

DOI: https://doi.org/10.32782/inclusive_economics.4-11
УДК 005.52/.53:[338.487/.488:640.41]

Пригодюк О. М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4706-391X>

Огілько Д. С.

здобувач наукового ступеня «доктор філософії з економіки»,
Черкаський державний технологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-3579-7330>

МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ПРИЙНЯТТЯ ЕФЕКТИВНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В СФЕРІ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

У статті розглянуто використання методів прогнозування та моделювання як інструментів прийняття управлінських рішень у сфері готельного бізнесу. Визначено ключові аспекти їхнього застосування для підвищення якості послуг, оптимізації операційних процесів і збільшення задоволеності клієнтів. На основі аналізу сучасних наукових досліджень виявлено недоліки у впровадженні цих методів, зокрема, відсутність узгоджених підходів до їх інтеграції та адаптації до специфіки ринку. Запропоновано концептуальну модель, яка включає персоналізацію обслуговування, автоматизацію процесів, використання штучного інтелекту та аналіз даних. Практичне впровадження моделі дозволяє забезпечити динамічне ціноутворення, покращити управління ресурсами й персоналом, а також сприяти адаптації до сучасних викликів, таких як економічна нестабільність та глобальні тренди. Особливу увагу приділено можливостям розвитку готельного бізнесу України через впровадження інноваційних технологій, орієнтацію на клієнта й екологічну відповідальність. Отримані результати можуть бути використані як основа для подальших досліджень і вдосконалення практичних підходів до управління у сфері гостинності.

Ключові слова: метод, модель, прогнозування, моделювання, управлінські рішення, якість послуг, готельний бізнес, інновації.

Olena Prygodiuk, Dmytro Ohilko
Cherkasy State Technological University

FORECASTING AND MODELING METHODS AS TOOLS FOR MAKING EFFECTIVE MANAGEMENT DECISIONS IN THE FIELD OF IMPROVING THE QUALITY OF HOTEL BUSINESS SERVICES

The article explores forecasting and modeling methods as tools for making effective management decisions in the hotel business, aimed at improving the quality of services, customer satisfaction, and increasing the economic efficiency of hospitality industry enterprises. The authors analyze the current state of implementation of such tools in the hotel business of Ukraine, focusing on their importance for adapting to global changes and challenges, such as war, economic instability, and the impact of the COVID-19 pandemic. Particular attention is paid to the analysis of information sources that are the basis for forecasting, such as CRM systems, online booking platforms, social networks and seasonality data. The paper considers key forecasting methods, including regression analysis, neural networks, time series analysis, as well as methods for modeling customer behavior. The use of these methods allows developing effective management strategies, assessing the consequences of management decisions and improving the operational activities of enterprises. The article proposes a conceptual model for improving the quality of services, which integrates personalization of service, implementation of automation, use of artificial intelligence and targeted marketing. The practical implementation of this model allows to optimize the allocation of resources, reduce operating costs, increase customer loyalty and ensure flexible response to changing market conditions. The author also considers the prospects for implementing the proposed model in Ukraine: short-term prospects, medium-term prospects and long-term prospects. The study emphasizes that the introduction of forecasting and modeling methods in the hotel business of Ukraine will contribute not only to its development, but also to the formation of a competitive tourism market, which will positively affect the economic development of the country as a whole. The results of the work can become the basis for further research and the introduction of practical management tools.

Key words: method, model, forecasting, modeling, management decisions, service quality, hotel business, innovations.

