

су просування, комунікаційними функціями наділена ще й решта елементів комплексу маркетингу.

1. Влащенко Н. М. Сучасні маркетингові комунікації готельних підприємств // Бізнес Інформ. № 6. 2017. С. 285–290.
2. Ворона Л. М. Сучасні технології просування товару // Маркетинг і менеджмент. 2013. № 5. С. 45–48.

## **ПРОЦЕСНО-ОРИЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ**

***Полетаєва В.Р.***

*Науковий керівник – Крайнюк Л.М., канд. техн. наук, професор*

Сучасний стан готельного господарства України характеризується збільшенням ступеня конкуренції між різними закладами сфери гостинності. Готельні підприємства, які з різних причин не змогли пристосуватися до сформованих економічних реалій, демонструють негативні економічні показники. Домогтися гнучкості готельним підприємствам дозволяє використання передових менеджерських технологій, однією з яких є концепція процесного підходу.

Питання теорії і практики процесного підходу розглядалися в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів. Серед них, перш за все, можна виділити праці вітчизняних авторів: А. В. Котлик, Т. І. Лепейко, К. В. Ракову, В. Г. Топольник, Л. А. Траченко, В. В. Шиманську та інші. У той же час проведений аналіз робіт показує, що в даний час існує проблема розробки термінологічного апарату, що забезпечує ефективне впровадження і прикладне використання процесного підходу на підприємствах готельного господарства.

У сучасній літературі визначають два різних розуміння процесного підходу до управління в сфері обслуговування. Перше – розгляд діяльності організації як ланцюжка наскрізних процесів, які пронизують організацію від входу до виходу. Такий ланцюжок процесів неодноразово описувалася в літературі з точки зору її формалізації за допомогою графічних засобів [1]. Друге – побудова в організації системи (мережі) процесів і реструктуризація системи управління на основі вимог процесного підходу [2]. Для опису бізнес-процесів готельного підприємства використовують декілька основних методик і відповідне програмне забезпечення, які дозволяють моделювати бізнес-процеси будь-якої складності [3].

Зазвичай бізнес-процес описують як шлях, який проходить матеріальний об'єкт або інформація – шлях, який проходить замовлення клієнта по відділах або ідея в процесі розробки нового продукту. У

з'язку з цим в літературі прийнято визначення бізнес-процесу, як сукупності робіт і процедур, яка перетворює входи на виходи, або яка споживає ресурси і виробляє корисний результат.

Процесний підхід в готельному господарстві відрізняється від інших підходів тим, що передбачає, що кожен співробітник готелю повинен бачити свою роль в роботі всієї організації в цілому, тобто у всіх процесах (напрямах діяльності) підприємства. Ще один невід'ємний атрибут процесного підходу – його вимірні цілі, так як лише за допомогою них можна досягти ефект розуміння вкладу кожного підрозділу і працівника в досягнення цілей всього готельного підприємства. А вимірні цілі – це можливість кількісно виміряти ступінь їх досягнення. Ще одним атрибутом процесного підходу є доведення результатів аналізу всіх процесів і роботи структурних підрозділів до всіх працівників готелю в інформативному вигляді. Суть процесного підходу – це відкритість, іншими словами «прозорість» діяльності готельного підприємства для всіх співробітників.

Крім підвищення гнучкості і прозорості системи управління, впровадження процесного підходу дозволить різко знизити ступінь суб'єктивності оцінки роботи співробітників готелю. Це досягається за рахунок жорсткої регламентації всіх процесів [2]. При цьому з'являється можливість побудувати систему ключових показників результативності (КПР). За допомогою КПР можна вимірювати ступінь досягнення мети, причому показники беруться не тільки з основних індикаторів діяльності готельного підприємства, а й з початкових процесів, заснованих на діяльності рядових співробітників. Дані показники синтезуються за рівнями управління і в кінцевому підсумку зводяться в один інтегральний показник, який і відображає стратегію діяльності готелю в цілому. Це, в свою чергу, дозволить підвищити ступінь керованості готельним підприємством і зосередити діяльність всіх співробітників на виконання його головної мети.

Таким чином, впровадження процесного підходу в готельному підприємстві дозволить оптимізувати систему управління ним, зробити її здатною гнучко реагувати на зміни зовнішнього середовища; розробити систему показників та критеріїв оцінки ефективності управління на кожному етапі його діяльності.

1. Дмитрук О. В. Механізм забезпечення якості рекреаційного продукту в концепції процесного підходу. *Економіка. Управління. Інновації*. 2010. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2010\\_2\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2010_2_20)

2. Лелейко Т. І., Котлик А. В. Процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства: монографія. Харків: Вид. ХНЕУ, 2012. 314 с.

3. Топольник В. Г. Моделювання процесів готельного господарства на прикладі готелю «Централь» м. Донецька. *Вісник Донецького національного університету еконо-*

## **СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ХОСТЕЛІВ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ**

**Омельченко Т.О.**

*Науковий керівник – Крайнюк Л.М., канд. техн. наук, професор*

Розвиток малих засобів розміщення, до яких відносяться і хостели, сприяє політичній, економічній і соціальній стабільності, гнучкості економічних структур, а також ефективності здійснення ринкових регуляторів, що благотворно впливає на зростання конкурентних переваг країни, яка приймає туристів [1]. Аналіз розвитку хостелів в Україні показав, що виняткове значення даного сектора готельного бізнесу поки ще погано розуміється вітчизняними готельєрами. У 2018 р. сукупна ємність хостелів складала близько 8% від ємності класичних готелів. Тобто класичні готелі зберігають безумовне домінування в українській сфері готельних послуг. У той же час, сучасні кризові явища в економіці призводять до зростання популярності серед мандрівників бюджетних засобів розміщення, проте нормативно-законодавча база, статичний облік, а також методичне забезпечення їх діяльності в Україні практично відсутнє.

Малий готельний бізнес робить значний вплив на вирішення багатьох соціально-економічних проблем в країні. У багатьох європейських країнах 70 до 90% від загальної кількості всіх компаній припадає на малий бізнес, який більш гнучко реагує на зміни, що відбуваються на ринку [2], впливає на різноманітність послуг, що надаються, сприяє формуванню нових робочих місць. Виходячи з цього, можна стверджувати, що формування на українському готельному ринку такого кластера засобів розміщення, як хостели, виконує і соціально-економічну функцію, що формується з великого числа складових:

1. Збільшення туристської пропускнуєї здатності регіону. У багатьох українських містах спостерігається проблема відсутності достатньої кількості місць в засобах розміщення, особливо гостро ця проблема постає в високий туристський сезон і при проведенні великих спортивних, ділових і розважальних заходів. У ці періоди ціни в готелях збільшуються в 3-5 разів (наприклад, в період Євробачення-2017 в м. Київ) [3]. Тому наявність альтернативних засобів розміщення дозволяє відвідувати туристський регіон під час проведення заходів не тільки заможним верствам населення.

2. Відкриття хостелу в короткі строки і швидка окупність проекту. Швидка окупність хостелів є їх головною економічною перева-