

Для бренду життєво важливо, щоб його помічали й могли купити, бо споживачі лояльні до різних брендів. Якщо певний бренд є важкодоступним, то споживач з легкістю віддасть перевагу іншому [1].

Рекреаційно-курортні заклади повинні активно використовувати соціальні мережі для просування бренду, викладаючи яскраві фотографії, відео, відгуки гостей, що допоможе сформувати позитивний образ і привабити нових клієнтів. Особливу увагу варто приділити створенню власних сайтів, мобільних додатків та онлайн-бронюванню. Курорти можуть співпрацювати з іншими учасниками туристичного ринку для створення спільних акцій та пропозицій, що дозволить залучити нових клієнтів і запропонувати більш привабливі пакети.

Серцевиною регіонального туристичного бренду можуть стати відомі природні, культурно-історичні об'єкти або комплекси, а також туристичні маршрути, що охоплюють ці об'єкти, і унікальні заходи, які приваблюють значну кількість туристів, формуючи основу для регіонального туристичного продукту [2].

Брендування рекреаційно-курортних закладів є важливим етапом для створення успішного туристичного бізнесу та одним з ключових чинників для досягнення конкурентних переваг на ринку.

### **Література:**

1. Мендела І. Я., Жук О. І. Креативне лідерство курортного бренду: ментальна та фізична доступність. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*, 2022. Вип. 18(2). С. 231-238. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer\\_2022\\_18%282%29\\_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2022_18%282%29_24).

2. Середа Н. М. Маркетинг і брендинг у туризмі: стратегії просування та конкурентоспроможність туристичних напрямків. *Економіка та суспільство*, 2023. Вип. 57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-100>.

**Запірченко Л.Д.,**

кандидат економічних наук, доцент,

Центральноукраїнський національний технічний університет,

м. Кропивницький, Україна

**Збаржевецька А.А.,**

здобувач вищої освіти,

Національний університет «Львівська політехніка»,

м. Львів, Україна

## **ЧИННИКИ ТА КРИТЕРІЇ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ**

Підприємства сфери гостинності сьогодні – окрема галузь економіки з розгалуженою інфраструктурою, проте, певним чином залежить від стану та розвитку туристичних послуг. Моніторинг ситуації на ринку послуг у сфері гостинності допоможе вибрати і реалізувати найбільш цікаві, привабливі, а головне – перспективні напрямки подальшого розвитку даної галузі задля залучення більшої кількості туристів і розвитку національної економіки загалом. Під час ведення господарської діяльності підприємств сфери гостинності керівники шукають нові шляхи отримання прибутку, підвищення конкурентоспроможності та як наслідок, досягнення максимального рівня ефективності діяльності. Головною передумовою забезпечення високої ефективності є оцінка її рівня засобом встановлення впливу відповідних чинників та критеріїв.

У літературних джерелах питання оцінки діяльності підприємств сфери гостинності за окремими індикаторами на регіональному ринку розкриває [1]. Методологічні аспекти аналізу дії чинників вивчають [2], [4], [5]. В контексті аналітичних досліджень чинників впливу на

сферу гостинності розкрито у працях [3].

Під поняттям «ефективність діяльності підприємств сфери послуг» розуміють ступінь досягнення поставлених цілей та завдань шляхом правильного використання наявних ресурсів для надання послуг з обслуговування клієнтів з урахуванням їх потреб і запитів, та одержання максимум результативності (прибутковості від використаних ресурсів), яка була обрана як мета, за певний проміжок часу, тобто максимізація результату із найменшими витратами матеріальних, фінансових чи управлінських ресурсів. Проблематичність застосування критеріїв ефективності полягає у відсутності універсальності кожного з них, що свідчить про неможливість зробити однозначний висновок про успіх або невдачу бізнесу. Відтак, на практиці застосовується система взаємозалежних чинників та критеріїв для оцінки різних аспектів діяльності. До основних критеріїв, що впливають на ефективність діяльності готельних/ресторанних комплексів відносимо: якість надання послуг, використання та управління персоналом, система безпеки перебування у закладі, інновації та технології, маркетингові заходи. Це дозволяє закладам гостинності не лише задовольняти потреби гостей, а й підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку (табл. 1).

