Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського



ІННОВАЦІЇ, ГОСТИННІСТЬ, ТУРИЗМ:

НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

Збірник тез доповідей
V Всеукраїнської
науково-практичної конференції
молодих учених
з міжнародною участю
(15-16 травня 2025 року, м. Львів)





м. Львів

15-16 травня 2025 року

УДК 338.488.2:640.4

Оксана Давидова
д-р екон. наук, професор,
завідувач кафедри готельного, ресторанного бізнесу
і крафтових технологій
Даніїл Біскаль
магістр спеціальності «Харчові технології»
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, м. Львів

ФОРМУВАННЯ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Україна зробила прорив на міжнародному ринку як визначна туристична дестинація. Вперше в історії Україна очолила Європейську комісію ООН з туризму, що створює нові можливості для обміну досвідом, підвищення рівня обслуговування, залучення інвестицій та створення спільних проектів з відновлення зруйнованої туристичної інфраструктури [1].

Україна продовжує закріплюватися на світовому туристичному ринку та з готовністю очікує на післявоєнне відродження туристичного сектору і його головної складової - готельно-ресторанного господарства.

За прогнозами, після закінчення війни кількість туристів в Україні може зрости до 14,5 млн осіб. Враховуючи таку спрямованість, кількість діючих готелів та номерів на ринку значно менша за очікуваний попит. Для того, щоб задовольнити потреби зростаючого

туристичного потоку, потрібно збільшити номерний фонд приблизно на 30-40%.

У сучасних умовах найбільш конкурентоспроможними підприємствами готельного господарства стають ті, які орієнтовані на споживача та його потреби.

Провівши аналіз стану готельного господарства України, розроблено напрями подальшого розвитку готельної індустрії:

– підвищення культури обслуговування та ефективності виробництва,

– постійне поліпшення управління якістю обслуговування відповідно міжнародним та національним стандартам,

– посилення уваги до розширення асортименту послуг, реконструкції приміщень, впровадження нових технологій і т.д. [2].

Готель набуде більших переваг на ринку, якщо готельна послуга, яку він надає, буде унікальною і відповідатиме запитам та очікуванням споживачів.

Диференціація послуг готельного господарства дозволить готелям здобути конкурентні переваги [3]. Для початку проведення диференціації готельних послуг необхідно сформулювати чітке поняття цільової аудиторії. Перспективним напрямом диференціації готельних послуг є ідентифікація. Ідентифікація тенденцій дозволить службі маркетингу визначити їх вплив на проведення диференціації готельних послуг [4].

Якщо готель не має конкурентних переваг, то він вимушений звернутися до цінової конкуренції, що не є стратегічно вірним. Під час

вибору готельних послуг споживачі все більше звертають увагу на їх відмінності у розрізі широти номенклатури послуг, рівня обслуговування та іміджу готелю. Оскільки системи та методи обслуговування достатньо швидко переймаються багатьма готелями, то особливої уваги готелям необхідно приділяти персоналу. Готель визначає команда. Саме особисті риси кожного працівника, його ставлення до праці, до кожного споживача, здатні привернути увагу сучасного споживача [5].

Деякі готелі пропонують готельні послуги, які відрізняються високим рівнем стандартизації. Тобто усі послуги максимально мають відповідати міжнародним та вітчизняним стандартам. Однак, у цьому випадку також можлива помітна диференціація [6].

Асортимент послуг, що надаються сучасними готелями, дуже широкий та різноманітний. При високому коефіцієнті завантаження активізується робота додаткових послуг (міні-бар, таксі та ін.).

Споживачі обирають ті готельні послуги, які представляють найбільшу цінність. Тому для того, щоб завоювати та утримати споживачів, готелям необхідно всебічно розуміти потреби споживачів, а також процеси здійснення купівлі та надання споживачам готельних послуг.

Таким чином, позиціонування починається з диференціації рекламної пропозиції готелю для того, щоб він набував більшу цінність для споживачів, ніж пропозиції конкурентів. При цьому важлива не просто відмінність від конкурентів. Успішною може бути лише

пропозиція, яка акцентує увагу саме на тих ознаках готельних послуг, які очікує споживач.

Ключові слова: готель, якість, показники, культура обслуговування, споживач, послуга.

Список використаних джерел:

1. Давидова О. Ю. Стратегічні орієнтири розвитку готельної індустрії в Україні. *Бізнес*. 2025. № 2. С. 255–261.

2. Давидова О. Ю. Сучасний стан розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства України. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 29. С. 151–164.

3. Давидова О. Ю., Сисоєва С. І. Сучасна парадигма управління якістю послуг підприємств готельного господарства. *Журнал з менеджменту, економіки та технологій*. 2024. № 4. С. 19–36.

4. Давидова О. Ю., Голєніщева Є. Ю., Білобров І. В. Сучасні методи управління персоналом у ресторанному бізнесі. *Журнал з менеджменту, економіки та технологій*. 2024. № 3. С. 17-29.

5. Давидова О. Ю., Черевична Н. І., Гречко А. А. Роль HR-менеджменту у готельно-ресторанному господарстві. *Бізнес*. 2025. № 2.С. 262-269.

6. Давидова О. Ю. Науково-практичні методи оцінки інноваційного управління розвитком підприємств. *Вісник економіки транспорту і промисловості* : зб. ст. наук.-практ. конф. Харків, 2018. № 62. С. 289–297.