

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

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

“СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ
СПОЖИВАЧІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ПІДПРИЄМСТВІ”

Київ-2024

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

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

«_____» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

“СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ
СПОЖИВАЧІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ПІДПРИЄМСТВІ”

Студент-виконавець:



Панченко О.Є.

IV курс, група ГРС-20д
(курс, група)

Науковий керівник



Зеленко О.О.

Київ-2024

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

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

«_10_» _жовтня_ 2023 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

_____Панченко Ольга Євгенівна_____

(прізвище, ім'я, по батькові)

Група ГРС-20д

1. Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: “Стратегія підвищення культури та якості обслуговування споживачів у готельно-ресторанному підприємстві”

затверджена наказом по університету № 32/14.01 від 26.04.2024

2. Термін подання здобувачем вищої освіти завершеної роботи 1.06.2024

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

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис. Дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Зеленко О. О.	01.11.2023 <i>ЗЗ</i>	26.12.2023 <i>ЗЗ</i>
2	Зеленко О. О.	27.12.2023 <i>ЗЗ</i>	28.02.2024 <i>ЗЗ</i>
3	Зеленко О. О.	29.02.2024 <i>ЗЗ</i>	29.04.2024 <i>ЗЗ</i>

4. Зміст кваліфікаційної роботи бакалавра, перелік питань, що їх належить розробити

1) Теоретичні засади формування стратегії розвитку культури та якості

обслуговування споживачів у готельно-ресторанному підприємстві.

2) Аналіз стратегії культури та якості обслуговування споживачі готельно-ресторанного підприємства (на прикладі ТОВ «Камелот»)


3) Перспективи удосконалення стратегії підвищення культури та якості обслуговування в (на прикладі ТОВ «Камелот»).

5. Календарний план виконання роботи:

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Термін виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Робота з літературою	01.11.2023	01.11.2023
2	Підготовка розділу 1	26.12.2023	26.12.2023
3	Підготовка розділу 2	28.02.2024	28.02.2024
4	Підготовка розділу 3	29.04.2024	29.04.2024
5	Оформлення роботи	31.05.2024	31.05.2024
6	Підготовка доповіді та презентації	15.06.2024	15.06.2024
7	Захист	21.06.2024	21.06.2024

6. Дата видачі завдання «_10_» _жовтня_____ 2023 р.

Керівник роботи  Зеленко О.

Завдання прийняв до виконання
здобувач вищої освіти  Панченко О.
(підпис студента)

АНОТАЦІЯ

Панченко О. Є. Стратегія підвищення культури та якості обслуговування споживачів у готельно-ресторанному підприємстві – Рукопис.

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

У роботі висвітлено теоретичні засади формування стратегії розвитку культури та якості обслуговування споживачів у готельно-ресторанному підприємстві. Проведено аналіз стратегії культури та якості обслуговування споживачі готельно-ресторанного підприємства (на прикладі ТОВ «Камелот»). Визначено перспективи удосконалення стратегії підвищення культури та якості обслуговування у готельно-ресторанному підприємстві (на прикладі ТОВ «Камелот»).

Ключові слова: модель обслуговування, процес обслуговування, види послуг, інноваційні послуги, гірськолижні готелі, управління персоналом готелю.

ANNOTATION

Panchenko O. The strategy of improving the culture and quality of customer service in the hotel and restaurant enterprise - Manuscript.

Bachelor's qualification work on specialty 241 "Hotel and restaurant business". - Volodymyr Dahl East Ukrainian National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine. - Kyiv, 2024.

The paper highlights the theoretical principles of forming a strategy for the development of culture and quality of customer service in a hotel and restaurant enterprise. An analysis of the strategy of culture and quality of service to consumers of a hotel and restaurant enterprise was carried out (on the example of "Camelot" LLC). The prospects for improving the strategy of improving the culture and quality of service in the hotel and restaurant enterprise were determined (on the example of Camelot LLC).

Keywords: service culture, service quality, hotel and restaurant enterprise, strategy, development.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	11
1.1. Поняття культури обслуговування клієнтів готельно-ресторанного підприємства.....	11
1.2. Критерії якості обслуговування споживачів послуг готельно-ресторанного підприємства	18
1.3. Значення стратегії для надання якісних послуг споживачам готельно-ресторанного підприємства.....	23
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «КАМЕЛОТ»	31
2.1. Загальна характеристика готельно-ресторанного комплексу «КАМЕЛОТ».....	31
2.2. Аналіз стратегії надання послуг готельно-ресторанному комплексу «КАМЕЛОТ».....	39
2.3. Стратегічні проблеми якості та культури обслуговування споживачів в стратегії ТОВ «КАМЕЛОТ»	49
Висновки до розділу 2.....	55
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КУЛЬТУРИ І ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «КАМЕЛОТ»)	56
3.1 Новітні підходи щодо стратегічного планування процесу обслуговування клієнтів готельно-ресторанного підприємства.....	56
3.2. Шляхи підвищення культури та якості обслуговування на готельно-ресторанних підприємствах.....	62
3.3. Рекомендації щодо розробки стратегії підвищення культури та якості обслуговування споживачів «КАМЕЛОТ»	68
Висновки до розділу 3.....	74
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79

ВСТУП

Актуальність теми. Готельно-ресторанний бізнес є невід'ємною складовою індустрії послуг. Попри зростаюче значення цієї галузі в економіці України, її розвиток супроводжується численними викликами. У XXI столітті готельно-ресторанний бізнес поступово перетворюється на прибуткову та популярну галузь, яка займає провідні позиції серед основних напрямків соціально-економічного розвитку країни.

Світовий досвід свідчить про важливість розвитку готельно-ресторанного бізнесу через впровадження сучасних систем обслуговування, які гарантують високий рівень сервісу для клієнтів. Беручи до уваги значущість цієї галузі для економічного зростання країни, актуальність дослідження полягає в пошуку нових методів і підходів до організації цього виду бізнесу. Готельні послуги займають важливе місце в нашому житті, відрізняючись своєю специфікою, яка поєднує економічні, соціальні, виховні та естетичні аспекти. Це призводить до появи численних готельних підприємств.

Готельний бізнес приваблює українських підприємців невеликими початковими інвестиціями, швидкою окупністю, стабільним попитом на послуги та високою рентабельністю витрат. У контексті ринкової економіки, питання якості готельних послуг стає надзвичайно актуальним, оскільки готелі, які ігнорують цю складову, ризикують збанкрутувати. Інвестиції в модернізацію готелів виправдані лише тоді, коли вони сприяють наданню якісних послуг, які користуються попитом серед споживачів.

Для збереження конкурентних позицій на ринку необхідно постійно шукати нові способи покращення фінансово-економічного стану підприємства. Це включає в себе вдосконалення процесів обслуговування клієнтів готелів і надання послуг, що дозволить успішно існувати на ринку готельних послуг та підвищувати прибутковість. Якість обслуговування є ключовим фактором ефективної діяльності готельних закладів, що допомагає

утримувати клієнтів. Забезпечення високого рівня обслуговування стає важливим елементом успішного функціонування готельного господарства.

Питання якості та формування системи управління якістю розглядали у своїх працях такі дослідники, як Ф. Котлер, Е. Лемінг, Дж. Джуран, І. Тушканова, С. Ільєнков, Ф. Тейлор, С. Скобкін, Дж. Уокер та інші. Серед українських науковців над цією темою працювали О. Момот, М. Бойко, Г. Бондаренко, І. Сидоренко, В. Дикань, М. Шаповалова, К. Коляда, Т. Сокол та інші. У їхніх роботах детально аналізуються поняття «якість», «якість послуг» та створення систем управління якістю. Втім, ці питання здебільшого розглядаються в загальному контексті, без акценту на специфічні умови функціонування готельних підприємств, які є важливою складовою туристичної індустрії.

Метою роботи є дослідження та вдосконалення стратегії підвищення культури та якості обслуговування споживачів готельно-ресторанного підприємства.

Згідно мети, були виконані наступні **завдання**:

- визначено поняття культури обслуговування клієнтів готельно-ресторанного підприємства;
- розглянуто критерії якості обслуговування споживачів послуг готельно-ресторанного підприємства;
- досліджено значення стратегії для надання якісних послуг споживачам готельно-ресторанного підприємства;
- проаналізовано поточну господарську діяльність та стратегію надання готельно-ресторанних послуг на досліджуваному підприємстві (ТОВ «Камелот»);
- визначено проблеми якості та культури обслуговування споживачів в стратегії досліджуваного підприємства;
- розглянуто новітні підходи щодо стратегічного планування процесу обслуговування клієнтів готельно-ресторанного підприємства;

- надано рекомендації щодо покращення стратегії культури та якості обслуговування споживачів на підприємстві, що досліджувалося.

Об'єктом дослідження є стратегія надання послуг в готельно-ресторанному підприємстві.

Предмет дослідження: теоретичні інструменти та практичні підходи до формування культури і якості обслуговування споживачів в готельно-ресторанних підприємствах.

Теоретичну та методичну основу дослідження склали положення, викладені в роботах як вітчизняних, так і зарубіжних авторів, які вивчали дану проблему. Крім того, використовувалися нормативні документи, що регулюють питання економічного розвитку готельно-ресторанних підприємств, та програми їхнього розвитку.

У процесі роботи були застосовані різні наукові **методи** та підходи, включаючи наукову абстракцію, економічний аналіз, порівняння та аналогію. Важливою методологічною основою також було врахування єдності об'єктивних та суб'єктивних чинників у розвитку економічних процесів.

Структура роботи: кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділі та висновків. Загальний обсяг: 83 сторінки. Список літератури: 53 джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Поняття культури обслуговування клієнтів готельно-ресторанного підприємства

Галузь гостинності - це галузь підприємництва, яка охоплює широкий спектр послуг, заснованих на принципах гостинності.

Готельний бізнес займає ключове місце в цій галузі, оскільки він включає в себе різноманітні аспекти, такі як розміщення, харчування, розваги та інші сфери, пов'язані з ним.

Одним із головних аспектів готельного бізнесу є високий рівень сервісу. Система сервісу в готельній справі визначається низкою заходів, спрямованих на задоволення потреб гостей у комфорті та задоволенні їх різноманітних потреб. Це включає в себе не лише побутові, але й господарські та культурні потреби гостей, що підкреслюється професійним обслуговуванням.

Розміщення та харчування є основними послугами, які пропонують готелі. Вони становлять основну частину доходів для більшості готелів і відповідальні за значну частину робочої сили готельного підприємства.

Щодо підвищення якості та конкурентоспроможності готельних послуг на сучасному ринку, важливо забезпечити гостям широкий спектр додаткових послуг та обслуговування. Це вимагає не лише зручностей у номерах та харчування в ресторанах та барах, але й доступ до різноманітних сервісів, які задовольняють різні потреби гостей.

Сучасні готелі пропонують багато різноманітних послуг, включаючи прання, послуги перукарні, сауни, басейни, фітнес-клуби, бізнес-центри, конференц-зали, бібліотеки, кіоски з пресою, обмін валюти, а також можливості користуватися телефоном та відеообладнанням. Крім того, різноманітність цих послуг постійно розширюється відповідно до попиту

гостей, і персонал готелів постійно шукає нові способи задоволення потреб клієнтів.

Асортимент додаткових послуг, які надаються готелями, частково залежить від їх категорії. Готелі різного рівня можуть пропонувати різний спектр послуг. Наприклад, найнижчі категорії готелів можуть обмежитися лише базовими послугами, такими як прасування, виклик таксі та зберігання багажу.

Готелі та їх партнери можуть пропонувати широкий спектр додаткових послуг для гостей з метою забезпечення максимального комфорту під час перебування. Ці послуги можуть бути як платними, так і безкоштовними, в залежності від політики та класу готелю.

Деякі готелі мають власні ресурси для надання всіх необхідних послуг, тоді як інші укладають угоди з різними підприємствами для надання певних сервісів. Наприклад, готелі можуть співпрацювати з різними компаніями, такими як побутові, транспортні, фінансові та роздрібні установи, для забезпечення різноманітних потреб гостей.

До безкоштовних послуг можуть входити послуги, такі як зберігання багажу, доставка кореспонденції до номера, виклик швидкої допомоги, доставка медикаментів тощо. Зазвичай, чим вищий клас готелю, тим більше безкоштовних послуг доступно для гостей, що підвищує загальний рівень комфорту та задоволення під час перебування.

Культура обслуговування - це вмiле задоволення потреб клієнтів та співробітників, це також стиль керівництва. Створення ефективної культури обслуговування полягає в установленні стандартів обслуговування, навчанні персоналу та постійному контролі за їхнім виконанням. Успішні готелі приділяють увагу як гостям, так і своїм співробітникам. Тому основні рекомендації для готелів включають:

1. Постійне навчання та розвиток персоналу.
2. Дотримання санітарних та інших стандартів обслуговування.
3. Контроль за роботою всіх служб готелю.

4. Швидка реакція на потреби та проблеми клієнтів.
5. Продовження розвитку та підтримка українського сервісу на міжнародному ринку готельних послуг.

Однією з актуальних проблем є впровадження маркетингових технологій у управління туристичним комплексом.

У нашій країні проблема якісного та професійного обслуговування у сфері гостинності завжди була дуже актуальною. Клієнти очікують від персоналу не лише високоякісного обслуговування за допомогою матеріально-технічних та інформаційних засобів, але й готовності виконати їхні потреби з внутрішньою відданістю.

Однак, проблема часто полягає у тому, що фахівці не завжди розуміють специфіку роботи в сфері обслуговування. Зустрічаються як молодий недосвідчений персонал, так і фахівці, які мають досвід, але отримали його за часів минулого режиму. Переорієнтуватися на нові стандарти для таких фахівців може бути викликом.

Фахівці у галузі гостинності повинні розуміти, що гостинність - це не лише якість обслуговування, але й результат професіоналізму, досвіду, навчання та внутрішньої культури. Поведінка персоналу та його рівень компетентності мають великий вплив на загальний враження від роботи готелю або ресторану.

