

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ
Кафедра міжнародної економіки і туризму

Затверджую
Зав. кафедрою міжнародної економіки і туризму
проф. Д'яченко Ю.Ю.

«_____» _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

Кірбабіної Ксенії Олегівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

Група ГРС-20д

1. Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: Удосконалення якості послуг
готельно-ресторанного підприємства

затверджена наказом по університету №_____ від _____

2. Термін подання здобувачем вищої освіти завершеної роботи: 1 червня 2024
року

3. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів, що їх
стосується: _____

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис. Дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ, висновки	Денищенко Л.В.		
Розділи	Денищенко Л.В.		
Оформлення	Денищенко Л.В.		
Підготовка до захисту	Денищенко Л.В.		

4. Зміст кваліфікаційної роботи бакалавра, перелік питань, що їй належить розробити: Розглянути теоретичні засади визначення якості послуг в готельному господарстві, серед яких поняття та особливості послуг галузі гостинності, основні підходи до визначення якості послуг готельно-ресторанного підприємства та критерії і методика оцінки якості послуг готельно-ресторанного підприємства. Проаналізувати якість надання послуг готельно-ресторанного бізнесу, дослідити організаційно-економічну характеристику діяльності готелю, визначити якість надання послуг та оцінити конкурентну позицію для вивчення можливостей щодо підвищення якості обслуговування туристів готелю «Україна».

Представити рекомендації щодо підвищення якості послуг, розробити комплекси заходів для підвищення рентабельності, знайти резерви та обґрунтувати запропоновані заходи.

5. Календарний план виконання роботи:

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Термін виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично

6. Дата видачі завдання « ____ » _____ 20__ р.

Керівник роботи Денищенко Людмила Вікторівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

Завдання прийняв до виконання
здобувач вищої освіти

(підпис студента)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародної економіки і туризму

Допущено до захисту
Зав. кафедрою міжнародної економіки і туризму
Доц. Д'яченко Ю.Ю.

« _____ » _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

Тема: Удосконалення якості послуг готельно-ресторанного підприємства

Студент-виконавець:

Кірбабіна Ксенія Олегівна
(П.І.Б., підпис)

IV курс, група ГРС-20д
(курс, група)

Науковий керівник

Денищенко Л.В.
(П.І.Б., підпис)

Київ – 2024

АНОТАЦІЯ

Кірбабіна К.О. Удосконалення якості послуг готельно-ресторанного підприємства– Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа». – Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля Міністерства освіти і науки України. – Київ, 2024.

Кваліфікаційна робота присвячена покращенню якості послуг туристичного підприємства- готелю «Україна» . Головна мета дослідження - визначити проблеми, які негативно впливають на якість обслуговування клієнтів, та розробити стратегії для їх усунення.

У роботі проведено ґрунтовний аналіз поточного стану якості послуг туристичного підприємства. Для цього була вивчена відповідна література та проведено емпіричні дослідження, зокрема опитування серед клієнтів і співробітників компанії.

На основі отриманих результатів виявлено ключові проблемні моменти, які негативно позначаються на якості обслуговування в туристичному підприємстві. Щоб вирішити ці проблеми, мною було розроблено низку практичних рекомендацій і стратегій для їх впровадження.

ANNOTATION

Kirbabina K.O. Improving the Quality of Services at a Hotel and Restaurant Enterprise - Manuscript. Qualifying work of a bachelor's degree in the specialty 241 "Hotel and Restaurant Business." - Volodymyr Dahl East Ukrainian National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine. - Kyiv, 2024.

The qualifying work is devoted to improving the quality of services at a tourism enterprise - the "Ukraine" hotel. The main objective of the study is to identify the problems that negatively affect the quality of customer service and develop strategies to eliminate them.

The work provides a thorough analysis of the current state of the quality of services at the tourism enterprise. For this purpose, relevant literature was studied, and empirical research was conducted, including surveys among clients and employees of the company.

Based on the obtained results, key problematic issues that negatively affect the quality of service at the tourism enterprise were identified. To address these problems, a set of practical recommendations and strategies for their implementation were developed by me.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	10
1.1 Поняття та особливості послуг галузі гостинності	10
1.2 Основні підходи до визначення якості послуг готельно-ресторанного підприємства.....	14
1.3 Критерії та методика оцінки якості послуг готельно-ресторанного підприємства.....	19
Висновки до 1 Розділу.....	22
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ В ГОТЕЛІ «УКРАЇНА»	24
2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності готелю «Україна»	24
2.2. Визначення якості надання послуг в готелі «Україна».....	36
2.3. Оцінка конкурентної позиції готелю «Україна» для вивчення можливостей щодо підвищення якості обслуговування туристів	49
Висновки до Розділу 2	56
РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ «УКРАЇНА»	57
3.1. Розробка комплексу заходів щодо підвищення якості послуг готелю «Україна»	57
3.2. Пошук резервів та обґрунтування запропонованих заходів.....	69
Висновки до Розділу 3	76
ВИСНОВКИ.....	78

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота містить: 85 сторінок, 1 таблицю, 18 рисунків та 58 використаних джерел.

Об'єкт дослідження: процес надання послуг у готельно-ресторанному підприємстві готель «Україна»

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні аспекти забезпечення та підвищення якості послуг готельно-ресторанного підприємства.

Мета роботи: теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення якості послуг готельно-ресторанного підприємства на основі комплексної оцінки їх поточного рівня.

Методи дослідження:

Теоретичні методи: аналіз літератури щодо якості послуг; емпіричні методи: спостереження, анкетування, експертні оцінки; статистичні методи: обробка та візуалізація даних; системний підхід до вивчення підприємства; SWOT-аналіз якості послуг; моделювання системи управління якістю.

У першому розділі було розглянуто теоретичні основи якості послуг у готельній сфері - концепції, підходи, критерії оцінювання.

У другому розділі було проведено аналіз якості послуг обраного готельно-ресторанного закладу - аналіз доступної інформації, опитування клієнтів, оцінка дотримання стандартів.

У третьому розділі були запропоновані шляхи вдосконалення якості послуг - пропозиції щодо інфраструктури, кадрів, процесів, діджиталізації, інновацій та їх економічне обґрунтування.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості їх використання керівництвом готельно-ресторанних підприємств для підвищення якості послуг, забезпечення конкурентоспроможності та покращення фінансових показників.

ВСТУП

Готельні послуги відіграють значну роль у сучасному житті, адже вони не лише забезпечують тимчасове проживання, але й стають невід'ємною частиною подорожей, відпочинку та ділових поїздок. Ці послуги поєднують в собі економічні, соціальні, виховні та естетичні аспекти, роблячи їх важливим фактором як для туристів, так і для розвитку міст та регіонів. Зростання популярності туризму та постійний попит на якісні готельні послуги стимулюють розвиток цієї галузі, що призводить до збільшення кількості готельних підприємств.

Актуальність теми дослідження: Хоча темпи розвитку готельного господарства України повільні, попит на послуги залишається в західних та центральних регіонах. Щоб зберегти конкурентні позиції на ринку, готельним підприємствам необхідно шукати шляхи покращення фінансово-економічного стану. Актуальність дослідження обумовлена високою конкуренцією та зростаючими вимогами споживачів до якості обслуговування. Підприємства мають адаптуватися до потреб вибагливих клієнтів для забезпечення конкурентоспроможності та прибутковості. Покращення якості послуг формує позитивний імідж, підвищує лояльність клієнтів. Комплексне вдосконалення якості через стандартизацію процесів, сучасні технології, розвиток персоналу, розширення послуг дозволить утримувати існуючих та залучати нових клієнтів, забезпечуючи зростання бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій: Питання підвищення якості обслуговування в готельно-ресторанному бізнесі активно досліджується науковцями. Зокрема, Котлер Ф.[39], Деминг Е., Джуран Дж., Ісікава К. вивчали задоволеність клієнтів, концепцію TQM та інструменти контролю якості. В Україні Кондрашов О.М.[40] досліджував стандартизацію послуг, Писаревський І.М.[41] розробив методику оцінювання якості, а Роглев Х.Й.[42] вивчав підвищення кваліфікації персоналу та впровадження систем управління якістю. Інші вчені, як от Нечаюк Л.І. [43], Телетов О.С.[44], Байлик С.І. [45], Кравченко

Л.І.[46], розглядали різні аспекти управління якістю, включаючи стандартизацію, оцінку задоволеності споживачів та мотивацію персоналу.

Метою дослідження є визначення шляхів і розробка практичних рекомендацій щодо підвищення якості обслуговування клієнтів на досліджуваному підприємстві, що сприятиме зростанню їхньої задоволеності, лояльності та, як наслідок, конкурентоспроможності і прибутковості бізнесу. Для досягнення поставленої мети необхідно виконати ряд завдань, зокрема: проаналізувати теоретичні основи та сучасні підходи до управління якістю в готельно-ресторанній сфері; вивчити кращі практики провідних підприємств щодо підвищення рівня обслуговування; дослідити чинні стандарти якості й існуючі нормативні вимоги для готельно-ресторанних закладів; здійснити оцінку поточного рівня якості послуг на об'єкті дослідження; визначити проблемні аспекти та можливості для вдосконалення процесів обслуговування клієнтів; розробити комплекс конкретних заходів і рекомендацій щодо покращення якості послуг з урахуванням специфіки діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження теми є процес надання послуг готелем "Україна". Предметом дослідження виступають теоретичні та практичні аспекти підвищення рівня якості обслуговування клієнтів на даному готельно-ресторанному підприємстві. Зокрема, будуть досліджені існуючі стандарти якості, вимоги та очікування гостей, система управління якістю на підприємстві, рівень компетентності та мотивації персоналу, процеси обслуговування, використання інноваційних технологій та інструментів забезпечення якості. На основі комплексного аналізу поточного стану надання послуг у готелі "Україна" будуть виявлені проблемні аспекти та розроблені рекомендації щодо вдосконалення якості обслуговування відповідно до кращих практик та сучасних вимог готельного бізнесу.

У дослідженні теми "Удосконалення якості послуг готельно-ресторанного підприємства" на прикладі готелю "Україна" використані загальнонаукові методи (аналіз, синтез, індукція, дедукція, системний підхід) для вивчення теоретичних основ управління якістю, а також спеціальні методи: спостереження

за процесами, анкетування гостей, експертні опитування персоналу для оцінки поточного стану якості послуг, статистичні методи, порівняння та узагальнення для аналізу даних, моделювання процесів, проектування систем управління якістю, економічне обґрунтування для розробки рекомендацій щодо вдосконалення обслуговування, забезпечуючи комплексний підхід до вирішення завдань.

Інформаційну базу дослідження складатимуть законодавчі та нормативні акти України у сфері готельно-ресторанного бізнесу, наукові праці вчених з управління якістю послуг, матеріали періодичних видань про кращі практики та тенденції галузі, внутрішні документи готелю "Україна" (стандарти, результати оцінки задоволеності гостей, звіти), а також первинні дані від співробітників та гостей готелю, отримані через спостереження, анкетування та експертні опитування.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатку.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

1.1 Поняття та особливості послуг галузі гостинності

Послуги галузі гостинності - це комплекс послуг, які спрямовані на задоволення потреб людей у тимчасовому проживанні, харчуванні, відпочинку та інших супутніх послугах. Ці послуги надаються готелями, ресторанами, кафе, барами, санаторіями, пансіонатами, кемпінгами та іншими закладами.

Особливості послуг галузі гостинності включають в себе:

– Нерозривність виробництва та споживання: Послуги галузі гостинності надаються одночасно з їх виробництвом, тобто не можуть бути заздалегідь виготовлені та накопичені. Це вимагає від персоналу підприємств гостинності високого рівня кваліфікації та майстерності.

– Нематеріальність: послуги галузі гостинності не мають фізичної форми, тому їх неможливо побачити, відчутти або скуштувати до моменту їх отримання. Це ускладнює оцінку якості послуг та може призвести до розбіжностей між очікуваннями клієнтів та реальністю.

– Необхідність постійного вдосконалення: потреби та очікування клієнтів постійно змінюються, тому підприємствам гостинності необхідно постійно вдосконалювати свої послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними.

– Сезонність: попит на послуги галузі гостинності може значно коливатися протягом року, що вимагає від підприємств цієї галузі гнучкої цінової політики та ефективного управління персоналом.

– Вплив людського фактора: якість послуг галузі гостинності багато в чому залежить від людського фактора, тобто від рівня кваліфікації, ввічливості та уважності персоналу.

Основні види послуг галузі гостинності:

– Проживання: надання готельних номерів, апартаментів, бунгало та інших місць для тимчасового проживання.

– Харчування: надання послуг харчування в ресторанах, кафе, барах та інших закладах.

– Відпочинок та розваги: організація дозвілля та розваг для гостей, включаючи екскурсії, концерти, спортивні заходи, спа-процедури та інше.

– Інші послуги: надання додаткових послуг, таких як трансфер, зберігання багажу, послуги пральні, доступ до Інтернету та інше.

Послуги галузі гостинності можуть класифікуватися за різними критеріями, такими як:

– Вид закладу: готельні послуги, ресторани, послуги санаторіїв та пансіонатів та інше.

– Функціональне призначення: основні послуги (проживання, харчування) та додаткові послуги (трансфер, зберігання багажу та інше).

– Спосіб надання: індивідуальні послуги та групові послуги.

– Рівень обслуговування: економічний клас, стандарт, люкс та інше.

Якість послуг галузі гостинності - це комплекс властивостей послуг, які визначають їх відповідність потребам та очікуванням клієнтів. Основними факторами, які впливають на якість послуг галузі гостинності, є:

– Стан матеріально-технічної бази: включає в себе оцінку фізичного стану приміщень, роботу обладнання та наявність необхідного інвентарю. Важливо відзначити, чи потребує будь-яка частина інвентарю або обладнання оновлення або ремонту, а також чи необхідно розширити або модернізувати приміщення для оптимальної діяльності.

– Рівень кваліфікації персоналу характеризується такими якостями як ввічливість, уважність, професіоналізм та інші якості персоналу. Оцінка включає характеристику навичок та знань персоналу, їх взаємодію з клієнтами та один з одним, а також їхню здатність ефективно вирішувати проблеми та задовольняти потреби клієнтів. Також важливо враховувати наявність програм навчання та розвитку персоналу для забезпечення постійного підвищення їхнього професійного рівня.

– Організація роботи: чітка регламентація роботи персоналу, система контролю якості послуг та інше. Збалансована система регламентації обов'язків персоналу, ефективний контроль якості надання послуг та інші аспекти. Включає в себе чітко визначені процедури та відповідальності для кожного члена персоналу, а також механізми контролю якості, спрямовані на забезпечення високого стандарту обслуговування та задоволення потреб клієнтів. Також важливо враховувати системи зворотного зв'язку та постійне вдосконалення процесів для оптимізації ефективності та якості роботи

– Маркетинг та реклама: інформування клієнтів про послуги, що надаються, формування позитивного іміджу підприємства. Активна комунікація з клієнтами для інформування їх про надані послуги та переваги, які вони отримують, сприяючи формуванню позитивного іміджу підприємства. Це включає в себе використання різноманітних каналів комунікації, таких як соціальні медіа, рекламні кампанії, веб-сайт, а також активне взаємодіючи з клієнтами через зворотній зв'язок та програми лояльності. Такий підхід допомагає позитивно презентувати бренд, залучати нових клієнтів та утримувати існуючу базу споживачів.

Підвищення якості послуг галузі гостинності є стратегічним пріоритетом для будь-якого підприємства у сфері гостинності. Високоякісне обслуговування не лише забезпечує задоволеність гостей, але й формує позитивний імідж, репутацію бренду, сприяє підвищенню лояльності клієнтів та залученню нових відвідувачів. Це, у свою чергу, призводить до зростання доходів, прибутковості та конкурентоспроможності на ринку.

Для покращення якості послуг необхідно комплексно впроваджувати низку ефективних заходів і практик. Однією з найважливіших складових є постійний розвиток і навчання персоналу. Це охоплює вдосконалення професійних навичок, комунікативних вмінь, навичок вирішення конфліктів, емоційного інтелекту, а також поглиблення знань про продукти та послуги підприємства. Інвестиції в розвиток людських ресурсів допоможуть забезпечити високий рівень компетентності та клієнтоорієнтованості співробітників.

Впровадження ефективних систем управління якістю також є критично важливим. Це включає стандартизацію процесів обслуговування, встановлення чітких вимог та показників якості, регулярний моніторинг і контроль їх дотримання, а також збір та аналіз зворотного зв'язку від клієнтів. Така систематична робота дозволить своєчасно виявляти недоліки та оперативно на них реагувати.

Використання сучасних технологій та інновацій може значно підвищити зручність і ефективність обслуговування клієнтів. Це може включати онлайн-реєстрацію, мобільні додатки для бронювання та замовлення послуг, CRM-системи для персоналізації взаємодії з гостями, цифрові ключі для номерів, автоматизовані системи управління готельними операціями тощо.

Створення комфортного середовища для гостей є невід'ємною частиною забезпечення високої якості послуг. Це включає підтримання чистоти та охайності приміщень, забезпечення зручності меблів та обладнання, грамотне зонування простору, формування відповідної атмосфери (освітлення, звукове оформлення, аромамаркетинг тощо).

Персоналізація послуг та індивідуальний підхід до кожного гостя також мають велике значення. Вивчення уподобань клієнтів, надання додаткових послуг та увага до дрібниць роблять їхнє перебування більш комфортним, запам'ятовуваним і створюють відчуття особливого ставлення.

Отже, регулярні дослідження задоволеності клієнтів та аналіз відгуків гостей є необхідними для виявлення сфер для вдосконалення та внесення необхідних коректив у процеси обслуговування. Це може здійснюватися за допомогою анкетування, інтерв'ю, фокус-груп, аналізу даних з онлайн-платформ тощо.

