

Управління якістю послуг закладів готельно-ресторанного бізнесу та особливості їх функціонування у воєнний час

У готельній індустрії управління якістю має вирішальне значення для забезпечення високого рівня обслуговування та максимального задоволення гостей. Якість обслуговування є вирішальним фактором успіху готелю. За результатами дослідження встановлено, що дотримання готельних стандартів забезпечує численні переваги, які значно підвищують ефективність роботи готелю, репутацію та задоволеність гостей. Разом з тим сприяння створенню готельної культури якості, в якій кожен працівник розуміє та відчуває свою відповідальність за якість обслуговування та дотримання вимог системи управління якістю, дозволить оптимізувати і покращити умови надання послуг. У статті проаналізовано існуючі стандарти якості, що застосовуються в готельно-ресторанному бізнесі. Доведено, що для того, щоб перевести компанію в процес адаптації та постійного вдосконалення, необхідно враховувати такі принципи: клієнтоорієнтованість; лідерство; залучення персоналу; процесний підхід; покращення; об'єктивне прийняття рішень; управління відносинами із зацікавленими сторонами тощо. Проаналізовано сучасний стан розвитку готельного бізнесу, аналіз викликів та ризиків, особливостей управління якістю послуг та харчування в умовах війни. Розроблено рекомендації щодо адаптивного управління та важливості дотримання таких основних правил та підходів у готельному бізнесі: гнучкість та адаптація, готовність впроваджувати зміни і вчитися ухвалювати рішення «сьогодні на сьогодні»; важливість навчання персоналу та підвищення кваліфікації, бо якість послуг має залишатися пріоритетом № 1; заробітна плата співробітників має бути конкурентною, а робота – містити соціальний пакет; автоматизація бізнес-процесів; запровадження професійного програмного забезпечення, системи контролю доступу, вендингових апаратів, автоматизованих точок продажу; підтримка цільової аудиторії; експерименти з послугами; розвиток колаборацій, взаємодія з партнерами. Доведено, що надважливими в сучасних умовах є заходи безпеки, екологічна стійкість та впровадження політики сталого розвитку.

Ключові слова: управління; управління якістю; готельний бізнес; ресторанный бізнес; стандарти якості; споживач; підприємство; розвиток; технології; інновації; автоматизація бізнес-процесів; безпека; сталий розвиток.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Управління якістю є важливим компонентом сучасного корпоративного менеджменту суб'єктів господарювання і має на меті контролювати, спрямовувати та постійно покращувати якість продукції та послуг. Основна увага приділяється підвищенню задоволеності клієнтів та оптимізації ефективності й результативності усіх бізнес-процесів. У готельній індустрії управління якістю має вирішальне значення для забезпечення високого рівня обслуговування та максимального задоволення гостей. Якість обслуговування є вирішальним фактором успіху готелю, що враховує доброзичливість і компетентність персоналу, швидкість обслуговування, чистоту та комфорт у приміщеннях, а також якість їжі та напоїв. Управління якістю готелю – це нескінченний процес та неабияка відповідальність. Готельєри постійно шукають стратегії для покращення якості обслуговування клієнтів, щоб підвищити рівень заповнюваності та задоволеності клієнтів. Зараз багато готелів усвідомлюють необхідність встановлення стандартів брендів, розуміючи, що це може допомогти збільшити доходи.

Експерт із гостинності Крістен Інгрем 25 років працювала на керівних посадах у таких престижних готелях, як «Hilton» і «LaTour». Говорячи про важливість регулярного моніторингу та практики забезпечення якості в індустрії гостинності, вона зазначає, що: «ви не можете керувати тим, що ви не вимірюєте» [1]. Щоб підтримувати високий рівень обслуговування, готелі часто застосовують різноманітні стратегії управління та дотримуються стандартів якості, наприклад, міжнародних систем рейтингу зірок. Це стає особливо важливим, оскільки мандрівники в усьому світі все частіше очікують єдиного стандарту якості в різних регіонах та країнах відпочинку. Тому тема дослідження є актуальною та завжди потребує удосконалення, оскільки і вимоги споживачів постійно змінюються в сторону більшої вимогливості до якості та покращення надання послуг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Досліджуючи питання якості, В.Д. Олійник зазначає: «Готельні підприємства стикаються з проблемами підвищення ефективності управління, прибутковості

