

**П'янков В.С.,**  
**здобувач наукового ступеня доктора філософії**  
**Тарасюк Г.М**  
**декан факультету бізнесу та сфери обслуговування,**  
**д-р.екон.наук., проф.,**  
*Державний університет «Житомирська політехніка»*

## **УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ JOBS TO BE DONE (JTBD)**

Мінливість сьогодення та непередбачуваність майбутнього активізують проблематику управління розвитком суб'єктів індустрії гостинності в контексті інтеграційних пріоритетів, розвитку в'їзного туризму у повоєнному періоді.

Готельно-ресторанний бізнес України, як відкритої країни, розвивається під впливом як ендогенних ризиків, так і зовнішнього впливу. Управління розвитком будь-якої економічної системи передбачає вивчення сталої та циклічної концепцій розвитку. Перша ґрунтується на постовому планомірному керованому поступі з урахування економічних, соціальних та екологічних складових. На протигагу сталій, циклічна концепція поєднує періоди еволюційного та революційного етапів розвитку. Процес є складно керованим, а тригером змін виступає внутрішня системна чи зовнішня непередбачувана кризи. Наслідком такої кризи може стати географічна диверсифікація послуг готельно-ресторанного бізнесу, оптимізація або пропозиція нових послуг.

Оскільки особливістю готельно-ресторанного бізнесу є гостинність, як ознака ідентичності української нації, культурного коду [1], ефективне управління розвитком бізнесу передбачає орієнтацію на результат через пошук нових концепцій формування пропозиції на ринку готельно-ресторанних послуг.

Тривалий час для розвитку бізнесу використовувалися ресурсні можливості виробника товару / послуги, компаративні переваги, географічна та економічна доступність, комунікативна складова.

Управління розвитком експортоорієнтованого суб'єкта готельно-ресторанного бізнесу передбачає створення якісної послуги для іноземного туриста. Переважна більшість компаній розробляючи чи оптимізуючи портфель послуг, орієнтуються на «портрет гостя», зосереджуючи увагу на віці, статі, громадянстві, професії, релігії, стані здоров'я тощо.

Відновлення в'їзного туризму до України у повоєнний час приверне увагу гостя, якого складно буде диверсифікувати за традиційними ознаками. Саме тому при розробці туристичної повоєнної послуги для іноземців управління готельно-ресторанного бізнесу потрібно ґрунтуватися на запиті майбутнього гостя. Відповідно актуалізується інноваційна для українського бізнесу на сьогодні теорія Jobs To Be Done (JTBD) [2, 3]. Це поведінкова теорія покущів / споживачів, котра пояснює причину прийняття рішення щодо купівлі / замовлення через визначення проблеми, пошук попереднього рішення та визначення факторів поліпшення при подоланні проблеми. Запропонована Б.Моестом та П.Мурготаусом у 80 роках минулого сторіччя теорія, що набула розповсюдження завдяки Т.Ульвіку, К.Крістенсену та іншим практикам, дозволяє бізнесу чітко визначити мотиви та відслідковувати логіку поведінки споживача / гостя.

Розуміючи запит / проблему гостя, бізнес зможе запропонувати відповідну послугу як варіант її вирішення та досягнення ефективного результату бажаного. Ухвалення рішення щодо пропозиції нової послуги полегшує використання матричного підходу, що передбачає побудову Jobs To Be Done Statement для визначення тригерів події, критеріїв оцінки, можливостей та очікуваного результату.

З використанням Jobs To Be Done (JTBD) бізнес переорієнтовується з «портрету споживача / гостя» на контекст купівлі / замовлення, з питання «Хто є замовником?» на відповідь «Чому послугу «наймають»? З якою метою замовляють?».

Означена теорія не заперечує корисність інших поведінкових та споживчих теорій, однак є більш ефективна при розробці та пропозиції товару / послуги новому споживачеві / гостю, адже здатна не тільки створити лояльність, а і вирішити проблему, задовольнити запит.

### **Список використаних джерел**

1. П'янков В.С. Феномен «гостинності» - як ознака ідентичності української нації. Реалії та перспективи розвитку індустрії гостинності в умовах інтеграційних процесів: VI всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція (Мукачєво, 24 березня 2023р.) URL: [MANAGEMENT OF OPERATIONAL.pdf \(msu.edu.ua\)](#)

2. Практичний посібник з соціального підприємництва. Українська соціальна академія. 2021 URL: [https://siplatform-live.s3.eu-central-1.amazonaws.com/files/posibnyk\\_usa.pdf](https://siplatform-live.s3.eu-central-1.amazonaws.com/files/posibnyk_usa.pdf)

3. Губинський А. JTBD, чому клієнти "наймають" та "звільняють" продукти? URL: <https://www.craftinnovations.com.ua/post/jobs-to-be-done-theory-cases>