Постановка проблеми та її актуальність. Сфера готельного бізнесу є одним із ключових сегментів індустрії гостинності, який забезпечує значний внесок у економіку країн та регіонів. У сучасних умовах посиленої конкуренції та зростаючих очікувань клієнтів виникає потреба у впровадженні інноваційних підходів до підвищення якості послуг. Одним із таких підходів є використання методів прогнозування та моделювання, що дозволяють приймати ефективні управлінські рішення на основі аналізу великих обсягів даних, моделювання поведінки клієнтів та прогнозування попиту. Однак недостатня інтеграція цих методів у практику готельного бізнесу призводить до неефективного розподілу ресурсів, зниження задоволеності клієнтів та втрати конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження з підвищення якості послуг готельного бізнесу широко висвітлюються у роботах вітчизняних та зарубіжних авторів. Зокрема у роботах С. Гронрооса [13], Н. Данько, Г. Довгаля [12], І. Жалінська [3], І. Поворознюк [9], О. Юрченко [11] розглянуто питання вдосконалення управління якості в організаціях та в готельній індустрії. Дослідження з використанням методів моделювання та прогнозування в економіці висвітлено у наукових працях таких учених, як: Н. Гончарук, М. Наумова [7], А. Лисенко [5], О. Новоселецький, І. Зубенко, М. Гурина [8]. Незважаючи на великий обсяг досліджень, залишається відкритим питання інтеграції прогнозування та моделювання як комплексного інструменту прийняття управлінських рішень в сфері підвищення якості послуг готельного бізнесу.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз сучасних наукових досліджень, виконаних українськими вченими у сфері застосування методів прогнозування та моделювання, свідчить про значне різноманіття наукових інтересів і проблемних аспектів, які розглядаються у контексті підвищення якості послуг готельного бізнесу, проте залишається невирішеним питання щодо відсутності узгоджених підходів до впровадження моделей прогнозування у практичну діяльність готелів, обмеженості досліджень щодо впливу точності прогнозів на показники задоволеності клієнтів, нестачі практичних рекомендацій для адаптації інструментів моделювання до специфіки різних сегментів готельного ринку. Отже вважаємо за доцільне продовжити дослідження в межах поставленої мети.

Мета статті. Проаналізувати та узагальнити сучасні підходи до використання методів прогнозування та моделювання як інструментів прийняття ефективних управлінських рішень у сфері готельного бізнесу. Запропонувати концептуальну модель, яка сприятиме підвищенню якості послуг, оптиміза-

ції операційних процесів та задоволеності клієнтів через впровадження інноваційних управлінських технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах глобалізації та посиленні конкуренції в готельному бізнесі успішне функціонування підприємств залежить від здатності швидко адаптуватися до змін у попиті та очікуваннях клієнтів. Для цього необхідно впроваджувати інноваційні методи прогнозування та моделювання, які дозволяють приймати обґрунтовані управлінські рішення. У статті окреслимо ключові етапи використання цих методів у готельній індустрії.

Основою для застосування методів прогнозування є якісні та кількісні дані, які готелі отримують із різних джерел, зокрема: CRM-системи (інформація про клієнтів, історія бронювань, частота звернень, переваги), платформи онлайн-бронювання (Booking.com, Airbnb, Expedia), які надають дані про попит, конкурентні ціни та відгуки клієнтів, соціальні мережі (Facebook, Instagram, Twitter), що містять зворотний зв'язок і тренди, сезонні та регіональні особливості ринку. Отримані дані з перелічених вище джерел потрібно структурувати, очищати від неточностей та готувати для подальшого аналізу та прогнозу майбутніх перспектив [8].

Методи прогнозування дозволяють передбачити поведінку клієнтів та потребу у готельних послугах, спираючись на аналіз історичних даних і трендів. Основними методами що застосовуються в прогнозуванні в готельному бізнесі є: регресійний аналіз, який використовується для оцінки впливу факторів, таких як сезонність, події у регіоні чи економічні зміни, на попит; машинне навчання, в наш час нейронні мережі можуть аналізувати складні залежності у великих наборах даних, прогнозуючи пікові періоди завантаження номерного фонду; тайм-серії, такі моделі, як ARIMA, підходять для прогнозування попиту на основі попередніх тенденцій. Результати прогнозування використовуються для розробки стратегій управління ресурсами, ціноутворення та маркетингових кампаній [7].

На основі прогнозів створюються сценарії управління, що дозволяють оцінити наслідки різних управлінських рішень. Оптимізаційні моделі допомагають визначити найкращий спосіб розподілу ресурсів. Наприклад, моделювання використання номерного фонду для досягнення максимального доходу при мінімальних витратах. Використовуючи дані про переваги клієнтів застосовуючи техніку моделювання поведінки клієнтів, можна визначити найбільш ефективні послуги, акції чи додаткові сервіси, що приведуть в подальшому до підвищення якості послуг та рівня задоволеності клієнтів готельного бізнесу. Широко застосований метод аналізу

сценаріїв «що-якщо» який дозволяє оцінити, як зміни зовнішніх умов таких як, зростання конкуренції або підвищення вартості енергоресурсів, вплинуть на операційну діяльність роботи.