бізнесу та конкурентоспроможності даного виду послуг на національному та міжнародному ринках. При цьому питання якості та конкурентоспроможності послуг є надзвичайно актуальним» [2]. Коробейникова В.С. у своїй статті дослідила стан готельної галузі в Україні в роки війни та визначила перспективи розвитку галузі відповідно до сучасних світових трендів. Автор зазначила, що незважаючи на воєнний стан, маючи великі ризики, галузь вистояла та розвивається, адже: «найсильнішими сторонами вітчизняного готельного бізнесу є цінова конкурентоспроможність, широкі можливості для оздоровчого туризму за невеликими цінами, унікальність природних комплексів та історико-культурних ресурсів. Проте вітчизняний готельний бізнес вже тривалий час потребує диверсифікації послуг та нових пропозицій» [3]. Мендела І.Я. зазначає: «Сьогодні ситуація на ринку готельної індустрії є нестабільна. Якщо говорити про схід і південь, то, на жаль, поки що немає ані попиту, ані пропозиції в сфері готельного бізнесу, через бойові дії. Під час війни завантажуваність готельних підприємств в східних, північних та південних регіонах України значно знизилася». Визначаючи перспективні напрями розвитку готельної індустрії в Україні в період воєнного стану, вирізняє і підвищення якості послуг [4].

Професор Л.М. Чепурда зауважила, що застосування системи управління якістю (СУЯ) може допомогти стандартизувати процеси та покращити якість послуг. Окрім того, дослідниця підкреслює: «Сприяння створенню готельної культури якості, в якій кожен працівник розуміє та відчуває свою відповідальність за якість обслуговування та дотримання вимог СУЯ, дозволить оптимізувати і покращити умови надання послуг. Система ж регулярних внутрішніх аудитів для оцінки результативності СУЯ та залучення зовнішніх експертів для незалежної оцінки та навчання зможе значно підвищити результативність та ефективність діючої системи управління якістю» [5].

Язіна В.А., визначаючи готельний продукт як основну детермінанту готельного господарства, що розвивається разом із швидкоплинністю сучасних технологій в індустрії гостинності, стверджує, що важливими чинниками формування готельного продукту є внутрішні стандарти обслуговування. Такі стандарти визначають формальні критерії якісної оцінки обслуговування гостей та межі діяльності персоналу на підприємствах готельного господарства [6].

Проблема управління якістю послуг та харчування в готельно-ресторанному бізнесі завжди була і є актуальним питанням, і тому її досліджує велика кількість вчених, серед них відомі вчені: М.Бойко, М.Босовська, О.Давидова, О.Дишкантюк, В.Зайцева, М.Мальська, І.Мендела, Л.Чепурда та інші.

Постановка завдання. Готельний бізнес, будучи надзвичайно конкурентним та динамічним, потребує постійного аналізу та адаптації. Оцінка задоволеності гостей надає цінну інформацію про те, які аспекти роботи готелю успішні, а які потребують покращення. Кожен гість – це джерело цінних даних та зворотного зв'язку, що можуть бути використані для оптимізації бізнес-процесів, розробки маркетингових стратегій та підтримання чудового рівня обслуговування. В умовах війни цей бізнес, як і всі інші, отримав свої виклики і під них потрібно навчитись адаптуватись, виживати та розвиватися, забезпечуючи високий рівень якості цих послуг. Завданням цього дослідження є аналіз сучасного стану розвитку готельного бізнесу, аналіз викликів та ризиків, особливостей управління якістю послуг та харчування, а також розробка окремих рекомендацій щодо вирішення проблем розвитку цих закладів у даній царині під час війни.

Викладення основного матеріалу. Деякі з ключових елементів, що формують сприйману якість обслуговування в готельній індустрії, враховують: зовнішній вигляд і зручності закладу, наприклад, чистота і комфорт номерів або ряд зручностей, що пропонуються, (наприклад, басейн); послідовне та надійне надання послуг без помилок; чуйність та оперативність персоналу у відповідь на конкретні запити клієнта, а також продемонстровано компетентність та професіоналізм, що викликає довіру гостей; рівень емпатії та індивідуальної уваги, запропонованої гостям, тощо. Варто зазначити, що здібності персоналу відіграють важливу роль у загальній якості готельного обслуговування. Зовнішні стандарти готельних брендів, створені такими організаціями, як Forbes, LHW, LQA та ISO, чудово підходять для аналізу загального стану обслуговування клієнтів. Кожен із цих органів має індивідуальні критерії для оцінки підприємств гостинності та визначення того, чи можуть вони надати гостям необхідний рівень розкоші. Наприклад, розкішні готелі можуть використовувати стандарти LQA як мірило для оцінки своєї ефективності. Цей процес буде містити перевірку професійними аудиторами на основі 800 попередньо визначених контрольних точок, що охоплюють усі відділи від стійки реєстрації до виїзду. Впровадження зовнішніх стандартів брендів дозволяє порівнювати якість обслуговування готелю з деякими провідними п'ятизірковими світовими брендами. Крім того, ці сторонні організації надають власникам готелів відгуки після проведення оцінок на місці. На основі цих рекомендацій можна вдосконалити свої послуги, щоб вони відповідали найвищим готельним стандартам і найкращим галузевим практикам. Дотримання стандартів LQA може значно підвищити репутацію готелю, задоволеність клієнтів і конкурентоспроможність на ринку гостинності класу люкс. Але дотримання цих стандартів є складним завданням через широкі та складні критерії високої якості, емоційного інтелекту та персоналізованого обслуговування, що вимагає постійного навчання персоналу та прискіпливої уваги. Щоб відповідати стандартам LQA, заклади мають демонструвати чудові, незвичайні характеристики та досягати найвищих стандартів щодо розміщення,