Саме поняття "культура" має свої корені в латинському слові "Culture" - "обробляти", що об'єднує в собі різні аспекти людської життєдіяльності, такі як наука, освіта, мистецтво, моральні цінності та світогляд. Вона відображає рівень розвитку суспільства та індивіда.

На сучасному етапі історії культури, особливо активно відбуваються процеси індустріалізації. Ці процеси, хоч і відомі з давніх часів, сьогодні набули особливого прискорення. Вони вносять зміни у старі звичаї, модифікують способи життя та формують культурне оточення. Індустріалізація сприяє швидкому поширенню інформації через масові медіа,

такі як телебачення, преса та Інтернет, що сприяє формуванню нових культурних трендів.

Сучасна культура, у свою чергу, є результатом синтезу різних мікрокультур, які відображають різноманіття суспільства та його цінностей. В умовах швидкого розвитку технологій, змін клімату та загрози екологічної кризи, культурне співробітництво стає ключовим фактором для забезпечення виживання людства.

Усі народи мають свій власний фольклор та культурну спадщину, що сформувалася протягом багатьох поколінь. Це надзвичайно важливо враховувати при організації обслуговування в готельному господарстві.

Хоча поняття "культура обслуговування" має трохи інший зміст, воно нерозривно пов'язане зі значенням "культура" в традиційному розумінні.

Існують різні підходи до визначення поняття "культура обслуговування":

1. Культура обслуговування - це концепція, яка охоплює рівень фізичного та психологічного комфорту.
2. Культура обслуговування - це система цінностей і переконань, що визначається підприємством готельного господарства і спрямована на надання споживачам якісних послуг на основі певних правил і процедур.
3. Культура обслуговування - це організаційна культура, спрямована на забезпечення комфорту клієнтів та визначена політикою підприємства, системою заохочень та практичними навичками персоналу.

Таким чином, формування культури обслуговування в готельно-ресторанному комплексі передбачає, що персонал повинен забезпечувати комфорт відвідувачів та надавати якісні послуги у всіх аспектах їх перебування.

У комплексне поняття "культура обслуговування" включає наступні складові:

- Забезпечення безпеки клієнтів та дотримання екологічних стандартів під час надання послуг.

- Створення естетичного зовнішнього та внутрішнього середовища для забезпечення комфорту клієнтів.
- Наявність необхідного обладнання та інвентарю для обслуговування.
- Розуміння психологічних аспектів взаємодії з клієнтами та процесу обслуговування.
- Дотримання етичних норм у взаємодії з клієнтами.
- Знання та дотримання правил обслуговування та черговості обслуговування.
- Знання особливостей подачі страв і напоїв та вміння їх правильно сервірувати.
- Володіння навичками сервірування столу.

Культура обслуговування спрямована на надання якісного сервісу та задоволення потреб гостей. Тому організаційна культура є важливим аспектом культури обслуговування.

Термін "організаційна культура" часто зустрічається поряд з поняттям "корпоративна культура". Деякі автори вважають їх синонімами, тоді як інші відмежовують їх одне від одного. Однак у контексті готельно-ресторанного бізнесу їх слід розрізняти.

Оглянувши наведені аргументи, очевидно, що традиційна організаційна культура має значну стійкість і часто неспроможна швидко адаптуватися до змін, що може ускладнити впровадження інновацій в підприємство. Ситуація ще загострюється, якщо співробітники виявляють велику лояльність до керівництва, що може сповільнити процеси змін у підприємстві. Тому сучасні підприємства повинні розвивати студійну організаційну культуру, спрямовану на постійне навчання та удосконалення, що стане стабілізуючою силою для засвоєних знань, умінь та навичок.

Студійна культура базується на стійких цінностях, уявленнях та ментальних моделях, які спрямовують підприємство на інтелектуальний розвиток та визначають оптимальне співвідношення між створенням і передачею знань у середовищі організації. Крім того, інтеграція працівників у

життя підприємства, мобілізація творчості, самодіяльності та використання неекономічних мотивів і стимулів є необхідними умовами ефективного управління та трудових процесів.

Ці аргументи є також важливими при формуванні культури у сучасних готельно-ресторанних підприємствах. Належно сформована організаційна культура готельно-ресторанного підприємства стає потужним інструментом стратегічного управління, дозволяючи координувати всі структурні підрозділи та членів команд для досягнення відповідних цілей. Така культура також забезпечує оптимальну організацію та сприяє раціональним та безконфліктним умовам праці, сприяє виявленню та мотивації перспективних співробітників, а також сприяє ефективному розподілу функцій та відповідальності.

Організаційна культура є складною системою, що складається з різних компонентів:

1. Ціннісно-нормативний компонент: Цей аспект охоплює основні цінності, корпоративні традиції, правила та характер взаємовідносин.
2. Організаційний компонент: Включає як формальні, так і неформальні структури, систему влади та лідерства, а також норми і правила внутрішньої взаємодії та існуючі традиції.
3. Комунікаційна структура: Визначає способи та канали комунікації між співробітниками та керівництвом.
4. Соціально-психологічна структура: Охоплює взаємні симпатії, вибори, переваги та систему ролей у колективі.
5. Ігрова (міфологічна) структура: Включає корпоративні перекази, міфи та системи заохочення.
6. Структура ідентифікації: Охоплює імідж організації, рекламні атрибути та сприйняття з боку інших компаній.

Організаційна культура охоплює широкий спектр уявлень, переконань та мотивів, які формуються у свідомості співробітників готельно-ресторанного комплексу. Формування культури обслуговування також залежить від рівня

корпоративної культури у підприємстві, що є ключовим фактором в успішному розвитку готельної справи.

Корпоративна культура визначається сукупністю норм поведінки та цінностей, які є загальними для всіх працівників підприємства. Формування цієї культури ґрунтується на кількох джерелах:

1. Особисті цінності: Система особистих цінностей та різноманітні підходи до їх втілення відіграють важливу роль у формуванні корпоративної культури.
2. Організаційна діяльність: Методи, форми та структура організації діяльності віддзеркалюють певні цінності, включаючи особисті переконання та пріоритети керівників підприємства.
3. Модель поведінки: Уявлення про ідеальну модель поведінки співробітників відображають систему внутрішніх цінностей організації.

Корпоративна культура тісно пов'язана з культурою обслуговування в готельно-ресторанному бізнесі та активно формує її. Оцінка проблем, рівня та якості корпоративної культури сприятиме вдосконаленню культури обслуговування в підприємстві.

Культура обслуговування у готельно-ресторанному секторі спрямована на надання комфортних та якісних послуг. Тому нарізність поняття "культура обслуговування" зачіпає якість обслуговування та якість послуг.

При розгляді готельно-ресторанних послуг у полікультурному середовищі, де гості представлені різноманітним національностям, культур і переконань, важливо зосередитися на тих аспектах, які мають найбільше значення для кожної культури. Це дозволяє готелям створити комфортні умови для гостей при отриманні послуг, що в свою чергу сприяє підвищенню рівня задоволення та лояльності клієнтів. Готельно-ресторанні комплекси повинні адаптувати свої послуги до особливостей кожної культури, а також розробляти рекомендаційні матеріали та навчальні посібники для свого персоналу, щоб збільшити їх розуміння культурних відмінностей. Професійний персонал

готелю повинен надавати індивідуальний підхід до кожного гостя, враховуючи його культурні особливості та очікування.

Необхідно приділяти багато уваги кращому розумінню того, як культурні особливості впливають на процес оцінювання задоволеності клієнтів щодо якості обслуговування. Очевидно, що культурні та соціальні чинники впливають на очікування гостя та сприйняття ним обслуговування. У готельній індустрії важливо ретельно вивчати потреби та очікування гостей. Тому готелі повинні постійно вдосконалювати свою культуру та якість обслуговування, щоб забезпечити задоволення і комфорт своїм клієнтам, враховуючи їхні індивідуальні потреби та очікування.

1.2. Критерії якості обслуговування споживачів послуг готельно-ресторанного підприємства

Проблема контролю якості обслуговування сьогодні є надзвичайно актуальною. Важливо, щоб кожен співробітник вмів забезпечити високу якість послуг, оскільки вона повинна відповідати очікуванням клієнтів, які формуються на основі їхнього досвіду.

Ефективність обслуговування значною мірою залежить від того, наскільки відповідні стандарти життя гостя. Ці стандарти відображають його уявлення про комфортне проживання, якість харчування, взаємодію з персоналом та інше. Життєвий досвід гостя та його попередні відвідини готелю впливають на його установку та очікування.

Важливо, щоб гість постійно відчував свою важливість та увагу персоналу. Підтримка позитивного настрою гостя і задоволення його потреб - це ефективний спосіб стимулювання його до повторного відвідування готелю. Такий підхід допомагає зберегти лояльність клієнтів та позитивне сприйняття готелю в цілому.

Поряд з усім цим, необхідно пам'ятати про такий важливий аспект, як індивідуальні потреби гостя, які формуються в залежності від конкретної ситуації. Наприклад, для гостя, який перебуває у готелі у справах бізнесу, не буде актуальною інформація про культурні пам'ятки міста. Його більше цікавитиме розташування конференц-залів та наявність бізнес-центрів у місті. Тому персонал повинен бути готовим відповісти на запитання, які виникають у гостя залежно від його потреб.

Важливо своєчасно задовольняти запити і очікування клієнтів на відповідному рівні, враховуючи їхні індивідуальні потреби та ситуацію.

Необхідно також розуміти, що впливає на процес оцінювання клієнтами якості обслуговування та культурну атмосферу. Культурний стиль та рівень гостя суттєво впливають на його очікування та сприйняття обслуговування. У готельній галузі важливо розуміти потреби та очікування гостя, адже це дозволяє постійно вдосконалювати культуру та якість обслуговування, забезпечуючи їхнє задоволення та лояльність.

Поняття "якість" має різні інтерпретації залежно від сфери застосування. У філософії якість аналізується через взаємодію між суб'єктами та об'єктами. Соціальні науки вивчають її значення для суспільства. У технічних науках фокус робиться на фізичних і технологічних властивостях. У праві якість визначається в контексті законодавства та нормативних актів. У нашому дослідженні ми зосереджуємося на якості обслуговування як економічній категорії, яка є важливою як для постачальника послуг, так і для споживача, з точки зору сприйняття.

Якість обслуговування визначається як сукупність властивостей і корисності послуг, що відповідають очікуванням або встановленим стандартам. Ці стандарти, їх форма і зміст, визначають рівень обслуговування у готельно-ресторанному комплексі. Критерієм оцінки якості є ступінь задоволеності клієнта, тобто відповідність між його очікуваннями та фактичним результатом. Одним із важливих показників задоволеності є бажання клієнта повернутися та рекомендувати готель іншим. Отже, якість

обслуговування потрібно розглядати як постійний процес вдосконалення, враховуючи зворотний зв'язок і побажання всіх зацікавлених сторін.

Формування якості обслуговування в готельно-ресторанному бізнесі залежить від численних зовнішніх і внутрішніх факторів. Зовнішні фактори включають державну політику в туристичній галузі, структуру готельного господарства, науково-технічний прогрес у сфері обслуговування та територіальне розташування підприємств. Внутрішні фактори охоплюють кадрову політику, персонал та комплексне матеріально-технічне оснащення комплексу.

Формування якості послуг на підприємствах готельно-ресторанної сфери має свої специфічні риси:

- Споживання готельно-ресторанних послуг часто відбувається одночасно з їх виробництвом.
- Оцінка якості послуг можлива лише під час їх надання, отримання та споживання.
- Готельно-ресторанні послуги не можуть бути збережені або накопичені.
- Працівники готельно-ресторанного підприємства безпосередньо контактують зі споживачами під час надання послуг.
- На відміну від товарного ринку, де товар доставляється до покупця, в готельно-ресторанному бізнесі споживачі приходять до місця надання послуг, адже готельні послуги не можна транспортувати.
- Попит на готельно-ресторанні послуги змінюється залежно від сезону, соціально-політичної ситуації та інших життєвих циклів. Для готельного бізнесу характерні добові, тижневі, місячні та річні коливання попиту.

Формування культури якості обслуговування базується на різноманітних філософіях менеджменту. Однією з найбільш перспективних концепцій є Total Quality Management (TQM), що в перекладі означає тотальне управління якістю. TQM представляє собою інноваційний підхід до керування будь-якою організацією. Ця система включає впровадження наступних принципів:

Запровадження нової філософії, яка орієнтується на безперервне вдосконалення та підвищення всіх аспектів діяльності, а також на покращення якості наданих послуг.

Проведення регулярного навчання персоналу для підвищення їх кваліфікації та знайомства зі стратегією компанії, стимулювання самовдосконалення.

Формування позитивного корпоративного іміджу, що сприяє відчуттю важливості кожного працівника та пишанню своєю роботою.

Здійснення економічно обґрунтованого фінансування технологій та процесів.

Запровадження принципів самоконтролю та усвідомлення особистої відповідальності за виконання обов'язків.

Відкритість до нововведень та інновацій.

Для гостя ключовою інформаційною складовою є власне сприйняття обслуговування. Враження, які формуються під час взаємодії з послугами, зіставляються з очікуваним емоційним ефектом. Також значущим є створення загального емоційного фону та настрою стосовно готельного закладу.

Враховуючи це, можна виділити ключові фактори, що значно впливають на враження гостей від готелю. Серед таких факторів експерти виділяють безпеку та матеріально-технічне забезпечення закладу. Щодо безпеки, важливими є відчуття спокою та захищеності, які формуються у гостей з перших хвилин перебування в готелі. Це відчуття залежить від зовнішнього середовища, яке готель пропонує своїм клієнтам. Присутність співробітників служби охорони, наявність закритої парковки для автомобілів, добре освітлені території перед готелем та навколо нього — всі ці елементи сприяють створенню відчуття захищеності та безпеки.