Успішне подальше використання вищевказаних методів передбачає інтеграцію в такі управлінські процеси:

- динамічне ціноутворення – прогнозування попиту дозволяє готелям встановлювати ціни, що максимізують доходи в умовах змінного попиту;

- управління персоналом – аналіз даних допомагає визначати необхідну кількість працівників у різні періоди для забезпечення високого рівня якісного та фахового обслуговування;

- планування маркетингових кампаній – результати моделювання сприяють таргетованій рекламі, що спрямована на конкретні сегменти клієнтів та дозволяє сконцентруватися на послугах та вдосконалити їх.

Оцінювання результатів впровадження методів прогнозування та моделювання здійснюється за допомогою ключових показників ефективності, таких як: рівень завантаженості номерів, доходи на номер, кількість повторних бронювань, оцінки клієнтів у відгуках. На основі отриманих результатів проводиться корекція методик прогнозування для підвищення та вдосконалення їхньої точності [4; 6].

Одним із успішних прикладів є використання систем прогнозування попиту у мережі готелів Hilton, які впровадили алгоритми динамічного ціноутворення. Завдяки цьому вдалося підвищити завантаженість номерів у періоди низького попиту на 12%, а загальні доходи збільшилися на 8% за рахунок ефективної стратегії управління цінами [16].

Інформація про впровадження систем динамічного ціноутворення в мережі Hilton, які підвищили завантаженість номерів і доходи, базується на успішних прикладах застосування методів прогнозування та моделювання у готельній індустрії. Hilton використовує алгоритми, керовані штучним інтелектом, для моніторингу реального попиту та відповідного коригування цін, що сприяє оптимізації доходів і підтримці високої завантаженості під час сезонних коливань. У деяких випадках такі підходи дозволяють досягти значного підвищення доходів і завантаженості [15].

Це свідчить про те, що впровадження подібних моделей у готельному бізнесі України також може мати значний вплив, особливо в умовах відновлення туризму та підвищення конкурентоспроможності. Впровадження подібних підходів у малих готелях, хоча і вимагає спрощення інструментів, може суттєво покращити якість управління навіть при обмежених ресурсах.

Таким чином, методи прогнозування та моделювання визнані ключовими інструментами для підвищення ефективності готельного бізнесу через їх здатність забезпечувати обґрунтованість управлінських рішень.

Сучасний стан готельного бізнесу в Україні характеризується адаптацією до складних умов, спричинених війною та економічною нестабільністю. Попри значне скорочення туристичного потоку, особливо з-за кордону, ринок продовжує розвиватися завдяки активному внутрішньому туризму, а також релокації тимчасово переміщених осіб. За даними на середину 2024 р., готелі на заході України (Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська області) досягають високої заповнюваності до 60-70%, що є порівнянним із популярними туристичними центрами у світі. Однак у центральних і східних регіонах показники завантаженості значно нижчі, часто не перевищуючи 15-25% у Києві, що пов'язано з безпековими ризиками та міграцією населення на захід країни [14].

Готелі також змінюють свої формати обслуговування, для виживання в нових умовах багато закладів пропонують довгострокову оренду номерів для внутрішньо переміщених осіб і переорієнтуються на внутрішній ринок. Крім того, готелі створюють коворкінги та бізнес-зони для віддалених працівників, що підвищує попит на готельні послуги навіть за умов скороченого туристичного потоку.

Серед проблем, з якими стикається сектор готельного бізнесу, є дефіцит кваліфікованих кадрів та зростання витрат через інфляцію. Багато працівників залишили свої робочі місця або емігрували, а вартість утримання готелів зросла через підвищення цін на комунальні послуги та матеріали, що змушує готелі балансувати між якістю послуг та їхньою вартістю. Щодо перспектив, за прогнозами аналітиків, готельний бізнес може відновитися й отримати новий імпульс для зростання після завершення війни. Очікується, що кількість туристів в Україні може зрости до 14,5 млн, що вимагатиме розширення номерного фонду на 30-40%. У період із 2024 до 2026 рр. планується відкриття 45 нових готелів та 108 котеджних містечок, що підвищить інвестиційну привабливість галузі та допоможе задовольнити майбутній попит [14].