обслуговування, кухні, персоналу та різноманітних зручностей. Цей стандарт охоплює всі аспекти, що впливають на комфорт, зручність і досвід гостей, з основним фокусом на чотирьох основних сферах: фронт-офіс, їжа та напої, прибирання та інше.

Дотримання готельних стандартів LQA забезпечує численні переваги, які значно підвищують ефективність роботи готелю, репутацію та задоволеність гостей. Це і підвищений престиж: відповідність стандартам LQA може підвищити статус готелю в сегменті розкоші, зробивши його більш привабливим для вимогливих гостей. Цілісність бренду, оскільки послідовне застосування стандартів LQA допомагає підтримувати однакову взаємодію з брендом у всіх місцях, що важливо для великих груп готелів. Ця послідовність зберігає репутацію бренду та гарантує, що кожен гість отримає високоякісний досвід, незалежно від закладу, який він відвідує. Надзвичайний досвід гостей: комплексні критерії, встановлені LQA, зосереджуються на всіх аспектах взаємодії гостей – від обслуговування офісу до якості їжі та напоїв. Наголошуючи на емоційному інтелекті та індивідуальному обслуговуванні, готелі можуть створити незабутні враження, які сподобаються гостям. Це і пряма кореляція з прибутковістю, а саме задоволені гості з більшою ймовірністю повернуться та порекомендують готель іншим, що призведе до вищого рівня заповнюваності та доходу. Окрім того, готелі, що дотримуються стандартів LQA, отримують переваги від доступу до великої бази даних порівняльного аналізу на основі тисяч оцінок. Це дозволяє їм порівнювати свою ефективність з іншими розкішними готелями, надаючи цінну інформацію про галузеві тенденції та передовий досвід.

Якість послуг є ключовим фактором, що визначає рівень задоволеності гостей та створює позитивний образ готелю. Успішні готелі розуміють важливість забезпечення високого рівня сервісу та оперативного реагування на проблеми, з якими зіткнуться їхні гості. Комплексний підхід, що враховує доброзичливий прийом, ефективну комунікацію, персоналізацію послуг, високу якість обслуговування, вирішення проблем та післяпродажне обслуговування, є основою успішного готельного бізнесу.

Співробітники готелю також відіграють важливу роль у безперервному покращенні обслуговування. Навчання та розвиток персоналу, мотивація та підтримка їх у процесі роботи дозволять їм надавати високоякісне обслуговування та ефективно вирішувати проблеми гостей. Готельна індустрія постійно еволюціонує, і успішні готелі мають бути готові адаптуватися до нових тенденцій, технологій та потреб гостей. Швидка реакція на зміни та постійне вдосконалення допоможуть готелю залишатися конкурентоспроможним та залучати все більше задоволених та лояльних гостей.

Методичні рекомендації «Туризм та пов'язані з ним послуги. Готелі. Вимоги до послуг» розроблені на основі міжнародного стандарту ISO 22483:2020 «Tourism and related services. Hotels. Service requirements» Національною туристичною організацією України (НТОУ) з метою підвищення якості туристичних послуг в Україні та гармонізації діяльності в сфері туризму з відповідною сучасною міжнародною практикою. Цей документ встановлює вимоги до якості та рекомендації для готелів щодо персоналу, послуг, організації подій, розважальних заходів, безпеки та охорони, технічного обслуговування, чистоти, управління закупівлями та задоволеністю гостей. Ці вимоги можна застосовувати незалежно від класифікації та категорії готелю та від того, хто їх застосовує – безпосередньо персонал готелю чи субпідрядник [7, 8].