Крім того, постійний бенчмаркінг, тобто порівняння з кращими практиками галузі та успішними конкурентами, дозволяє визначати власні слабкі сторони та можливості для покращення.

Важливо також розуміти, що підвищення якості послуг вимагає відданості всіх учасників процесу - від керівництва до лінійного персоналу. Необхідно

формуванню корпоративної культури, орієнтовану на клієнта, заохочувати ініціативність і творчість співробітників, забезпечувати належні ресурси та підтримку з боку керівництва.

Таким чином, комплексний та систематичний підхід до підвищення якості послуг, який поєднує навчання персоналу, ефективні системи управління, інновації, створення комфортного середовища, персоналізацію та постійний моніторинг задоволеності клієнтів, дозволить підприємствам у сфері гостинності забезпечувати високий рівень обслуговування, залишатися конкурентоспроможними та досягати довгострокового успіху на ринку.

1.2 Основні підходи до визначення якості послуг готельно-ресторанного підприємства

Стратегічна мета розвитку готельного господарства в Україні полягає у створенні високоякісного готельного продукту, здатного максимально задовольнити потреби споживачів і забезпечити на цій основі комплексний розвиток галузі. Звідси постає необхідність постійної, цілеспрямованої роботи готельних підприємств щодо формування системи якісних готельних послуг. Сьогодні вітчизняні підприємства готельного господарства перебувають у стані перманентного розвитку, однак за організаційними формами, ступенем комфортності інфраструктури та якістю готельних послуг не відповідають кращим світовим зразкам. Хоча відомо, що високий рівень якості готельних послуг є важливим чинником прийняття рішення потенційних споживачів про вибір готельного підприємства, а здатність останнього впроваджувати сучасні технології управління якістю послугами дає значні йому конкурентні переваги, формування систем управління, це описувалось у наукових працях Денисенко М. П., Терещенко Н. М.[49], Капліної А.С.[50], Білецької І.М.[51], Баран Р.Я. [52]. Наявні проблеми актуалізують проведення досліджень і теоретичних

напрацювань із формування та забезпечення функціонування системи управління якістю готельного обслуговування, важливою складовою частиною якої є оцінка рівня якості готельних послуг та обслуговування гостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Світовий досвід сформував певну систему знань про якість загалом та якість готельних послуг зокрема. Теоретичні аспекти якості послуг висвітлені у працях вчених: К. Гронруса, В. Демінга, Д. Джурана, Н. Кано, Дж. Кроніна, С. Тейлора, А. Фейгенбаума, Дж. Фленегана та ін. Проблематикою якості готельних послуг і обслуговування гостей займалися вітчизняні та закордонні вчені, серед яких В. Азаров , С. Байлик, М. Бойко, Ю. Волков , Л. Іванова, В. Липчук , В. Карсекін, А. Умнов , В. Федорченко , Т. Тулібацкі та ін. Наукових публікацій за результатами фундаментальних досліджень системи готельних послуг та їх якості на сучасному етапі із врахуванням вітчизняних особливостей неприпустимо мало. Подальшого розвитку потребують теоретичні положення та методичні засади вимірювання якості готельних послуг, особливо у напрямі об'єктивної його кількісної оцінки. Все це зумовило актуальність та мету дослідження.

Метою дослідження є аналіз переваг і недоліків сучасних методів оцінки рівня якості обслуговування гостей у готельних підприємствах та визначення напрямів застосування цих методів.

Динамічний розвиток готельно-ресторанної галузі призводить до появи закладів різних типів і цінових категорій, що надає споживачам можливість обирати ті заклади, які найбільше відповідають їхнім потребам та критеріям. Діяльність готелів та аналогічних засобів тимчасового розміщування у період з 2015 по 2018 роки характеризувалася поступовим збільшенням кількості суб'єктів господарювання. У 2016 році порівняно з 2015 роком їх кількість зросла на 1,7%, досягнувши 4104 одиниць. Надалі ця тенденція зростання продовжилася: у 2017 році кількість суб'єктів збільшилася на 8% до 4432 одиниць, а в 2018 році - ще на 12,4% до 4985 одиниць. Переважну більшість суб'єктів господарювання у цьому секторі становлять малі підприємства, а точніше - мікропідприємства.

Процес обслуговування гостей в готелях складається з чіткої послідовності етапів, які забезпечують приємний та безпроблемний досвід для клієнтів. Цей процес, хоча й може мати певні варіації залежно від конкретного готелю, завжди включає основні етапи:

- бронювання місць;
- прийом, реєстрація і розміщення гостя;
- виїзд і остаточна оплата послуг готелю тощо. [1]

Якість в індустрії гостинності має три ключових аспекти. Поняття якості в готельно-ресторанній сфері має свої особливості, які відрізняють його від інших видів послуг. Три ключові аспекти визначають якість в цій галузі:

– Точне визначення потреб клієнта. Задоволення всіх потреб та очікувань гостей є пріоритетом номер один для будь-якого підприємства в сфері гостинності. Це виходить далеко за рамки простого надання стандартного переліку послуг.

Справжній професіоналізм і висока якість обслуговування полягають у здатності персоналу бути уважним до найменших деталей, помічати навіть невисловлені бажання клієнтів і намагатися передбачати їхні потреби. Це вимагає глибокого розуміння психології гостей, вміння читати невербальні сигнали та інтуїтивно відчувати їхні очікування.

Демонструючи таку турботу та увагу, персонал створює атмосферу гостинності та тепла, в якій гості відчувають себе не просто клієнтами, а справді бажаними гостями. Це формує неповторний досвід та приємні спогади, які змушують їх повертатися знову й знову.

Готовність виконувати індивідуальні запити, навіть якщо вони виходять за рамки стандартних процедур, є ознакою справжньої клієнтоорієнтованості. Вміння знаходити гнучкі та креативні рішення для задоволення особливих побажань гостей демонструє повагу до їхніх потреб та прагнення зробити все можливе для їх максимальної задоволеності.

Отже, увага до деталей, вміння передбачати потреби та готовність йти на компроміси задля задоволення індивідуальних запитів - це ключові складові

високоякісного обслуговування в індустрії гостинності. Саме ці чинники перетворюють звичайних клієнтів на лояльних шанувальників бренду та забезпечують їх повернення в майбутньому.

– Правильне надання послуг. Правильне надання послуг є ключовим для забезпечення високої якості обслуговування і задоволеності клієнтів. Недостатньо просто надавати певну послугу, важливо робити це на найвищому рівні, приділяючи особливу увагу деталям і створюючи неперевершений досвід для гостей.

Персонал відіграє визначальну роль у цьому процесі. Співробітники повинні бути ввічливими, компетентними у своїй сфері, уважними до найменших деталей і завжди готовими допомогти у будь-якій ситуації. Їхня професійність, знання та навички безпосередньо впливають на сприйняття якості обслуговування гостями. Крім того, доброзичливість, привітність і посмішки персоналу створюють атмосферу гостинності та тепла, яка робить досвід відвідувачів більш приємним і запам'ятовуваним.

Своєчасність надання послуг також має велике значення. Гості цінують свій час і очікують, що їхні потреби будуть задоволені оперативно та без затримок чи зволікань. Будь-які затримки можуть негативно вплинути на загальне враження від обслуговування.

Безпомилковість є ще одним ключовим аспектом. Послуги мають надаватися правильно, без жодних огріхів чи недоглядів. Навіть незначні помилки можуть легко зіпсувати весь позитивний досвід, незважаючи на те, що все інше було зроблено належним чином.

Лише коли всі ці елементи – професійність персоналу, своєчасність, безпомилковість і створення атмосфери гостинності – поєднуються, можна говорити про справжню якість обслуговування. Саме така ретельна увага до деталей та прагнення до досконалості відрізняють успішні підприємства в індустрії гостинності від середньостатистичних конкурентів і забезпечують високий рівень задоволеності та лояльності гостей.

– Постійність. Постійність - це невід'ємна складова успішного готельного бізнесу. Вона передбачає надання однакових, високоякісних послуг при кожному наступному відвідуванні клієнтів. Незважаючи на те, чи це перший візит гостя, чи він вже багато разів зупинявся у цьому готелі, рівень обслуговування має бути незмінно високим і відповідати очікуванням клієнтів. Готель повинен прагнути до постійного вдосконалення своїх послуг, впроваджуючи інноваційні підходи та технології, що дозволять не лише утримувати наявних клієнтів, але й залучати нових. Водночас, важливо зберігати високі стандарти якості на всіх етапах обслуговування: від зустрічі гостей до остаточного прощання з ними. Лише забезпечивши постійність високого рівня сервісу, готель зможе закріпити свій імідж надійного та гостинного закладу, який цінують клієнти.

Важливо пам'ятати, що всі три аспекти якості тісно пов'язані між собою. Щоб готель вважався якісним, він повинен не лише точно визначати потреби клієнтів, але й правильно їх надавати, а також робити це постійно, незалежно від частоти візитів гостя.

Проблему надання якісного обслуговування в готелі можна вирішити двома основними шляхами. Перший напрям – американська модель інтернаціоналізації, яка передбачає можливість для мандрівника вибирати з безлічі підприємств та отримувати якісне і різноманітне обслуговування на гарантованому рівні сервісу без "будь-яких сюрпризів", що забезпечується готельними ланцюгами. Другий напрям використовується переважно незалежними підприємствами сфери туризму і базується на чіткому дотриманні параметрів комфортності, вироблених практикою турбізнесу та універсальних для готелів, закладів харчування та турфірм. У міжнародній практиці існують два популярних підходи до визначення якості обслуговування: оцінка корисних властивостей і особливостей процесу надання послуг, які викликають задоволення споживачів, та оцінка недоліків у процесі обслуговування клієнтів, де відсутність недоліків є головним шляхом досягнення високого рівня якості. Незважаючи на зусилля закладу, провідною ідеєю управління якістю є орієнтація

на клієнта та повне забезпечення його вимог. Якість послуг визначається як відповідність наданих послуг очікуваним або встановленим стандартам, а критерієм оцінки якості для споживача є ступінь його задоволення та бажання повернутися ще раз. Якість готельної та ресторанної послуги потрібно розглядати як єдність трьох складових частин:

- Базова якість- сукупність властивостей послуги, наявність якої споживач вважає обов'язковою;

- Необхідна (очікувана) якість- сукупність технічних і функціональних характеристик послуги. Вони показують наскільки послуга відповідає тому, що було заплановано виробником;

- Бажана якість- представлення споживачу несподіваних цінностей запропонованих йому послуг, про наявність яких він міг тільки здогадуватись, не допускаючи можливості їх реалізації.

1.3 Критерії та методика оцінки якості послуг готельно-ресторанного підприємства

Оцінка якості послуг готельно-ресторанного підприємства є комплексним та багатогранним процесом, який вимагає ретельного аналізу різних аспектів діяльності. Розпочати варто з матеріальних аспектів, таких як стан приміщень, чистота, ремонт, меблі, оздоблення та обладнання. Усе це повинно відповідати високим стандартам та створювати позитивне перше враження для клієнтів. Крім того, важливо звернути увагу на зовнішній вигляд персоналу, який має бути охайним та представницьким.

Наступним критичним фактором є надійність послуг. Готельно-ресторанне підприємство повинно точно та своєчасно виконувати обіцянки, надані клієнтам. Це стосується як послуг розміщення, так і харчування чи додаткових пропозицій.

Мінімізація помилок та здатність ефективно вирішувати проблеми клієнтів є ключовими для забезпечення високої надійності.

Чуйність персоналу також відіграє важливу роль у сприйнятті якості послуг. Швидка реакція на запити клієнтів, бажання допомогти та оперативне обслуговування створюють позитивний досвід для гостей. Персонал повинен проявляти компетентність, володіти необхідними знаннями та навичками для надання якісних послуг, а також бути в курсі всієї необхідної інформації.

Ввічливість, повага та турботливе ставлення до гостей є фундаментальними цінностями у сфері гостинності. Створення атмосфери гостинності та комфорту для клієнтів неможливе без доброзичливого та уважного персоналу, який вміє передбачати та задовольняти їхні потреби.

Крім того, доступність послуг також відіграє важливу роль у забезпеченні високої якості обслуговування. Зручне розташування готелю, легкість доступу до нього різними видами транспорту та гнучкий графік роботи персоналу значно полегшують взаємодію з клієнтами та сприяють створенню позитивного досвіду.

Насправді, ввічливість, повага, доброзичливість та доступність - це ті основні складові, які допомагають будувати міцні та довготривалі відносини з гостями. Коли клієнти відчують, що їх поважають, про них дбають і прислухаються до їхніх потреб, вони охочіше повертаються до цього готелю та рекомендують його своїм друзям та знайомим.

Комунікація та безпека - дуже важливі аспекти якісного обслуговування клієнтів у готельному бізнесі.

Ефективне спілкування персоналу з гостями є ключовим для розуміння їхніх потреб та очікувань. Співробітники мають чітко та зрозуміло пояснювати послуги, що надаються, вислуховувати клієнтів уважно та з повагою, а також забезпечувати їх усією необхідною інформацією. Відкрита і прозора комунікація допомагає уникнути непорозумінь та створює атмосферу довіри.

Безпека та конфіденційність також мають першочергове значення для комфорту гостей. Дотримання норм безпеки, гігієни, протипожежних правил в готелі є обов'язковим. Крім того, захист персональних даних клієнтів та

збереження їх конфіденційності - невід'ємна частина якісного сервісу. Коли гості впевнені у своїй безпеці та приватності, вони можуть повністю розслабитися та насолоджуватися перебуванням.

Злагоджена робота всіх цих складових - відкрита комунікація, безпека, захист конфіденційності - створює сприятливе середовище для максимально комфортного обслуговування клієнтів у готелі.

Оцінка якості послуг у готельно-ресторанній індустрії є надзвичайно важливим аспектом для забезпечення високих стандартів обслуговування та задоволеності клієнтів. Для цього використовується низка різноманітних методів, кожен з яких має свої переваги та особливості, деякі з яких були описані у праці Поглотай Б.Я. [48].

Одним із найпоширеніших способів є анкетування гостей після їхнього перебування. Анкети можуть бути паперовими або онлайн-формами, що дозволяє гостям висловити свою думку щодо різних аспектів обслуговування: чистоти номерів, роботи персоналу, якості їжі та напоїв, додаткових послуг тощо. Такий метод забезпечує прямий зворотній зв'язок від клієнтів і дає змогу виявити проблемні області та шляхи для вдосконалення.

Таємне або анонімне відвідування також є ефективним інструментом оцінки якості. Спеціально навчені особи відвідують готель або ресторан, ніби звичайні клієнти, і детально оцінюють весь процес обслуговування, починаючи від бронювання і завершуючи розрахунком та від'їздом. Перевагою такого методу є можливість оцінити реальний досвід гостя без упереджень.

Аналіз скарг і пропозицій, що надходять від клієнтів, є ще одним важливим джерелом інформації для вдосконалення якості послуг. Ретельний розгляд зауважень і побажань дозволяє виявити слабкі місця та негайно вжити заходів для їх усунення.

Регулярні внутрішні аудити та перевірки, що проводяться досвідченими співробітниками або сторонніми експертами, допомагають об'єктивно оцінити дотримання стандартів якості на всіх етапах обслуговування клієнтів. Такі

перевірки можуть охоплювати різні аспекти: чистоту приміщень, стан номерного фонду, професійність персоналу, якість їжі та напоїв тощо.

Нарешті, порівняння з конкурентами та кращими практиками галузі дозволяє зрозуміти власний рівень та визначити можливості для вдосконалення. Це може включати аналіз ринкових тенденцій, вивчення інноваційних підходів у сфері гостинності, відвідування інших готелів та ресторанів для обміну досвідом.

Комплексне використання всіх цих методів забезпечує готельно-ресторанне підприємство надійними даними для постійного моніторингу та підвищення якості послуг. На основі отриманої інформації керівництво може розробляти стратегії вдосконалення, запроваджувати нові тренінги для персоналу, оновлювати обладнання та інтер'єри, впроваджувати інноваційні технології тощо. Вдосконалення якості послуг є безперервним процесом, який потребує постійної уваги та зусиль, але разом з тим забезпечує довгострокову лояльність клієнтів та конкурентні переваги на ринку.

Висновки до 1 Розділу.

Галузь гостинності пропонує широкий спектр різноманітних послуг, спрямованих на комплексне задоволення потреб гостей під час їхнього перебування. Це включає не лише тимчасове проживання та харчування, а й забезпечення можливостей для відпочинку, розваг, організації заходів, оздоровлення та інших додаткових послуг.

Якість цього комплексу послуг є визначальним фактором успіху будь-якого готельно-ресторанного підприємства на ринку. Високий рівень якості забезпечує задоволеність гостей, формує лояльність клієнтів, позитивний імідж та репутацію бренду, що, у свою чергу, сприяє залученню нових відвідувачів та зростанню доходів.

Оцінка якості послуг у сфері гостинності є складним та багатоаспектним процесом, що вимагає комплексного аналізу різних складових. Це включає

матеріальні аспекти, такі як стан номерного фонду, інтер'єри, обладнання та устаткування. Важливими є також надійність та безперебійність надання послуг, відгукливість та професіоналізм персоналу, ефективність комунікації з гостями, забезпечення безпеки та конфіденційності під час обслуговування. Ці методи описані авторами Безхлібна А. П., Жарик В. В. у книзі «Якість готельних послуг як базис сталого розвитку та конкурентоздатності підприємств гостинності. Економіка та суспільство.»[53]

Для оцінки якості послуг використовується низка різноманітних методів. Одним з найпоширеніших є анкетування гостей після їхнього перебування, що дозволяє отримати прямий зворотний зв'язок. Також застосовується практика таємного відвідування, коли спеціально навчені особи відвідують заклад як звичайні гості та детально оцінюють весь процес обслуговування.