Для вдосконалення якості послуг у готельному господарстві України в умовах сучасних викликів, зокрема, після COVID-19, економічних змін та впливу війни, можна розробити концептуальну модель (рис. 1), яка враховує адаптивне управління, інноваційні технології та орієнтованість на потреби клієнтів. Така модель допоможе підвищити ефективність готельного бізнесу, його конкурентоспроможність і, як наслідок, сприятиме розвитку економіки України

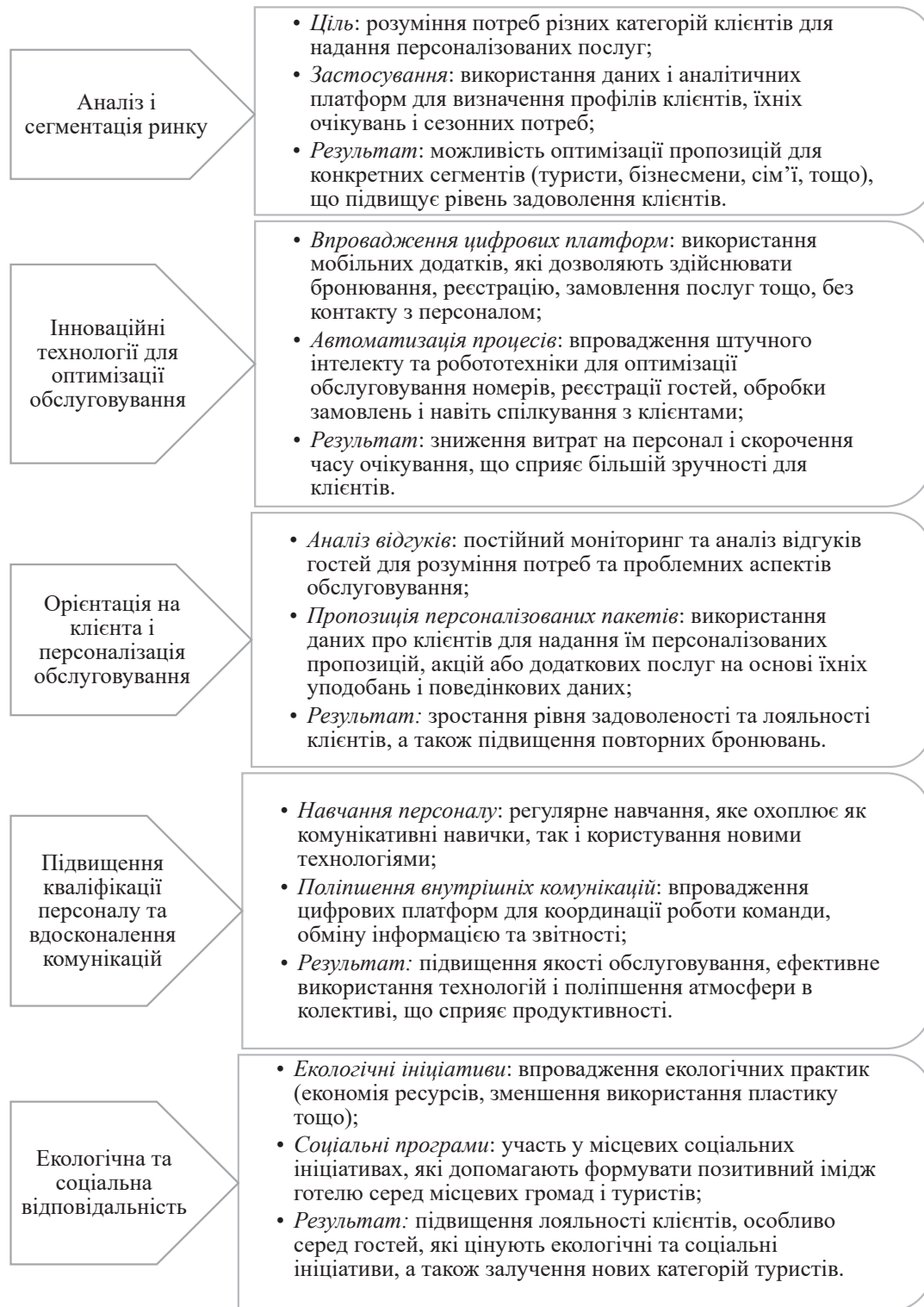


Рис. 1. Концептуальна модель удосконалення якості послуг готельного бізнесу

через підвищення привабливості для внутрішнього та міжнародного туризму.