ДСТУ ISO 21401:2020 «Туризм та супутні послуги. Система управління сталим розвитком закладів розміщення. Вимоги» встановлює екологічні, соціальні та економічні вимоги для впровадження системи управління сталим розвитком закладів розміщення в туристичній галузі. Цей стандарт стосується аспектів, які заклади розміщення можуть контролювати та на які вони можуть впливати, його можна застосовувати до будь-якого закладу розміщення, незалежно від його типу, розміру чи місця розташування, який прагне: впроваджувати, підтримувати та вдосконалювати практики сталого розвитку в своїй діяльності; забезпечувати відповідність своїй визначеній політиці сталого розвитку [9].

На теперішній час на національному рівні у сфері туризму України діють 43 стандарти, з них 22 – державні стандарти України (ДСТУ), 6 – міждержавні стандарти та 15 – міжнародні стандарти. У готельній індустрії якість є основним критерієм ефективного менеджменту. Управління якістю вимагає залучення всього персоналу готелю, від менеджера до практиканта, до перевірки дотримання процедур, гігієни та належного функціонування обладнання. Справжній важіль продуктивності управління якістю охоплює всі концепції та методи, що реалізує компанія для контролю якості своєї організації та виробництва. Цей підхід базується на системі менеджменту якості (QMS), що охоплює «набір політик, процесів і процедур, призначених для того, щоб допомогти організації відповідати вимогам її зацікавлених сторін». Щоб перевести компанію в процес адаптації та постійного вдосконалення, необхідно враховувати такі принципи: клієнтоорієнтованість (СУЯ має бути переглянуто на основі виражених і неявних очікувань клієнтів); лідерство (роль керівництва полягає у визначенні орієнтирів і встановленні цілей компанії, одночасно забезпечуючи сприятливі умови та матеріальні й людські ресурси, необхідні для досягнення цих цілей); залучення персоналу (підвищення кваліфікації, визнання ініціативи, а також залучення працівників до прийняття рішень є визначальними елементами мотивації та продуктивності персоналу);

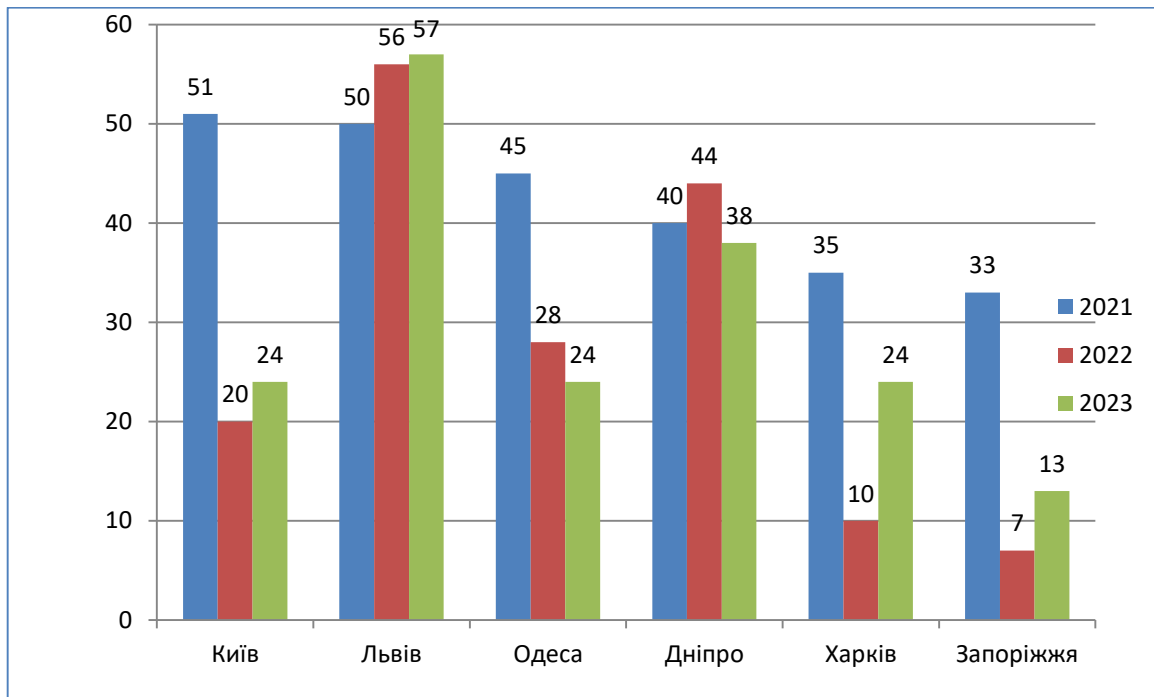
процесний підхід (цей принцип означає управління бізнесом як «набір взаємопов'язаних або інтерактивних дій, які перетворюють вхідні елементи на вихідні елементи»). Такий підхід дозволяє краще зрозуміти потреби, цілі та результативність кожного виду діяльності); покращення (полягає в постійній оптимізації діяльності компанії); об'єктивне прийняття рішень (за цим принципом компанія має спиратися на фактичні елементи та об'єктивні дані, щоб інформувати свої рішення та зменшити невизначеність, що може супроводжувати цей підхід); управління відносинами із зацікавленими сторонами (йдеться про підтримку взаємовигідних стосунків, спілкування та розуміння вимог різних учасників бізнес-середовища: клієнтів, профспілок, правил, постачальників, партнерів) тощо.

