

Список використаних джерел:

1. Жалдак Г.П., Дем'ян А.Л. Шляхи удосконалення логістичної діяльності підприємства. І Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи», 2020. С. 208-209. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201230>
2. Мащак Н.М. Оптимізація складської діяльності підприємства на засадах логістики. *Економіка та суспільство*, 2022. Вип. 43. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-33>.
3. Петухова О.М., Ткачук О.С. Удосконалення організації логістичних процесів на складі підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6045>.
4. Руденко Г.Р. Удосконалення логістичних бізнес-функцій торговельного підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2018. Вип. 22. С. 502-509.

Канд. іст. наук Сливенко В. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ
СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В КРИЗОВИХ УМОВАХ**

У сучасних системах управління підприємствами індустрії гостинності дедалі помітніше місце займає управління якістю запропонованої продукції та послуг. Так відбувається тому, що, по-перше, якість поруч із вартістю, сервісом, термінами обслуговування та гарантіями є найбільш значущою складовою конкурентоспроможності. По-друге, якість повинна гарантувати екологічність та безпеку послуг, забезпечувати можливість їхньої сертифікації. Визначення якості послуг може розглядатися як властивості та особливості послуги, призначені для задоволення потреб споживача (якість послуги підвищується зі збільшенням кількості таких властивостей) і як відсутність недоліків, що знижують почуття задоволеності у споживачів. Також якість розглядають у таких двох аспектах: як функціональну та технічну. Технічна якість – це предметний результат наданої послуги (наприклад, страви у ресторані), тобто те, що залишилося у споживача після взаємодії із відповідним службовцем. Функціональна якість – це враження клієнта під час надання послуги від спілкування з персоналом. В індустрії гостинності саме функціональні якості послуги є найважливішими [1].

Індивідуальність споживачів передбачає і індивідуальність послуг. Мінливість послуг передбачає коливання якості однотипних послуг залежно від

місця та часу надання, настрою клієнта та від виконавця. Таким чином, можна зробити висновок, що людський фактор помітно впливає на якість послуг, що надаються. Удосконаленням якості послуг в індустрії гостинності повинні займатися всі працівники організації. За створення високої задоволеності клієнтів несе відповідальність весь персонал, а не лише керівництво компанії. Для підприємств сфери гостинності дуже важливі методи аналізу якості. Одним із таких методів є метод точок дотику, що дозволяє досконало розібрати функції персоналу. Цей метод використовується для складання посадових інструкцій співробітників під час проведення тренінгів з обслуговування для персоналу. Він приносить користь у справі підвищення кваліфікації співробітників, і навіть покращує ставлення персоналу до роботи [2].

Використання різних методів аналізу обслуговування допомагає боротися з недбалістю в колективі, дозволяє прищеплювати у персоналу почуття відповідальності за свою роботу, увагу до потреб клієнта, намагання знайти індивідуальний підхід до кожного клієнта. Доводячи систему обслуговування клієнтів до автоматизму шляхом грамотного управління якістю, підприємство індустрії гостинності отримує величезну конкурентну перевагу, що є додатковим фактором для успішної діяльності та створення більшої частки постійних задоволених клієнтів. В даний час підприємства сфери послуг (в першу чергу туризму, харчування, розміщення) опинилися у скрутному становищі, викликаному соціально-економічними обмеженнями (економічна криза, пандемія, воєнні дії), тому і поточне становище галузі та її перспективи розвитку залежать насамперед від того, як вона зможе подолати існуючі труднощі та відновити темпи розвитку [3].

Уявімо деякі аспекти поточної ситуації докладніше. Державна підтримка у вигляді субсидій та відстрочення платежів зрештою не вирішить глобальної проблеми розвитку компаній. Це лише тимчасові заходи, що сприяють підтримці компаній у несприятливих умовах. При цьому всі відповідні фінансові зобов'язання компанія повинна буде виконати, але в більш пізні терміни.

Багато компаній змушені скорочувати частину співробітників, переводити їх на віддалену роботу, що, безсумнівно, позначається на фінансовому

благополуччі окремих верств населення. Відсутність коштів у тому обсязі, як до пандемії і тим паче до початку війни, позначається на платоспроможному попиті. Купівельна спроможність населення нажаль знижується, що також впливає на підприємства сфери послуг, які й так опинилися у складному становищі.

Розглядаючи перспективи вітчизняних компаній, що опинилися у складній ситуації, одним із можливих способів виходу з кризи можна розглядати кооперацію невеликих компаній у великі об'єднання, з урахуванням тих особливостей, які властиві ринкам та сферам діяльності, на яких представлені їхні послуги.

Підсумовуючи, зазначимо, що абсолютна більшість вітчизняних підприємств сфери гостинності зазнала достатньо значні збитки у період пандемії коронавірусу та початку війни. Одним із можливих способів виходу з кризи можна розглядати кооперацію невеликих компаній у великі об'єднання. Подібне об'єднання дозволить зменшити витрати на оренду окремих приміщень, адміністративні витрати, витрати на просування тощо. Більше того, відповідна комплексна пропозиція в деяких випадках може бути сприйнята потенційними клієнтами як важлива позитивна тенденція у сфері комплексного надання послуг.

Список використаних джерел:

1. Білоус С., Грицишин А. Інноваційність сфери гостинності як складова розвитку поствоєнної економіки. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Готельно-ресторанний бізнес і курортна справа України» (Івано-Франківськ, 6 грудня 2022 р.) / Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. Івано-Франківськ, 2022. С. 24-27.
2. Верстяк О., Лозова М. Інноваційні напрями управління підприємствами сфери гостинності. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 78-82.
3. Сливенко В.А., Рибалко А.С. Виклики розвитку підприємств малого бізнесу. *Економіка і менеджмент 2022: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку*: зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 11-12 квіт. 2022 р. : у 5 т. – Дніпро : Видавець Біла К.О., 2022. Т2. С. 68-70.