Розроблена концептуальна модель удосконалення якості послуг у готельному бізнесі відкриває широкі можливості для оптимізації роботи підприємств індустрії гостинності, рис. 2. Її впровадження дозво-

ляє досягти значних результатів у підвищенні рівня задоволеності клієнтів, покращенні економічних показників і посиленні конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

Завдяки використанню аналітичних платформ і детального аналізу клієнтських даних можна

точніше сегментувати ринок і створювати персоналізовані пропозиції для різних категорій клієнтів. Туристи, бізнесмени, молодіжні групи чи сім'ї отримають індивідуально адаптовані послуги, що сприятиме збільшенню лояльності та позитивних відгуків. У поєднанні із сезонним прогнозуванням такі підходи дозволять оптимізувати використання номерного фонду й інших ресурсів. У середньостроковій перспективі це дозволить готелям України утримувати клієнтів, посилювати їхню довіру до бренду та розширювати клієнтську базу.

Інтеграція цифрових платформ і автоматизації процесів є невід'ємною частиною сучасного управління. Мобільні додатки для реєстрації, замовлення послуг, оплати або зворотного зв'язку значно спрощують взаємодію з клієнтами. Штучний інтелект та автоматизовані системи оптимізують внутрішні процеси, такі як розподіл номерів або управління інвентарем. На короткостроковому етапі це дозволить готелям знизити операційні витрати, а в довгостроковій перспективі – створити унікальний клієнтський досвід, що стане важливим конкурентним чинником для залучення іноземних туристів.

Аналіз зворотного зв'язку та впровадження персоналізованих пакетів послуг дозволяють швидко адаптувати пропозицію до змін у поведінці клієнтів. Цей підхід є особливо важливим в умовах сучасного динамічного ринку, де запити клієнтів змінюються швидше, ніж традиційні бізнес-моделі здатні реагувати. Системна персоналізація підвищить середню тривалість перебування клієнтів у готелі, а також частоту повторних бронювань. Це сприятиме стабільності доходів у різних ринкових умовах [9].

Регулярне навчання персоналу новим технологіям і підходам до обслуговування дозволяє покращити якість взаємодії з гостями. Інструменти внутрішніх комунікацій забезпечують злагоджену роботу команди та більш ефективний розподіл обов'язків. Готелі, що інвестують у розвиток своїх співробітників, зможуть досягти не лише високої якості обслуговування, але й створити сприятливу атмосферу для роботи, що позитивно впливатиме на репутацію готелю [6].

Впровадження екологічних практик і соціальних ініціатив відповідає сучасним глобальним тенденціям, спрямованим на сталий розвиток. Для багатьох