Також не менш важливою є матеріально-технічна база готелю. Відчуття, що всі необхідні речі для комфортного перебування в готелі є на місці, сприяє позитивному настрою гостей. Чистий та затишний номер, наявність рушників та засобів гігієни, смачний сніданок, присутність телевізора в номері, а також

різноманітні додаткові зручності — усе це впливає на загальне враження про комфорт та зручність перебування в готелі.

Можна виділити низку критеріїв якості готельних послуг:

компетентність - виражається у тому, що персонал готелю або ресторану володіє необхідними знаннями і навичками та достатнім рівнем професіоналізму для надання тих чи інших послуг;

надійність - визначається стабільністю роботи закладу готельно-ресторанного господарства;

чуйність - персонал закладу прагне за можливості задовольнити всі побажання своїх клієнтів, надаючи нетипові послуги;

доступність - персонал повинен бути контактним і доступним, клієнт не повинен шукати працівника відповідної служби по всьому закладу;

розуміння - один із головних елементів гостинності, який заснований на розумінні всіх специфічних потреб клієнтів та їх подальшому задоволенні;

комунікація - персонал повинен бути максимально відкритим для клієнта і надавати доступ до необхідної йому інформації;

довіра - показник якості, що виражається у тому, що задоволений обслуговуванням клієнт уважатиме цей готель найкращим і в майбутньому пропонуватиме його послуги своїм близьким, друзям, знайомим, підвищуючи тим самим репутацію закладу;

безпека - основна властивість готельної або ресторанної послуги, що відбиває головну потребу будь-якого клієнта - потребу в моральній та фізичній безпеці;

ввічливість - персонал повинен бути ввічливим, доброзичливим, дружелюбним, уважним;

відчутність - клієнт повинен не тільки споживати, а й відчувати надані послуги, що досягається за рахунок оформлення приміщень і будівлі закладу, а також уніформи персоналу.

Не останню роль відіграє і обслуговуючий персонал. Щоб гість залишився задоволеним, співробітникам необхідно відповідати очікуванням

гостя. Це охоплює швидкість надання послуг, зовнішній вигляд персоналу та його професійні навички.

1.3. Значення стратегії для надання якісних послуг споживачам готельно-ресторанного підприємства

Стратегічне управління у готельному бізнесі визначається як критичний чинник для забезпечення якості та для успішної діяльності в цій галузі (рис. 1.1). Початковим етапом у стратегічному управлінні є чітка формулювання місії та візії готелю. Місія готелю орієнтується на створення унікальних та комфортних умов для клієнтів, надання якісних готельних послуг та гостинності, щоб забезпечити незабутній та приємний відпочинок. Основна візія готелю спрямована на становлення провідним місцевим закладом відпочинку та гостинності, де кожен гість відчує себе особливим та визнає готель як символ комфорту, що забезпечить незабутні враження.



Рис. 1.1. Значення стратегії для формування культури надання якісних послуг споживачам готельно-ресторанного підприємства

Визначення цільової аудиторії є ключовим етапом у розробці маркетингової стратегії. Для досягнення цього необхідно чітко окреслити

цільову аудиторію, враховуючи демографічні та поведінкові характеристики, такі як стать, вік, сімейний стан, рівень освіти, професія, доходи, а також тип діяльності (ділові конференції, курортні відпустки тощо).

Розробка маркетингової стратегії складається з кількох ключових елементів:

- Підсилення бренду: Включає створення логотипу, дизайну інтер'єру, унікального стилю обслуговування та активної взаємодії з клієнтами.
- Маркетингові ініціативи: Використання соціальних медіа, онлайн-реклами, партнерств з туристичними агентствами та інших методів для залучення цільової аудиторії.
- Персоналізація послуг: Надавання індивідуальних послуг, які відповідають уподобанням та потребам гостей.
- Аналіз ефективності: Постійне вдосконалення маркетингових підходів шляхом аналізу результативності рішень.
- SWOT-аналіз: Визначення сильних та слабких сторін, а також можливостей і загроз у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Успіх у готельному бізнесі досягається через збалансоване та ефективне поєднання стратегічного управління і надання високоякісних послуг. Системні підходи до стратегічного управління сприяють підвищенню конкурентоспроможності готелю, допомагаючи забезпечити його успіх у готельній індустрії.

Стратегічне управління в готельному бізнесі України є критично важливим для успішного функціонування, як і в будь-якій іншій країні. Воно охоплює планування та розвиток бізнесу, а також ефективне використання ресурсів для досягнення конкурентних переваг і задоволення потреб клієнтів. Основні аспекти стратегічного управління в готельному бізнесі включають:

- Визначення мети та цілей: Це може бути залучення більшої кількості клієнтів, підвищення прибутків, розширення мережі готелів або покращення рівня обслуговування.

- Аналіз оцінки: Вивчення зовнішнього середовища, що допомагає розробити стратегію з урахуванням усіх зовнішніх факторів.
- Формування стратегії: На основі аналізу оцінки розробляється конкретний план дій для досягнення поставлених цілей.
- Реалізація стратегії: Включає внутрішню організацію бізнесу, розробку маркетингових заходів, навчання персоналу та інвестування в покращення інфраструктури готелю.
- Контроль та оцінка: Постійний моніторинг результатів і виправлення помилок, а також коригування стратегії відповідно до змін.

Готельний бізнес в Україні активно застосовує маркетингові та інноваційні стратегії для залучення туристів і підвищення конкурентоспроможності. Наприклад, значні інвестиції спрямовуються на розробку веб-сайтів і мобільних додатків для зручного бронювання номерів. Готелі також активно співпрацюють з онлайн-платформами і впроваджують сучасні технології для оптимізації споживання енергії та води.

Підсумовуючи, можна зазначити, що стратегічне управління та обслуговування в готельному бізнесі України ґрунтуються на використанні глобальних і локальних трендів, врахуванні культурних особливостей та застосуванні сучасних технологій. Такий підхід дозволяє досягти успіху і забезпечити стабільний розвиток готелів.

Готельний бізнес демонструє високий рівень ефективності інвестицій, адже вкладення в цей сектор можуть забезпечити значний дохід у короткі терміни. Це сприяє вдосконаленню управлінських практик і впровадженню новітніх технологій для оптимізації роботи готельних підприємств та максимізації прибутку.

Розвиток готельної індустрії в Україні вимагає нових управлінських підходів, включаючи адаптацію до змін внутрішніх і зовнішніх факторів, залучення іноземних інвестицій, налагодження міжнародних відносин, а також застосування ефективних управлінських стратегій та передових технологій.

Такий підхід дозволить готельній індустрії досягти успіху і забезпечити стабільний розвиток у сучасному конкурентному середовищі.

У сучасній Україні готельний бізнес суттєво відстає за кількістю готелів порівняно з багатьма розвиненими країнами. Однією з причин є ускладнення досліджень у цій сфері через відсутність чітких визначень термінів щодо готелів у нормативних документах. Відповідно до законодавства "Про туризм", готельний бізнес в Україні є частиною туристичної індустрії.

В Україні існує значна потреба у розвитку готельної індустрії. Для підвищення конкурентоспроможності необхідно зосередити зусилля на розширенні готельної мережі, підвищенні якості послуг і розробці ефективних стратегій управління. Такі заходи сприятимуть привабливості країни як туристичного напрямку і залучатимуть іноземні інвестиції.

Крім того, необхідно узгодити термінологію у готельній галузі, щоб забезпечити єдність розуміння та сприяти належному регулюванню. Чітке визначення термінів сприятиме розвитку наукових досліджень і практичних рекомендацій у сфері готельного господарства.

Готель - це не лише місце для тимчасового проживання, а й складна організація, що надає широкий спектр послуг для комфортного перебування гостей. Готелі відіграють важливу роль у розвитку туризму, створюючи зручні умови для подорожей і перебування туристів.

Для подальшого розвитку готельної індустрії важливо забезпечити визначення та стандартизацію готельних послуг як на національному, так і на міжнародному рівні. Це уніфікує термінологію, встановить єдині стандарти якості та полегшить вибір варіантів для туристів. Такий підхід сприятиме підвищенню рівня готельних послуг, збільшенню привабливості країни для туристів та підтриманню сталого розвитку готельного сектору.

Готельний бізнес має значний вплив на економіку країни, як через надання власних послуг, так і через взаємодію з іншими галузями. Його значення полягає в тому, що він не лише створює можливості для подорожей і

тимчасового проживання, але й сприяє розвитку інших економічних секторів, таких як туризм, ресторанний бізнес, транспортна інфраструктура та інші.

Однією з унікальних характеристик готельного бізнесу є те, що готельна послуга невіддільна від матеріального продукту — готельного номера. Готельний бізнес не зводиться лише до надання місць для проживання, а виступає як комплексне підприємство, яке пропонує клієнтам широкий спектр послуг, що охоплюють фізичний комфорт, соціальну взаємодію та загальне задоволення від перебування.

З розвитком готельної галузі особливу увагу слід приділяти ефективному управлінню готельними послугами. Це включає постійне оновлення та модернізацію готельних закладів, підвищення професійного рівня персоналу та вдосконалення процесів надання послуг. Такий підхід забезпечить підвищення конкурентоспроможності готельного бізнесу, задоволення потреб клієнтів та загальний розвиток індустрії гостинності.

Готельний бізнес зосереджений на максимальному задоволенні потреб клієнтів. Процес надання готельних послуг є одним з ключових аспектів, оскільки він формує враження та емоції гостей. Поряд із загальноприйнятими стандартами якості, оцінка готельних послуг базується на рівні задоволення клієнтів, які проживають у готелі. Готельні послуги повинні забезпечувати не лише комфорт і задоволення потреб, але й створювати позитивні емоції та враження у гостей.

Варто зазначити, що успішний готельний бізнес потребує не тільки технічних знань та навичок. Він вимагає акценту на взаємодії з клієнтами та побудові довгострокових відносин. Персонал готелю має прагнути не лише задовольняти, але й перевершувати очікування гостей, забезпечуючи індивідуальний підхід до кожного відвідувача. Важливо надавати високоякісні послуги, адаптовані до унікальних потреб кожного гостя, і гарантувати їм приємне та комфортне перебування.

Постійна увага до деталей та фокус на задоволенні клієнтів є ключовими елементами для досягнення успіху у готельній індустрії. Ефективний розвиток

цього сектору вимагає постійного вдосконалення та впровадження інновацій. Це передбачає інтеграцію сучасних технологій та управлінських систем, що спрямовані на покращення якості та ефективності наданих послуг. Додатково, важливу роль відіграє активна рекламна діяльність, співпраця з іншими секторами туризму та внесок у розвиток туристичної інфраструктури.

Розуміння готельного господарства як невід'ємної частини туристичної індустрії дозволяє зберегти його унікальність і відповідати потребам клієнтів у контексті ширшої соціально-економічної системи. Це сприяє ефективному управлінню готельними підприємствами, стимулює розвиток туризму і створює сприятливі умови для подальшого зростання галузі.

Для підвищення ефективності стратегічного управління у готельному бізнесі критично важливо проводити всебічний аналіз поточного стану та оцінку результативності діяльності, приділяючи особливу увагу якості обслуговування та задоволеності гостей. Окрім цього, необхідно розробляти рекомендації для вдосконалення існуючих управлінських методів розвитку готельного господарства.

У готельних компаніях часто застосовують анкетування гостей як форму дослідження для виявлення проблем обслуговування. Це дозволяє збирати відгуки клієнтів про їхній досвід перебування в готелі, якість отриманих послуг та визначати недоліки, які потребують усунення для покращення сервісу.

Співробітники компанії P&G Professional здійснили опитування понад 2 тисяч туристів, які перебували у готелях, з метою вивчення їх найбільших страхів, пов'язаних з готельними номерами. В результаті дослідження виявлено, що майже всі, а саме 97% опитаних туристів, висловили серйозну тривогу щодо наявності слідів попередніх гостей у своєму номері. Це почуття обуреності обумовлене прагненням клієнтів мати в номері абсолютну чистоту та свіжість.

Найбільш суттєвою причиною, яка могла би спонукати гостя покинути готель, виявилися брудні простирадла. Більше того, 66% гостей визнали, що

не можуть терпіти чуже волосся в душовій кабіні. Це демонструє, наскільки важливою є чистота та гігієна в цих аспектах для сприйняття комфорту готельного проживання.

Поміж інших готельних незручностей, туристи також вказали на неприємний запах у номері як один із факторів, який змушує їх утримуватися від бронювання готельного номера у майбутньому. Таку відповідь надали 84% опитаних. Дослідження показало, що чистота та гігієна в готельних номерах є основними факторами задоволення гостей, а недоліки в цих аспектах можуть серйозно вплинути на репутацію готелю та його успішність.

Опитування свідчать, що сучасні клієнти мають підвищені вимоги та очікування стосовно комфорту під час перебування в готелях. Їх очікування перевищують наявний наразі рівень обслуговування, оскільки вони бажають отримувати не лише базовий комфорт, але й насолоджуватися додатковими зручностями та вишуканими послугами. Клієнти стають більш вимогливими до таких аспектів, як стан номерів, меблів, якість постільної білизни та сервіс у ресторані.

Однією з причин зміни очікувань є зростання свідомості клієнтів щодо комфорту та якості обслуговування, що відбувається під впливом соціальних мереж та відгуків, що публікуються в Інтернеті, а також зміни стандартів у готельній галузі в цілому. Крім анкетування гостей, для отримання більш повного уявлення про якість обслуговування та для покращення використовується експертне опитування менеджерів та експертів готельного бізнесу. Їхні оцінки та думки є надзвичайно важливими для розуміння ефективності управлінських процесів та можливостей впровадження нових стратегій розвитку.

Експертні оцінки у готельній галузі є необхідним інструментом для досягнення успіху та стійкого розвитку. Вони дозволяють порівнювати оцінки споживачів та надавачів готельних послуг, що дає більш об'єктивне уявлення про стан готельного бізнесу. Результати експертних оцінок стають основою для управлінських рішень та визначення напрямків покращення та інновацій у

готельній галузі. Вони сприяють поліпшенню комунікації між менеджерами готельного бізнесу та клієнтами, а також допомагають підприємствам зміцнити свою позицію на ринку, задовольняти потреби клієнтів та досягати стійкого розвитку.