Важливим джерелом інформації є аналіз скарг та пропозицій від клієнтів, регулярні внутрішні аудити та перевірки якості, а також порівняння з конкурентами та передовим досвідом галузі (бенчмаркінг).

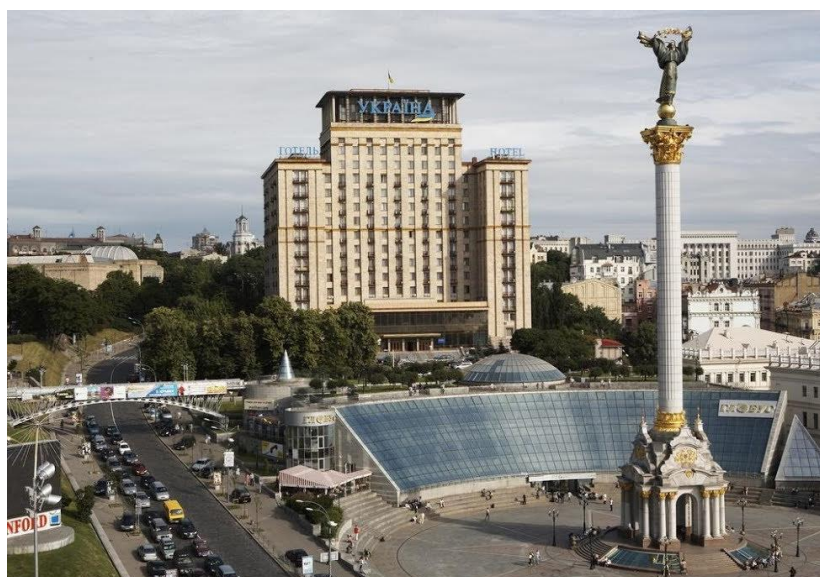
Дані, отримані в результаті комплексної оцінки якості, дозволяють виявити сильні та слабкі сторони підприємства, визначити можливості для вдосконалення та розробити ефективний план дій. Це може включати заходи з покращення матеріально-технічної бази, навчання та розвитку персоналу, вдосконалення процесів обслуговування, впровадження інновацій та нових технологій тощо.

Постійне підвищення якості послуг та задоволеності клієнтів є ключовим фактором забезпечення успіху та конкурентних переваг готельно-ресторанного підприємства на ринку. Лише шляхом безперервного вдосконалення та орієнтації на потреби гостей, заклад зможе залишатися лідером у своєму сегменті, утримувати існуючих клієнтів та залучати нових.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ В ГОТЕЛІ «УКРАЇНА»

2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності готелю «Україна»

14-ти поверховий, з 4 підземними поверхами готель «Україна» знаходиться у самому центрі міста Київ- на Хрещатику, за адресою: Україна, вулиця Інститутська, будинок 4, є формою Державного Правління, відкритий був 28 вересня 1961 року, за категорією чотиризірковий, має 363 номери та може вміщувати до 539 гостей. Розташування готелю є дуже зручним, розміщений на відстані 20 хвилин ходьби від Маріїнського парку і Софійського собору, що робить його впізнаваним та популярним для всіх типів споживачів, як громадянам, так і іноземцям. Біля готелю найближче розташовані станції метро «Хрещатик» та «Майдан незалежності». Вікна готелю виходять на головну



вулицю Києва, що дає гостям готелю унікальну можливість побачити центр міста з висоти 65 метрів та насолодитися видом на історичну пам'ятку-монумент Незалежності. Зовнішній вид зображено на рис. 2.1.

Рис. 2.1. Вид на монумент Незалежності та готель «Україна».

Джерело: [2]

Готель пропонує широкий спектр просторих номерів, які поділені на 4 категорії:

– Номер класу «Стандарт» за площею становить 18-22 кв.м., може мати 1 двоспальне або 2 односпальні ліжка, оснащений телевізором, кондиціонером, міні-баром, сейфом, мережею Wi-Fi, санвузлом з душем. За ціною цей номер стартує від 3500 гривень за добу;



Рис. 2.2. Номер класу «Стандарт» готелю «Україна»

Джерело: [3]

– Номер класу «Люкс» має площу 25-35 кв.м., може мати 1 двоспальне або 2 односпальні ліжка, оснащений телевізором, кондиціонером, міні-баром, сейфом, мережею Wi-Fi, санвузлом з ванною, халатом, тапочками та феном.

Ціна стартує від 5000 гривень за добу.



Рис 2.3. Номер класу «Люкс» готелю «Україна»

Джерело: [4]

– Номер класу «Дуплекс» за площею становить 40-60 кв.м., може мати 1 двоспальне з 1 односпальним ліжком, або 2 односпальних ліжка, оснащений



телевізором, кондиціонером, міні-баром, сейфом, мережею Wi-Fi, санвузлом з ванною, халатом, тапочками та феном. Ціна за добу-від 7000 грн.

Рис. 2.4. Номер класу «Дуплекс» готелю «Україна»

Джерело: [5]

– Номер класу «Представницький люкс» має площу у 100 кв.м., має 1 двоспальне ліжко розміром «King-size», оснащений телевізором, кондиціонером, міні-баром, сейфом, мережею Wi-Fi, джакузі, каміном, санвузлом з ванною, халатами, тапочками, феном та має особистого консьєржа. Ціна-за запитом.



Рис. 2.5. Номер класу «Представницький люкс» готелю «Україна»

Джерело: [6]

Щоранку для гостей готелю, незалежно від класу номера готують великий сніданок включений у вартість номеру типу «шведський стіл». Додатково, на території закладу можна скористатись послугами харчування, бо готель має власний ресторан, в меню якого є безліч варіацій страв та напоїв. Тут можна обслуговувати до 250 людей одночасно, що є важливим фактором якісного надання послуг гостям. Ресторан має 4 банкетних такі зали:

– Зал «Еліт» вміщує 10 осіб та має площу 21 кв.м.;



Рис. 2.6. Банкетний зал «Еліт»

Джерело: [7]

– Зал «Марі'їнський» вміщує 30 осіб та має площу 94 кв.м.;



Рис. 2.7. Банкетний зал «Марі'їнський»

Джерело: [8]

– Зал «Софіївський» вміщує 12 осіб та має площу у 45 кв.м;



Рис. 2.8. Банкетний зал «Софіївський»

Джерело: [9]



– Зал «Лаундж Холл» вміщує 70 осіб та має площу у 123 кв.м.

Рис. 2.9. Банкетний зал «Лаундж Холл»

Джерело:[10]

Також ресторан має групове меню у яке входить два меню-типу «A la carte» [11] і меню типу «Бізнес-ланч» [12], меню першого типу доступне у будь який час, а меню другого доступне лише з 12:00 години до 16:00 години за Київським часом.

Кожна з цих категорій номерів обладнані протипожежними системами, підземним бомбосховищем, що є важливим у воєнний час для забезпечення безпеки проживання.

Також додатково для зручності гостей готелю передбачені послуги:

- Оренда приміщення під офіс;
- Сауна;
- Бізнес-центр з розміщенням до 100 осіб;

- Wi-Fi;
- Салон краси;
- Парковка;
- Камера зберігання;
- Гардероб;
- Пральня;
- Ремонт одягу;
- Екскурсії;
- Банкомат.

Деякі з цих послуг частково або повністю включені у ціну номеру окремих класів. Сплата за надані послуги та бронювання номерів здійснюється:

- готівкою в гривні (UAH)
- кредитними картками (Visa, Master Card / EuroCard, Maestro, American Express) [13].

Дизайн готелю виповнена в простих лаконічних стилях, а саме в стилі «сталінського ампіру», що навіює приємними спогадами про минуле, старшому та старішому поколінню-про молодість та часи «старого» Києва.

Також, готель «Україна» є актуальним для бізнес-туристів, адже готель надає послуги бізнес ланчів та має 9 типів конференц-залів, а саме:

- Зал «Асамблея» вміщує до 100 осіб та має площу у 153 кв.м., ідеально підходить для проведення прес-конференцій, презентацій, семінарів, презентацій, ділових зустрічей і нарад, обладнаний трибуною, мультимедійним проектором, дошкою фліп-чарт, 2 мікрофонами, мережею Wi-Fi та настінним екраном розміром 3х2,3м;



Рис. 2.10. Інтерер залу «Асамблея»

Джерело: [14]

– Зал «Колегія» вміщує до 20 осіб та має площу у 51,4 кв.м., конференц-зала з гарною звукоізоляцією, денним освітленням, кондиціонером, чудово підходить для переговорів, бізнес зустрічей та інших подібних заходів, обладнаний трибуною, мультимедійним проектором, системою круглого столу, дошкою фліп-чарт, настінним екраном розміром 2x1,5м., мережею Wi-Fi та 8 мікрофонами;



Рис. 2.11. Інтерер залу «Колегія»

Джерело: [15]

– Зал «Маріїнський» вміщує до 60 осіб та має площу у 94 кв.м., зала з видом на Майдан Незалежності, пристосована для проведення робочих тренінгів, семінарів та презентацій, розміри залу дозволяють використовувати різні типи посадок, такі як клас, театр та круглий стіл, обладнаний 3 плазмовими телевізорами та мережею Wi-Fi;



Рис. 2.12. Інтерер залу «Маріїнський»

Джерело: [16]

– Зал «Форум» вміщує до 40 осіб та має площу у 85,7 кв.м., пристосована для проведення робочих тренінгів, семінарів та презентацій, індивідуально для кожних клієнтів визначається тип посадки та розміщення гостей, обладнаний мережею Wi-Fi та 1 плазмовим телевізором;



Рис. 2.13. Інтерер залу «Маріїнський»

Джерело: [17]

– Зал «Україна» вміщує до 250 осіб та має площу у 451 кв.м. ідеально підходить для проведення прес-конференцій, презентацій, семінарів, презентацій, ділових зустрічей і нарад та включає можливість проведення

банкету, фуршету та кава-брейку включених у ціну зали, обладнаний мережею Wi-Fi, трибуною, мультимедійним проектором, дошкою фліп-чарт, 2 мікрофонами та настінним екраном розміром 3х2,3м;

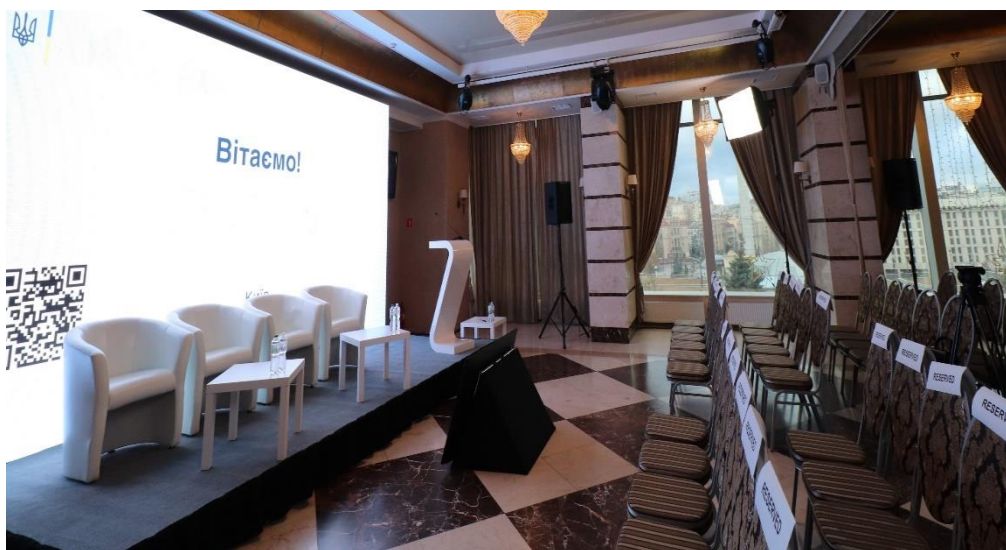


Рис. 2.14. Інтерер залу «Україна»

Джерело: [18]

– Зал «Кімната переговорів» вміщує до 20 осіб та має площу у 45 кв.м., чудово підходить для проведення ділових зустрічей, нарад та презентацій, світлі приміщення та приємна атмосфера налаштовують учасників заходів на продуктивну та комфортну роботу, обладнаний екраном, дошкою фліп-чарт, ноутбуком та мережею Wi-Fi;



Рис. 2.15. Інтер'єр залу «Кімната переговорів»

Джерело: [19]

– Зал «Еліт» вміщує до 10 осіб та має площу у 20,8 кв.м., адаптована під проведення як переговорів і ділових обідів, так і для зустрічей з колегами та друзями у вузькому колі, обладнаний мережею Wi-Fi та плазмовим телевізором;



Рис. 2.16. Інтерер залу «Еліт»

Джерело: [20]

– Зал «Лаунж-холл» вміщує до 70 осіб та має площу у 123 кв.м., пристосований для проведення робочих тренінгів, семінарів та презентацій, обладнаний мережею Wi-Fi та плазмовим телевізором;



Рис. 2.17. Інтерер залу «Лаундж Холл»

Джерело: [21]

– Зал «Укриття» вміщує до 40 осіб у обидвох залах та має площу у 80 кв.м., розташована на одному з підземних поверхів для забезпечення безпеки, пристосована для проведення тренінгів, перегляду ділових презентацій, обладнаний мережею Wi-Fi та плазмовим телевізором;



Рис. 2.18. Інтер'єр залу «Укриття»

Джерело: [22]

Отже, проаналізувавши інформацію про послуги, основними перевагами готелю є його зручне розташування, широкий вибір номерного фонду та інших приміщень, здатних задовольнити потреби різних категорій відпочиваючих, якісне обслуговування у власному ресторані, наявність автомобільної стоянки, конференц залів, багато можливостей для людей з інвалідністю, а найголовніше - розумні ціни, які цілком відповідають високій якості наданих послуг.

Для отримання загальної картини щодо адміністративної та господарської діяльності готелю здійснено фінансовий аналіз його робочих процесів. Такий аналіз дозволяє оцінити фінансові показники, ефективність використання ресурсів, рентабельність різних напрямків діяльності та визначити можливі шляхи оптимізації витрат і підвищення прибутковості.

Основні дані що характеризують роботу готелю «Київ» за 2023 рік наведені у таблиці 2.1.

Основні дані що характеризують роботу готелю «Київ» за 2023 рік

№	Показники	Сума,грн.
1	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	31 948.00
2	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	28 400.00
3	Валовий прибуток	3 548.00
4	Адміністративні витрати	13 862.00
5	Витрати на збут	749.00
6	Собівартість реалізованої продукції та послуг з урахуванням адміністративних витрат і витрат на збут	28 400.00
7	Прибуток від реалізації (р.1-р.6)	3 248.00
8	Інші операційні доходи	387.00
9	Прибуток від операційної діяльності (р.7+р.8)	3 635.00
10	Активи	1 046 196 000
11	Єдиний податок	318 660.00
12	Чистий прибуток	997 413 000
13	Статусний капітал	80 923 400
14	Основні засоби	34 429
15	Чисельність працівників	147 осіб
16	Заборгованість по заробітній платі	-420 291
17	Податки з заробітньої плати	213 521
18	Заборгованість з податку на нерухоме майно	-153 723
19	Туристичний збір	210 885
20	Фінансова допомога	4 150 000
21	Інша кредиторська заборгованість	-1 100 495

Джерело: [23]

В процесі аналізу було з'ясовано, що позитивних факторів значно більше аніж негативних. Головною проблемою є заборгованість. Тому керівництву готелю «Україна» відповідальному за управління якістю, обслуговуванням та іншими процесами, варто зосередити увагу на впровадженні заходів, спрямованих на підвищення реалізації послуг, збільшення обігу коштів та зростання доходів підприємства. Крім того, важливо приділяти більше часу налагодженню комунікації з персоналом, забезпечуючи ефективний обмін інформацією та розуміння спільних цілей і завдань серед співробітників. Ці кроки дозволять покращити загальну ефективність діяльності готелю та забезпечити його стійке функціонування на ринку і вирішити проблему боргів.

В цілому, готельне підприємство докладает зусилля для покращення роботи туристичної галузі України. З настанням війни галузь туризму, звичайно, несе збитки порівняно з 2021 роком та роками раніше, але не виходить «на нуль», готелі користуються популярністю у всього населення. Її діяльність спрямована на усунення недоліків у сфері туристичного обслуговування. Пріоритетними завданнями є надання якісних послуг, забезпечення фінансової стабільності та створення позитивної атмосфери на території туристичного об'єкта. Підприємство намагається максимально задовольнити потреби відвідувачів, пропонуючи високий рівень сервісу, фінансову доступність та комфортні умови для гостей під час їхнього перебування.

2.2. Визначення якості надання послуг в готелі «Україна»

Забезпечення високої якості обслуговування є ключовим фактором успіху для будь-якого сучасного готельного підприємства. В умовах жорсткої конкуренції на ринку саме рівень якості наданих послуг стає визначальним критерієм для вибору гостями того чи іншого готелю. Задоволені клієнти не

лише забезпечують стабільний попит і прибуток, але й формують позитивний імідж та репутацію закладу, сприяючи його подальшому розвитку.

Якість послуг у готельній сфері охоплює широкий спектр складових - від стану матеріально-технічної бази до професіоналізму персоналу, від різноманітності основних і додаткових послуг до забезпечення безпеки та конфіденційності гостей. Усі ці аспекти формують загальне враження та визначають ступінь задоволеності клієнтів від перебування у готелі.