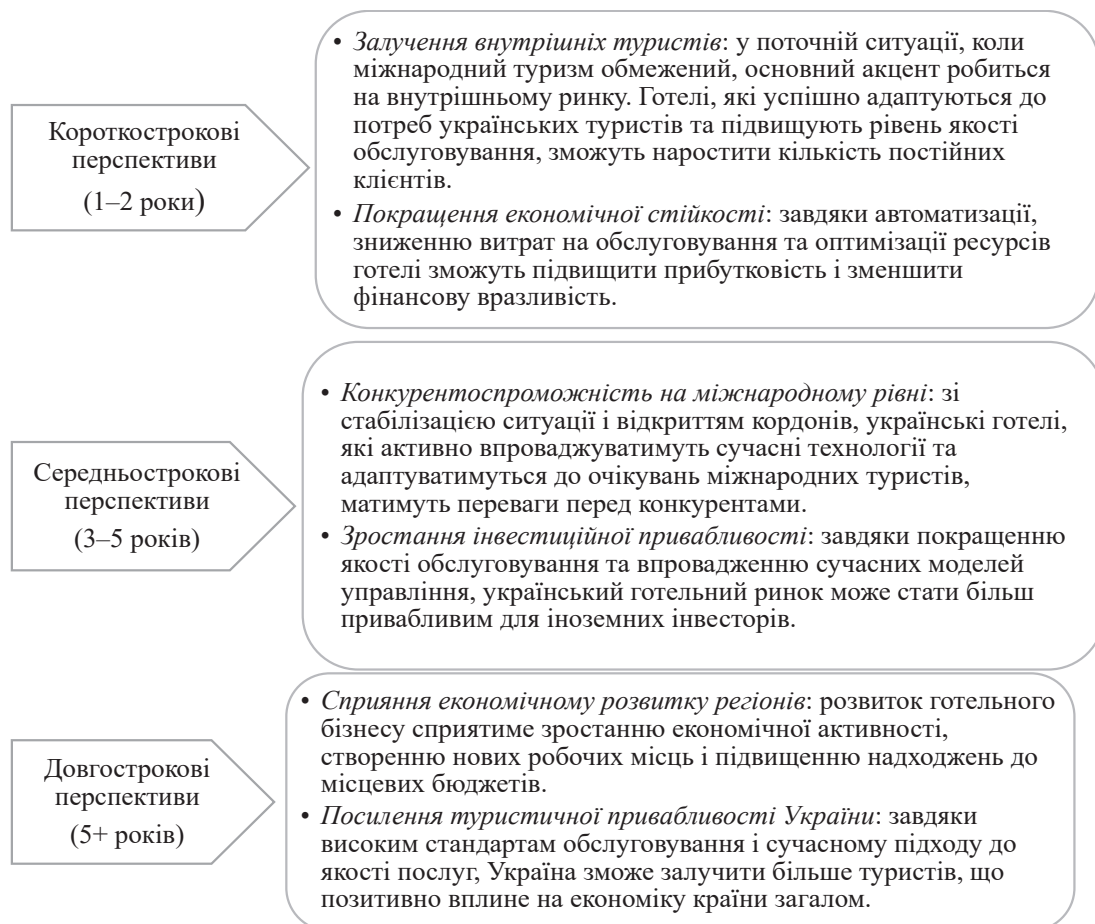


Рис. 2. Прогнозовані перспективи застосування запропонованої моделі удосконалення якості послуг готельного бізнесу України в сучасних умовах

клієнтів, особливо з-поміж іноземних туристів, екологічність і соціальна відповідальність є ключовими критеріями вибору готелю. У довгостроковій перспективі це допоможе українським готелям залучати нові сегменти еко-свідомих туристів та формувати позитивний міжнародний імідж України як туристичної дестинації.

Концептуальна модель удосконалення якості обслуговування дозволяє готельному бізнесу України бути гнучким та швидко адаптуватися до змінних умов ринку, що сприяє його розвитку і підвищує загальну економічну стабільність країни.

Отже, для підвищення якості послуг готельного бізнесу та підтримки та розвитку конкурентоспроможності на ринку, необхідно:

- розвивати цифрові компетенції управлінського складу та персоналу готельного бізнесу через тренінги та освітні програми;
- створювати локальні рішення для аналізу та прогнозування з урахуванням специфіки ринку України;
- заохочувати державну підтримку для модернізації готельного бізнесу, зокрема в питаннях автоматизації та використання інноваційних технологій;
- інтегрувати елементи сталого розвитку в стратегії управління готелями для підвищення їхньої привабливості серед міжнародних клієнтів.

Застосування моделі удосконалення якості послуг в сучасних умовах забезпечує: підвищення гнучкості управління в умовах змінного попиту, скорочення операційних витрат завдяки автоматизації, зростання задоволеності клієнтів через персоналізацію та зручність обслуговування, посилення конкурентоспроможності українських готелів на міжнародному ринку. Успішна реалізація цієї моделі сприятиме не лише розвитку окремих підприємств, але й загальному підвищенню якості послуг готельного бізнесу в Україні, що, у свою чергу, матиме позитивний вплив на економічний та соціальний розвиток країни.