Але український готельний бізнес, прагнучи до підвищення якості, дотримуючись основних правил та стандартів якості, отримав нові виклики, що стали більше, ніж серйозними для них. Як зазначає проф. Л.М. Чепурда: «в умовах війни готельний бізнес в Україні стикається з численними викликами, найголовнішим з яких є фактор безпеки. Відповідно розвиток готельних підприємств можливий лише на території, віддаленій від зони бойових дій. Крім того, для стабільної роботи в умовах блекауту, готелям необхідно впроваджувати автономні системи електроенергії та тепла» [10]. Заклади готельного бізнесу під час війни отримали дуже суттєві виклики: нестача персоналу для того, щоб організувати працю; втрата лояльних клієнтів, які давно обслуговувались у цьому готелі; відсутність безпечного укриття у самому готелі; енергетичні проблеми, відсутність світла; обмежене фінансування через повномасштабне вторгнення; навала оперативних та організаційних питань на власника. Але цей бізнес під час війни в Україні не стоїть на місці. І експерти називають 6 причин, чому це так:

- ділові відрядження. Робота продовжується, і відрядження у працівників теж: поїздки до партнерів в інше місто, на виставку товарів, провести презентацію в іншому місті – будь-що;
- багато переселенців. Є багато внутрішньо переміщених осіб, які виїхали із точок, що близькі до лінії зіткнень, і мають потребу у проживанні в готелі: коротко або довгостроковому;
- закриті кордони. Виїхати родиною зараз не можна, тому переважно подорожують Україною, і саме тому залишаються в готелях, чим і розвивають бізнес;
- приміщення для заходів. У готелях є спеціальні зали для проведення різних заходів – від конференцій до сімейних свят, що також приносить прибуток готелям;
- спадщина України. Україна – це велика та красива країна, що багата своєю культурною та історичною спадщиною, яку їдуть побачити й іноземці, й українці;
- комфортні умови. Готельний бізнес під час війни також розвивається і пропонує зручності для гостей: безпечне укриття, смачне харчування, приємний відпочинок [11].

Разом з тим, за даними дослідження компанії «Pro-Consulting» на замовлення USAID: «Протягом двох років ринок HoReCa в Україні втратив значну кількість закладів, що були знищені або пошкоджені під час обстрілів чи залишилися на окупованих територіях. За даними Київської школи економіки, станом на квітень 2024 року задокументовані воєнні втрати 157 готелів та ресторанів. Загальна кількість готелів на ринку HoReCa в Україні у 2022 році зменшилася на 16,7 %, порівняно з 2021 роком, у 2023 році кількість готелів скоротилася ще на 4,5 %» [12]. У процесі аналізу ринку HoReCa компанією «Pro-Consulting» в Україні у квітні 2024 року було встановлено, що джерелом найбільших ризиків для розвитку ресторанно-готельного бізнесу залишається велика війна на території нашої країни (54,9 % опитаних респондентів). На другому місці нестача персоналу (9,1 %), на третьому – мобілізаційні заходи (7,1 %), стан електроенергетики України – 5,6 % і платоспроможність населення – 3,8 %. До інших факторів негативного впливу належать: обмеження ведення бізнесу, пов'язані з встановленням комендантської години; зниження відвідуваності закладів чоловіками призовного віку після прийняття закону про мобілізацію; зростання цін на харчові продукти та енергетичні ресурси тощо [12]. За результатами останніх досліджень, у готелях Києва заповнюваність стабілізувалася на початку червня і становила 15–20 % порівняно з березнем 2023 року. За даними ЕУ та HotelMatrix, у Києві середня заповнюваність готелів у 2022 році становила 20–22 % проти 51 % у 2021 році. У готелях столиці, що мають 5 зірок, протягом першого кварталу 2023 року середній рівень заповнюваності становив 28–40 %, що було вище, ніж у цей же період 2021 року. Заповнюваність у Львові у 2022 році становила 56 % – на 6 % вище за 2021 рік, у Буковелі – 58 % проти 60 %. На рисунку 1 наведено дані щодо динаміки середнього рівня заповнюваності готелів за 2021–2023 роки [12].

