної культури імені Івана Боберського, 2024

Соломія Найко

студентка спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Науковий керівник: Іванна Удуд

канд. екон. наук, доцент

доцент кафедри готельно-ресторанної справи і харчових
технологій

Львівський національний університет

імені Івана Франка

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ КЛЮЧОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ

Для успішного планування будь якої господарської діяльності слід розробити основну ідею, яка і буде ціллю такого стратегічного планування. Так, наприклад розглядаючи діяльність багатьох успішних компаній, легко припустити, що саме початкова ідея привела їх до омріяних вершин. Так, наприклад Intel винайшла мікročіп, Netflix став піонером потокового передавання даних, а Google розробив сучасну пошукову систему. Однак часто не сама ідея перетворює невеликі стартапи на компанії-лідери ринку, а їхня реалізація.

Звертаючись до світового досвіду планування в сфері готельної індустрії, зазначимо, що відомі готельні мережі мають свої особливості. Ось кілька прикладів успішних світових брендів готельних мереж, які ефективно використовують планування для досягнення своїх цілей:

Marriott International володіє однією з найбільших готельних мереж у світі і використовує ретельне планування, щоб розвиватися як в глобальному, так і в місцевому масштабах. Вони вдосконалюють свої готельні бренди, вивчаючи потреби ринку та реагуючи на зміни в попиті.

Hilton Worldwide відомий своєю стратегічною орієнтацією на планування. Вони активно використовують дані та аналітику для прогнозування попиту на готельні послуги, оптимізації ціноутворення та управління сервісом, що дозволяє їм ефективно використовувати свої ресурси і максимізувати прибуток.

InterContinental Hotels Group (IHG) використовує планування для розвитку своїх готельних брендів та оптимізації їхнього портфолію. Вони зосереджуються на розширенні глобальної присутності та адаптації до місцевих особливостей ринку.

AccorHotels відомий своєю стратегією розвитку, що базується на плануванні та стратегічному партнерстві. Вони активно розширюють своїй присутність на ринку шляхом придбання інших готельних мереж та розвитку власних брендів.

Ці приклади демонструють, як успішні готельні мережі використовують планування для досягнення своїх стратегічних цілей, враховуючи як глобальні, так і місцеві аспекти ринку.

Тому, коли мова йде про успіх в бізнесі Google, Пейдж виділив методологію OKR (Objectives and Key Results) Енді Гроува як ключовий фактор [1]. Як показує дослідження всесвітньо відомих брендів, підприємства, які використовують цей метод постановки цілей, виграють від кращого виконання проєктів і починань, а також від підвищення гнучкості своєї діяльності. Маючи чіткі цілі, компанії можуть перетворити хороші ідеї на ще кращі бізнес-результати.

Отже, згідно з цією методологією підвищення результативності планування діяльності для підприємств готельної індустрії слід дотримуватись наступних етапів:

Етап 1. Встановлення правил досягнення OKR.

Оскільки метод OKR є гнучким методом, то його можна застосувати до більшості планових завдань. Тим не менш, слід звернути особливу увагу на наступні три елементи: інтервальність, процес перевірки достовірності цілей та моделі формування планів.

Етап 2. Спільне визначення цілей для всієї компанії. Оскільки OKR розшифровується як Objectives and Key Results (цілі та ключові результати), то на початку процесу OKR потрібно визначити якісні цілі на управлінському рівні. Тому слід спиратися на ідеї зацікавлених сторін з усієї організації та вдосконалювати їх за допомогою детального аналізу топ-менеджерів.

Етап 3: Формулювання ключових результатів для всієї компанії.

Етап 4: Визначення ключових результатів для відділів та окремих осіб.

Етап 5: Відстеження своїх цілей та ключових результатів протягом усього періоду плану.

Етап 6: Удосконалення методу формулювання ОКР.

Таким чином встановлені цілі дозволять готелю використати можливі фактори щодо згладження сезонності, а також отримати вищі результати та змотивувати працівників на отримання кращого результату їхньої діяльності.

Ключові слова: готельна індустрія, планування, ключові результати діяльності, світові готельні бренди.

Список використаних джерел:

1. Evan I. OKRs for Building a Culture of Innovation. How All birds sets ambitious metrics for R&D [Electronic resource]. – URL: <https://www.whatmatters.com/>
2. 7 Modelle für die strategische Planung und 8 Methoden, die Ihnen den Einstieg erleichtern [Electronic resource]. – URL: <https://asana.com/de/resources/strategic-planning-models>