Висновки. Методи прогнозування та моделювання є важливими інструментами для прийняття

ефективних управлінських рішень у готельному бізнесі, особливо в умовах динамічних змін ринкового середовища. Вони дозволяють точно оцінювати попит, оптимізувати використання ресурсів, визначати стратегії ціноутворення та підвищувати якість обслуговування клієнтів.

Інтеграція сучасних технологій, таких як машинне навчання, аналіз великих даних та автоматизовані моделі управління, сприяє зростанню ефективності операційних процесів у готельному бізнесі. В сучасних умовах України ці технології можуть стати вирішальним фактором у посиленні конкурентоспроможності готелів як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку. Методи моделювання, які враховують індивідуальні потреби та уподобання клієнтів, дозволяють забезпечити персоналізоване обслуговування. Це сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів, формуванню лояльності та зростанню повторних бронювань. Прогнозування попиту та моделювання сценаріїв дозволяє знижувати витрати через оптимізацію використання ресурсів (номерний фонд, персонал, витрати на маркетинг). Це підвищує прибутковість готелів і зміцнює їхню фінансову стійкість у сучасних умовах економічної нестабільності.

Головними викликами для впровадження таких методів у готельному бізнесі України є обмежені фінансові ресурси, недостатній рівень технічної оснащеності та відсутність належної кваліфікації персоналу. Проте, завдяки адаптації до локальних умов, впровадження інноваційних підходів можливе навіть у середніх і малих готелях, що сприятиме їхній стабільності й розвитку. Успішне впровадження методів прогнозування та моделювання сприятиме зміцненню готельного бізнесу як одного з ключових сегментів туристичної індустрії України. Це матиме значний вплив на економічний розвиток регіонів, створення робочих місць і підвищення привабливості України як туристичної дестинації.

Таким чином, методи прогнозування та моделювання є потужними інструментами для трансформації готельного бізнесу України в сучасних умовах.

Література:

1. Безручко Л. Сучасний стан та перспективи розвитку готельних мереж у світі та Україні. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. 2018. Вип. 45. С. 273-280.
2. Данько Н.І. Управління якістю готельних підприємств в Україні. *Проблеми економіки*. 2011. № 1. С. 67-72.
3. Жалінська І.В. Сучасні підходи до управління якістю готельних послуг: їх розвиток та стан в Україні. *Економіка, управління та адміністрування*. 2022. № 3(101). С. 24-31.
4. Капліна А.С. Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Економіка, організація і управління підприємством*. 2016. №1 (38). С. 168-173.
5. Лисенко А. Прогнозування, планування та моделювання в системі розробки рішень в аналізі, аудиті та оподаткуванні. *Економіка та суспільство*. 2023. № 51. С. 51-54.
6. Михайлова Н.В., Рогова Н.В., Рибаківа С.С. Готельний бізнес в Україні: проблеми та основні тенденції розвитку. *Науковий вісник ПУЕТ. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 1(97). С. 79-85.
7. Наумова М.А., Гончарук Н.С. Прогнозування економічного розвитку України. *Економічний простір*. 2020. № 160. С. 129-134.

8. Новоселецький О.М., Зубенко І.Р., Гурина М.М. *Моделювання та прогнозування попиту на цифровий продукт. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал.* 2021. № (22(50)). С. 95-101.
9. Поворознюк І. Управління якістю послуг на підприємствах індустрії готинності під час кризи. *Економіка та суспільство.* 2022. № 42. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-48>.
10. Юдіна О. Моделювання сталого економічного розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу на основі декомпозиційного аналізу. *Економічний простір.* 2022. №181. С.162-167.
11. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. *Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини.* 2014. Вип. 34. С. 292-300.
12. Danko N.I., Dovhal G.V. Creation of the tourist cluster as a way of increase of investment attractiveness of a region. *The Problems of Economy.* 2013. № 4. С. 212-218.
13. Gronroos S. *Service management and marketing: Customer Management in Service Competition.* Wiley, 2007. 496 p.
14. Тарасовський Ю., Кручиніна Г. В Україні зростає кількість готелів та хостелів, внутрішній туризм сприяє розвитку індустрії – дослідження. *Forbes.* 2024. URL: <https://forbes.ua/news/v-ukraini-zrostaie-kilkist-goteliv-ta-khosteliv-vnutrishniy-turizm-e-drayverom-rozvitku-industrii-doslidzhennya-03102024-23985>
15. Understanding The Difference Between ADR And RevPAR In The Hotel Industry. Peery Hotel. 2024. URL: <https://www.peeryhotel.com/what-is-the-difference-between-adr-and-revpar-hotels>
16. Hilton's revenue beats Street estimates on record lodging prices. 2023. URL: <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/hilton-raises-annual-profit-outlook-strong-travel-demand-2023-10-25>