Експерт галузі та власник школи готельного бізнесу «Smart Education» Олександр Чорний дає оптимістичні прогнози щодо розвитку готельного бізнесу: «Якщо ситуація не зміниться кардинально, український готельний бізнес продовжить працювати, отримуючи кризовий досвід, стаючи невразливим до будь-яких перемінних. Українські готельєри після війни стануть найбільш оплачуваними і найбільш затребуваними у світі антикризовими менеджерами. За оптимістичними сценаріями, після війни Україна увійде в 5 найкращих країн світу для відвідування – за 3–5 років після настання сталого миру. Робота в сервісному бізнесі, зокрема готельному, буде одна з найпрестижніших і оплачуваних. Особливо для професійного персоналу» [13].



Джерело: сформовано автором за [12]

Рис. 1. Динаміка середнього рівня заповнюваності готелів у великих містах України за 2021–2023 роки, %

На сьогодні рекомендовано дотримуватися таких основних принципів та підходів у готельному бізнесі:

1. Гнучкість та адаптація, готовність впроваджувати зміни і вчитися ухвалювати рішення «сьогодні на сьогодні». В цей час працюють не завжди ідеальні рішення, релевантні ситуації, які щодня можуть змінитися;

2. Навчання персоналу та підвищення кваліфікації. Навчання співробітників – процес циклічний і постійний. Якість послуг має залишатися пріоритетом номер 1;

3. Заробітна плата співробітників має бути конкурентною, а робота – містити соціальний пакет. Інакше будемо мати невмотивований тимчасовий персонал;

4. Автоматизація бізнес-процесів. У готельному бізнесі це можна зробити із 70 % всієї операційної роботи. Заміна адміністраторів, які можуть бути в дефіциті, на кіоски Self check-in. Проблеми з хаускіпінгом, SMM, веденням сайту передавати на аутсорс-послуги. Запровадження професійного програмного забезпечення, системи контролю доступу, вендингових апаратів, автоматизованих точок продажу;

5. Підтримка цільової аудиторії. Побаження, потреби – все, за що гості готові платити гроші. Це є конкурентна перевага;

6. Експериментувати з послугами. Готелі з домашніми улюбленцями, концепція childfree, зимові канікули з дітками, готель для ретрит-турів, локація для йога-практик, формат від All In до BB тощо;

7. Розвиток колаборацій. Наприклад, співпраця з інструкторами з йоги, оздоровлення та практик відновлення емоційного стану. Інвестиції в активний відділ продажів у бізнес-готелі. Максимальна автоматизація бізнес-процесів, взаємодія з партнерами;

8. Того, що було до війни, вже не буде, тому всі стратегії – на майбутнє, з урахуванням максимуму змінних реального світу [14].

Варто пам'ятати і те, що забезпечення якості є обов'язковою складовою діяльності. Ця система має включати низку критичних компонентів і стандартів, які розподіляють на функціональні та технічні аспекти. Функціональна якість стосується того, як надаються послуги, зосереджуючись на поведінці, ставленні та навиках міжособистісного спілкування персоналу. Він охоплює такі елементи, як ввічливість, чуйність і емпатія – ключові фактори створення позитивного досвіду для гостей. Технічна якість стосується матеріальних аспектів надання послуг, враховуючи фізичні засоби, обладнання та операційні процеси. Це стосується таких сфер, як чистота в номерах, якість їжі та ефективність процедури реєстрації. Важливими в сучасних умовах є і заходи безпеки (процедури на випадок надзвичайних ситуацій,

протоколи безпеки та вимоги до навчання персоналу), екологічна стійкість (досягнення цілей енергоефективності, належні процедури управління відходами та політика сталого розвитку).

Висновки. Контроль якості в готельній індустрії є обов'язковим для підтримки постійного обслуговування, позитивної репутації бренду, задоволеності гостей і прибутковості. Готелі, що дотримуються суворих протоколів забезпечення якості, можуть відповідати або перевершувати очікування гостей і отримувати схвальні відгуки. Це встановлює стандарт для репутації бренду та задоволеності гостей, що в кінцевому підсумку навіть в умовах жорстких викликів сприяє більшому прибутку для організації та задоволення інтересів усіх стейкхолдерів задля забезпечення сталого розвитку.