Висновки до розділу 1

Готельний сектор є ключовою складовою галузі гостинності, оскільки він не лише забезпечує проживання, а й включає різноманітні сервіси, такі як харчування, відпочинок, розваги та культурні події. Розвиток культури обслуговування у готельно-ресторанному секторі передбачає синхронізовану роботу персоналу, спрямовану на створення затишку для гостей та їхню повну задоволеність від перебування, харчування, розваг та інших подій. Високий рівень організаційної та корпоративної культури, а також якість наданих продуктів та послуг є ключовими чинниками у формуванні високої культури обслуговування та якості.

Для досягнення високих результатів у готельній індустрії виробникам готельних послуг важливо впроваджувати комплексні та ефективні стратегії маркетингу, спрямовані на задоволення потреб клієнтів. Це означає використання різноманітних інструментів та технологій для залучення уваги споживачів та забезпечення їхнього максимального комфорту. Одним із ключових методів управління готелями, який допомагає їм утримувати провідні позиції на ринку, є комплексна стратегія маркетингу, спрямована на потреби клієнтів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «КАМЕЛОТ»)

2.1. Загальна характеристика готельно-ресторанного комплексу «Камелот»

Готельно-ресторанний комплекс “Камелот” знаходиться на околиці міста Тернополя, що робить його ідеальним місцем для перебування як для місцевих мешканців, так і для гостей, які приїжджають у місто. У закладі гостинності доступні номери різних класів: від елегантних люксів до комфортних стандартних номерів, щоб задовольнити потреби кожного клієнта. Аква комплекс “Камелот” пропонує розкішний відпочинок з двома фінськими саунами, затишними кімнатами для відпочинку, басейнами з передовою системою очищення води, протитечією та масажними процедурами. Для отримання повної інформації про заклад, загальну характеристику його послуг можна переглянути у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Загальні відомості про готельно-ресторанний комплекс “Камелот”

Вихідні дані підприємства	Характеристика
Назва	“Камелот”
Тип	Готельно-ресторанний комплекс
Адреса	вул. Об’їзна, 6
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Форма власності, підпорядкованість	Приватна
Місцезнаходження	м. Тернопіль

Послуги, які надає готельно-ресторанний комплекс “Камелот”:

- 5 різних класів номерів з різними рівнями комфорту та зручностями;
- приватна територія з 9 літніми альтанками для відпочинку;

- дитячий майданчик із різноманітними атракціонами для маленьких гостей;

- SPA-центр, який включає сауну та басейн для релаксації та відновлення сил;

- бенкетний ресторан зі спеціальною зоною на 150 місць для проведення урочистих подій та заходів;

- конференц-зал для організації бізнес-зустрічей та конференцій;

- власний паркінг для зручності гостей з автомобілями.

У простих номерах гостей очікує безкоштовний Wi-Fi, телевізори з пласким екраном, міні-холодильники та зони для відпочинку. Покращені номери мають балкони, а номери люкс оснащені вітальними кімнатами та/або джакузі.

Готель пропонує затишний бар-ресторан з дерев'яними акцентами. Також на території є критий басейн, сауна, сад з дитячим майданчиком та зона для проведення подій. За додаткову плату гостям доступний сніданок та паркувальний майданчик.

Кваліфікований персонал з великим досвідом у галузі гостинності завжди готовий допомогти з вирішенням будь-яких питань. Приємна атмосфера, високий рівень обслуговування та комфорт зроблять перебування гостей у готелі незабутнім.

У склад майна закладу гостинності входять основні засоби, оборотні кошти та інші цінності, вартість яких відображається у самостійному балансі закладу. Передане підприємству в цілковите господарювання майно утворює статутний фонд закладу.

Готельно-ресторанний комплекс “Камелот” має право на наступне:

1. Надавання послуг фізичним особам та організаціям у відповідності з підписаними договорами.

2. Здачу в оренду та тимчасове користування кімнатами, тобто готельними номерами, юридичним та фізичним особам.

Це сприяє зробити заклад стійкою, прибутковою й конкурентоздатною фірмою, а також забезпечити його подальший розвиток та прибутковість.

Здійснення систематичного аналізу діяльності закладу гостинності має низку переваг, серед яких:

- швидке, якісне та персоналізоване оцінювання результатів діяльності та її підрозділів;
- своєчасне та точне виявлення та урахування факторів, що впливають на отримуваний дохід;
- обчислення витрат та їхньої динаміки для визначення цінової політики та рентабельності;
- вчасне визначення найбільш ефективних шляхів вирішення проблем та досягнення достатнього рівня прибутку.

Для глибокої оцінки ефективності діяльності готельно-ресторанного комплексу “Камелот” використовуються різноманітні показники, такі як товарообіг, рентабельність, прибуток та інші.

Під час планування прибутку закладу гостинності враховується вплив ряду факторів на розмір доходу: визначення проценту прибутку у базовому році, збільшення прибутку через розширення обсягів наданих послуг, зміна цін та інші чинники.

Інформаційна база для аналізу господарської діяльності готельно-ресторанного комплексу “Камелот” складається з різних джерел, включаючи дані бухгалтерської та статистичної звітності, а також бухгалтерські баланси.

Документообіг в готельно-ресторанному комплексі “Камелот” є ключовим аспектом управління. Він включає оформлення різноманітних договорів, ведення платіжної документації, такої як рахунки-фактури, тощо. Документи оформляються діловодами та підписуються відповідальними особами, такими як директор чи головний бухгалтер. Ефективне керування та організація роботи з документами сприяють створенню оптимальних умов для всіх процесів, пов'язаних із ними.

Згідно з організаційною структурою готельно-ресторанного комплексу “Камелот” (рис. 2.1), управління складається з 5 менеджерів. З них 3 відповідають за бронювання номерів, один - за обслуговування клієнтів, а ще один - за рекламні послуги. Керівником цього відділу є директор. У безпосередньому підпорядкуванні директора знаходяться менеджер відділу обслуговування клієнтів та менеджер з рекламних послуг. Менеджер відділу обслуговування клієнтів координує роботу менеджерів з бронювання номерів.

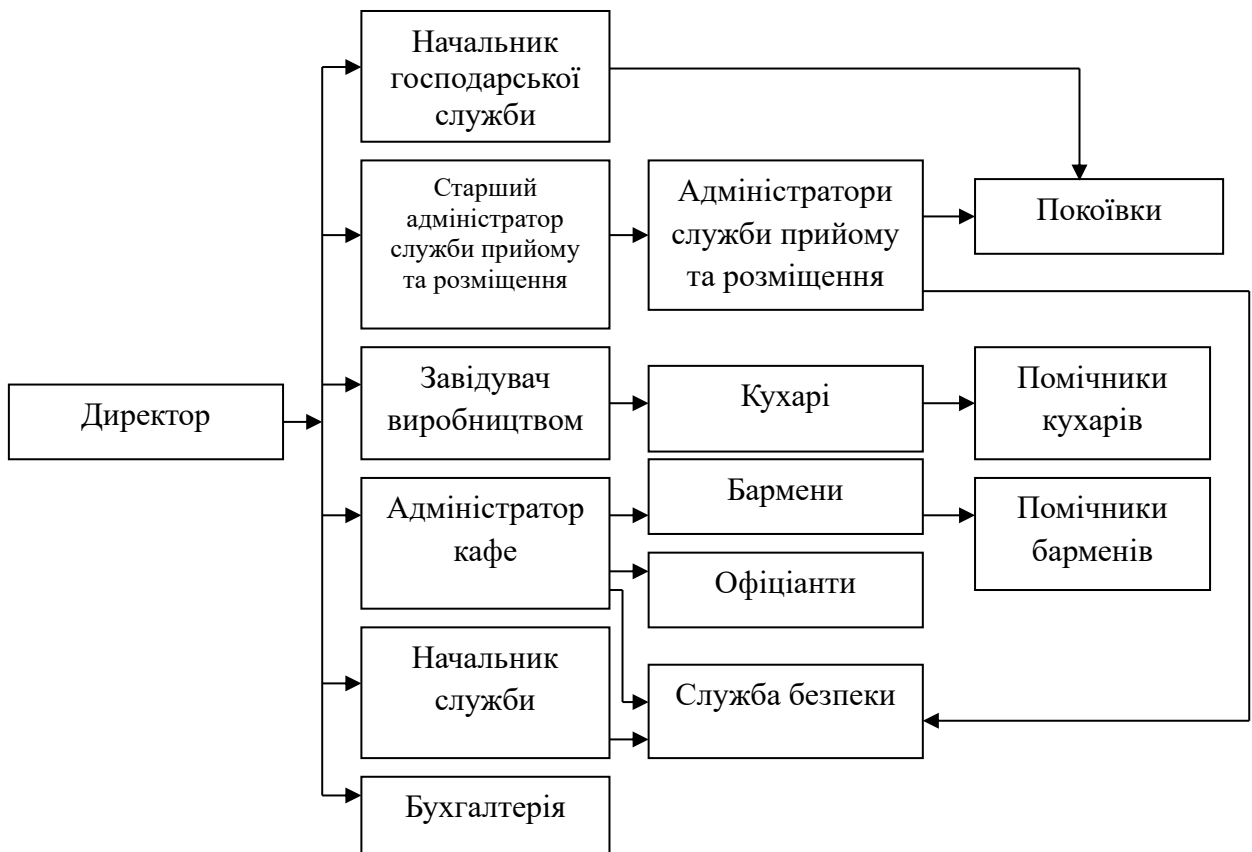


Рис 2.1. Організаційна структура готельно-ресторанного комплексу “Камелот”

Права та обов'язки керівника (директора) визначаються виходячи з потреб споживача (клієнта), і на ньому стоїть відповідальність за прийняття управлінських рішень. Підрозділи комплексу є функціональними ланками, кожна з яких використовує власну специфічну технологію, проте усі разом мають одну основну мету – задоволення потреб клієнтів.

Якість послуг має вирішальне значення у підвищенні їх обсягу, про що свідчать дані з таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Динаміка головних показників господарської діяльності
готельно-ресторанного комплексу “Камелот”

Показник	2021	2022	2023	абс. відх. +/- 2023/2021	відн. відх.% 2023/2021
Активи	31988,0	35488,0	35957,0	3969,0	12,41
Необоротні активи	17919,0	20733,0	26256,0	8337,0	46,53
Оборотні активи	14069,0	14755,0	9701,0	-4368,0	-31,05
Дебіторська заборгованість	13468,0	13890,0	8375,0	-5093,0	-37,82
Власний капітал	18512,0	20484,0	22465,0	3953,0	21,35
Кредиторська заборгованість	7690,0	11728,0	13255,0	5565,0	72,37
Чистий дохід від реалізації продукції та послуг	12676,0	16589,0	20346,0	7670,0	60,51
Собівартість реалізованої продукції та послуг	7811,0	10994,0	14688,0	6877,0	88,04
Валовий прибуток	4865,0	5595,0	5658,0	793,0	16,30
Інші операційні доходи	0,0	4,0	0,0	0,0	0
Адміністративні витрати	1865,0	1927,0	2343,0	478,0	25,63
Витрати на збут	225,0	301,0	395,0	170,0	75,56
Інші операційні витрати	149,0	172,0	192,0	43,0	28,86
Фінансовий результат від операційної діяльності	2637,0	3199,0	2728,0	91,0	3,45
Інші доходи	0,0	0,0	2,0	2,0	100
Фінансові витрати	1312,0	848,0	249,0	-1063,0	-81,02
Інші витрати	28,0	121,0	33,0	5,0	17,86
Чистий прибуток	1069,0	1972,0	1981,0	912,0	85,31

Проведений аналіз фінансово-економічних показників діяльності готельно-ресторанного закладу за період 2021-2023 років виявив цікаві тенденції. За результатами дослідження було виявлено зростання розміру активів підприємства на 3969 тисяч гривень за останні два роки. У 2021 році цей показник склав 31988 тисяч гривень, а у 2023 році він зрос на 12,41%.

Цей ріст активів готельно-ресторанного підприємства обумовлений збільшенням необоротного капіталу та зменшенням оборотних активів. Ці дані свідчать про певні зрушення у стратегії управління активами та можуть бути індикатором позитивного розвитку бізнесу у цьому сегменті.

Проведемо аналіз динаміки поточних витрат закладу за 2022-2023 роки (таблицю 2.3).

Таблиця 2.3

Динаміка поточних витрат готельно-ресторанного комплексу “Камелот”,

тис. грн.

Витрати	2022р.	2023 р.	Відхилення (+-)	темпи росту, %
матеріальні затрати	350,0	372,0	20,0	106,0
витрати на оплату праці	1085,0	1116,0	29,0	103,0
соціальні відрахування	338,0	343,0	5,0	101,0
амортизація	545,0	552,0	5,0	101,0
інші витрати	1492,0	1727,0	233,0	116,0
Всього, поточні витрати	3810,0	4106,3	294,0	108,0
Структура витрат, %	2019 р.	2020 р.	відх.	
матеріальні затрати	9,20	9,10	-0,10	
витрати на оплату праці	28,50	27,20	-1,30	
соціальні відрахування	8,90	8,30	-0,50	
амортизація	14,30	13,40	-0,90	
інші витрати	39,20	42,10	2,90	
Всього, поточні витрати	100,0	100,0		

Зауважується збільшення поточних витрат у готельно-ресторанному комплексі "Камелот". У звітному періоді темпи зростання поточних витрат складають 7,74%. Це свідчить про те, що збільшення витрат відстає від темпів зростання валового доходу готельно-ресторанного комплексу "Камелот".

Також зауважується, що зростання витрат відбувається неоднаково за різними статтями. Найбільший приріст витрат спостерігається у матеріальних та інших витратах. Стосовно витрат на оплату праці, соціальні відрахування та амортизацію, тут темпи зростання витрат незначні. З цього можна зробити висновок, що витрати на оплату праці, соціальні відрахування і амортизацію залишаються сталими, оскільки пов'язані зі стабільним кадровим складом та незначними змінами в основних засобах.