Визначення реального рівня якості обслуговування є стратегічним завданням для керівництва готельних підприємств. Лише за умови регулярного моніторингу і об'єктивної оцінки всіх складових процесу обслуговування можна своєчасно виявляти проблемні зони та вживати необхідних заходів для вдосконалення якості згідно з вимогами та очікуваннями гостей.

Комплексна система оцінювання якості послуг базується на використанні низки сучасних методів дослідження, таких як опитування гостей, аналіз відгуків та скарг, залучення "таємних відвідувачів", проведення внутрішніх аудитів та порівняльного аналізу з конкурентами на ринку. Отримані результати аналізу дозволяють визначити реальний рівень задоволеності клієнтів та розробити ефективну стратегію управління та підвищення якості в готелі.

Готель «Україна» приймає гостей різних категорій - від туристів до бізнес-відвідувачів. Визначення якості послуг, які він пропонує цим групам, є одним з ключових факторів для залучення клієнтів та підтримання позитивної репутації.

Для оцінки якості послуг, що надаються готелем «Україна», необхідно розглянути різні аспекти роботи - наявність та якість матеріально-технічної бази, рівень обслуговування персоналу, відповідність послуг очікуванням гостей тощо. Спираючись на основні методи оцінювання та отриману інформацію було проаналізовано та визначено основні критерії.

Аналіз матеріально-технічної бази. «Готель Україна» забезпечує комфорт своїм гостям у кожному номері різних категорій, кожен з яких виконаний у простих лаконічних стилях та світлих тонах, жоден номер не залишається без уваги за рахунок свіжого ремонту, бездоганної чистоти та просторості, у

кожному номері встановлені системи кондиціонування, номери поділені на кілька зон, такі як спальня, вітальня, санітарна зона. Загалом зони та площі номерів залежать від категорії:

– Номер «Стандарт»: площа 20-22 кв.м., однокімнатний, має зручні меблі, широке двоспальне ліжко або два односпальних, душову кабінку, раковину, туалет, фен, кондиціонер, безкоштовний Wi-Fi, кабельне телебачення, міський телефонний зв'язок. У вартість послуг включено- гардероб, інформаційний термінал у холі готелю, виклик таксі, цілодобова охорона, служба телефонних операторів(послуга «Wake up»), щоденне прибирання номерів та заміна рушників; [24]

– Номер «Стандарт Maidan view»: площа 20-25 кв.м., однокімнатний номер з панорамними вікнами та видом на центральну площу Києва- Майдан Незалежності, має широке двоспальне ліжко або два односпальних, душову кабінку, раковину, туалет, фен, кондиціонер, безкоштовний Wi-Fi, кабельне телебачення, міський телефонний зв'язок. У вартість послуг включено гардероб, інформаційний термінал у холі готелю, виклик таксі, цілодобова охорона, служба телефонних операторів(послуга «Wake up»), щоденне прибирання номерів та заміна рушників;[25]

– Номер «Стандарт сімейний»: площа 40 кв.м., категорія номеру також призначена для людей з обмеженими можливостями, однокімнатний, має широке двоспальне ліжко, кондиціонер, безкоштовний Wi-Fi, кабельне телебачення, міський телефонний зв'язок, ванну кімнату з ванною, раковиною, туалетом, феном. У вартість послуг включено сніданок у ресторані(шведський стіл), інформаційний термінал у холі готелю, гардероб, виклик таксі, цілодобова охорона, служба телефонних операторів(послуга «Wake up»), щоденне прибирання номерів та заміна рушників;[26]

– Номер «Представницький люкс»: площа 76 кв.м., чотирикімнатний, має дві спальні з панорамними вікнами і великими зручними ліжками розміру «King size», телевізор, міський і міжнародний телефонний зв'язок та кондиціонер, дві ванні кімнати з туалетом, ванною, біде, раковиною, феном, простору затишну

вітальню з зручними креслами. У вартість послуг включено сніданок у ресторані(шведський стіл), інформаційний термінал у холі готелю, гардероб, виклик таксі, цілодобова охорона, служба телефонних операторів(послуга «Wake up»), щоденне прибирання номерів та заміна рушників;[27]

– Номер «Бізнес-люкс»: площа 50 кв.м., трикімнатний, має спальню з двомісним великим зручним ліжком розміру «King size», телевізор, міський і міжнародний телефонний зв'язок та кондиціонер, ванну кімнату з туалетом, ванною, біде, раковиною, феном, кабінет з робочим столом та кріслом, простору затишну вітальню з зручними креслами. У вартість послуг включено сніданок у ресторані(шведський стіл), інформаційний термінал у холі готелю, гардероб, виклик таксі, цілодобова охорона, служба телефонних операторів(послуга «Wake up»), щоденне прибирання номерів та заміна рушників;[28]

– Номер «Люкс»: площа 40 кв.м., двокімнатний, має спальню з двомісним зручним ліжком, кондиціонер, телевізор, міський і міжнародний телефонний зв'язок, ванну кімнату з туалетом, ванною, біде, раковиною, феном, простору затишну вітальню з зручними креслами і м'яким куточком. У вартість послуг включено сніданок у ресторані(шведський стіл), інформаційний термінал у холі готелю, гардероб, виклик таксі, цілодобова охорона, служба телефонних операторів(послуга «Wake up»), щоденне прибирання номерів та заміна рушників;[29]

– Номер «Дуплекс»: площа 53 кв.м., чотирикімнатний, двоповерховий, має дві спальні з панорамними вікнами і двомісним великим зручним ліжком, телевізор, міський і міжнародний телефонний зв'язок та кондиціонер з окремими ванними кімнатами з туалетом, ванною, біде, раковиною, феном, простору затишну вітальню з зручними креслами. У вартість послуг включено сніданок у ресторані(шведський стіл), інформаційний термінал у холі готелю, гардероб, виклик таксі, цілодобова охорона, служба телефонних операторів(послуга «Wake up»), щоденне прибирання номерів та заміна рушників;[30]

– Номер «Економ»: площа 15-19 кв.м., однокімнатний, має одне двоспальне або два односпальних зручних ліжка, ванну з душовою кабінкою або ванною,

раковину, туалет, фен, кондиціонер, безкоштовний Wi-Fi, кабельне телебачення, міський телефонний зв'язок. У вартість послуг включено сніданок у ресторані(шведський стіл), гардероб, інформаційний термінал у холі готелю, виклик таксі, цілодобова охорона, служба телефонних операторів(послуга «Wake up»), щоденне прибирання номерів та заміна рушників.[31]

Розрахунки за послуги готелю проводяться виключно в національній валюті за курсом Національного банку України щодо іноземних валют на день оплати. При розміщенні дітей віком до 5 років (включно) з батьками в одному номері без надання місця, плата за проживання дітей не стягується.

За технічним станом, не дивлячись на вік, готель є сучасним всередині, з свіжим ремонтом, засоби для підвищення комфорту гостей- ліфт, телефон для виклику працівників готелю, можливість харчування у номері,

Оцінка якості роботи персоналу

Персонал є обличчям будь-якого готелю та відіграє ключову роль у забезпеченні позитивного досвіду для гостей. Оцінка якості роботи персоналу є невід'ємною складовою ефективного управління готелем та підтримання високих стандартів обслуговування.

Основними критеріями оцінки персоналу є професійні навички, ввічливість, оперативність, клієнтоорієнтованість, вміння вирішувати проблемні ситуації. Також враховується дотримання корпоративних стандартів обслуговування.

Проаналізувавши відгуки гостей готелю на сайтах Booking, Google Maps можна відмітити, що номери готелю завжди чисті, приємно пахнуть та мають усе потрібне для проживання, від найважливішого- ліжка, до набору косметики. У готелі працюють компетентні працівники які вміло виконують свої задачі, компетентні у будь яких питаннях, кожен спеціаліст має потрібну підготовку, наприклад, працівники рецепції (адміністратори) це лице та перше враження готелю, завжди готові надати будь-яку інформацію, відповісти на питання, зорієнтувати по цінам, допомогти профанам у готелях з вибором- який краще обрати номер для простої ночівлі, а який обрати для нових емоцій, вражень та

насолоди від виду та самого номеру; працівники господарства (покоївки, хозпраціники) швидко вирішують проблему будь-якого забруднення, поломки, заміни постільної білизни або меблів; працівники, які забезпечують безпечне проживання (охоронна служба) забезпечить спокійне проведення часу без втручання сторонніх осіб.

Аналіз основних та допоміжних послуг готелю Готельна індустрія є важливою складовою сфери гостинності та туризму. Надання якісних послуг є ключовим фактором успіху для будь-якого готелю. Проаналізувавши відгуки, інформацію, знайдену про готель, було досліджено рівень надання послуг. Послуги готелю можна розділити на основні- розміщення гостей, харчування, та допоміжні- конференц-послуги, оздоровчі та спа-послуги, туристичні послуги, бізнес-центр, консьєрж-сервіс

До основних послуг у першу чергу відноситься розміщення гостей, що включає бронювання номерів заздалегідь через різні канали (веб-сайт готелю, туристичні агентства, центри бронювання тощо). Під час бронювання враховуються вподобання гостей щодо типу номера, кількості місць, зручностей та додаткових послуг. Гості проходять процедуру реєстрації (check-in) у встановлений час заїзду, де адміністратор перевіряє деталі бронювання, ідентифікаційні документи гостя та інформує про правила та послуги готелю. Після цього, для зручності гості можуть залишити свій багаж, а бельбой (людина яка доставляє валізи, ручну кладь та інші речі) доставить багаж прямо у номер. Потім, після заселення у номер гості готелю можуть залишитись у ньому, або йти по своїх справах. Якщо гість заселяється до 12 години у нього є можливість сніданку, який включений у ціну, з доставкою у номер.

Харчування у ресторані готелю «Україна» є цілодобовим, спеціалізується на українській та міжнародній кухні, має безліч варіацій сніданків, обідів та вечер. Кожен сніданок є включеним у ціну номеру, проходить у формі шведського столу, кожен з гостей може обрати собі що хоче. Також у ресторані є бар з закусками, ексклюзивними та всім знайомими алкогольними та безалкогольними напоями. Ще у готелі є своя кав'ярня, можливість замовлення

бізнес-ланку або банкету для проведення свят, робочих зустрічей або спеціальних подій включають кейтеринг. Додатково, у кожному номері є міні бар, де гості можуть придбати закуски, алкогольні та безалкогольні напої.

Якість харчування, різноманітність меню, рівень обслуговування та атмосфера закладів харчування відіграють важливу роль у загальному враженні гостей від перебування в готелі. Харчування також є додатковим джерелом доходу за рахунок ще одного ресторану, який розташований на 14 поверсі готелю, та користується популярністю за рахунок свого прекрасного панорамного виду на самий центр Києва- Майдан Незалежності.

Готель «Україна» надає можливість бронювання конференц-залів різних типів, які підійдуть кожному гостю, зали мають декілька категорій, у кожному є обладнання для проведення семінарів, ділових зустрічей, тренінгів, конференцій, ділових нарад та просто зустрічей робочого колективу. Ця послуга користується попитом серед ділових гостей.

У готелі є салон краси з майстрами, котрі мають великий досвід, салон пропонує послуги перукаря, майстра манікюру та масажу за доступними цінами, які відповідають принципу ціна-якість.

Поруч з готелем розташована відкрита парковка на 69 місць під цілодобовою охороною. Парковка надається гостям, які проживають у номерах, відвідують заходи або ресторани.

Для зручності безпеки гостей всі цінні речі, а також багаж можна залишити в камері зберігання готелю, яка розташована в холі на 1-му поверсі.

При відвідуванні ресторану або заходів можна залишити речі у гардеробі, який розташований у холі, на 1 поверсі готелю. Працює гардероб з 8:00 до 20:00.

Якщо у гостей готелю забруднились, порвались або пом'ялись речі, на першому поверсі розташовані пральня, яка надає якісні та сучасні послуги чистки, та ремонт речей, що професійно здійснює ремонт будь якої складності чоловічих, жіночих та дитячих речей і взуття за принципом ціна-якість.

Готель «Україна» пропонує гостям захопливу можливість відкрити для себе Київ через широкий вибір ексклюзивних екскурсійних програм.

Різноманітна тематика, тривалість та насиченість маршрутів дозволять пізнати найвизначніші пам'ятки та приховані перлини древнього міста. Не гайте нагоди поринути в атмосферу Києва та здобути незабутні враження від зустрічі з його унікальною історією, культурою та красою. Екскурсійні тури від готелю «Україна» стануть чудовим доповненням до незабутнього київського досвіду. [32]

Безпека та конфіденційність. Насамперед, безпека готелю та життя гостей відбувається за рахунок людського фактору (консьєрж, охорона), відео, фото систем фіксації (відеоспостереження) та «тривожних кнопок»- кнопки виклику поліції та охоронних компаній. У готелі є бомбосховище, обладнане безкоштовним Wi-Fi та зручними умовами: зручними кріслами, безкоштовним чаєм, кавою та водою.

Кожен номер готелю, для більшого комфорту проживання, облаштований кнопками виклику екстрених служб, таких як поліція, охоронна служба та швидка допомога, також у номерах є протипожежна система, вхід до номеру готелю здійснюється за ключ-карткою, номер закривається хсередини, . Коридори готелю обладнані камерами відеоспостереження,

Основними обов'язками охоронників у готелі є забезпечення контролю доступу відвідувачів та співробітників до приміщень, здійснення патрулювання території готелю, включаючи холи, коридори, парковки та прилеглі зони, з метою запобігання злочинам, вандалізму чи іншим загрозам безпеці. Вони також відстежують роботу систем відеоспостереження, сигналізацій та інших засобів безпеки, реагуючи на будь-які інциденти або підозрілу діяльність. У разі надзвичайних ситуацій, таких як пожежа, крадіжка або напад, охоронники повинні вжити необхідних заходів для захисту гостей і персоналу, а також викликати відповідні екстрені служби. Крім того, вони контролюють рух транспортних засобів на території готелю, перевіряючи право на в'їзд і паркування. Охоронники також відповідають за підтримання порядку, забезпечуючи дотримання правил і політики готелю гостями та персоналом, попереджаючи та вирішуючи потенційні конфлікти чи інциденти. Нарешті, вони

документують усі інциденти, пов'язані з порушенням безпеки, готуючи звіти для керівництва готелю.

Консьєрж готелю виконує багатогранні обов'язки для забезпечення комфорту та задоволення потреб гостей. Він діє як професійний помічник, персональний асистент та провідник для відвідувачів. Консьєрж може надавати рекомендації щодо визначних пам'яток, ресторанів, розваг та заходів у місті, а також допомагати з бронюванням квитків, резервуванням столиків та організацією транспортного обслуговування. Він вирішує різноманітні запити та завдання гостей, від забезпечення сервісу в номері до організації ділових або спеціальних подій. Консьєрж завжди готовий надати корисні поради, вислухати побажання та зробити все можливе, щоб максимально комфортно задовольнити потреби кожного гостя під час перебування в готелі.

Дотримання санітарно-гігієнічних норм є вкрай важливим для забезпечення належного рівня чистоти, безпеки та комфорту в готелі.

Виходячи з отриманої інформації про готель, фото та відгуків з сайту Google Maps, можна виділити кілька ключових аспектів:

Чистота номерів, їх комфортність:

- Номери готелю чисті та просторі, з усім потрібним для проживання;
- Прибирання номеру(ванна, спальна кімната) та заміна рушників проводиться щоденно, заміна постільної білизни раз у 3 дні;
- Для прибирання та дезінфекції використовуються антиалергенні засоби, які мають сертифікати відповідності;
- Ретельне прання рушників та постільної білизни відбувається за високих температур, таким чином з білизни та рушників прибирається неприємний запах.

Безпечність харчових продуктів:

- Продукти зберігаються з суворим дотриманням гігієнічних норм;
- Приготування їжі відбувається згідно стандартам та технологічним картам кожної страви;
- подача їжі відбувається за чітким та випрацюваним алгоритмом, за найвищими стандартами, страви подаються за потрібних температур;

– Регулярно проводяться ревізії з дотримання термінів придатності продуктів, протерміновані продукти утилізуються належним чином;

– Продукти зберігаються у холодильниках, морозильних та охолоджуючих камерах.

Питна вода та системи вентиляції:

– Питна вода є безпечною, має сучасну систему очищення за рахунок щомісячного поновлення фільтрів, відбуваються постійні перевірки систем для виключення проблеми з питною водою;

– У готелі раз на півроку проводиться технічне обслуговування систем очищення повітря, вентиляції та кондиціонування.

Поводження з відходами:

– Відходи, сміття з номерів готелю сортується, та утилізується відповідно з затвердженими санітарними нормами;

– У готелі є система використання спеціальних контейнерів для сортування відходів.

Гігієна персоналу:

– Кожен працівник навчений правилам дотримання особистої гігієни та санітарних норм;

– Весь обслуговуючий персонал(прибиральниці, кухарі, офіціанти і т.п.) мають нітрилові рукавиці, дотримуються частого миття рук, одягнені у спеціальну робочу форму для дотримання гігієни. [33]

Регулярні інспекції та перевірки дотримання санітарно-гігієнічних норм, а також співпраця з місцевими органами санітарного нагляду допоможуть забезпечити високі стандарти чистоти та безпеки в готелі «Україна» .

Методи оцінки якості готелю:

Високий рівень якості обслуговування є запорукою успіху та конкурентоспроможності для будь-якого готелю. Регулярна та об'єктивна оцінка якості надаваних послуг допомагає виявити сильні та слабкі сторони, а також розробити ефективний план вдосконалення для задоволення потреб гостей.

У готелі «Україна» застосовуються такі методи оцінки якості, як анкети задоволеності гостей, таємні відвідувачі та онлайн огляди.

