

5. Digitalization and warehouse management: an approach for implementation of digital solutions. 2016. URL: <https://nauchkor.ru/uploads/documents/587d36845f1be77c40d59146.pdf> (дата звернення: 23.10.2021).
6. Бубнова Г.В., Лёвин Б.А. Цифровая логистика – инновационный механизм развития и эффективного функционирования транспортно-логистических систем и комплексов. International Journal of Open Information Technologies. 2017. № 3, vol. 5. С. 72-78.

УДК 640.41

Домітряк Діана
студентка групи БРМ-61
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль, Україна

Малюта Людмила
д.е.н., професор
професор кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль, Україна

Diana Domitriak
student of group BRm-61

Liudmyla Maliuta
D.Sc.(Econ.). Prof., Professor of the department
of Innovation Activity and Services Management Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РОЗВИТОК СУЧАСНОГО РИНКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ DEVELOPMENT OF THE MODERN MARKET OF THE HOSPITALITY INDUSTRY IN CONDITIONS OF COMPETITION

Сучасний ринок індустрії гостинності характеризуються підвищенням жорсткості конкуренції, що пов'язано зі зростанням пропозиції готельних і ресторанных послуг. У зв'язку з цим, ключовим моментом забезпечення функціонування будь-якого підприємства даної сфери, основним його завданням є забезпечення конкурентоспроможності та конкурентних переваг на ринку, кожен суб'єкт даного бізнесу прагне максимально задовольнити потреби споживачів, забезпечити високий рівень комфорту, задовольнити найрізноманітніші побутові, господарські та культурні запити гостей тощо.

Як відомо, в усьому світі готельно-ресторанний бізнес є одним із найбільш привабливих для інвесторів, а його рентабельність у розвинутих країнах не буває нижчою за 40%, при цьому досягаючи в окремих туристичних дестинаціях відмітки 100 %. Щодо України, то на думку експертів, значні потенційні можливості розвитку цієї галузі залишаються нереалізованими через вплив низки факторів: мала кількість кваліфікованих спеціалістів; низький темп розвитку інноваційних технологій; велика конкуренція на ринку послуг; технологічні фактори; недоцільне удосконалення готельного продукту. Загалом несприятлива економіко-політична ситуація в державі, а в останні два роки ще й пандемія коронавірусу негативно вплинули на розвиток даного бізнесу. Так, за даними багатьох статистичних досліджень 34,8% українських підприємств, не витримавши конкурентної боротьби та умов карантину, стали збитковими.

Аналізуючи науковий доробок щодо дослідження даної проблематики бачимо, що вагомий внесок у вивчення питань розвитку готельно-ресторанного бізнесу зробили вітчизняні науковці та фахівці: М. Бойко, О. Борисова, О. Бутенко, К. Гавриш, М. Мальська, Л. Малюта, Л. Нечаюк, О. Шаповалова, О. Юрченко та ін. Однак недостатньо розкритими залишаються питання перспектив та векторів розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в

умовах посткризових ситуацій, інноваційних змін та з урахуванням глобалізації світового господарства.

Сьогодні, ми є свідками того, що готельно-ресторанний бізнес відкриває безліч можливостей як для гостей, так і для працівників, які планують пов'язати своє життя і діяльність з індустрією гостинності. Нові технології надання послуг, інноваційні вкладення та втілення нових ідей у розвиток гостинності дають можливість даному бізнесу розвиватись з кожним роком. Зокрема інноваційний формат туристичного продукту в готельному бізнесі є предметом наших попередніх досліджень [1].

Ми знаємо, що сучасні інновації коштують недешево, проте власники готелів та ресторанів все одно витрачаються на них, тому що тільки так можна забезпечити власне функціонування, розвиток та позитивний імідж на ринку.

Сучасний розвиток індустрії гостинності спрямований на створення інноваційних технологій, які сприятимуть залученню якомога більшої кількості клієнтів, максимальному обсягу продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу та репутації підприємства. Міжнародний досвід свідчить, що шлях таких інноваційних змін вибрали успішні заклади готельно-ресторанного бізнесу, які готові до впровадження інновацій та нововведень.