У загальному, можна сказати, що структура та склад поточних витрат у готельно-ресторанному комплексі "Камелот" залишаються незмінними. Використання основних засобів в цьому комплексі визначається рівнем його ефективності, що є важливою складовою системи забезпечення якості.

Таблиця 2.4

Показники динаміки ефективності використання основних засобів
готельно-ресторанного комплексу "Камелот"

Показник	Од. вим.	2022 р.	2023 р.	Відхилення (+-)	Темпи росту, %
Виручка від реалізації	тис. грн.	5520,0	5634,0	414,0	108,0
Чистий прибуток	тис. грн.	105,0	176,0	71,0	168,0
Середньорічна вартість основних фондів	тис. грн.	15306,0	15400,0	94,0	101,0
Чисельність працівників	чол.	364	363	-1,0	99,0
Фондовіддача		0,40	0,40	0,020	103,0
Фондомісткість		2,80	2,70	-0,030	99,0
Фондоозброєність праці	тис. грн.	42,0	43,0	0,40	101,0
Рентабельність основних фондів	%	0,70	1,20	0,50	
Інтегральний показник		0,50	0,60	0,10	133,0

Як видно з таблиці, відбувається підвищення показників ефективності використання основних засобів готельно-ресторанного комплексу "Камелот". Наприклад, показник фондovіддачі, що відображає суму продажу послуг за одиницю вартості основних засобів, зрос на 0,02 або 2,8%. Також помітно значне зниження фондомісткості, що також є позитивним показником.

У той самий час, показники фондоозброєності праці залишаються стабільними, що пов'язано з мінімальними змінами у вартості основних засобів та чисельності працівників. За рахунок підвищення прибутковості відзначається значне підвищення рентабельності основних засобів, проте вона залишається невеликою за абсолютним значенням.

Тому, завдяки зростанню фондovіддачі та рентабельності основних засобів, в минулому році інтегральний показник ефективності основних засобів суттєво підвищився. Це свідчить про більш ефективне використання ресурсів готельно-ресторанного комплексу "Камелот".

Проведене узагальнення ключових результатів дослідження фінансово-економічних показників Готельно-ресторанного комплексу "Камелот" відкриває цікаві тенденції. Зокрема, варто відзначити зростання розміру активів, що стало можливим завдяки оновленню основних засобів, а також зростання джерел формування майна через збільшення кредиторської заборгованості.

Крім того, слід зазначити позитивний розвиток чистого доходу від реалізації продукції, наявність чистого прибутку та ефективність фінансово-господарської діяльності. Однак, поруч з цими позитивними аспектами, виявлені й негативні тенденції, такі як переорієнтація на позикові кошти, наявність дебіторської та кредиторської заборгованостей, а також зниження темпу зростання чистого прибутку.

Ці негативні аспекти підкреслюють необхідність підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності комплексу у майбутньому періоді, що може бути досягнуто шляхом удосконалення стратегій управління та оптимізації фінансових процесів.

Отже, спостерігається досить позитивна динаміка основних показників діяльності готельно-ресторанного комплексу “Камелот”, що свідчить про ефективне управління закладом у напрямку дотримання вимог щодо якості обслуговування.

2.2. Аналіз стратегії надання послуг готельно-ресторанному комплексу «Камелот»

Аналізуючи специфіку обслуговування в готельно-ресторанному комплексі "Камелот", можна виділити два ключові напрямки: готельні та ресторани послуги. Розглянемо детально особливості надання основних та додаткових послуг у готелі, а також процес обслуговування в ресторані комплексу "Камелот". Окрім цього, комплекс надає послуги з обслуговування гостей під час відвідування сауни та басейну.

Оскільки готель є основною складовою у наданні широкого спектру послуг, важливо підкреслити, що висока якість сервісу, індивідуальний підхід до кожного клієнта та орієнтація на їхні потреби є головними принципами роботи закладу. Номерний фонд оформлений з урахуванням естетичних вимог та оснащений усіма необхідними зручностями, включаючи безкоштовний інтернет, телевізор, холодильник, балкон, зону відпочинку, туалет і душ. Висококваліфікований персонал забезпечує комфортне проживання гостей, створюючи умови для їхнього відпочинку та затишку.

Готель пропонує широкий спектр основних послуг, включаючи проживання в номерах різної категорії комфорту, бронювання номерів через телефон, факс та офіційний веб-сайт, а також допомогу при заселенні та виселенні гостей. Для зручності та комфортного відпочинку гостей, готель має номери різних класів: економ, стандарт-твін, стандарт, стандарт-плюс, півлюкс та сімейний.

Отже, готельно-ресторанний комплекс "Камелот" гарантує своїм гостям високий рівень обслуговування та комфорту, що є вирішальним чинником його успішного функціонування.

Надання основних послуг у готельній діяльності комплексу "Камелот" включає реалізацію кількох важливих етапів:

Етап 1. Ознайомлення з інформацією про готельні послуги. Рекламний відділ комплексу "Камелот" застосовує різноманітні маркетингові стратегії для просування своїх послуг, зокрема рекламу в ЗМІ, на радіо, у спеціалізованих журналах, в Інтернеті, а також активне використання соціальних мереж і розповсюдження рекламних матеріалів. Ця інформація допомагає потенційним клієнтам дізнатися про послуги, що надаються закладом, і містить такі дані, як назва і тип готелю, асортимент послуг, цінова політика, розташування та контактний телефон адміністрації.

Етап 2. Резервування номерів у готелі. Процес резервування вільних місць у готельно-ресторанному комплексі "Камелот" здійснюється через різні канали: телефон, факс, офіційний сайт або безпосередньо у закладі. Резервування передбачає тимчасове закріплення номера за клієнтом на його запит. Під час резервування записуються всі необхідні дані про гостя, визначаються терміни перебування, враховуються особливі побажання клієнта, а також уточнюється час виїзду, встановлений закладом. Як правило, проживання включає сніданок, який подається в номер або в ресторані з 8:00 до 10:00. Також є можливість замовити додаткові послуги, такі як користування басейном чи сауною.

Таким чином, готельно-ресторанний комплекс "Камелот" забезпечує ретельно організований процес надання своїх послуг. Цей процес охоплює інформування клієнтів, резервування номерів та додаткових послуг, що сприяє задоволенню потреб гостей і підвищенню їхнього комфорту.

Етап 3. Надання послуг.

Процес надання послуг розміщення та проживання в готелі розпочинається з моменту бронювання та реєстрації гостя. Після цього гість

прямує до свого номера, ознайомлюється з його особливостями та визначає додаткові потреби, якщо вони є. Перед заселенням у номері проводиться прибирання, підготовка свіжої білизни, нових гігієнічних засобів та освіження повітря.

Прибирання, що виконується персоналом готелю, поділяється на кілька категорій залежно від їх типу та призначення: прибирання місць загального користування, внутрішніх приміщень, житлових номерів і санвузлів.

Графік прибирання в готельно-ресторанному комплексі "Камелот" включає кілька видів прибирання номерного фонду: щоденне, генеральне, проміжне, а також прибирання після виїзду гостей та прибирання заброньованих номерів. Щоденне та проміжне прибирання здійснюються регулярно, забезпечуючи чистоту та комфорт для гостей. Генеральне прибирання, яке включає більш ретельне очищення, не проводиться під час перебування гостей, але здійснюється кожні десять днів або за запитом гостей, відповідно до запланованих заходів.

Санітарно-гігієнічні засоби постачаються до готелю централізовано та розподіляються старшою покоївкою по поверхах. Покоївки відповідають за облік та розподіл цих засобів, забезпечуючи належний стан санвузлів загального користування. У номерах та санвузлах індивідуального користування засоби змінюються після кожного виїзду гостя, забезпечуючи максимальний рівень чистоти та гігієни. Засоби зберігаються у спеціально обладнаних приміщеннях, таких як кімнати для персоналу, побутові, інвентарні та поверхові комори, а також у відділенні санітарного вузла для персоналу, що забезпечує їх доступність та використання у відповідності з вимогами санітарних стандартів.

Отже, надання послуг у готельно-ресторанному комплексі "Камелот" передбачає не лише надання проживання та харчування, але й ретельно організовані етапи прибирання та обслуговування, спрямовані на забезпечення високого рівня комфорту та задоволення потреб гостей. Ці етапи включають не лише регулярне прибирання номерів та громадських

приміщень, але й уважне стеження за деталями та індивідуальними потребами кожного відвідувача, що забезпечує особливу увагу до деталей та високу якість обслуговування.

Поряд із базовими послугами проживання, гості готельно-ресторанного комплексу "Камелот" можуть скористатися різноманітними додатковими опціями, які розширюють їхні можливості для комфортного відпочинку та розваг. Серед таких опцій є виклик перукаря, відвідування басейну та СПА-салону, можливість скористатися автостоянкою або орендувати конференц-зал для проведення зустрічей чи заходів. Також гостям надається можливість ознайомитися з містом Тернопіль завдяки послугам гіда та організації екскурсій, як для індивідуальних подорожників, так і для груп. На рецепції готелю гості можуть придбати квитки на різноманітні події - від автобусних та авіарейсів до культурних заходів та туристичних маршрутів як у межах країни, так і за її межами, що є особливо важливим у воєнний період.

Конференц-зал готелю ідеально підходить для організації різноманітних масових культурних подій, наукових конференцій, бізнес-форумів, ділових зустрічей та презентацій. Оренда цього залу здійснюється окремо і не включається в базову вартість проживання та основних готельних послуг.

Етап 4. Виселення з готелю. Процедура виселення з готелю починається о 12:00 і включає кілька важливих кроків. Адміністратор завчасно інформує гостя про необхідність продовження проживання за додаткову плату або про необхідність виселення з номера через особисте повідомлення, телефонний дзвінок або спеціальний сигнал. Перед виселенням адміністратор перевіряє стан номера. У випадку виявлення пошкоджень, оцінюються збитки та проводиться розрахунок з урахуванням завданих втрат. Гостям, які виселяються, пропонуються послуги носильника для перенесення багажу до транспортного засобу. Після завершення виселення клієнт отримує сертифікат зі знижкою на майбутнє проживання або відвідування басейну, сауни, СПА-комплексу, що є частиною маркетингової стратегії для стимулювання повторних відвідувань.

Етап 5. Оплата за послуги. Фінальний етап обслуговування полягає в оплаті за надані послуги. Оплата може бути проведена готівкою під час виселення, банківською карткою Visa або MasterCard через термінал, або безготівковим переказом на розрахунковий рахунок банку. Додаткові послуги оплачуються окремо від основних готельних послуг, їх характер і вартість визначаються окремо.

Для залучення нових клієнтів та утримання постійних гостей, готельно-ресторанний комплекс "Камелот" впроваджує різноманітні акції, спеціальні пропозиції та інші маркетингові заходи, орієнтовані на кінцевого споживача. Ці заходи можуть включати знижки на послуги, що сприяє підвищенню лояльності клієнтів до закладу.

Крім надання готельних послуг, комплекс "Камелот" володіє рестораном на 150 місць, де організуються різноманітні заходи, включаючи банкети, святкування, конференції та форуми. Ресторан також пропонує послуги виїзного кейтерингового обслуговування.

Ресторан "Камелот" оформлений у класичному стилі, має кілька зон для проведення різних подій та музичний майданчик для живих виступів.

Для забезпечення високої якості роботи ресторану важливу роль відіграє меню, яке включає широкий асортимент страв: канапе, тарталетки, перші страви, гарячі страви, закуски, салати, гарніри, овочеві, сирні та м'ясні нарізки, страви з риби та м'яса, хоспер-меню, десерти, а також алкогольні та безалкогольні напої. Для гостей готелю створено окреме меню у форматі "шведського столу", що включає гарячі страви, канапе, закуски, салати, десерти, каву та чай. Сніданкове меню містить класичний набір страв, але за попередньою домовленістю з адміністратором можна замовити додаткові страви та напої.

Основними викликами в процесі приготування та подачі страв і напоїв у готельно-ресторанному комплексі "Камелот" є такі: повільна швидкість обслуговування через високий попит на ресторанный послуги, значне навантаження на кухарів внаслідок популярності закладу, відсутність

автоматизації процесу подачі замовлень на кухню, висока плинність кадрів і постійна потреба в підготовці та підвищенні кваліфікації персоналу.

Аналізуючи процес обслуговування в ресторані готельно-ресторанного комплексу "Камелот", варто зазначити, що він включає традиційні етапи. Спочатку гостей вітають і розміщують у залі. Адміністратор та старший офіціант зустрічають відвідувачів у вестибюлі, допомагають з верхнім одягом та супроводжують до вибраного столика або пропонують вільний стіл.

На другому етапі здійснюється прийом та оформлення замовлень. Офіціанти надають меню і допомагають гостям визначитися з вибором страв та напоїв, записуючи замовлення для подальшої передачі на кухню.

Найважливіший етап - подача страв і напоїв та обслуговування гостей. Сервіровка столу розпочинається з розкладання посуду та склянок, після чого подаються холодні закуски та напої, а також готові салати. Наступним етапом є приготування та подача гарячих страв. Завершується обслуговування подачею десертів та гарячих напоїв, таких як кава чи чай. Під час обслуговування важливо дотримуватися послідовності подачі страв, враховуючи час їх приготування та порційність, а також можливість виконання додаткових побажань гостей.

Заключний етап - розрахунок за спожиті страви та напої. Оплата може здійснюватися як готівкою, так і безготівковим способом за допомогою картки. Гості, задоволені обслуговуванням, часто залишають чайові офіціантам.

Узагальнюючи результати дослідження, варто відзначити, що готельно-ресторанний комплекс "Камелот" пропонує розмаїття готельних та ресторанних послуг. При розгляді готельних послуг слід підкреслити, що заклад пропонує як основні, так і додаткові сервіси. Основними послугами є проживання у номері, бронювання та розміщення в номерному фонді, а також виїзд та проведення гостей після завершення періоду проживання.