Суть анкети задоволеності полягає у тому, щоб визначити основні потреби гостей, їх враження про готель, сам номер готелю та загальну думку про проживання у готелі. Відбувається це таким чином- при виїзді з номеру, на рецепшені кожному постольцю готелю вижається анкета для оцінки якості, або ж, для зручності, якщо гість готелю не має вільного часу йому можуть зателефонувати або надіслати смс з онлайн анкетною.

Таємний клієнт (або таємний відвідувач) – це оплачуваний метод оцінки якості обслуговування в готелі, при якому підготовлений аудитор виступає в ролі звичайного клієнта і детально фіксує всі аспекти свого досвіду перебування в готелі. Спочатку, таємний клієнт проходить підготовку, проводиться інструктаж та отримуються чіткі категорії оцінювання різних аспектів обслуговування згідно з стандартами готелю. Потім, таємний клієнт бронює номер, як звичайний гість і поселяється у готель інкогніто. Ніхто з співробітників не знає, що він є аудитором. Під час перебування у готелі таємний клієнт оцінює всі взаємодії з персоналом, чистоту номера, роботу ресторану, додаткові послуги тощо. Після виселення, таємний клієнт надає детальний звіт з оцінками за кожним критерієм та описами позитивних і негативних моментів обслуговування. Керівництво готелю аналізує результати таємного відвідувача і використовує їх для виявлення проблемних зон та підвищення рівня обслуговування.[47]

Перевагою цього методу є отримання об'єктивної незалежної оцінки реального досвіду гостей. Недоліком є високі витрати на підготовку і відрядження таємних клієнтів.

Онлайн огляди це збірна інформація з таких сайтів як Google maps, Booking [34], Hotelmix [35] та інших, які мають можливість залишати відгуки. Зазвичай, клієнти орієнтуються на вибір готелю саме на таких сайтах, бо бачать реальні відгуки від людей, які вже користувались послугами готелю. Оцінювання відбувається за системою 5 зірок, де 1 зірка це не сподобалось, а 5 зірок це дуже сподобалось. Спираючись на такі відгуки, які взяті з сатйу Google Maps, готель

«Україна» має 4,1. зірку з 4 516 відгуків [36], можна сказати що готель якісно надає послуги, але є деякі зауваження, такі як стан готелю, деякі зауваження до персоналу, недобросовісність інших постояльців готелю та проблема меблів, бо деякі з них застарілі або зламані.

Порівняння з конкурентами є важливим аспектом оцінки якості та позиціонування готелю на ринку. Досліджуючи якість, було проведено порівняння з основними конкурентами та виділено основні аспекти:

Розташування.— Готель «Україна» знаходиться в самому центрі міста на Інститутській вулиці, що є вигідним розташуванням для бізнес- та культурних заходів;

– Конкуренти: Premier Palace, Fairmont, Хілтон - також мають центральне розміщення;

– Перевага: зручна транспортна розв'язка біля готелю.

Номерний фонд:— 287 номерів різних категорій від стандартних до апартаментів;

– Конкуренти: Хілтон - 262 номери, Premier Palace - 235, Fairmont - 390 номерів;

– Недолік: застаріле оздоблення та меблі у більшості номерів «України».

Інфраструктура:

– 6 ресторанів і барів, конференц-зали, фітнес-центр, СПА, басейн;

– Конкуренти мають схожі послуги, крім Premier Palace без басейну;

– Недолік «України»: застарілі конференц-зали, що поступаються новітнім просторам у конкурентів.

Ціни:

– Нижчі ціни на номери, ніж у прямих конкурентів;

– Середньоринкові ціни на ф'южн-ресторан та інші послуги;

– Перевага: доступніші ціни при схожій локації.

Персонал та сервіс:

– Досвідчений персонал, але вимагає регулярного навчання;

– Поступається індивідуальній увазі та стандартам готелів міжнародних операторів.

Маркетинг:

– Незначна присутність у соцмережах та промоції;

– Конкуренти інвестують у візуальний маркетинг, digital просування.

Таким чином, готель «Україна» має переваги в локації, інфраструктурі та ціноутворенні, але для підвищення конкурентоспроможності необхідна модернізація номерів, конференц-приміщень та покращення рівня сервісу.

Для об'єктивної оцінки якості необхідно використовувати комплексний підхід, що включає кілька методів: анкетування гостей, таємний візит, моніторинг онлайн-відгуків, внутрішні аудити.

Важливо регулярно відстежувати показники задоволеності гостей за різними аспектами обслуговування - чистота, комфорт номерів, робота персоналу, якість харчування тощо. Це дозволить виявляти слабкі місця та вживати заходів для покращення.

Порівняльний аналіз з основними конкурентами показав, що «Україна» поступається новітнім готелям міжнародних мереж у візуальному оформленні номерів, стані конференц-залів та рівні індивідуального сервісу.

Готелю необхідно посилити маркетингову активність у цифровому середовищі, більш активно просувати свій бренд у соціальних мережах, на сайтах бронювання.

Для підвищення якості обслуговування критично важливим є регулярне навчання та мотивація персоналу відповідно до сучасних стандартів гостинності.

Інвестиції в модернізацію номерного фонду, конференц-приміщень, оновлення інфраструктури є необхідними для покращення конкурентних позицій готелю.

Лише комплексний підхід до оцінки та підвищення якості всіх складових послуг дозволить готелю «Україна» зміцнити свої конкурентні переваги та залучати більше задоволених гостей.

2.3. Оцінка конкурентної позиції готелю «Україна» для вивчення можливостей щодо підвищення якості обслуговування туристів

Якість обслуговування туристів є одним із ключових факторів, що визначають конкурентоспроможність готельного бізнесу. В умовах зростаючої конкуренції на ринку гостинності, готелям необхідно постійно вдосконалювати свої послуги, впроваджувати інновації та відповідати високим стандартам якості для задоволення все більш вибагливих потреб сучасних туристів.

Готель «Україна», розташований у самому серці Києва, протягом багатьох років залишається одним із провідних готелів столиці. Проте, з появою нових готельних операторів та зростанням вимог споживачів, перед керівництвом постає завдання оцінки поточної конкурентної позиції та визначення можливостей для підвищення якості обслуговування гостей.

Комплексний аналіз конкурентного середовища, вивчення сильних і слабких сторін готелю, а також дослідження потреб та очікувань туристів є критично важливими для розробки ефективної стратегії розвитку, які описувались у книзі «Готельний бізнес: стратегії розвитку» автора Завідна Л.Д.[53] та зміцнення конкурентних переваг.

Отримуючи інформацію про готелі такого ж рівня, а саме чотиризіркові, визначено та виведено оцінку конкурентної позиції готелю «Україна», з точки зору можливостей підвищення якості обслуговування туристів:

Аналіз ринку та конкурентного середовища. Основними конкурентами готелю «Україна» є такі готелі як «Хілтон», «Fairmont», «Premier Palace» та інші чотири та п'ятизіркові готелі у центрі Києва. Ці готелі мають потужні бренди, що добре впізнавані серед туристів та бізнес-мандрівників. Вони належать до великих міжнародних готельних мереж, що дає їм значні переваги в маркетингу, управлінні та операційних процесах.

Готель «Україна» пропонує менший номерний фонд порівняно з конкурентами, але має вигідне центральне розташування поблизу головних визначних пам'яток та ділового центру міста. Це робить готель привабливим для

туристів, які хочуть зручного доступу до основних атракцій. Однак, конкуренти також розташовані в самому серці Києва, що нівелює цю перевагу.

Ключовою конкурентною перевагою інших готелів є їх більш сучасні та стильні приміщення. Номери, лобі, ресторани та конференц-зали були повністю модернізовані відповідно до останніх тенденцій дизайну та технологій. Вони пропонують гостям найвищий рівень комфорту та зручностей. На противагу цьому, інтер'єри та меблі в "Україні" значно застаріли і потребують капітальної реновації.

Окрім сучасної інфраструктури, конкуренти також демонструють набагато активнішу маркетингову діяльність. Вони активні у соціальних мережах, регулярно проводять рекламні кампанії та промо-акції. Водночас «Україна» має досить слабку присутність в онлайн-середовищі, недостатньо використовуючи цифрові канали, такі як соцмережа Instagram, Facebook, Twitter, X(в минулому Twitter) та інші подібні соцмережі для залучення клієнтів.

Загалом, незважаючи на свої переваги у розташуванні, готель «Україна» на сьогодні поступається основним конкурентам за рівнем продукту, сервісу та маркетингової активності. Щоб зміцнити свої конкурентні позиції, керівництву необхідно вживати заходів для модернізації готелю та розвитку сучасних практик залучення гостей.

Оцінка якості продукту: Номерний фонд готелю «Україна» є одним з його найбільших недоліків порівняно з конкурентами. Номери потребують повного капітального ремонту та модернізації, адже їхній поточний стан та оздоблення значно відстають від сучасних стандартів. Застарілі меблі, пошарпані килими, невідремонтовані ванни кімнати - все це створює негативне враження у гостей.

На відміну від «України», номери в конкуруючих готелях були повністю оновлені. Вони пропонують гостям сучасний стильовий дизайн інтер'єрів, ергономічні меблі, новітню побутову техніку та мультимедійні системи. Усе це створює атмосферу розкоші та комфорту, якої так бракує в застарілих номерах «України».

Окрім номерного фонду, критичного оновлення також потребують конференц-зали та ресторани готелю. Порівняно з конкурентами, їхнє оформлення та обладнання виглядають невиразними та неактуальними. Відсутність сучасних аудіовізуальних систем, застарілі меблі в залах для заходів значно знижують привабливість «України» для ділових гостей.

Загалом інфраструктура готелю потребує масштабних інвестицій для приведення її у відповідність до сучасних стандартів і вимог гостей. Крім оновлення інтер'єрів, необхідно також модернізувати інженерні комунікації, системи опалення, вентиляції, водопостачання тощо. Лише комплексна реконструкція дозволить «Україні» створити продукт належної якості, який зможе ефективно конкурувати на ринку.

Слід зазначити, що ігнорування необхідності капітальних інвестицій в оновлення готелю лише погіршуватиме його конкурентні позиції. Адже конкуренти не стоять на місці, постійно підвищуючи планку якості. Тому керівництву готелю «Україна» необхідно вжити рішучих кроків для модернізації, щоб не відставати у гонці за гостем.

Аналіз рівня обслуговування:

Персонал готелю «Україна» складається з досвідчених співробітників, багато з яких працюють тут роками. Це, безумовно, є перевагою, адже вони досконало знають специфіку роботи та традиції готелю. Однак, недостатня увага приділяється регулярним тренінгам та навчанню персоналу новітнім стандартам гостинності та якості сервісу.

Через це виникають проблеми, на які вказують численні відгуки гостей. Найчастіші скарги стосуються неуважності та непрофесіоналізму деяких співробітників, повільного реагування на запити, недостатнього знання іноземних мов частиною персоналу. Це створює негативний досвід для клієнтів і може відштовхувати їх від повторного вибору готелю «Україна».

На противагу цьому, в готелях-конкурентах приділяється величезна увага питанням навчання та мотивації персоналу. Їхні співробітники регулярно проходять тренінги щодо стандартів обслуговування, обізнаності про продукт,

роботи з різними категоріями гостей тощо. Це дозволяє забезпечити високий рівень індивідуального підходу до кожного клієнта.

Працівники готелів-конкурентів вирізняються ввічливістю, компетентністю та клієнтоорієнтованістю. Вони вміють передбачати потреби гостей, своєчасно і делікатно вирішувати будь-які проблеми чи незручності. Така філософія гостинності та акцент на людський фактор створюють додаткову цінність для клієнтів.

Для «України» підвищення рівня обслуговування має стати одним з ключових пріоритетів. Лише інвестуючи в постійне навчання співробітників та імплементуючи принципи клієнтоцентричності, готель зможе надавати той рівень сервісу, який очікують сучасні вимогливі гості. В іншому випадку, проблеми в обслуговуванні будуть лише посилюватись та відштовхувати клієнтів на користь конкурентів.

Маркетингова активність:

Однією з ключових слабких сторін готелю «Україна» є його недостатня маркетингова активність, особливо в онлайн-середовищі. У час, коли цифрові канали комунікації стають дедалі важливішими для залучення клієнтів, «Україна» демонструє слабку присутність в інтернеті та соціальних мережах порівняно зі своїми конкурентами.

Більшість готелів-конкурентів активно використовують можливості digital-маркетингу. Вони мають якісні, інформативні та регулярно оновлювані вебсайти, активні сторінки у Facebook, Instagram та інших популярних соцмережах. На цих ресурсах вони розміщують актуальну інформацію про послуги, спеціальні пропозиції, організовують конкурси та взаємодіють зі своїми підписниками. Окрім цього, конкуренти ефективно просувають свої бренди через контекстну рекламу, SEO-оптимізацію та партнерські програми.

На противагу цьому, інтернет-представництво «України» є досить слабким. Їхній вебсайт потребує модернізації та більш зручного функціоналу. Сторінки в соцмережах оновлюються нечасто і не містять достатньо цікавого

контенту. Взаємодія з аудиторією в онлайні майже відсутня. Це призводить до того, що готель випадає з інформаційного поля потенційних клієнтів.

Окремо слід відзначити, що програма лояльності «України» поступається програмам великих міжнародних готельних мереж, які пропонують своїм постійним гостям більше можливостей і преференцій. Відсутність конкурентної програми знижує привабливість готелю для часто подорожуючих клієнтів.

Загалом для підвищення ефективності маркетингових зусиль та залучення більшої кількості гостей готелю «Україна» необхідно суттєво посилити свою онлайн-присутність. Слід розробити цілісну digital-стратегію, оновити вебресурси, активізувати роботу в соцмережах, налагодити ефективну взаємодію з аудиторією. Також варто розглянути можливості розвитку сучасної програми лояльності та партнерських програм.

З фінансової точки зору, готель «Україна» наразі знаходиться в ситуації, що вимагає певних дій для покращення становища. Ключовою проблемою є високі операційні витрати, зумовлені застарілою інженерною та будівельною інфраструктурою готелю. Значні кошти витрачаються на обслуговування та ремонт застарілих інженерних комунікацій, систем опалення, вентиляції тощо. Це створює величезне навантаження на бюджет та знижує рентабельність.

Незважаючи на високі витрати, прибутки готелю залишаються стабільними, але демонструють низькі темпи зростання. Це насамперед пов'язано з недоліками в самому продукті та неефективним маркетингом. Застаріла матеріальна база, відсутність сучасного номерного фонду та конференц-приміщень стримує потік гостей. А слабкий маркетинг не дозволяє ефективно залучати нових клієнтів.

Однак, «Україна» має одну ключову перевагу - своє розташування в самому центрі Києва. Це приваблива локація як для туристів, так і для бізнес-мандрівників. За оцінками експертів, при реалізації амбітної програми реновації готель може значно збільшити свої доходи та рентабельність.

Тому наразі для керівництва одним з пріоритетних завдань має стати пошук інвестиційних ресурсів для повномасштабної модернізації готелю.

Завдяки вигідному розташуванню «Україна» може зацікавити потенційних інвесторів проектом комплексної реконструкції та нового позиціонування на ринку. Це дозволить не лише оновити застарілу інфраструктуру, а й створити новий сучасний продукт, конкурентоспроможний на ринку.

Водночас, очікуване зменшення операційних витрат після модернізації та підвищення доходності готелю зробить його привабливішою інвестицією в майбутньому. Це відкриває перспективи для подальшого залучення коштів або входження до складу великої готельної мережі.

Отже, критично важливим є зосередження зусиль на виході з нинішньої ситуації, коли високі витрати «з'їдають» прибутки від діяльності через недоліки продукту. Лише кардинальна модернізація дозволить готелю значно оптимізувати операційні витрати, збільшити обсяги надходжень та перейти на новий рівень прибутковості і фінансової стійкості.

Проведена оцінка конкурентної позиції готелю «Україна» дозволяє зробити наступні висновки щодо можливостей підвищення якості обслуговування туристів:

По-перше, незважаючи на вигідне центральне розташування, готель на сьогодні значно поступається своїм основним конкурентам за рівнем матеріально-технічної бази та інфраструктури. Застаріле оздоблення номерів, конференц-залів та ресторанів не відповідає очікуванням сучасних вимогливих гостей. Готелю терміново необхідна масштабна програма реконструкції та модернізації для створення сучасного конкурентоспроможного продукту. Лише так він зможе утримувати та приваблювати нових туристів.

По-друге, керівництву слід звернути першочергову увагу на покращення рівня сервісу та підвищення професіоналізму персоналу. Незважаючи на досвідченість багатьох співробітників, недостатні періодичні тренінги призводять до неякісного обслуговування гостей, численних скарг та негативних відгуків. Саме бездоганний персонал та індивідуальний підхід є ключовими конкурентними перевагами аналогічних готелів міжнародних мереж. Тому

готелю «Україна» необхідно невідкладно активізувати програми навчання персоналу сучасним стандартам гостинності.

Окремої уваги потребує оптимізація маркетингової діяльності готелю. Наразі «Україна» демонструє вкрай слабку присутність в онлайн-середовищі, соціальних мережах та спеціалізованих туристичних ресурсах. В той час як конкуренти активно інвестують у цифровий маркетинг, просування в інтернеті стає дедалі важливішим каналом залучення гостей. Тому керівництву необхідно посилити акцент на онлайн-маркетингу, активізувати digital-стратегію, взаємодію з потенційними клієнтами в мережі.

Нарешті, фінансовий аналіз виявив дві ключові проблеми: високі операційні витрати через застарілу інфраструктуру та відсутність зростання прибутків через недоліки продукту та маркетингу. З цього випливає нагальна потреба у залученні інвестицій для комплексного оновлення готелю. Завдяки своєму унікальному розташуванню «Україна» має хороші шанси зацікавити інвесторів амбітним проектом модернізації з метою зміцнення конкурентних позицій та підвищення доходності.