References:

1. Bezruchko, L. (2018). Suchasnyi stan ta perspektivy rozvytku hotelnykh merezh u sviti ta Ukraini. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya mizhnarodni vidnosyny*, 45, 273-280.
2. Danko, N.I. (2011). Upravlinnia yakistiu hotelnykh pidpriemstv v Ukraini. *Problemy ekonomiky*, 1, 67-72.
3. Zhalinska, I.V. (2022). Suchasni pidkhody do upravlinnia yakistiu hotelnykh posluh: yikh rozvytok ta stan v Ukraini. *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, 3(101), 24-31.
4. Kaplina, A.S. (2016). Metodychnyi pidkhid do otsinky yakosti hotelnykh posluh. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Ekonomika, orhanizatsiia i upravlinnia pidpriemstvom*, 1 (38), 168-173.
5. Lysenko, A. (2023). Prohnozuvannia, planuvannia ta modeliuvannia v systemi rozrobky rishen v analizi, audyti ta opodatkuvani. *Ekonomika ta suspilstvo*, 51, 51-54.
6. Mykhailova, N.V., Rohova, N.V., Rybakova, S.S. (2020). Hotelnyi biznes v Ukraini: problemy ta osnovni tendentsii rozvytku. *Naukovyi visnyk PUET. Seriya «Ekonomichni nauky»*, 1(97), 79-85.
7. Naumova, M.A., Honcharuk, N.S. (2020). Prohnozuvannia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy. *Ekonomichniy prostir*, 160, 129-134.
8. Novoseletskyi, O.M., Zubenko, I.R., Huryna, M.M. (2021). Modeliuvannia ta prohnozuvannia popytu na tsyfrovyy produkt. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia». Seriya «Ekonomika»: naukovyi zhurnal*, 22(50), 95-101.
9. Povorozniuk, I. (2022). Upravlinnia yakistiu posluh na pidpriemstvakh industrii hotynnosti pid chas kryzy. *Ekonomika ta suspilstvo*, 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1656>.
10. Iudina, O. (2022). Modeliuvannia staloho ekonomichnoho rozvytku pidpriemstv hotelno-restorannoho biznesu na osnovi dekompozytsiinoho analizu. *Ekonomichniy prostir*, 181, 162-167.
11. Iurchenko, O. (2014). Innovatsii v hotelnomu biznesi na suchasnomu etapi. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni vidnosyny*, 34, 292-300.
12. Danko, N.I., Dovhal, G.V. (2013). Creation of the tourist cluster as a way of increase of investment attractiveness of a region. *Problemy ekonomiky*, 4, 212-218.
13. Gronroos, S. (2007). *Service management and marketing: Customer Management in Service Competition.* Wiley, 496 p.
14. Tarasovskiy Ju., Kruchynina Gh. (2024). V Ukraini zrostaie kil'kist' ghoteliv ta khosteliv, vnutrishnij turizm spryjaje rozvytku industriji – doslidzhennja. *Forbes.* URL: <https://forbes.ua/news/v-ukraini-zrostaie-kilkist-goteliv-ta-khosteliv-vnutrishniy-turizm-e-drayverom-rozvitku-industrii-doslidzhennya-03102024-23985>
15. Understanding The Difference Between ADR And RevPAR In The Hotel Industry. Peery Hotel. (2024). URL: <https://www.peeryhotel.com/what-is-the-difference-between-adr-and-revpar-hotels>
16. Hilton's revenue beats Street estimates on record lodging prices. (2023). URL: <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/hilton-raises-annual-profit-outlook-strong-travel-demand-2023-10-25>

Стаття надійшла до редакції 23.04.2024 р.