При дослідженні реалізації обслуговування в ресторані готельно-ресторанний комплекс "Камелот" слід зазначити, що цей процес включає

кілька етапів. Спочатку відбувається зустріч і розміщення відвідувачів, після чого проводиться прийом та оформлення замовлень. Замовлення передаються на виробництво, а після його виготовлення його подають гостям разом з закусками, стравами та напоями. Завершальним етапом є розрахунок з клієнтами. Цей процес обслуговування виконується адміністратором та офіціантами закладу.

Серед основних недоліків у приготуванні та подачі страв і напоїв у готельно-ресторанному комплексі "Камелот" можна відзначити невелику швидкість подачі страв через великий попит на ресторанный продукцію, зростання завантаженості кухарів у зв'язку з популярністю закладу, відсутність автоматизації процесу передачі замовлень на кухню, а також високу текучість персоналу та необхідність постійного їхнього навчання та підвищення кваліфікації.

У готельно-ресторанному комплексі "Камелот" особлива увага приділяється високому рівню обслуговування, що передбачає виконання всіх специфічних вимог ринку та забезпечення безпеки послуг. Розглядаючи кадрову політику комплексу, необхідно враховувати важливість гостинності як ключової складової туристичного обслуговування.

Ефективність обслуговування загалом означає досягнення бажаного результату, що демонструє дієвість отриманого ефекту. Економічна ефективність полягає в досягненні певної вигоди при залученні фінансових витрат, матеріальних, інформаційних ресурсів та робочої сили. Економічна ефективність обслуговування передбачає отримання прибутку (економічного ефекту) від:

- виробничо-обслуговуючих процесів туристичного підприємства;
- туристичного обслуговування клієнтів;
- організації та управління обслуговуванням.

Економічна ефективність обслуговування є невід'ємною частиною загальної ефективності суспільної праці і визначається за допомогою певних критеріїв та показників. Критерій у цьому контексті означає головну вимогу

для оцінки правильності прийнятого рішення щодо поставленого завдання. Важливість визначення критеріїв полягає в тому, що необхідно чітко окреслити, з яких позицій слід здійснювати розрахунок ефективності виробничо-обслуговуючого процесу.

Проблеми ефективності обслуговування можна розглядати з використанням системного підходу. Системний підхід передбачає встановлення різноманітних критеріїв та показників на різних рівнях управління, а також ієрархію цілей та відповідних критеріїв ефективності:

1. Мінімізація витрат грошових, матеріальних, інформаційних ресурсів та робочої сили на одиницю туристичного продукту.
2. Максимізація виробництва та реалізації туристичних послуг.

Стратегія обслуговування охоплює три ключові компоненти будь-якого підприємства у сфері туризму:

Потреби клієнтів: Сприйняття та розуміння потреб та очікувань клієнтів є основою для успішної стратегії обслуговування. Це включає в себе аналіз сегментації ринку, вивчення поведінки споживачів та їхніх вподобань.

Здатність компанії задовольнити ці потреби: Розробка та впровадження ефективних стратегій та процесів, спрямованих на надання якісної та конкурентоздатної послуги. Це включає в себе вдосконалення інфраструктури, навичок персоналу та використання інноваційних технологій.

Довгостроковий прибуток: Побудова стабільної та прибуткової моделі бізнесу, спрямованої на досягнення і підтримання фінансової стійкості та забезпечення подальшого розвитку підприємства. Це включає в себе розробку стратегій ціноутворення, управління витратами та ризиками, а також пошук нових можливостей для росту та розширення.

Стратегія обслуговування є ключовим інструментом управління, який визначає загальні пріоритети та стратегічні цілі в галузі обслуговування. Головною метою стратегії є створення позитивного іміджу готельного комплексу, залучення та утримання постійної клієнтури, а також забезпечення стабільної фінансової позиції на ринку.

Якість обслуговування в готельно-ресторанному комплексі "Камелот" ґрунтується на кількох ключових аспектах, спрямованих на забезпечення гостинності та комфорту клієнтів: а) Повна та якісна інформація про можливості відпочинку та розваг, яка охоплює як місцеві, так і регіональні аспекти, готує туристів до мандрівок та пізнавальних відкриттів. б) Створення позитивного іміджу туристичної місцевості через рекламні кампанії, участь у телепрограмах про туризм та добродійні заходи. в) Прагнення персоналу надавати увагу кожному клієнту, виходячи за принципом "все для гостя". г) Уважне ставлення до потреб та побажань гостей, що проявляється у запитаннях "Чим ще ми можемо допомогти вам?". д) Забезпечення легкості орієнтації гостей у послугах за допомогою доступної інформації в готелі, путівниках та буклетах. е) Створення доброзичливого та привітного середовища, яке переплітається з принципом відданого обслуговування.

В технологію обслуговування в готельно-ресторанному комплексі "Камелот" вбудовані всі ці принципи, спрямовані на максимальне задоволення потреб та побажань кожного туриста. Особисті інтереси клієнта та душевне ставлення до нього вважаються основою цієї технології.

Базуючись на аналізі технології обслуговування у готельно-ресторанному комплексі "Камелот", виявлено, що вимоги дотримуються. Тим не менш, було б корисно провести інструктаж з працівниками служби прийому і розміщення стосовно норм поведінки при обслуговуванні гостей.

У загальному рахунку якість послуг у готельно-ресторанному комплексі "Камелот" формується через декілька важливих аспектів (див. табл 2.5).

Таблиця 2.5

Складові культури обслуговування та якості послуг готельно-ресторанного комплексу "Камелот"

Зі сторони споживачів	Зі сторони працівників
рівень сервісу; вартість обслуговування; імідж; наявність належних засобів обслуговування	належне матеріально-технічне забезпечення; прибутковість діяльності; соціальне забезпечення працівників

Для проведення оцінки якості виконання послуг було використано комплексний підхід, який враховував зведені висновки працівників готельно-ресторанного комплексу "Камелот", а також відгуки клієнтів, зібрані під час анкетного опитування. Результати детальної оцінки кожної складової вказані у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Оцінка складових якості послуг готельно-ресторанного комплексу
"Камелот"

Показник	Оцінка	Еталон	Коефіцієнт вагомості	Одиничний показник
Оцінка споживачів				
Рівень сервісу	5,0	5,0	0,50	0,50
Вартість обслуговування	3,0	5,0	0,20	0,10
Імідж	4,0	5,0	0,20	0,10
Наявність належних засобів обслуговування	5,0	5,0	0,10	0,10
Груповий показник				0,90
Оцінки працівників				
Належне матеріально-технічне забезпечення	5,0	5,0	0,40	0,40
Прибутковість діяльності	4,0	5,0	0,30	0,30
Соціальне забезпечення працівників	3,0	5,0	0,30	0,20
Груповий показник				0,80
Інтегральний показник				1,70

Для оцінки якості використовуються різні метрики та показники. Одиничний показник встановлюється шляхом поділу оціночного значення на еталон та множенням на коефіцієнт вагомості. Груповий показник обчислюється шляхом сумування одиничних показників, а інтегральний - шляхом зведення групових показників.

Після детального аналізу показників якості готельних послуг можна відзначити, що загальна оцінка діяльності готельно-ресторанного комплексу "Камелот" визнається як задовільна, і спрямована на подальше вдосконалення та розвиток.

2.3. Стратегічні проблеми якості та культури обслуговування споживачів в стратегії ТОВ «Камелот»

На сучасному ринку готельних послуг в Україні виробники стикаються з низкою проблем, таких як пошук клієнтів, конкурентоспроможність, виживання, а також інші негативні фактори, що впливають на їхню діяльність через нестабільне ринкове середовище. У таких умовах стратегічне управління стає ключовим, оскільки воно дозволяє підприємствам аналізувати майбутній стан організації та робити стратегічні рішення для різних сценаріїв розвитку ринкової ситуації.

Стратегічне планування стає інструментом, який допомагає підприємствам стати більш конкурентоспроможними та стійкими на ринку. Обґрунтування та вибір стратегії вимагають ретельного аналізу цільових установок, зовнішнього середовища та потенціалу організації.

Вибір стратегії розвитку ґрунтується на ряді критеріїв, які керівники організації мають ранжувати. Різні стратегії, використовувані фірмами, фактично представляють собою модифікації базових стратегій, що визначають вид переваги перед іншими компаніями.

Загалом існує чотири основні торгові стратегії:

1. Стратегія обмеженого зростання: «зверху» - це поставлена мета, яка може коригуватися разом зі зміною умов. Ризик в цьому випадку мінімальний. Він передбачає збереження компанією частки ринку та збереження її позицій на ринку. Таку стратегію обирають, якщо ринкова позиція компанії задовільна або вона не має достатньо коштів для активної наступальної стратегії; можливо, фірма боїться піти в наступ через небажані заходи у відповідь на сильну конкуренцію або репресивні заходи з боку держави.

2. Стратегія зростання: розвиток базується на технологіях, що динамічно змінюються. Його вибирають компанії, які хочуть забезпечити швидке зростання. Мета організації — завоювати певну частку ринку і часто займати

лідуючі позиції на новому ринку чи галузі. Як правило, воно засноване на впровадженні великих винаходів і навіть відкрито для певної інновації, пов'язане з великими фінансовими витратами і має високий ступінь ризику. Проте в разі успіху можна досягти дуже високих результатів.

Ця стратегія включає:

А. Стратегія диверсифікованого зростання (випуск нових товарів і пропозиція нових послуг):

- концентрована диверсифікація - використання додаткових виробничих можливостей нових продуктів, які входять в існуючий бізнес;

- горизонтальна диверсифікація - пошук можливостей зростання на існуючому ринку за рахунок нових продуктів, які потребують нової технології, відмінної від використовуваної;

- конгломератна диверсифікація розширення за рахунок виробництва нової продукції, технологічно не пов'язаної з уже виробленою продукцією, та її реалізації на нових ринках.

Б. Інтегрована стратегія зростання:

- зворотна вертикальна інтеграція - створення дочірніх структур або поглинання діючих підприємств, постачання;

- пряма вертикальна інтеграція – отримання або посилення контролю над структурами, які здійснюють дистрибуцію та продаж; такий вид інтеграції вигідний, коли пропозиція посередницьких послуг значно розширюється або коли компанія не може знайти посередників з якісною роботою.

В. Стратегія концентрованого зростання (розвиток продукту та ринку, а також розширення та зміцнення позицій на ринку).

3. Стратегія скорочення - стратегічна альтернатива, що характеризується постановкою цілей нижче досягнутого рівня або виключенням окремих сфер діяльності, а також скороченням витрат (зменшення частки бізнесу на ринку, викликане зміною умов). Ця стратегія передбачає скорочення підприємств, їх ліквідацію або перепрофілювання.

4. Комбінована стратегія. Насправді організації можуть реалізовувати не одну, а декілька стратегій одночасно. Особливо часто це спостерігається в багатогалузевих компаніях. Комбінована стратегія складається з комбінації всіх попередніх стратегій. Він підходить для великих компаній, які працюють відразу в декількох галузях.

Обираючи ту чи іншу стратегію, необхідно пам'ятати, що нова стратегія як у традиційних, так і в нових сферах бізнесу повинна відповідати потенціалу компанії.

Поточний стан в управлінні вітчизняними готельно-ресторанними підприємствами характеризується коливаннями, що не мають стійких тенденцій розвитку. Ці флуктуації в основному обумовлені сезонними змінами в попиті та складністю утримання запасів конкретного товару - готельних послуг. Також спостерігається тенденція до зростання цін на послуги та недостатній рівень обслуговування, що пов'язано з низькою чутливістю попиту до цін, а також консервативним підходом до організації управлінських процесів.

Ситуацію ускладнює також непостійність у середовищі, розбіжності в процесах всередині компаній та неспіввідношеність вимог ринку до управління бізнесом. Для забезпечення ефективного функціонування готельних підприємств необхідно ретельно визначити стратегії їх розвитку, враховуючи передовий світовий досвід та успішну практику провідних вітчизняних компаній.

Стратегія управління підприємствами готельного господарства – це комплексна система управлінських рішень, у рамках якої визначаються перспективні напрями розвитку підприємств, форми і методи їх функціонування в умовах сучасного середовища та порядок розподілу ресурсів для досягнення заданого. мета визначена. цілі визначені.

Стратегія компанії вибирається з урахуванням таких умов, як конкурентоспроможність і потенціал компанії.

Конкурентоспроможність підприємства - це його здатність ефективно конкурувати на ринку, активно вести боротьбу за здобуття та утримання частки ринку. Цей термін відносний і визначається порівнянням з іншими учасниками ринку. Потенціал компанії, обрана стратегія і управлінські здібності вищого керівництва - це ключові фактори конкурентоспроможності підприємства. Основними способами забезпечення конкурентної переваги готелів є: максимізація використання ресурсів для протидії діям конкурентів, збереження ініціативи в конкурентній боротьбі, розширення ресурсного потенціалу для досягнення поставлених цілей, розробка гнучких стратегій планування діяльності на ринку, включаючи розробку ефективної стратегії взаємодії з конкурентами. Готель, що спрямований на успіх, має бути спрямований на задоволення попиту споживачів послуг. Основним завданням його керівництва є розробка та впровадження власної конкурентної стратегії, спрямованої на досягнення цілей підприємства. Стратегія повинна враховувати характер і потенціал конкурентних сил ринку, для чого необхідно вдосконалювати моніторинг ринкової динаміки та аналізувати рухи споживачів і конкурентів у ринковому середовищі.

Потенціал компанії - це сукупність її можливостей у виробництві продукції та наданні послуг. Цей показник складається з внутрішніх факторів і управлінських здібностей. Організація володіє ресурсами (факторами виробництва), які вона може використовувати. Потенціал підприємства у ринковій економіці залежить від внутрішніх факторів, попиту на продукцію, діяльності конкурентів, а також від економічної ситуації в країні та світі.

Для оцінки конкурентоспроможності та потенціалу компанії важливо провести економічний аналіз, використовуючи різні методи та підходи. Зокрема, можна вивчити фінансові показники компанії, такі як прибуток, оборотність активів, рентабельність, а також порівняти їх з аналогічними показниками конкурентів.