Таблиця 1

**Чинники та критерії впливу на ефективність надання послуг у сфері гостинності**

| Засоби удосконалення послуг | Критерії  | Напрями впливу  |
|-----------------------------|---|---|
| Якість послуг               | Стан і структура номерного фонду; відповідність матеріально-технічної бази готельно/ресторанного підприємства сучасним стандартам; наявність, стан і режим роботи закладів харчування; розвиток інфраструктури сфери послуг | Визначає рівень споживчої привабливості складових елементів обслуговування, відповідних очікуваним стандартам. Ефективний інструмент збільшення обсягів продажів – сприяння підвищенню задоволеності клієнтів, збільшення кількості повторних відвідувань, підвищення рейтингу закладів на відомих платформах. Ефективний засіб підвищення прибутку та підвищення ефективності  |
| Управління персоналом       | Курси, семінари, тренінги та інші форми навчання  | Підвищення кваліфікації персоналу та забезпечення професійного розвитку сприяє забезпеченню високої якості обслуговування (навчання персоналу у питаннях комунікації, гостинності та управління конфліктами), покращення комунікації між персоналом та керівництвом   |
| Інноваційні технології      | Методи реклами, електронна комерція, позиціонування компанії в інтернеті, стан веб-ресурсів, мультимедійні технології   | Мобільні додатки, системи управління бронюванням дозволяють ефективно керувати резервуваннями та доступністю номерів у готелі чи місць у рестораних закладах (PMS). Мобільні додатки можуть забезпечити для гостей зручний спосіб бронювання, замовлення послуг та отримання інформації про устанovu. Система безвідходного виробництва сприяє раціональному та ресурсозберігаючому використанню продовольчих та непродовольчих ресурсів у ресторанному бізнесі з метою підвищення його прибутковості |
| Система безпеки             | Програми захисту економічних та особистих даних, матеріальних та фінансових цінностей, робітників отелю/ресторану, інтелектуальної власності та комерційної таємниці компанії   | Економічна безпека дозволяє досягти стабільності у функціонуванні закладів ресторанного/готельного бізнесу, прибутковості від їхньої діяльності та особистого захисту персоналу   |

Продовження таблиці 1

|                     |   |  |
|---------------------|---|--|
| Маркетингові заходи | Методи реклами, електронна комерція, позиціонування компанії в інтернеті, стан веб-ресурсів, мультимедійні технології | Розробка програм лояльності для постійних клієнтів – бонуси, знижки або спеціальні пропозиції (сприятиме підвищенню рівня повторних візитів). Розвиток інформаційно-комунікативних технологій – залучення нових клієнтів, створення послуг (локальна прив’язаність, співпадіння виробництва та споживання послуги в просторі і часі, зниження часових та просторових обмежень, неможливість накопичення послуг, зберігання й передачі на відстані) |
|---------------------|---|--|

Джерело: складено та узагальнено авторами на підставі [6, 7]

Встановлення і відстеження впливу чинників та ключових критеріїв може вплинути на темпи зростання ефективності діяльності підприємств сфери послуг та дозволить отримати позитивні зрушення щодо кількісних показників оцінки ефективності.

Таким чином, незважаючи на численні труднощі, підприємства сфери гостинності мають перспективи для розвитку у післявоєнний період. Удосконалення фінансово-господарської діяльності вимагає системного підходу та використання різних засобів для підвищення ефективності та якості обслуговування. Поєднання сучасних технологій, професійного розвитку персоналу, маркетингових стратегій, орієнтації на клієнта дозволяє досягти успіху, забезпечити тривале зростання та досягти стратегічних цілей.

#### Література:

1. Готельно-ресторанний бізнес: навч. посібник. [Електронний ресурс]. Ред. О.А. Ніколайчук. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2022. 250с.
2. Комліченко О. О. Фактори розвитку туристичної галузі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 2014. № 8. С. 75-79.
3. Мархонос С. М., Турло Н. П. Рекреаційні комплекси України: передумови створення та напрямки їх розвитку. *Приазовський економічний вісник*, 2017. № 2 (02). С. 118-122.
4. Пітак В. В., Коваленко Л. П. Фактори розвитку туристичної індустрії України. *Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*, 2017. № 1. С. 148-151.
5. Січка І. І. Аналіз особливостей та розвитку туристичного ринку України. *Економіка та суспільство*, 2016. № 7. С. 158-162.
6. Чабан В. М. Методи оцінки якості надання послуг на підприємствах готельного господарства. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України* : матер. Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та вчених, 10 квітня 2019 р. Одеса : ОНЕУ, 2019. С. 874-877.
7. Шалева О. І., Олесевич О. В. Актуальні аспекти аналізу економічної ефективності діяльності підприємств сфери послуг. *Herald of Lviv University of Trade and Economics. Economic Sciences*, № 68, 2022. С 61-71.

**Здробилко Б.Ю.**

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
**науковий керівник:** к.е.н., доц. В.В. Левицький,  
Волинський національний університет імені Лесі Українки,  
м. Луцьк, Україна

## НОВІТНІ ПІДХОДИ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