Підсумовуючи, перед готелем «Україна» відкривається одночасно виклик та унікальна можливість за рахунок реалізації масштабної інвестиційної програми повернути собі реноме провідного готелю столиці, запропонувати гостям сучасний якісний продукт, а також забезпечити у перспективі вищий рівень прибутковості та фінансової стійкості бізнесу.

Проведений аналіз конкурентної позиції готелю «Україна» в контексті можливостей підвищення якості обслуговування туристів виявив низку проблемних моментів, яких потрібно невідкладно розв'язати для покращення конкурентоспроможності цього закладу розміщення.

Перш за все, номерний фонд готелю вимагає термінової модернізації та капітального оновлення, оскільки його застарілий стан, обмежені зручності та брак новітнього обладнання істотно відстають "Україну" від основних конкурентів - сучасних готелів преміум-класу. Більше того, незадовільний технічний стан приміщень призводить до підвищення операційних витрат,

зумовлюючи зниження прибутковості діяльності готелю загалом. Отже, вкрай нагальним є питання оновлення матеріальної бази, що передбачає собою заміну старих меблів у номерах економ класу, заміна стійок рецепшену, гардеробу та інших застарілих меблів.

Дослідження також виявило недостатній професіоналізм персоналу готелю в наданні якісних послуг - проблему, яку вкрай терміново слід вирішувати. Насамперед, керівництву готелю необхідно вжити низку фундаментальних заходів для докорінної реорганізації та оптимізації діяльності працівників через упровадження сучасних систем навчання та мотивації персоналу. Такий крок дозволить забезпечити високий рівень обслуговування, якого очікують сучасні вимогливі клієнти провідних готелів.

Однак, ефективна реалізація зазначених вище ініціатив щодо поліпшення інфраструктури та якості обслуговування потребуватиме залучення значних інвестицій. Тому керівництву готелю необхідно активно працювати над розробкою конкурентної програми лояльності, що дозволить утримувати постійних гостей, а також над просуванням готелю завдяки активізації діяльності у сфері цифрового маркетингу.

Висновки до Розділу 2

Проаналізувавши роботу готелю, визначено що комплексне підвищення якості надання послуг в готелі «Україна» вимагатиме консолідованих зусиль у кількох ключових напрямках. Насамперед, необхідно оптимізувати матеріально-технічну базу, що передбачає модернізацію номерного фонду, реконструкцію додаткової інфраструктури та впровадження сучасних технологій.

Також важливим аспектом є навчання та мотивація персоналу. Проведення регулярних тренінгів та професійного розвитку допоможе співробітникам покращити свої навички обслуговування, розвинути комунікативні здібності та ефективно вирішувати конфліктні ситуації. Водночас, мотиваційні програми сприятимуть підвищенню продуктивності та зниженню плинності кадрів.

Важливим є вдосконалення маркетингової діяльності. Для залучення інвестицій та забезпечення фінансової стійкості закладу в довгостроковій

перспективі необхідно розробити ефективні стратегії просування готелю, орієнтовані на розширення цільової аудиторії та підвищення впізнаваності бренду. Це включає активне використання цифрових платформ, соціальних мереж та партнерських програм.

Комплексний підхід до вирішення зазначених питань дозволить відновити високі стандарти якості послуг, підвищити задоволеність гостей та забезпечити готелю «Україна» конкурентні переваги на динамічному ринку гостинності.

РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ «Україна»

3.1. Розробка комплексу заходів щодо підвищення якості послуг готелю «Україна»

Готель «Україна» в Києві має багаторічну історію та визнаний бренд на ринку гостинності. Проте, незважаючи на свій потужний потенціал, наразі цей готельний комплекс відстає від багатьох конкурентів за рівнем якості наданих послуг.

Грунтовний аналіз виявив низку критичних проблем, які необхідно невідкладно вирішити, щоб готель «Україна» зміг відновити колишні високі позиції та забезпечити відповідність сучасним стандартам гостинності.

Серед ключових недоліків можна виділити такі:

– Застаріла матеріально-технічна база: матеріально-технічна база значно застаріла і потребує серйозних змін. Це включає в себе не лише модернізацію номерного фонду, але й реконструкцію всієї додаткової інфраструктури, такої як ресторани, конференц-зали, спа-центри, фітнес-зали та інші об'єкти, що забезпечують комфортне перебування гостей. Модернізація цих елементів є

критичною для забезпечення конкурентоспроможності та відповідності сучасним стандартам готельного бізнесу.

– Недостатній рівень сервісу та професійної підготовки персоналу: одним з істотних недоліків є недостатній рівень сервісу та професійної підготовки персоналу. Співробітникам бракує необхідних навичок та знань, що негативно впливає на загальний рівень обслуговування клієнтів. Для виправлення цієї ситуації необхідно проводити регулярні тренінги, які включатимуть не лише основи обслуговування клієнтів, але й вдосконалення комунікаційних навичок. Це допоможе персоналу краще розуміти потреби гостей, ефективно вирішувати конфліктні ситуації та створювати позитивне враження від перебування в закладі. Крім того, особливу увагу слід приділити розвитку емоційного інтелекту працівників, що дозволить їм більш чутливо реагувати на запити клієнтів і забезпечувати високий рівень гостинності.

– Відсутність інноваційних рішень та диджиталізації послуг: ще одним значним недоліком є відсутність інноваційних рішень та диджиталізації послуг. Сучасні гості очікують від готелів впровадження передових технологій, що можуть значно підвищити зручність та комфорт їхнього перебування. Наприклад, наявність мобільних додатків, які дозволяють здійснювати бронювання, замовляти додаткові послуги та отримувати інформацію про готель у режимі реального часу, стає все більш важливим. Безконтактне обслуговування, включаючи електронну реєстрацію та виїзд, безключовий доступ до номерів та цифрові платежі, також є ключовими аспектами сучасного сервісу. Крім того, системи "розумного" готелю, які дозволяють гостям контролювати освітлення, кліматичні умови та інші аспекти їхнього номера за допомогою смартфонів або голосових команд, стають невід'ємною частиною висококласного обслуговування. Впровадження цих технологій не лише покращить враження гостей, але й підвищить ефективність роботи готелю, забезпечуючи конкурентні переваги на ринку.

– Обмежений спектр додаткових послуг та слабка диверсифікація пропозицій: готель не в змозі повною мірою задовольнити різноманітні потреби

своїх гостей, що може призвести до незадоволеності та зниження рівня лояльності клієнтів. Сучасні мандрівники очікують, що готель надасть їм широкий вибір послуг, які виходять за межі стандартного пакету. Це можуть бути спа-процедури, різноманітні спортивні та оздоровчі програми, організація екскурсій та культурних заходів, дитячі клуби та розважальні програми для всієї родини.

Крім того, важливо пропонувати різні варіанти харчування, включаючи дієтичні та вегетаріанські меню, а також ресторани з кухнями різних народів світу. Для бізнес-андрівників корисними будуть сучасні конференц-зали та бізнес-центри, обладнані за останнім словом техніки. Таким чином, диверсифікація пропозицій та розширення спектру додаткових послуг не лише підвищить задоволеність гостей, але й допоможе залучити нових клієнтів, розширити цільову аудиторію та зміцнити позиції готелю на ринку.

– Недосконалі бізнес-процеси, що створюють затримки та незручності: суттєвим недоліком є недосконалі бізнес-процеси, які створюють затримки та незручності для клієнтів на різних етапах їхнього перебування. Це може включати такі моменти, як затяжний процес заїзду та реєстрації, що часто супроводжується довгими чергами та заповненням безлічі документів. Подібні проблеми виникають і під час виїзду, коли гості змушені витратити багато часу на оплату рахунків та перевірку номера.

Організація харчування також є вкрай важливим аспектом, який потребує особливої уваги. Незручний графік роботи ресторанів, який не враховує потреби гостей у різний час доби, може стати серйозною проблемою. Обмежений вибір страв, що не задовольняє різноманітні смаки та дієтичні потреби клієнтів, також викликає незадоволення. Крім того, низька якість обслуговування у ресторанах та тривале очікування замовлень можуть призвести до негативного досвіду гостей.

Ці недоліки в організації харчування не лише створюють значний дискомфорт для клієнтів, але й серйозно впливають на загальне враження від перебування у готелі. Незадоволені гості менш схильні повертатися та

рекомендувати готель своїм знайомим і колегам, що може негативно відбитися на репутації та фінансових показниках закладу.

Щоб покращити ситуацію необхідно переглянути графік роботи ресторанів, забезпечивши доступність харчування у зручний для гостей час. Розширення меню з урахуванням різних гастрономічних уподобань та дієтичних вимог допоможе залучити ширше коло клієнтів. Важливо також підвищити рівень обслуговування, шляхом додаткових тренінгів для персоналу та оптимізації процесів приготування і подачі страв. Все це сприятиме підвищенню задоволеності гостей та зміцненню позитивного іміджу готелю.

Для вирішення цих проблем необхідно провести ретельний аналіз існуючих процесів і впровадити сучасні рішення. Перш за все, автоматизація реєстрації дозволить значно скоротити час заїзду та виїзду, зменшивши черги та усунувши потребу в заповненні паперових документів. Використання електронних ключів замість традиційних карток або ключів не тільки підвищить зручність для гостей, але й забезпечить додатковий рівень безпеки.

Оптимізація роботи персоналу є також важливим аспектом. Регулярні тренінги та професійний розвиток співробітників допоможуть покращити якість обслуговування, зменшити кількість помилок та підвищити загальну ефективність. Впровадження системи управління робочими процесами дозволить краще координувати дії персоналу, зменшити час на виконання завдань та поліпшити комунікацію між відділами.

Вдосконалення логістики включає оптимізацію постачання матеріалів та продуктів, що забезпечить безперебійну роботу ресторанів і служб обслуговування номерів. Використання сучасних технологій для відстеження запасів та планування закупівель допоможе зменшити витрати та уникнути дефіциту необхідних товарів.

Впровадження цих сучасних рішень дозволить підвищити ефективність обслуговування, скоротити час очікування та створити більш комфортні умови для гостей. Таким чином, готель зможе не лише покращити якість надаваних

послуг, але й зміцнити свою позицію на ринку, забезпечуючи конкурентні переваги та високий рівень задоволеності клієнтів.

Для повернення лідируючих позицій на ринку гостинності Києва готелю «Україна» необхідно негайно реалізувати комплекс заходів, спрямованих на усунення виявлених недоліків. Насамперед, важливо провести модернізацію матеріально-технічної бази, включаючи оновлення номерного фонду та реконструкцію додаткової інфраструктури, такої як ресторани, конференц-зали та фітнес-центри.

Окрім цього, необхідно підвищити рівень сервісу шляхом проведення регулярних тренінгів для персоналу, зосереджених на обслуговуванні клієнтів, розвитку комунікативних навичок та ефективному вирішенні конфліктних ситуацій. Впровадження інноваційних технологій, таких як мобільні додатки, безконтактне обслуговування та системи "розумного" готелю, допоможе відповідати очікуванням сучасних гостей.

Не менш важливо розширити спектр додаткових послуг та диверсифікувати пропозиції, щоб задовольнити різноманітні потреби клієнтів. Це може включати організацію спа-процедур, спортивних програм, екскурсій та культурних заходів, а також надання різноманітних варіантів харчування.

Важливо також вдосконалити бізнес-процеси, щоб уникнути затримок та незручностей для гостей на різних етапах обслуговування. Оптимізація процесів реєстрації, виїзду та харчування підвищить ефективність роботи готелю та покращить загальний досвід клієнтів.

Реалізація цих заходів дозволить відновити високі стандарти якості послуг, підвищити задоволеність гостей та забезпечити конкурентні переваги на динамічному ринку гостинності. Це стане запорукою успіху готелю «Україна» та його повернення до числа лідерів галузі.

Щонайперше, готелю вкрай терміново необхідно оновити свою матеріально-технічну базу, яка наразі є застарілою та не відповідає сучасним вимогам споживачів. Незадовільний стан номерного фонду, слабка матеріальна база для проведення тренінгів персоналу, гостра потреба модернізації приміщень

- всі ці чинники не дозволяють готелю досягати рівня якості, що забезпечують провідні готельні оператори. Мова йде, зокрема, про те, що номери готелю вкрай потребують комплексного оновлення та переоздоблення, оснащення сучасним обладнанням. Тільки так вдасться створити затишні та комфортні умови проживання для гостей, на які вони заслуговують.

Заразом, аналіз засвідчив наявність проблем із забезпеченням високого рівня обслуговування. Незважаючи на досвідченість багатьох працівників готелю, досить часто лунають нарікання гостей на недостатню компетентність та професіоналізм співробітників при наданні послуг. Це є прямим наслідком відсутності регулярних тренінгів та програм навчання персоналу стандартам обслуговування, вмінню працювати з вимогливими клієнтами. Очевидно, що без докорінної реорганізації системи підготовки кадрів готелю повністю позбутися цієї проблеми буде неможливо.

Таким чином, задля забезпечення належного рівня якості та повернення репутації однієї з провідних готельних установ Києва, керівництву готелю «Україна» доведеться вжити низку важливих заходів:

– Модернізація інфраструктури та номерного фонду

Один з важливих курсів у стратегії поліпшення якості обслуговування готелю «Україна» є комплексна модернізація його інфраструктури та номерного фонду. Це надзвичайно важливо для забезпечення конкурентоспроможності готелю на ринку та відповідності очікуванням сучасних вимогливих гостей.

По-перше, планується провести капітальний ремонт та повне оновлення інтер'єрів усіх категорій номерів - від стандартних до номерів класу "люкс". Дизайн номерів буде відповідати актуальним світовим трендам у галузі готельного бізнесу та враховувати останні тенденції у сфері інтер'єрного дизайну приміщень. Використовуватимуться якісні сучасні матеріали та обладнання.

Другим кроком стане заміна застарілих меблів, сантехніки та іншого обладнання на нові високоякісні аналоги від провідних виробників. Вся оновлена оснастка матиме сучасний функціонал, буде енергоефективною та екологічно безпечною.

Крім того, у кожному номері буде облаштовано новітні мультимедійні та інформаційно-комунікаційні системи, такі як Smart TV, бездротовий високошвидкісний інтернет, системи "розумного" управління освітленням, кліматом тощо. Це дозволить гостям отримувати максимальний комфорт та зручність під час проживання.

Не оминуть модернізацію і конференц-зали готелю - їх реконструюють та обладнають за останнім словом техніки, встановлять сучасні аудіо- та відеосистеми, плазмові панелі, системи перекладу тощо.

Загалом, планується провести масштабну модернізацію всіх інженерних комунікацій та систем життєзабезпечення готелю - вентиляційних, опалювальних, енергопостачання тощо. Це не лише покращить рівень комфорту для гостей, але й значно підвищить енергоефективність всього комплексу. Автор Шамара І.М. вказувала такі методи у своїх працях [56].

– Підвищення якості обслуговування

Ключовим напрямком у підвищенні якості обслуговування гостей готелю «Україна» є комплексне вдосконалення сервісних стандартів та системи управління персоналом. Це дозволить максимально наблизити рівень сервісу до кращих світових зразків гостинності.

Перш за все, буде розроблено та імплементовано нову систему стандартів обслуговування гостей згідно найсучасніших практик провідних готельних мереж світу. Ці стандарти охоплюватимуть усі етапи взаємодії з гостями - від бронювання до виїзду, а також регламентуватимуть процеси внутрішньої комунікації між підрозділами готелю.

Велика увага приділятиметься навчанню та розвитку персоналу. Буде запроваджено систему регулярних тренінгів для співробітників з питань клієнтоорієнтованості, комунікативних навичок, специфіки роботи з різними категоріями гостей (ділові туристи, сім'ї з дітьми, іноземці тощо). Це дозволить підвищити професійний рівень обслуговуючого персоналу.

Для забезпечення безперебійного високоякісного обслуговування гостей готелю будуть оптимізовані процеси взаємодії між різними структурними

підрозділами - службою прийому та розміщення, господарською частиною, рестораном, службами безпеки тощо. Буде впроваджена система он-лайн координації роботи всіх задіяних служб.

Також, з метою мотивації персоналу до надання якісного сервісу, планується впровадити дієву систему матеріального та нематеріального стимулювання кращих працівників. Це включатиме щомісячні грошові премії, корпоративні відзнаки та нагороди, системи знижок на послуги готелю та партнерів тощо. Кращі співробітники зможуть регулярно відвідувати тренінги та курси підвищення кваліфікації.

– Активізація маркетингової діяльності:

Одним із ключових напрямків у стратегії підвищення конкурентоспроможності та залучення більшої кількості гостей для готелю «Україна» є активізація та осучаснення його маркетингової діяльності. Це дозволить ефективно просувати готельні послуги на ринку, формувати позитивний імідж бренду та лояльність споживачів.

Перш за все, буде повністю переглянута і розроблена нова комплексна маркетингова стратегія готелю. В її основі - чітке позиціонування та формування унікальної торгової пропозиції послуг готелю «Україна». Також передбачається ребрендинг - оновлення фірмового стилю, логотипу, слогану та візуальних констант бренду відповідно до нового позиціонування.

Важливим кроком стане кардинальне оновлення веб-сайту готелю. Новий сайт матиме сучасний дизайн, інтуїтивно зрозумілу навігацію, повну інформативність щодо всього спектру послуг готелю. Також буде забезпечена можливість онлайн-бронювання номерів та додаткових послуг.

Готель «Україна» активно долучиться до співпраці з ключовими спеціалізованими туристичними онлайн-ресурсами, біржами готельних послуг, системами бронювання та резервації. Це суттєво розширить присутність готелю в інтернет-просторі.