Щоб уникнути загроз від конкурентів, компанії потрібно розробляти нові види послуг, акції та спеціальні пропозиції, спрямовані на привертання нових

клієнтів і збереження вже існуючих. Наприклад, це може бути впровадження нових технологій, розширення асортименту послуг або надання знижок та бонусів для постійних клієнтів. Такі заходи сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності компанії та збільшенню її ринкової частки.

У процесі аналізу було виявлено основні проблеми обслуговування клієнтів готельно-ресторанного комплексу Камелот (рис. 2.2).

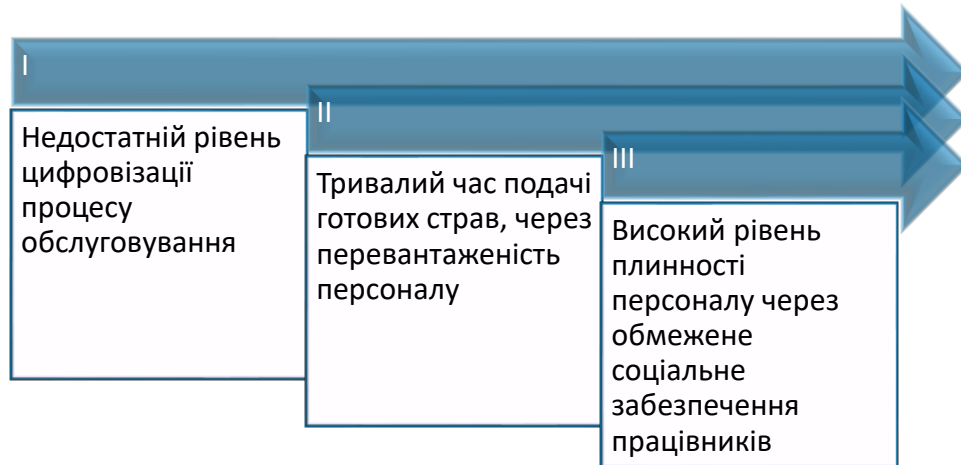


Рис. 2.2. Стратегічні проблеми культури та якості обслуговування готельно-ресторанного комплексу «Камелот»

Для готельно-ресторанного комплексу "Камелот" рекомендується використовувати стратегію диференційованого зростання. Ця стратегія має чимало переваг, оскільки з часом компанія може переглянути свою сферу діяльності. Корпоративні стратегічні рішення можуть виступати основою, що дозволить подолати обмеження, накладені життєвим циклом галузі, та досягти довгострокового зростання і успіху.

Розробка цієї стратегії сприятиме формуванню та утвердженню іміджу підприємства, включаючи підвищення престижу готелю, його репутації та популярності. Більш того, вона дозволить підвищити рівень лояльності клієнтів та конкурентоспроможність на ринку готельних послуг.

У ресторанній справі необхідно постійно враховувати різноманітні економічні чинники, такі як зміни в цінах на продукти у постачальників,

коливання курсів валют, рівень інфляції, тривалість карантинних обмежень і з'явлення нових конкурентів.

Для того, щоб зберегти свої позиції на ринку та отримати значні конкурентні переваги, ресторанам слід постійно впроваджувати нові технології. Це може включати впровадження нового програмного забезпечення та енергоефективного обладнання, наприклад, запровадження системи обслуговування за допомогою планшетів. Також важливо розширювати обсяги продажу за допомогою служб доставки їжі, таких як Glovo, Raketa та інші. Додатково, важливо активно використовувати Інтернет для інформування та спілкування з клієнтами, наприклад, шляхом публікацій у ЗМІ та використання "таємних покупців". Нарешті, впровадження конкурентних технологій, таких як використання сучасних приладів для приготування їжі, може значно підвищити ефективність процесу приготування страв і забезпечити високу якість обслуговування.

Особлива увага повинна бути приділена цифровому маркетингу, такому як присутність на мережевих платформах, онлайн-маркетинг та співпраця з впливовими особами. Посилення присутності ресторану в Інтернеті та створення галасу в цифровому просторі допоможе покращити сприйняття ресторану, а в результаті - збільшити його відвідуваність, трафік на сайті та онлайн-продажі. Важливим етапом в цьому процесі може стати впровадження нових високоякісних страв, приготованих з здорових і екологічно чистих інгредієнтів, що не містять шкідливих жирів та цукрів.

Проведення аналізу цільової аудиторії вказує на важливість привертання уваги більш молодій аудиторії для готельно-ресторанного комплексу "Камелот". Для досягнення цієї мети, слід активно просувати ресторан у соціальних мережах та використовувати навігаційні додатки, такі як Google Карти, 2GIS та інші. Рекламна кампанія на цих платформах допоможе підвищити увізнаваність ресторану в місті, що залучить увагу нових гостей та відвідувачів.

Висновки до розділу 2

Організаційно-правова форма готельно-ресторанного комплексу - товариство з обмеженою відповідальністю, що є стандартним вибором для подібних підприємств на ринку. Готельно-ресторанний комплекс "Камелот" є юридичною особою, яка діє відповідно до законодавства України.

Однією з ключових переваг "Камелоту" є його вигідне розташування на окраїні міста, де проходить значна автомобільна трафік, що забезпечує легкий доступ для гостей.

Навіть при обмеженому штаті працівників персонал готельно-ресторанного комплексу "Камелот" відзначається високою якістю обслуговування та вмінням виконувати свої обов'язки на високому рівні.

Готельно-ресторанний комплекс "Камелот" славиться своїм винятковим рівнем обслуговування, що створює надзвичайний комфорт для клієнтів. Завдяки зручним меблям та створенню належного мікроклімату гості завжди відчувають себе затишно. А якщо додати сюди ще й високий професіоналізм персоналу, то отримаємо заклад, який пропонує послуги найвищого класу.

Після аналізу господарської діяльності "Камелоту" було виявлено, що завдяки оптимізації витрат вдалося зекономити 6,76 тис. грн. Таке зниження витрат супроводжується підвищенням ефективності використання основних засобів та зростанням чистого доходу закладу на 9,36%.

Але, незважаючи на представлену велику кількість переваг у роботі закладу, було визначено ряд стратегічних недоліків, що впливають на культуру та якість обслуговування: плинність кадрів, уповільнене обслуговування та недостатній рівень цифровізації процесів обслуговування клієнтів.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КУЛЬТУРИ І ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «КАМЕЛОТ»)

3.1 Новітні підходи щодо стратегічного планування процесу обслуговування клієнтів готельно-ресторанного підприємства

На готельно-ресторанний бізнес в Україні та світі впливає багато чинників, серед яких політична стабільність, рівень корупції, якість і доступність підготовки фахівців у галузі, а також професіоналізм персоналу. Ефективність, прогресивність та інноваційність цієї сфери також залежать від валютного курсу, рівня інфляції, обсягів інвестицій, податкової політики, рівня заробітної плати та купівельної спроможності населення.

При аналізі ситуації в готельно-ресторанному бізнесі в Україні можна визначити кілька ключових проблем. Ці проблеми включають недостатньо розвинену інфраструктуру та транспортні мережі, перепродаж та використання об'єктів з застарілим технологічним обладнанням, використання екологічно шкідливих сировин, порушення технологічних вимог у виробництві харчових продуктів, недостатньо ефективна підготовка фахівців у цій галузі, а також високі витрати на послуги.

Готельно-ресторанний бізнес - це складний процес, що включає організацію праці та надання послуг. Структура такого бізнесу може мати різні організаційно-правові форми, які визначаються цілями підприємства, джерелами стартового капіталу, методами виробничо-господарської діяльності, способами організації праці, системою корпоративного управління, правовою та технологічною базою, а також формами власності.

Одним з ключових завдань у готельно-ресторанному бізнесі є організація постачання послуг з максимальною ефективністю. Витрати на матеріальні ресурси у цій галузі зазвичай становлять від 30% до 50% від

загальної вартості. Тому важливо розробити чітку систему закупівель, спрямовану на оптимізацію бюджетних і загальних витрат підприємства.

Щоб ефективно конкурувати в готельно-ресторанній галузі, необхідно не лише ретельно вивчати структуру та особливості цього бізнесу, а й постійно оновлювати знання про нові тенденції, інтереси та потреби клієнтів, що змінюються з часом. Однак і цього часом може бути недостатньо. Досвід показує, що готельно-ресторанний бізнес успішно пристосувався до умов пандемії. Багато закладів впровадили послугу доставки їжі, доступну для замовлення онлайн, що стало ключовим фактором виживання та розвитку в кризових умовах.

Одним із ключових чинників ефективного функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу є наявність відповідної матеріально-технічної та фінансової бази. Матеріально-технічна база включає всі засоби і предмети праці, які використовуються для створення і надання готельно-ресторанних послуг. Вона є основою якості післяпродажного обслуговування. На сьогоднішній день основним джерелом фінансування готельно-ресторанного бізнесу є власні кошти підприємств. У разі їхньої відсутності можливе звернення до державного фінансування або позик, хоча це є досить складним завданням у сучасних умовах.

Готельно-ресторанна індустрія в Україні має значний потенціал для розвитку завдяки сприятливим умовам та багатим ресурсам для дозвілля. Проте існують серйозні виклики, пов'язані з недосконалістю законодавчої бази та нестабільною економічною і політичною ситуацією в країні. Тому для ефективної організації готельно-ресторанного бізнесу необхідно зосередитися на стабілізації загальної ситуації, поліпшенні економічного та політичного клімату, а також оновленні та вдосконаленні законодавчої бази, що регулює діяльність у цій сфері.

Варто підкреслити, що розвиток готельно-ресторанного бізнесу значною мірою залежить від іміджу закладу, який впливає на сприйняття клієнтами. Імідж готелю або ресторану формується з кількох важливих складових: місця

розташування, цін на проживання і страви, асортименту послуг та зручностей, зовнішнього вигляду і внутрішньої атмосфери, а також рівня професійної підготовки обслуговуючого персоналу.

У сучасних умовах ринку послуг інноваційна діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу набуває все більшого значення. Це зумовлено прагненням бізнесу впроваджувати новітні виробничі технології та управлінські підходи для підвищення ефективності та модернізації своєї діяльності. Багато сучасних підприємств у цій галузі значною мірою залежать від обчислювальних, телекомунікаційних та інших технологічних систем. У таких умовах важливо розробляти ефективні, комплексні та сучасні інноваційні стратегії, які дозволять максимально використовувати переваги нових технологій і одночасно мінімізувати ризики, пов'язані з можливими недоліками цих систем.

Сучасний розвиток інновацій у готельно-ресторанній індустрії спрямований на оптимізацію всіх технічних аспектів надання послуг та залучення клієнтів, перетворюючи їх на постійних споживачів. Досягнення цих цілей вимагає впровадження новаторських підходів та технологічних рішень.

Щоб зберегти свою конкурентоспроможність, суб'єкти готельно-ресторанного бізнесу зосереджуються на оптимізації своєї роботи, зниженні витрат на електроенергію та забезпеченні високоякісного обслуговування клієнтів. Для досягнення цих цілей необхідно впроваджувати новітні технологічні рішення.

Наразі значного розвитку набуває ІТ-оптимізація діяльності готелів, яка включає в себе інтеграцію систем електронної комунікації з гостями. При цьому залишається важливим прямий контакт персоналу рецепції з відвідувачами, оскільки чимало туристів надають перевагу живому спілкуванню з працівниками, а не взаємодії з автоматизованими сервісами.

Автоматизація готельного бізнесу за допомогою ІТ-рішень, відомих як системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), є ключовим

елементом сучасного менеджменту. CRM-системи створені для автоматизації процесів взаємодії з клієнтами, збору та зберігання даних про них, а також для вдосконалення обслуговування. Завдяки цим системам готелі можуть підвищити рівень сервісу, оптимізувати маркетингові зусилля та поліпшити якість обслуговування. CRM-технології аналізують клієнтську поведінку та допомагають оцінювати ефективність різних бізнес-підрозділів у готельній індустрії.

Головною метою у сфері готельного бізнесу є створення конкурентних переваг і підвищення загальної конкурентоспроможності, а також розвиток стабільної бази клієнтів. Для досягнення цих цілей важливо вміти ідентифікувати своїх клієнтів, впроваджувати інноваційні методи розвитку та регулярно оновлювати стратегію компанії, враховуючи постійні зміни на ринку готельних послуг.

Планування інноваційної стратегії на готельно-ресторанних підприємствах є важливим кроком у їхньому стратегічному розвитку. У цьому секторі необхідна постійна адаптація до змін на ринку та висока конкуренція. Забезпечення високої якості обслуговування, впровадження новаторських підходів і технологій є ключем до успіху для підприємств у цій галузі.

Планування інноваційної стратегії є невід'ємною умовою для створення сприятливого середовища, в якому підприємства готельно-ресторанного сектору можуть досягати нових вершин у якості обслуговування, ефективності операцій та взаємодії з клієнтами.

У сучасних умовах економічного розвитку підприємствам дедалі складніше здійснювати продаж товарів, продуктів та послуг, ніж їх виробляти. Вони змушені постійно шукати нові методи привертання споживачів, ефективно використовувати ресурси та розробляти інноваційні продукти для наявних ринків. Досягнення цих цілей потребує активної інноваційної діяльності.

До сфери інноваційної діяльності відносяться системи, які сприяють втіленню та реалізації новаторських ідей. У сучасних умовах жорсткої

конкуренції на ринках інновації є ключовим фактором, що дозволяє компаніям розвивати та розширювати свої унікальні здібності.