Список використаної літератури:

1. Hotel Service Quality: Strategies to Elevate Your Standards [Electronic resource]. – Access mode : <https://goaudits.com/blog/hotel-service-quality-standards/>.
2. Олійник В. Оптимізація якості готельних послуг на прикладі готелю «bossfor» / В.Олійник, Ю.Дишкантюк, К.Власюк // Економіка та суспільство. – Одеса, 2024. – № 60. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-60-112.
3. Коробейникова Я. Адаптація готельного бізнесу в період війни в контексті сучасних трендів (кейси Івано-Франківської області) / Я.Коробейникова, Р.Котенко, Г.Щука // Економіка та суспільство. – 2024. – № 65. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-65-90.
4. Румянцева І. Готельна індустрія України в умовах воєнного часу / І.Румянцева, І.Мендела // Проблеми сучасних трансформацій. Серія : Економіка та управління. – 2024. – № 11. DOI: 10.54929/2786-5738-2024-11-12-02.
5. Ключові аспекти впровадження системи управління якістю ISO 9001:2015 у готельно-ресторанній індустрії / Л.Чепурда, І.Осипенкова, В.Сухенко, С.Сухенко // Інновації та технології в сфері послуг і харчування. – 2024. – № 1 (11). – С. 26–31. DOI: 10.32782/2708-4949.1(11).2024.5.
6. Язіна В. Управління якістю готельного продукту та особливості його формування / В.Язіна, М.Кучер, А.Федорова // Науковий погляд: економіка та управління. – 2023. – № 1 (81). DOI: 10.32782/2521-666X/2023-81-16.
7. Туризм та пов'язані з ним послуги. Готелі. Вимоги до послуги. Методичні рекомендації МР НТО 03.07:2021 (ISO 22483:2020, IDT) : ДСТУ ISO 22483:2022. – 56 с.
8. Туризм та пов'язані з ним послуги. Вимоги та рекомендації щодо запобігання поширенню COVID-19 у сфері туризму (ISO/PAS 5643:2021, IDT) : ДСТУ ISO/PAS 5643:2022. – 45 с.
9. Туризм та супутні послуги. Система управління сталим розвитком закладів розміщення. Вимоги (ISO 21401:2018, IDT) : ДСТУ ISO 21401:2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=91619/.
10. Мокрий А. Аналіз стану та сучасних тенденцій розвитку вітчизняних підприємств готельного господарства / А.Мокрий, Л.Чепурда // Інновації та технології в сфері послуг і харчування. – 2024. – № 3 (13). – С. 57–61. DOI: 10.32782/2708-4949.3(13).2024.9.
11. Як готельний бізнес під час війни підтримує попит на свої послуги – 6 логічних причин [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://apgrade.com.ua/hotel-business-during-the-war-6-challenges/>.
12. Ринок готелів в Україні: виручка операторів збільшилась на 26 % після обвалу 2022 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-gostinic-v-ukraine-vyuchka-operatorov-velichilas-na-26-posle-obvala-2022-goda>.
13. Мобілізована гостинність: як вижити українським готелям під час війни [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://delo.ua/business/mobilizovana-gostinnist-yak-viziti-ukrayinskim-gotelyam-pid-cas-viini-433030/>.
14. Чорний О. Як змінювався ринок гостинності та до чого це призвело / О.Чорний [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://mind.ua/openmind/20276280-laskavo-prosimo-chomu-goteleri-polyubili-domashnih-ulyublenciv>.

References:

1. «Hotel Service Quality: Strategies to Elevate Your Standards», [Online], available at: <https://goaudits.com/blog/hotel-service-quality-standards/>
2. Oliinyk, V., Dyshkantiuk, Yu. and Vlasiuk, K. (2024), «Optymizatsiia yakosti hotelnykh posluh na prykladi hoteliu “bossfor”», *Ekonomika ta suspilstvo*, Odesa, No. 60, doi: 10.32782/2524-0072/2024-60-112.
3. Korobeinykova, Ya., Kotenko, R. and Shchuka, H. (2024), «Adaptatsiia hotelnoho biznesu v period viiny v konteksti suchasnykh trendiv (keisy Ivano-Frankivskoi oblasti)», *Ekonomika ta suspilstvo*, No. 65, doi: 10.32782/2524-0072/2024-65-90.
4. Rumiantseva, I. and Mendela, I. (2024), «Hotelna industriia Ukrainy v umovakh voiennoho chasu», *Problemy suchasnykh transformatsii*. Seriya. *Ekonomika ta upravlinnia*, No. 11, doi: 10.54929/2786-5738-2024-11-12-02.
5. Chepurda, L., Osypenkova, I., Sukhenko, V. and Sukhenko, Ie. (2024), «Kliuchovi aspekty vprovadzhennia systemy upravlinnia yakistiu ISO 9001:2015 u hotelno-restorannii industrii», *Innovatsii ta tekhnologii v sferi posluh i kharchuvannia*, No. 1 (11), pp. 26–31, doi: 10.32782/2708-4949.1(11).2024.5.
6. Yazina, V., Kucher, M. and Fedorova, A. (2023), «Upravlinnia yakistiu hotelnoho produktu ta osoblyvosti yoho formuvannia», *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia*, No. 1 (81), doi: 10.32782/2521-666X/2023-81-16.
7. *DSTU ISO 22483:2022 Turyzm ta poviazani z nym posluhy. Hoteli. Vymohy do posluhy. Metodychni rekomendatsii MR NTO 03.07:2021 (ISO 22483:2020, IDT) (2022)*, 56 p.