Маркетингова активність також передбачатиме використання інструментів digital-маркетингу - SMM, контекстної реклами, залучення для промоції

авторитетних блогерів та лідерів думок. Це дозволить ефективно охоплювати цільову аудиторію через різні інтернет-майданчики та соціальні мережі.

Окрім того, готель «Україна» розробить та впровадить спеціальну програму лояльності для залучення та утримання постійних гостей. Вона передбачатиме накопичувальну систему знижок та бонусів, привілеї та індивідуальний підхід для найбільш цінних клієнтів.

– Оптимізація управління та контролю якості:

Невід'ємною складовою стратегії підвищення якості послуг готелю «Україна» є вдосконалення системи управління та контролю якості на всіх етапах обслуговування гостей. Це дозволить забезпечити стабільно високі стандарти сервісу та своєчасно виявляти і усувати будь-які недоліки.

По-перше, буде впроваджено сучасну систему управління якістю послуг відповідно до визнаних міжнародних стандартів, таких як ISO 9001, HACCP та інших галузевих стандартів. Такі міжнародні стандарти розглянуто у підручнику автора Шаповал М.І.[56] та автора Бугера С.І.[57] Вона охопить усі бізнес-процеси готелю - від закупівлі продуктів до прибирання номерів. Будуть чітко регламентовані вимоги, критерії та показники якості для кожного виду послуг.

Для відстеження рівня дотримання встановлених стандартів періодично здійснюватимуться таємні візити - інспектування співробітниками відділу контролю якості або незалежними аудиторами під виглядом звичайних гостей. За результатами таких перевірок вживатимуться відповідні заходи.

Також буде налагоджено ефективну систему моніторингу відгуків гостей про якість обслуговування через різні канали зворотнього зв'язку - онлайн-сервіси, форми на сайті, анкетування по виїзду тощо. Відгуки ретельно аналізуватимуться, а на всі зауваження та скарги оперативно реагуватимуть відповідні служби.

Важливим елементом забезпечення якості стануть регулярні внутрішні аудити всіх процесів обслуговування в готелі. Вони проводитимуться спеціально створеною групою контролю якості на чолі з досвідченим аудитором. Аудити

охоплюватимуть всі підрозділи готелю - ресторани, номерний фонд, технічні служби тощо. За їх результатами вживатимуться корегувальні дії.

Керівництво готелю усвідомлює, що ефективна система управління якістю є запорукою стабільно високого рівня обслуговування та задоволеності гостей. Саме тому цьому аспекту приділятиметься першочергова увага.

Готель «Україна» має тривалу історію та величезний потенціал як один з провідних готельних комплексів Києва та всієї країни. Проте, на жаль, в останні роки його послуги значно відстали від сучасних високих стандартів гостинності й очікувань вимогливих гостей. Застаріла матеріально-технічна база, проблеми з якістю обслуговування та маркетинговою діяльністю критично знижують конкурентоспроможність готелю порівняно з іншими гравцями ринку.

Усвідомлюючи гостру необхідність докорінних змін, керівництвом готелю було розроблено комплексну стратегію підвищення якості послуг. Вона охоплює ключові сфери діяльності готельного підприємства і передбачає масштабні перетворення.

Передусім, готель зазнає повної модернізації своєї інфраструктури та номерного фонду. Інтер'єри всіх категорій номерів буде капітально відремонтовано та оновлено з урахуванням найсучасніших трендів дизайну та обладнано новітніми технологічними рішеннями для максимального комфорту гостей. Подібне осучаснення чекає на конференц-зали та інженерні комунікації готелю. Все це кардинально змінить обличчя готельного комплексу та приведе його у відповідність до очікувань найвибагливіших гостей.

Наступним кроком стане забезпечення найвищої якості обслуговування відвідувачів відповідно до кращих світових практик. Впровадження нових високих стандартів сервісу поєднуватиметься з регулярними тренінгами персоналу щодо комунікативних навичок, специфіки роботи з різними категоріями гостей тощо. Оптимізація процесів взаємодії між підрозділами готелю сприятиме безперебійному наданню послуг. А нова система матеріальної та нематеріальної мотивації стимулюватиме персонал до постійного підвищення рівня сервісу.

Жодне успішне готельне підприємство не може існувати без ефективної маркетингової діяльності. Тому готель здійснить ґрунтовне оновлення маркетингової стратегії та бренду відповідно до нового позиціонування комплексу. Новий зручний і функціональний веб-сайт, або робота над старим шляхом додання інформації, додання чат-ботів для зворотного зв'язку, присутність на спеціалізованих онлайн-ресурсах, активна цифрова реклама та співпраця з блогерами, забезпечення безперебійного світла у часи відключення сприятимуть залученню нових гостей. А запровадження дієвої програми лояльності дозволить утримувати існуючих клієнтів та заохочувати їх до повторних візитів.

Невід'ємним елементом стратегії підвищення якості стане оптимізація системи управління та контролю якості послуг на основі міжнародних стандартів та кращих практик галузі. Регулярні внутрішні аудити, таємні перевірки та моніторинг відгуків гостей забезпечать ретельний контроль за процесами обслуговування і виявлення будь-яких недоліків. Це стане запорукою неухильного дотримання високих стандартів якості.

Комплексна реалізація всіх цих взаємопов'язаних заходів здатна принести готелю «Україна» докорінну трансформацію та вивести його на якісно новий рівень. Гармонійне поєднання модернізованої інфраструктури, професійного персоналу, бездоганного сервісу, активного просування та чіткої системи управління якістю зробить готельний комплекс затребуваним і популярним серед гостей з України та всього світу. Готель «Україна» знову стане взірцем гостинності Києва, утвердиться на провідних позиціях ринку та забезпечить власникам гідні прибутки. Дбайливе ставлення до національної історії та репутації бренду разом з впровадженням інноваційних рішень допоможе зберегти самобутній дух готелю та забезпечити його успішне та стабільне майбутнє.

Додатково, було проведено опитування на рахунок популяризації серед основної групи населення, а саме людей, віком від 18 до 45 років. Основним методом популяризації у військовий час є наявність безпечних умов проживання

- оснащення готелю укриттям, генераторами. Також, не менш важливим є персонал. Персонал є лицем готелю, від нього залежить перше враження про готель.

Було відмічено, що бронювання номерів на сайті відбувається довго, швидкої відповіді готель не дає, але якщо зателефонувати відповідь миттєва. Більшість опитаних відмітила, що підвищувати популярність готелю потрібно за рахунок його місцеположення. Готель знаходиться на центральній вулиці Києва-Хрещатик, за рахунок цього є впізнаваним, і таким чином займає конкурентну позицію серед інших.

Рухаючись з часом у ногу, до популяризації готелю потрібно залучати ЗМІ, радіо та телебачення, готелю потрібно найняти СММ-менеджерів для просування у соцмережах. Такий спосіб буде дуже доречним, щоб залучити цільову аудиторію клієнтів. Наприклад, якщо взяти до уваги блогера у сфері лайфстайлу, Альону Мармазинську (Instagram [37], Tik-Tok [38] @Marmazka), яке веде свій блог з 2021 року, показує у блозі повсякденне життя, рекламує готелі, продукти, одяг, відпочинок, можна визначити, що якби управління готелю взяло би цю блогерку на рекламу, вона би показала номер, провела огляд додаткових послуг, ресторану та таким чином зацікавила потенційних клієнтів. Про діджиталізацію у закладах готельного типу вказано у наукових дослідженнях авторів Цвілій С. М., Бублей Г. А. [55]

Також, багато опитаних відмітили стан будівлі і меблів. Виходячи з цього, готелю потрібно провести ремонт та оновлення фасаду готелю, замінити меблі на більш нові, зробити у готелі внутрішні ремонти з оновленням інтер'єру, оновити системи телефонії, установити більш нові системи відеохорони, запровадити оплачуваний трансфер для номерів класу економ, стандарт, і безоплатну для номерів класу люкс та вище від залізничного та автовокзалу, виділити приміщення під концертний холл та запрошувати на виступи відомих співаків, стендаперів, акторів та інших.

3.2. Пошук резервів та обґрунтування запропонованих заходів

Готельний бізнес є однією з найважливіших складових індустрії гостинності та туризму в Україні. Успішне функціонування готелів значною мірою залежить від ефективного управління ресурсами та постійного пошуку шляхів для підвищення якості послуг і задоволення потреб гостей. У цьому контексті готель «Україна» як один із провідних готелів у місті/регіоні не є винятком.

Незважаючи на свій високий рівень обслуговування та репутацію, готель «Україна» стикається з низкою викликів та можливостей для вдосконалення. Пошук резервів та обґрунтування запропонованих заходів є важливим кроком для забезпечення стійкого розвитку готелю та підвищення його конкурентоспроможності на ринку.

Розглянувши надану інформацію, можна виділити такі ключові резерви для покращення діяльності готелю «Україна» та обґрунтування запропонованих заходів:

– Модернізація матеріально-технічної бази та інфраструктури:

Модернізація матеріально-технічної бази та інфраструктури готелю «Україна» є одним із головних критеріїв для підвищення його конкурентоспроможності та задоволення сучасних вимог гостей. Актуальний стан номерного фонду та загальної інфраструктури готелю не відповідає нагальним стандартам та очікуванням клієнтів, що негативно впливає на рівень задоволеності гостей та ставить готель у не вигідне становище порівняно з конкурентами.

Для вирішення цієї проблеми необхідно провести комплексну модернізацію, яка охоплюватиме кілька ключових напрямків. Найголовніше, слід оновити дизайн інтер'єрів номерів та загальних приміщень, надавши їм сучасного та стильного вигляду, який відповідатиме останнім тенденціям у галузі готельного дизайну. Це дозволить створити атмосферу затишку та комфорту для гостей, а також підкреслить високий статус готелю.

Крім того, необхідно замінити застаріле меблювання, сантехніку та обладнання на сучасні, енергоефективні та екологічно безпечні аналоги. Це не лише підвищить рівень комфорту для гостей, але й сприятиме зниженню експлуатаційних витрат готелю та зменшенню його негативного впливу на навколишнє середовище.

Окремої уваги заслуговує впровадження "розумних" технологій, таких як системи автоматизованого управління освітленням, кліматом, енергоспоживанням, а також надання гостям доступу до сучасних засобів зв'язку та розваг. Такий метод дозволить не лише підвищити рівень обслуговування, але й забезпечити більш ефективне використання ресурсів та зменшити експлуатаційні витрати.

Використання запропонованих заходів з модернізації матеріально-технічної бази та інфраструктури готелю «Україна» вимагатиме значних інвестицій, ретельного планування та впровадження інноваційних рішень. Проте, такі інвестиції є виправданими, оскільки дозволять підвищити конкурентоспроможність готелю, задовольнити вимогливих клієнтів та забезпечити стійкий розвиток у довгостроковій перспективі.

– Підвищення якості обслуговування:

Покращення якості обслуговування є одним з головних напрямків у вдосконаленні діяльності готелю «Україна». Згідно з результатами досліджень та відгуками гостей, наразі спостерігаються певні недоліки в рівні сервісу та професійній підготовці персоналу, що негативно позначається на загальному враженні клієнтів від перебування в готелі. Задля вирішення цієї проблеми необхідно вжити комплексних заходів, спрямованих на вдосконалення системи обслуговування гостей та розвиток компетенцій працівників.

Насамперед, слід розробити та імплементувати нові стандарти обслуговування, які відповідатимуть кращим світовим практикам у сфері гостинності. Ці стандарти мають охоплювати всі етапи взаємодії з гостями, від моменту бронювання до виїзду з готелю, та чітко визначати процедури та правила поведінки персоналу в різних ситуаціях. Дотримання цих стандартів

забезпечить уніфікований та високоякісний рівень сервісу для всіх гостей, незалежно від їхніх індивідуальних запитів та вподобань.

Окрім розробки стандартів, важливо організувати регулярні тренінги та навчальні заходи для персоналу готелю. Ці заходи мають бути спрямовані на розвиток комунікативних навичок, клієнтоорієнтованості та емпатії у працівників, а також на поглиблення їхніх знань та розуміння специфіки роботи в сфері гостинності. Зокрема, доцільно приділити увагу вдосконаленню володіння іноземними мовами, що є вкрай важливим для комфортного спілкування з іноземними гостями.

Також, варто розглянути можливість запровадження системи мотивації та заохочення персоналу за надання високоякісного сервісу. Це може включати як фінансові стимули (преміювання, бонусні виплати), так і нематеріальні форми визнання (нагороди, публічна похвала тощо). Така система допоможе підвищити мотивацію працівників та їхню зацікавленість у постійному вдосконаленні рівня обслуговування гостей.

Впровадження цих заходів допоможе готелю «Україна» підняти якість обслуговування на новий рівень, що сприятиме збільшенню задоволеності та лояльності гостей. Такий курс також сприятиме зміцненню конкурентних позицій готелю на ринку готельних послуг.

– Активізація маркетингової діяльності:

Активізація маркетингової діяльності включає в себе комплекс заходів, спрямованих на підвищення впізнаваності та привабливості готелю серед потенційних клієнтів. Оновлення маркетингової стратегії та ребрендинг сприятимуть переосмисленню ідентичності готелю та позиціонуванню його як високоякісного та сучасного закладу. Розробка нового функціонального веб-сайту забезпечить зручний доступ до інформації про послуги готелю для клієнтів, а також створить позитивне перше враження про бренд.

Активніша присутність на спеціалізованих онлайн-ресурсах, таких як бронювальні платформи та портали готельної галузі, дозволить розширити аудиторію та підвищити обсяг бронювань. Активна цифрова реклама через

соціальні мережі, пошукові системи та інтернет-рекламні кампанії приверне увагу потенційних клієнтів та сприятиме збільшенню веб-трафіку на сайт готелю.

Залучення блогерів та інфлюенсерів, які мають велику аудиторію в соціальних мережах, дозволить готелю досягти більшої органічної експозиції та отримати додатковий позитивний відгук від цільової аудиторії.

Узгоджена реалізація цих заходів сприятиме ефективному просуванню послуг готелю, формуванню позитивного іміджу бренду та збільшенню потоку клієнтів.

– Розширення спектру додаткових послуг:

Розширення спектру додаткових послуг є важливим стратегічним кроком для підвищення конкурентоспроможності готелю «Україна» та забезпечення максимального задоволення потреб сучасних гостей. Сьогодні клієнти готелів очікують не лише комфортного розміщення, а й різноманітних супутніх сервісів, які зроблять їхній відпочинок більш насиченим, приємним та незабутнім.

Пропонується запровадити низку додаткових послуг, орієнтованих на різні цільові аудиторії. Зокрема, для гостей, які прагнуть розслабитися та відновити сили, буде створений спа-центр, де пропонуватимуться різноманітні оздоровчі та косметичні процедури. Для активних відпочиваючих та прихильників здорового способу життя передбачається облаштування сучасного фітнес-центру з тренажерними залами, басейном та можливістю залучення особистих тренерів.

Окрім цього, готель може пропонувати організацію екскурсійних турів та розважальних заходів, таких як тематичні вечірки, концерти або майстер-класи. Це дозволить гостям ближче пізнати культуру та традиції регіону, а також зробить їхній відпочинок більш насиченим та різноманітним.

Особливу увагу планується приділити створенню комфортних умов для сімей з дітьми. Для цього передбачається облаштування дитячих клубів з ігровими зонами, розважальними програмами та кваліфікованим персоналом. Це дозволить батькам розслабитися та провести час на свій розсуд, не турбуючись про дозвілля своїх дітей.

Завдяки такому різноманітному підходу готель «Україна» зможе задовольнити потреби різних категорій гостей, незалежно від їхніх інтересів, вподобань та способу життя. Це не лише сприятиме залученню нових клієнтів, але й підвищить рівень задоволеності та лояльності існуючих гостей, оскільки кожен відвідувач зможе знайти для себе щось цікаве та відповідне його потребам.

Крім того, розширення спектру додаткових послуг дозволить готелю диверсифікувати свої джерела доходу, зменшуючи залежність від основної діяльності з розміщення гостей. Це сприятиме підвищенню фінансової стабільності та забезпечить додаткові ресурси для подальшого розвитку та вдосконалення готелю.

– Оптимізація бізнес-процесів:

Удосконалення операційних процесів, зокрема в сферах реєстрації гостей та обслуговування в ресторанах, є важливим завданням для покращення якості послуг готелю «Україна» та підвищення рівня задоволеності клієнтів. На даний момент існують певні недоліки в цих процесах, що призводять до затримок, незручностей та негативного досвіду для гостей.

Ключовим напрямком оптимізації є впровадження сучасних автоматизованих систем, які спрощують та прискорюють процес реєстрації та розміщення гостей. Це може включати використання електронних систем самореєстрації, які дозволяють клієнтам швидко та зручно здійснити всі необхідні формальності без очікування в черзі на стійці реєстрації. Такі системи також можуть інтегруватися з електронними ключами доступу до номерів, що ще більше спростить процес заселення.

Важливо оптимізувати процеси обслуговування в ресторанах та інших закладах харчування готелю. Це передбачає вдосконалення логістики постачання продуктів та оптимізацію роботи кухні та офіціантів. Впровадження спеціалізованого програмного забезпечення для управління замовленнями, складських запасів та контролю якості продуктів дозволить скоротити час приготування страв та обслуговування гостей.

Також необхідно приділити увагу оптимізації роботи персоналу готелю загалом. Це може включати перегляд та вдосконалення внутрішніх процесів, впровадження систем автоматизації певних завдань, а також регулярне навчання та підвищення кваліфікації працівників. Ефективна взаємодія між різними підрозділами готелю та чітке розуміння співробітниками своїх обов'язків і процедур є запорукою швидкого та якісного обслуговування гостей.