Слід зазначити, що у сфері готельно-ресторанного бізнесу постійно відбуваються зміни, орієнтовані на споживача, що дає можливість відповідати певним сучасним тенденціям та бути конкурентоспроможними на ринку. Світова практика свідчить про розвиненість готельно-ресторанного ринку Західної Європи та США, який за останні десять років суттєво змінився. Важка праця, поверхнева робота, спрямована на привернення уваги цільової аудиторії, відійшли у минуле, натомість набула популярності особлива увага до споживача та його запитів. І оскільки Україна взяла курс на інтеграцію в ЄС, варто звернути увагу на вирішення проблем, що мали місце останніми роками. Однією з таких є створення єдиної системи категоризації закладів гостинності. Найбільш успішним прикладом такої системи сьогодні є Hotelstars Union, що була прийнята членами асоціації HOTREC (Союз професійних асоціацій рестораторів і готел'єрів Європи – Hotels, Restaurants & Cafes in Europe), і з 2018 р. діє у 17 країнах Європи. Низка країн, таких як Франція, Ірландія, Італія, Хорватія, Польща, наглядає за цією системою, а Туреччина і країни Центрально-Східної Азії та Південної Америки останнім часом виявляють інтерес до неї, оскільки її критерії підлягають постійним переглядам та змінам, що відповідають сучасним запитам клієнтів. Згідно даної системи для отримання конкретної категорії («від 1 до 5 «зірок») необхідно мати обов'язкову комбінацію базових критеріїв і певні факультативні критерії.

Партнерство в даній системі забезпечує узгоджену класифікацію готелів із загальними критеріями та процедурами категоризації в країнах-учасниках, підвищує їхню репутацію та впливає на якість надання готельних послуг, створюючи прозорість і безпеку для гостей та стимулюючи розвиток готельного бізнесу.

Як зазначають експерти, європейська система HotelStars має низку переваг, зокрема:

- високі стандарти якості обслуговування та організація дієвого контролю;
- максимум об'єктивності в критеріях оцінки готелів;
- прозорість для гостей та готел'єрів, справедлива конкуренція;
- сучасна та актуальна інформація для клієнтів;
- міжнародний товарний знак та бренди для готелів;
- загальна інформаційна база даних;
- наявність спеціального бренду для готелів малої місткості;
- широка аудиторія споживачів (180 млн. осіб) [2].

Система Hotelstars передбачає відповідні параметри, такі як розмір номерів, наявність приміщень для проведення семінарів та конференцій, робота за скаргами гостей та їхні відгуки про готель. Засоби розміщення оцінюються за допомогою 270 критеріїв, що групуються у сім блоків та мають обов'язковий набір базових та факультативних критеріїв, які включають у себе основну інформацію про готель, обов'язки рецепції та обслуговування,

вимоги до номерного фонду та послуг харчування, необхідні умови щодо організації заходів та дозвілля, визначають якість та онлайн-активність.

Звичайно, що сьогодні майже всі готельні та ресторани підприємства використовують електронні системи управління, що дає можливість на відстані спілкуватися з клієнтом, надавати повну інформацію про себе та мати зворотний зв'язок, а також надавати додаткові послуги згідно потреб споживачів.

Таким чином, сучасний ринок індустрії гостинності має великий потенціал та численні інноваційні можливості для його розвитку в наступний посткризовий та постпандемічний періоди з врахуванням запитів клієнтів та освоєння нових туристичних дестинацій.

Перелік використаних джерел:

1. Домітряк Д.І., Королюк С.Р., Малюта Л.Я. Інноваційний формат туристичного продукту в готельному бізнесі. Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність: *I Міжнародна конференція здобувачів та молодих вчених тези доповідей*, Дніпро, 2021. С.272-273.

2. Галасюк С.С., Демянчук К.Ф. Категоризація готелів України в контексті європейського досвіду. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Вип.32. 2018. С.64-68.

УДК 330

Зазуляк Оксана

начальниця відділу економічного розвитку, інвестицій та державних закупівель
Великобerezовицької селищної ради
м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: Панухник Олена

докторка економічних наук, професорка
завідувачка кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Oksana Zazulyak

Head of the Department of Economic development, Investments and Public procurement
Velykoberezovytsia village Council
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Olena Panukhnyk

Doctor of Sciences (Economics), Professor
Head of the Department of Economics and Finance
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ У РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД THE ROLE OF STRATEGIC PLANNING IN DEVELOPMENT TERRITORIAL COMMUNITIES

Стратегічне планування в сучасних умовах є невід'ємним елементом муніципального менеджменту, про доцільність запровадження якого в Україні свідчить вдала практика використання даного інструменту в розвинених країнах [1, С. 13].

Стратегічне планування – це системна технологія обґрунтування та ухвалення найважливіших рішень щодо місцевого розвитку, визначення бажаного майбутнього стану території та способу його досягнення, що базується на ситуаційному аналізі зовнішнього оточення території та її внутрішнього потенціалу і полягає у формуванні узгоджених з територіальною громадою дій, на реалізації яких концентруються зусилля, ресурси основних суб'єктів місцевого розвитку [2, С. 61].