8. DSTU ISO/PAS 5643:2022 *Turyzm ta poviazani z nym posluhy. Vymohy ta rekomendatsii shchodo zapobihannia poshyrenniu COVID-19 u sferi turyzmu (ISO/PAS 5643:2021, IDT)* (2022), 45 p.
9. DSTU ISO 21401:2020 *Turyzm ta suputni posluhy. Systema upravlinnia stalym rozvytkom zakladiv rozmishchennia. Vymohy (ISO 21401:2018, IDT)* (2020), [Online], available at: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=91619/
10. Mokryi, A. and Chepurda, L. (2024), «Analiz stanu ta suchasnykh tendentsii rozvytku vitchyznianskykh pidpriemstv hotelnoho hospodarstva», *Innovatsii ta tekhnologii v sferi posluh i kharchuvannia*, No. 3 (13), pp. 57–61, doi: 10.32782/2708-4949.3(13).2024.9.
11. «Yak hotelnyi biznes pid chas viiny pidtrymuie popyt na svoi posluhy – 6 lohichnykh prychnyn», [Online], available at: <https://apgrade.com.ua/hotel-business-during-the-war-6-challenges/>
12. «Rynok hoteliv v Ukraini: vyruchka operatoriv zbilshylas na 26 % pislia obvalu 2022 roku», [Online], available at: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-gostinic-v-ukraine-vyruchka-operatorov-uvelichilas-na-26-posle-obvala-2022-goda>
13. «Mobilizovana hostynnist: yak vyzhyty ukrainskym hoteliam pid chas viiny», [Online], available at: <https://delo.ua/business/mobilizovana-gostynnist-yak-viziti-ukrayinskim-gotelyam-pid-cas-viini-433030/>
14. Chorny, O., «Yak zminiuvavsia rynek hostynnosti ta do choho tse pryzvelo», [Online], available at: <https://mind.ua/openmind/20276280-laskavo-prosimo-chomu-goteleri-polyubili-domashnih-ulyublenciv>

Тарасюк Галина Миколаївна – доктор економічних наук, професор, декан факультету бізнесу та сфери обслуговування Державного університету «Житомирська політехніка».

<https://orcid.org/0000-0001-5112-102X>.

Наукові інтереси:

- проблеми теорії та практики менеджменту суб'єктів господарювання;
- проблеми розвитку туризму та закладів готельно-ресторанної індустрії;
- проблеми здорового харчування населення.

E-mail: halynatarasiuk@ztu.edu.ua.

Tarasiuk H.M.

Management of the quality of services of hotel and restaurant business establishments and the peculiarities of their functioning in wartime

In the hotel industry, quality management is crucial for ensuring a high level of service and maximum guest satisfaction. Service quality is a decisive factor in the success of a hotel. The results of the study found that compliance with hotel standards provides numerous benefits that significantly increase the efficiency of the hotel, reputation and guest satisfaction. At the same time, promoting the creation of a hotel culture of quality, in which each employee understands and feels responsible for the quality of service and compliance with the requirements of the quality management system, will allow optimizing and improving the conditions for providing services. The article analyzes the existing quality standards used in the hotel and restaurant business. It is proven that in order to transfer a company to the process of adaptation and continuous improvement, it is necessary to take into account the following principles: customer orientation; leadership; staff involvement; process approach; improvement; objective decision-making; management of relations with stakeholders, etc. The current state of development of the hotel business, analysis of challenges and risks, features of service quality management and catering in wartime conditions have been analyzed. Recommendations have been developed regarding adaptive management and the importance of adhering to the following basic rules and approaches in the hotel business: flexibility and adaptation, readiness to implement changes and learn to make decisions «today for today»; the importance of staff training and advanced training, because the quality of services should remain the number one priority; employee salaries should be competitive, and the work should include a social package; automation of business processes; introduction of professional software, access control systems, vending machines, automated points of sale; support for the target audience; experiments with services; development of collaborations, interaction with partners. It has been proven that security measures, environmental sustainability and implementation of a sustainable development policy are of paramount importance in modern conditions.

Keywords: management; quality management; hotel business; restaurant business; quality standards; consumer; enterprise; development; technology; innovation; business process automation; security; sustainable development.

Стаття надійшла до редакції 19.09.2024.