Зважаючи на надану інформацію, важливо забезпечити безперебійну роботу всіх технічних систем готелю, таких як мережі, комунікації та інформаційні системи, оскільки будь-які збої можуть негативно вплинути на операційні процеси та якість обслуговування.

Узгоджена реалізація зазначених заходів дозволить готелю «Україна» значно оптимізувати операційні процеси, скоротити час очікування для гостей та підвищити загальну ефективність роботи. Це не лише покращить досвід клієнтів та їхню задоволеність, а й сприятиме зміцненню репутації готелю як такого, що орієнтований на надання високоякісного сервісу.

– Впровадження інноваційних технологій:

Інтеграція передових технологічних рішень, зокрема сучасних ІТ-інструментів, має важливе значення для вдосконалення сервісу та задоволення потреб клієнтів у сфері готельного господарства. Використання мобільних додатків, безконтактного обслуговування та цифрових платежів стає не лише вимогою сучасності, але й відповідає прямим очікуванням клієнтів, сприяючи зручності та комфортності їх перебування.

Мобільні додатки можуть надавати гостям широкий спектр послуг, починаючи від онлайн-реєстрації та вибору номеру до замовлення додаткових послуг і послуги безпеки. Безконтактне обслуговування дозволяє клієнтам уникнути контакту зі співробітниками готелю, що особливо актуально в умовах пандемії. Цифрові платежі спрощують оплату послуг і роблять її більш безпечною та ефективною.

Інноваційні технології не лише підвищують комфорт для клієнтів, але й допомагають готелям збільшити ефективність своєї діяльності, оптимізувати

процеси обслуговування та знизити витрати. Враховуючи зростання вимог до якості обслуговування, впровадження інноваційних технологій є стратегічно важливим кроком для готелю з метою підтримки його конкурентоспроможності та задоволення потреб сучасних клієнтів.

– Вдосконалення системи управління якістю:

Впровадження системи управління якістю відповідно до міжнародних стандартів є надзвичайно важливим кроком для підвищення рівня обслуговування в готелі «Україна» та забезпечення відповідності діяльності готелю кращим світовим практикам. Наявність ефективної системи управління якістю дозволяє систематично відстежувати та контролювати всі процеси, пов'язані з наданням послуг, виявляти потенційні недоліки та вчасно вживати заходів для їх усунення. У своїх працях Траченко Л.А. описувала саме цю систему[58]

Одним із головних плюсів такої системи є проведення регулярних внутрішніх аудитів. Під час цих аудитів кваліфіковані спеціалісти ретельно аналізують усі аспекти діяльності готелю, включаючи процеси обслуговування гостей, роботу персоналу, стан інфраструктури та обладнання, дотримання встановлених стандартів та процедур. Результати аудитів дозволяють виявити недоліки та слабкі місця в системі управління якістю, а також визначити можливості для її вдосконалення.

Окрім внутрішніх аудитів, важливу роль відіграє моніторинг та аналіз відгуків гостей. Ретельне вивчення коментарів, скарг та пропозицій від клієнтів дає можливість своєчасно реагувати на проблемні ситуації, виправляти недоліки та вживати заходів для запобігання їх повторенню в майбутньому. Крім того, аналіз позитивних відгуків дозволяє виявляти сильні сторони готелю та використовувати їх для подальшого покращення якості обслуговування.

Для ефективного збору та аналізу відгуків гостей доцільно використовувати сучасні цифрові інструменти, такі як спеціалізовані веб-платформи, мобільні додатки або системи зворотного зв'язку в соціальних

мережах. Це забезпечить швидке та зручне отримання інформації від клієнтів, а також дозволить оперативно реагувати на їхні коментарі та пропозиції.

Впровадження та постійне вдосконалення системи управління якістю відповідно до міжнародних стандартів, регулярні внутрішні аудити та моніторинг відгуків гостей є важливими інструментами для забезпечення високого рівня обслуговування в готелі «Україна». Ці заходи дозволять підтримувати репутацію готелю як надійного та клієнтоорієнтованого закладу, а також сприятимуть постійному вдосконаленню якості послуг та задоволенню потреб навіть найвибагливіших гостей.

Висновки до Розділу 3

Отже, після пошуків резервів та обґрунтування запропонованих засобів, було проаналізовано, що одним з основних етапів впровадження системи управління якістю є розробка та впровадження стандартів обслуговування та процедур, які детально описують порядок дій персоналу готелю на кожному етапі взаємодії з гостем. Це може включати стандартизовані процедури прийому та реєстрації гостей, систему контролю якості прибирання номерів та стандарти обслуговування в ресторанах і барах готелю. Важливо також розробити механізми збору та аналізу відгуків гостей, що дозволять оперативно виявляти проблеми та вживати заходів для їх вирішення.

Паралельно з цим слід провести аудит якості, що дозволить оцінити поточний рівень обслуговування та ідентифікувати можливі напрями для його поліпшення. Аудит може включати аналіз процесів обслуговування, перевірку відповідності стандартам, а також дослідження задоволеності гостей через опитування та відгуки.

Крім того, необхідно створити систему навчання та підвищення кваліфікації персоналу з питань якості обслуговування. Це може включати проведення тренінгів, семінарів та майстер-класів з комунікаційних навичок,

клієнтоорієнтованості та інших аспектів обслуговування. Важливо, щоб ці навчальні заходи були регулярними і адаптованими до потреб персоналу.

Ще одним важливим елементом системи управління якістю є впровадження механізмів внутрішнього контролю та постійного вдосконалення. Це може включати регулярні перевірки дотримання стандартів обслуговування, аналіз ефективності роботи персоналу та впровадження корективних заходів для покращення результатів.

Загалом, впровадження системи управління якістю дозволить готелю «Україна» систематизувати та стандартизувати свою діяльність, підвищити рівень обслуговування та задоволення гостей, а також підвищити ефективність внутрішніх процесів. Це сприятиме покращенню репутації готелю та збільшенню конкурентоспроможності на ринку готельних послуг. Відповідність до вимог також була описана у працях Салімон О. М., Валінкевич Н. В.[54]

ВИСНОВКИ

Якість послуг є визначальним фактором успіху для будь-якого підприємства готельно-ресторанної сфери, адже саме вона формує задоволеність та лояльність клієнтів. У теоретичній частині роботи було розглянуто поняття та особливості послуг галузі гостинності, основні підходи до визначення якості послуг готельно-ресторанних підприємств, а також критерії та методики оцінки їх якості.

Дослідження якості надання послуг у готелі «Україна» показало, що незважаючи на свій високий рівень обслуговування та репутацію, цей заклад стикається з низкою викликів та можливостей для вдосконалення. Детальний аналіз організаційно-економічної діяльності готелю, визначення якості наданих послуг та оцінка його конкурентної позиції на ринку дозволили виявити слабкі сторони та резерви для покращення.

На основі проведеного дослідження було розроблено комплексний план заходів, спрямованих на підвищення якості послуг готелю «Україна». Цей план включає кілька ключових напрямків: модернізацію матеріально-технічної бази та інфраструктури, підвищення якості обслуговування, активізацію маркетингової діяльності, розширення спектру додаткових послуг, оптимізацію бізнес-процесів, впровадження інноваційних технологій та вдосконалення системи управління якістю.

Реалізація запропонованих заходів вимагатиме значних інвестицій, ретельного планування та впровадження інноваційних рішень. Однак, лише об'єднавши ці напрямки вдосконалення, готель «Україна» зможе забезпечити стійкий розвиток, підвищити свою конкурентоспроможність на ринку готельних послуг та досягти максимального задоволення навіть найвибагливіших клієнтів у довгостроковій перспективі.

Модернізація матеріально-технічної бази та інфраструктури дозволить створити атмосферу комфорту та затишку для гостей, підкреслити високий статус готелю та забезпечити більш ефективне використання ресурсів.

Підвищення якості обслуговування за рахунок розробки та впровадження нових стандартів, навчання персоналу та системи мотивації сприятиме зростанню задоволеності та лояльності клієнтів.

Активізація маркетингової діяльності, ребрендинг та просування в онлайн-просторі допоможуть підвищити впізнаваність бренду, залучити нових клієнтів та сформувати позитивний імідж готелю. Розширення спектру додаткових послуг (спа-центр, фітнес-центр, екскурсії, дитячі клуби) забезпечить максимальне задоволення потреб різних категорій гостей.

Оптимізація бізнес-процесів, впровадження автоматизованих систем та спеціалізованого програмного забезпечення скоротить час очікування для гостей та підвищить загальну ефективність роботи готелю. Інтеграція інноваційних технологій, таких як мобільні додатки, безконтактне обслуговування та цифрові платежі, відповідатиме очікуванням сучасних клієнтів і допоможе оптимізувати витрати.

Нарешті, впровадження системи управління якістю відповідно до міжнародних стандартів, регулярні внутрішні аудити та моніторинг відгуків гостей забезпечать постійний контроль та вдосконалення процесів надання послуг у готелі «Україна» .

Таким чином, реалізація запропонованих заходів дозволить готелю «Україна» вивести якість своїх послуг на якісно новий рівень, підвищити конкурентоспроможність на ринку та максимально задовольнити потреби навіть найвибагливіших клієнтів, забезпечуючи стійкий розвиток закладу в довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/14_2017_ukr/29.pdf
2. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Україна_\(готель,_Київ\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Україна_(готель,_Київ))
3. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/rooms/standart/>
4. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/rooms/lyuks/>
5. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/rooms/biznes-lyuks/>
6. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/rooms/predstavnickij-lyuks/>
7. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/restaurants/banketnij-zal-elit/>
8. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/restaurants/banketnij-zal-mariyinskij/>
9. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/restaurants/banketnij-zal-sofiyivskij/>
10. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/restaurants/banketnij-zal-launzh-hol/>
11. <https://ukraine-hotel.s3.amazonaws.com/pdfmenufile/cf072e30e0e34417aac0791fc97d02f9.pdf>
12. <https://ukraine-hotel.s3.amazonaws.com/pdfmenufile/cf072e30e0e34417aac0791fc97d02f9.pdf>
13. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/services/>
14. https://ukraine-hotel.kiev.ua/conference_halls/konferenc-zala-asambleya/
15. https://ukraine-hotel.kiev.ua/conference_halls/konferenc-zala-kolegiya/
16. https://ukraine-hotel.kiev.ua/conference_halls/zala-mariyinska/
17. https://ukraine-hotel.kiev.ua/conference_halls/zala-dlya-peregovoriv-forum/
18. https://ukraine-hotel.kiev.ua/conference_halls/konferenc-zala-ukraina/
19. https://ukraine-hotel.kiev.ua/conference_halls/kimnata-peregovoriv/
20. https://ukraine-hotel.kiev.ua/conference_halls/zala-elit/
21. https://ukraine-hotel.kiev.ua/conference_halls/launzh-hol/
22. https://ukraine-hotel.kiev.ua/conference_halls/zali-ukrityya/
23. https://clarity-project.info/edr/22926100/finances?current_year=2023
24. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/rooms/standart/>

25. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/rooms/standart-maydan-view/>
26. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/rooms/standart-simejniy/>
27. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/rooms/predstavnickij-lyuks/>
28. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/rooms/biznes-lyuks/>
29. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/rooms/lyuks/>
30. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/rooms/dupleks/>
31. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/rooms/ekonom/>
32. <https://ukraine-hotel.kiev.ua/services/>
33. https://www.google.com/travel/search?q=готель%20україна&g2lb=4814050%2C4874190%2C4893075%2C4965990%2C72277293%2C72302247%2C72317059%2C72406588%2C72414906%2C72421566%2C72462234%2C72470899%2C72471280%2C72472051%2C72473841%2C72481458%2C72485658%2C72486593%2C72494250%2C72513513%2C72536387%2C72538597%2C72549171%2C72570850%2C72582855%2C72586335%2C72597756%2C72597926%2C72602734%2C72606237%2C72616120%2C72618893%2C72619172%2C72619383%2C72620306%2C72629584&hl=ru-UA&gl=ua&cs=1&sssta=1&ts=CAESCAoCCAMKAaggDGh4SHBIUCgcI6A8QBhgSEgcI6A8QBhgTGAEyBAgAEAAqBwoFOgNVQUg&q=CAEyE0Nnb0kzTEdCOGR5RG45VnhFQUU4CkIJCdxYIM4dfKpxQgkJ5eZe29oh_JICCQIMUMYvUzVIJFppMmeqAWQQASofIhvQs9C-0YLQtdC70Ywg0YYPQutGA0LDR19C90LAoIjIeEAEiGoCbFI-zqQinmmZFDj8sKba1UEewfzdQ80TFMh8QAIb0LPQvtGC0LXQu9GMINGD0LrRgNCw0ZfQvdCw&ap=MABoAboBB3Jldmld3M&ictx=111&ved=0CAAQ5JsGahcKEwiQkMb99MuGAXUAAAAAHQAAAAAQMQ
34. https://www.booking.com/hotel/ua/ukraine.uk.html?label=gen173nr-1BCAso6QFCB3VrcmFpbmVSAhVhWARo6QGIAQGYASG4ARfIARXYAQHoAQGIAgGoAgO4AoOGkbMGwAIB0gIkNzZhMGQzMWEtMGM5My00NjBmLWE0YTktMWEyODJhMGI1OTZj2AIF4AIB&sid=7aa467b4e3e8736c15047e7a5b6965f0&dist=0&keep_landing=1&sb_price_type=total&type=total&lang=uk&soz=1&lang_changed=1

35. <https://ukraina-kiev-hotel.hotelmix.com.ua>
36. https://www.google.com/travel/search?ts=CAESCAoCCAMKAggDGhwSGhIUCgcI6A8QBhgSEgcI6A8QBhgTGAEyAhAAKgcKBTtoDVUFI&qs=CAEY E0Nnb0kzTEdCOGR5RG45VnhFQUU4CkIJCdxYIM4dfKpxQgkJ5eZe29oh_JICC QIMUMYvUzVIjEIJCbWEu96IGXk9WooBMocBqgGDARABKi4iKtCz0L7RgtC10LvRjCDRg9C60YDQsNGX0L3QsCDQstGW0LTQs9GD0LrQuCgiMh8QASib4YuNBmQ317fJz5D4FpunMyTaMR8pGvbKsul8Mi4QAIq0LPQvtGC0LXQu9GMINGD0LrRgNCw0ZfQvdCwINCy0ZbQtNCz0YPQutC4&utm_campaign=sharing&utm_medium=link_btn&utm_source=htls
37. <https://www.instagram.com/marmazka/>
38. <https://www.tiktok.com/@marmazka>

Література

39. Котлер Ф., Лю Й. (Метт), Сетиаван І., Чжанг Д. Marketing 6.0: The Future is Immersive. John Wiley & Sons, 2023. 208 с.
40. Кондрашов О.М., Жовнірчик Я.Ф. Напрями стандартизації послуг у готельно-ресторанному бізнесі // Економіка та держава. - 2021. - № 2. - С. 50-54.
41. Писаревський І. М., Сегеда І. В. Сучасні методи управління якістю туристичних та готельних послуг // Науковий вісник будівництва. - 2018. - Т. 91, № 1. - С. 138-144.
42. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту : підручник. - 2-ге вид., переробл. і доповн. - К. : Кондор, 2019. - 408 с.
43. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. - 3-тє вид. - К. : Центр учб. л-ри, 2017. - 342 с
44. Телетов О.С., Агафонова А.А. Зарубіжний досвід як стимул до розвитку вітчизняного готельного бізнесу // Вісник Сумського державного університету. Серія: Економіка. - 2017. - № 4. - С. 109-115.
45. Байлик С.І., Писаревський І.М. Організація готельного господарства : підручник. - Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. - 329 с.

46. Кравченко Л.І., Гладкий О.О. Економіко-правові засади управління якістю готельних послуг // Інтелект XXI. - 2020. - № 6. - С. 34-37.
47. Бедрадіна Г.К., Герасименко В.Г. Методика сервіс-аудиту якості обслуговування на туристичному підприємстві. Економіка та суспільство. 2018. №19. С.55-60.
48. Полотай Б.Я. Оцінка якості надання послуг як інструмент управління готельним підприємством. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2015. № 819. С. 133-139.
49. Денисенко М. П., Терещенко Н. М. Формування системи управління якістю послуг у сфері готельного господарства. Наукові праці МАУП. 2017. №1(42). С. 133-138.
50. Капліна А.С. Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2016. № 2(74). С. 70-76.
51. Білецька І.М. Управління якістю послуг у сучасних умовах господарювання. Економіка і регіон. 2015. № 1. С. 58-62.
52. Баран Р.Я., Романчукевич М.Й. Оцінка ефективності системи управління якістю готельних послуг. Ефективна економіка. 2020. № 2. С 31.
53. Безхлібна А. П., Жарик В. В. Якість готельних послуг як базис сталого розвитку та конкурентоздатності підприємств гостинності. Економіка та суспільство. 2021. №31. С 41-52.
54. Салімон О. М., Валінкевич Н. В. Відповідність вимогам міжнародних стандартів якості підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Економіка та держава. 2021. №11. С. 69-73.
55. Цвілий С. М., Бублей Г. А. Діджиталізація бізнес-процесів компаній з надання послуг тимчасового розміщування як інструмент підвищення їх якості. Електронний науковий журнал "Приазовський економічний вісник". 2019. Вип. 5(16). С. 234-240.

56. Шамара І.М. Тенденції розвитку ресторанного господарства як складової туристичної галузі України. Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія "Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм". 2020. Вип. 9. С. 202-210.
57. Бугера С.І. Система НАССР: практичні рекомендації: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 120 с.
58. Траченко Л.А. Системи управління якістю підприємств сфери інжинірингу: монографія. Одеса: ОНЕУ, 2019. 378 с.