



ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО
ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМУ
КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ



СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

VI МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

13-14 листопада 2025 року

ЛЬВІВ

І секція СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	
Olena Ahmedova RETENTION STRATEGIES FOR YOUNG PROFESSIONALS IN TOURISM AND HOSPITALITY	26
Oksana Davydova INNOVATIVE RISK MANAGEMENT IN HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES: A SCIENTIFIC AND PRACTICAL ASPECT	30
Vitalii Bezsonnyi INTEGRATION OF EU ECOLOGICAL STANDARDS (EU ECOLABEL, GREEN KEY) INTO THE HOSPITALITY PRACTICE OF UKRAINE	35
Dariusz W. Skalski, Nataliia Tsyhanovska, Bogdan Kindzer SZTUKA ZARZĄDZANIA W USŁUGACH HOTELARSKICH JAKO GŁÓWNY CZYNNIK ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ	38
Nataliia Tsyhanovska, Dariusz W. Skalski, Bogdan Kindzer SKUTECZNY PROCES ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU REGIONU PRZEZ USŁUGI HOTELARSKIE	46
Світлана Сисоєва СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ З УРАХУВАННЯМ ВОЄННОГО СТАНУ	52
Владлен Жуков ТЕХНОЛОГІЇ БЕНЧМАРКІНГУ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	62

Владлен Жуков

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри готельного, ресторанного бізнесу
і крафтових технологій

Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця м. Харків

ТЕХНОЛОГІЇ БЕНЧМАРКІНГУ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

З точки зору створення якісної послуги та постійного вдосконалення бізнесу особливий інтерес для індустрії гостинності представляє бенчмаркінг, який з одного боку є однією з провідних інновацій в управлінні ринковою поведінкою компанії, а з іншого – концепцією TQM (Total Quality Management).

На основі аналізу визначень поняття «бенчмаркінг» різних авторів можна зупинитися на наступному трактуванні даного терміна: бенчмаркінг – це покращення діяльності за допомогою навчання успішній практиці інших організацій. Бенчмаркінг є безперервним процесом, що включає вдосконалення ключових внутрішніх процесів, постійний моніторинг діяльності, проведення нових порівнянь з найкращими виконавцями і пошук способів подальшого вдосконалення [1].

В індустрії гостинності можливі два основні варіанти підвищення конкурентоспроможності, що реалізують технології бенчмаркінгу : процесний та порівняльний бенчмаркінг.

Процесний підхід до систем управління готельним комплексом дозволяє розглядати процеси управління як відокремлені бізнеспроцеси, складовою яких є розробка та контроль над показниками ефективності основної діяльності готелю, таким чином процесний підхід дозволяє сфокусувати увагу на формуванні та контролі показників ефективності.

Вимоги процесного підходу до розробки, впровадження та підтримки в робочому стані Системи Менеджменту Якості (СМЯ) викладено ISO 9001.

Система управління якістю на основі міжнародних стандартів ISO-9000 - це складова системи управління бізнесом, яка орієнтує її на виробництво продукції або надання послуг з показниками якості, що відповідають очікуванням споживачів. Іншими словами, складові системи управління якістю задають вимоги до організації процесів та процедур загальної системи управління бізнесом, таким чином, щоб продукт на виході системи був якісним з погляду споживача. Слід наголосити, що у міжнародній практиці використання стандартів ISO9000 сприймається як перший крок до TQM, а сам бенчмаркінг процесів то, можливо інтегрований у Систему Менеджменту Якості, тобто бути частиною (етапом) методики СМЯ [1, 2].

Таким чином, бенчмаркінг процесів є підтримуючою технологією будь-яких концепцій СМЯ, заснованих на процесному підході, і лежить в основі формування моделі процесу створення якісної послуги на підприємствах індустрії гостинності.

Розробка та впровадження моделей бізнес-процесів є важливим напрямом проектування бізнес-систем і відносяться до організаційно управлінських інновацій.

Головні процеси, представлені в будь-якому готелі розгортаються в ланцюжки підпроцесів, кожен з яких сам стаючи процесом створює свій ланцюжок підпроцесів, в результаті яких здійснюються послуги, що створюють пряму цінність для клієнтів готелю. На заключному етапі встановлюються індикатори процесів відповідно до цілей у сфері якості та потреб гостей готелю.

Після визначення ключових показників процесу рекомендується приступати до підбору партнерів із проведення бенчмаркінгу та далі проводити бенчмаркінгове дослідження з метою вдосконалення бізнеспроцесів.

Таким чином на основі вимог стандартів ISO 9000 та бенчмаркінгу бізнес- процесів можливо виявити важливі для клієнтів

фактори та ранжувати їх за значимістю, визначити первинні процеси та можливості готелю щодо задоволення існуючих потреб:

1. Провести дослідження системи ведення готельного господарства, націлене на створення надійного та захищеного від помилок процесу, який може бути стандартизований усередині готельного підприємства.

2. Ідентифікувати та скоротити непотрібні витрати, проаналізувавши процес шляхом спрощення, виключення та об'єднання етапів системи господарювання.

3. Для здійснення інноваційних змін щодо створення якісної готельної послуги пропонується створення певної організаційної структури управління, за допомогою якої відбувається впровадження цього підходу до культури організації.

Ця структура передбачає формування групи ініціативних співробітників, залучених до розвитку компанії, на чолі з генеральним менеджером готелю. І тут використання нововведень отримуватиме комплексну підтримку всіх служб підприємства. Діяльність цієї групи може нагадувати роботу адміністративного штабу. Проте від неї її відрізняє результат. Якщо співробітники штабу лише готують умови для майбутнього стратегічного завдання, то учасники інноваційної групи і реалізують її.

Ключові слова: бенчмаркінг, інноваційні процеси готельне господарство.

Список використаних джерел:

1. Білинська М. М. Бенчмаркінг : навч. посіб. Київ : К.І.С., 2014. 120 с.

2. Кашук К. М., Мосійчук І. В., Саух І. В. Сучасні технології управління в готельно-ресторанному бізнесі: практики та інновації. *Бізнес інформ.* 2023. № 6. С. 93–99.

3. Волкова Ю., та ін. Якість та інновації в управлінні розвитком підприємств готельного господарства. *Науковий вісник.* 2019. № 12. С. 73–79.