Зазвичай найефективніші ідеї щодо впровадження інновацій у компанії виникають у фахівців, які безпосередньо беруть участь у процесі виробництва. Тому важливо розпочати процес генерації нових ідей з проведення наради персоналу як першого кроку у плануванні інноваційної діяльності. У великих компаніях розробляються спеціальні опитувальні анкети для працівників, які фіксують конкретні категорії та цілі інновацій, які вони бажають впровадити. Ці анкети спрямовані на зручну обробку отриманих даних. Наприклад, якщо мета інновації суперечить місії або основному бізнесу компанії, її можна відхилити. У випадку, якщо немає необхідності у розробці анкети, менеджери можуть скористатися іншими методами пошуку ідей, такими як мозковий штурм чи асоціативний аналіз.

Інноваційні ініціативи часто потребують значної фінансової підтримки, що розширює інвестиційний аспект і вимагає детального довгострокового планування. Це планування визначає не лише напрямки інновацій та стратегію їхнього впровадження, але й враховує різноманітні фінансові аспекти.

Компанії, що активно працюють над інноваціями, можуть розвивати свою діяльність за допомогою різних стратегічних напрямків: інтелектуальна робота, дослідження та розробка нових матеріалів та технологій, розвиток інфраструктури, технічні зміни, а також вдосконалення організаційних та управлінських процесів.

При адаптації цих напрямків до готельно-ресторанного сектору можемо розглянути, як кожен із них може бути втілений в цій конкретній галузі.

Інтелектуальна діяльність включає підвищення кваліфікації працівників, яке можна досягти через курси підготовки та підвищення кваліфікації, організуючи онлайн зустрічі та управляючи відповідно до внутрішньої культури організації.

Матеріали та технології включають в себе модернізацію обладнання, систем, сировини та матеріалів, що використовуються у виробничих процесах.

Сучасний готельний ринок відрізняється високою конкуренцією, що стимулює використання новаторських архітектурних рішень, еко-матеріалів та інтерактивних технологій.

Інфраструктура стосується не лише приміщень, але й додаткових послуг, таких як салони краси, фітнес-центри та транспорт. Цей напрямок передбачає співпрацю між приватним та державним секторами для розвитку інфраструктури.

Технологічний аспект включає в себе використання передових рішень, таких як онлайн-замовлення, системи безпеки та екологічно чисті технології. Це включає в себе використання сонячних батарей для енергозабезпечення та перероблення матеріалів для будівництва.

Організація та управління означає ефективне управління всіма аспектами готельного бізнесу. Це може бути досягнуто за допомогою систем автоматизації та високоефективних контрольних-вимірювальних пристроїв.

Після визначення напрямків інноваційної діяльності компанія має організувати розробку плану впровадження. Перший крок у цьому процесі - визначення завдань та цілей інноваційних починань та створення плану реалізації. Інновації повинні бути конкретно визначені з можливістю вимірювання їхньої мети. Затвердження інноваційного плану передбачає дослідження кількох альтернатив та вибір найбільш перспективної.

У наступному етапі важливо дотримуватися політики інновацій та розробляти довгострокові стратегії. Інноваційна політика спрямована на створення сприятливого середовища для взаємодії всіх сфер діяльності компанії та досягнення поставлених цілей.

Третій етап передбачає спрямування ресурсів компанії на інновації та розробку стратегічного плану. На цьому етапі визначається обсяг матеріалів, сировини, фінансових та людських ресурсів, необхідних для втілення інноваційного проєкту.

Четвертий етап включає застосування методів бенчмаркінгу та аналізу конкретної стратегії інновацій. Бенчмаркінг дозволяє виявити найкращі

практики та стандарти для підвищення продуктивності підприємства, оцінюючи його слабкі та сильні сторони.

Складання планів інноваційної діяльності у готельному господарстві та громадському харчуванні є ключовим етапом, оскільки він вимагає значних інвестицій та детального підходу. Початок створення плану полягає в узагальненні основної ідеї інноваційної діяльності, де важливо залучити фахівців, які мають безпосереднє досвід роботи у виробничих процесах. Далі, важливим етапом є обрання конкретного напрямку інноваційної діяльності відповідно до поставлених цілей та завдань проекту. Планування процесу повинно завершуватися затвердженням інвестиційного плану.

Успішне впровадження інновацій шляхом компетентного планування може призвести до підвищення якості обслуговування та ефективності економічної діяльності готелів і закладів громадського харчування. Проте важливо розуміти, що успіх інновацій залежить від їхнього комплексного впровадження, що дозволяє досягти максимального ефекту.

3.2. Шляхи підвищення культури та якості обслуговування на готельно ресторанних підприємствах

У сучасній ринковій економіці питання якості визначається як один з найкритичніших факторів, що впливає на підвищення якості життя, соціальної безпеки, екологічної та економічної стійкості. Якість, як складне поняття, охоплює ефективність у всіх аспектах бізнесу: від маркетингу та організації виробництва до стратегічного планування. Рівень розвитку підприємства та його прибуток в значній мірі залежать від якості продукції та послуг, які надаються.

Світ готельно-ресторанної сфери є одним з найпоширеніших сегментів малого бізнесу, що призводить до постійної конкуренції між закладами та підприємствами. Залучення та утримання постійних клієнтів, сегментація

ринку, а також якість наданих продуктів чи послуг стають основними факторами конкурентоспроможності у цій сфері.

Ефективне функціонування конкурентоспроможності передбачає максимальне задоволення потреб споживачів, врахування їхніх найрізноманітніших потреб у побуті, культурі та господарстві, а також забезпечення високого рівня комфорту під час перебування в готелях та ресторанах.

Щороку зростають вимоги до якості послуг у готельній та ресторанній галузях. Висока культура та відмінне обслуговування не лише підвищують престиж готелю чи ресторану, але й є ключовими факторами, які приваблюють нових гостей. Дослідження підтверджують, що для багатьох закладів підвищення якості обслуговування є набагато ефективнішим засобом збільшення обсягу продажів та прибутку, ніж маркетингові заходи, просування чи реклама. Тому є сенс звернути увагу на наступну стратегічну модель, що представлена на рис 3.1.



Рис. 3.1 Стратегічна модель «5-М» удосконалення культури та якості обслуговування в готельно-ресторанних підприємствах.

Модель формує орієнтири на що потрібно звернути увагу для підвищення культури та якості обслуговування з фокусом на обслуговування у сегменті ресторанних послуг.

Проте, на сьогодні однією з основних проблем готельно-ресторанного сектору є розробка та впровадження системи якісного обслуговування, яка б дозволила забезпечити надання конкурентоздатних послуг. Система якісного обслуговування має мінімізувати витрати на розробку та впровадження послуг, а також враховувати особливості кожного закладу. Гості очікують стійкої та стабільної якості обслуговування, щоб мати впевненість у тому, що їхні очікування будуть виконані.

Розв'язання проблеми підвищення якості обслуговування має важливе значення як для окремих підприємств, так і для економіки в цілому, оскільки це може встановити нові прогресивні стандарти всередині готельно-ресторанної галузі. Досягнення таких стандартів можливе за рахунок постійного вдосконалення технологій управління наданням якісних послуг і підвищення їхньої економічної ефективності.

Якщо увага не буде приділена якості, то для виправлення помилок у обслуговуванні доведеться витратити значні кошти. Більш ефективним буде розробка довгострокових програм запобігання помилок у обслуговуванні клієнтів.

Статистичні дані, зібрані з різних країн, демонструють, що в готелях та ресторанах, де недооцінюють важливість якості обслуговування, до 60% часу може бути витрачено на виправлення недоліків та неполадок у обслуговуванні.

Вкладення в управління якістю призводить до збільшення прибутків завдяки уникненню недоліків у обслуговуванні та мінімізації претензій, а також до підвищення рівня задоволеності клієнтів і ефективності управління всім закладом.

Контроль якості обслуговування має велике значення, оскільки він підсилює вплив вимог клієнтів на рівень послуг. Покрім цього, якість є одним із ключових критеріїв оцінки обслуговування менеджерами. Менеджери в

готельній сфері розглядають поліпшення якості обслуговування як одне з найважливіших завдань управління.

З метою досягнення високого рівня якості обслуговування в готельно-ресторанній індустрії необхідно розробляти стандарти обслуговування, які виступають фундаментом для системи навчання персоналу. Вміст стандартів є основою для програми навчання, формування якої варто виходити зі змісту стандартів.

Крім того, важливо розробляти системи навчання персоналу, що мають бути комплексними. Вони повинні включати навчання персоналу згідно зі стандартами обслуговування клієнтів, а також технічним аспектам стосовно товару, послуги та правил їх надання. Система навчання також повинна охоплювати встановлені законодавством правила роботи в галузі та на підприємстві.

Система навчання тісно пов'язана з контрольною програмою. Оцінка знань та навичок персоналу здійснюється шляхом проведення контрольних заходів, під час яких співробітник аналізується на робочому місці у реальних умовах. Без впровадженої програми контролю виконання стандартів та надання зворотного зв'язку персоналу, навіть у випадку високого рівня навченості, не можна гарантувати якісне обслуговування клієнтів.

Керівництву важливо створювати систему комплексної мотивації та сприяти розвитку корпоративної культури закладу. Таким чином, система управління якістю послуг у готельно-ресторанній сфері повинна забезпечувати задоволення потреб клієнтів під час їх обслуговування в готелі або ресторані.

Швидкий розвиток галузі послуг, постійне прагнення фірм досягти максимального прибутку та зростаюча кількість платоспроможних споживачів сприяють розширенню та урізноманітненню діяльності готелів.

Одним з найсуттєвіших факторів, який впливає на успішність готельної діяльності, є якість наданих послуг, яка визначає, який продукт обере клієнт. У

міжнародній практиці виокремлюють два основних підходи до оцінки якості обслуговування:

1. Оцінка на основі корисних властивостей та характерних особливостей процесу надання послуг, що викликають задоволення у споживачів. Цей підхід передбачає точне уявлення про особливості та характеристики наданих послуг як засіб вимірювання рівня якості. Наприклад, розкішний готель чи ресторан відомі високим рівнем обслуговування порівняно з готелем обмеженого класу.
2. Оцінка недоліків у процесі обслуговування клієнтів. Відсутність недоліків є ключовим фактором досягнення високої якості. Навіть готель обмеженого класу може мати високий рівень обслуговування, якщо надані послуги вільні від недоліків і задовольняють потреби свого сегменту споживачів.

Незалежно від того, як багато зусиль вкладає готельний заклад у підтримку високої якості послуг, навіть у найкраще спроектованому та організованому готелі може зустрітися незадоволений клієнт. Тому основною ідеєю управління якістю є орієнтація на клієнта та повне задоволення його потреб.

Класифікація готельних закладів за рівнем комфорту відіграє важливу роль у вирішенні завдань управління якістю готельних послуг. Рівень комфорту охоплює різноманітні критерії, такі як:

Стан номерного фонду, який включає в себе площу номерів, відсоток одномісних та багатомісних номерів, наявність комунальних зручностей, наявність номерів для гостей з особливими потребами та інші параметри.

Стан меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення тощо.

Наявність та стан закладів харчування, таких як ресторани, кафе, бари і т. д.

Стан будівель, доріг, майданчиків для паркування, зони для відпочинку та інші інфраструктурні складові.

Інформаційне та технічне обладнання, включаючи наявність телефонного зв'язку, супутникового телебачення, холодильників, міні-барів і таке інше.

Механізм управління якістю готельних послуг має бути спрямований на прийняття управлінських рішень та реалізацію комплексу заходів з планування, надання та виконання послуг високої якості. Сучасні практики в галузі гостинності визнають державні механізми регулювання, такі як сертифікація та стандартизація, як один із ефективних способів підвищення якості послуг. Процес сертифікації передбачає систему заходів, які на заключному етапі підтверджують відповідність наданих послуг встановленим стандартам.

Ключовим елементом удосконалення якості послуг є стандартизація. Це процес, спрямований на встановлення обов'язкових або рекомендованих вимог, норм, правил та характеристик, що гарантують споживачам можливість отримати послуги високої якості за прийнятну ціну. Головна мета стандартизації полягає в забезпеченні відповідності продукції та послуг їхньому призначенню та вимогам безпеки.

Для збору вражень клієнтів про заклад та надані послуги існують різноманітні методи зв'язку. Один з найбільш поширених способів - це розповсюдження анкет у номерах та ресторанах, які дають можливість клієнтам висловити свої думки про якість обслуговування.

На сьогоднішній день в готелях все частіше можна зустріти естетично надруковані анкети на якісному папері, які адресовані до дирекції закладу і містять прохання залишити їх у адміністратора. Ці анкети допомагають провести аналіз настроїв клієнтів стосовно якості послуг в цілому та окремих аспектів обслуговування. Обсяг запитань у таких анкетах може варіюватися, проте важливо збалансувати кількість запитань так, щоб не завдавати зайвого труднощів гостям при їх заповненні.

Незважаючи на багатство законів, постанов і інструктивних матеріалів, якість обслуговування в більшості вітчизняних готелів залишається

недостатньою, а ціни на послуги часто піднімаються до надмірно високого рівня. Це пояснюється застарілістю матеріально-технічної бази готелів та відсутністю коштів на її оновлення та розширення, недостатнім професійним рівнем як керівництва, так і обслуговуючого персоналу, а також несучими недоліками технічного обладнання підприємств.

Таким чином, в Україні відсутність маркетингових та відділів з управління якістю послуг у готелях стає серйозною проблемою готельного господарства. Готелі у великих містах змушені конкурувати з приміськими закладами, які пропонують нижчі ціни та високий рівень обслуговування, порівнянний зі світовими готелями. Управління якістю послуг передбачає аналіз ринку готельних послуг та проведення маркетингових досліджень, щоб забезпечити вдосконалення якості готельних послуг відповідно до потреб клієнтів.

3.3. Рекомендації щодо розробки стратегії підвищення культури та якості обслуговування споживачів «Камелот»

Сучасний готель повинен бути більше, ніж просто місце для переночування – він має стати своєрідним укриттям для фізичного й душевного відпочинку, будинком подалі від дому. Однак досягти цього можна лише за умови високоякісного обслуговування, професійного персоналу і ефективного управління ним. На сучасному ринку успішно функціонують лише ті готельні підприємства, що вміють розробляти й реалізовувати довгострокові стратегії обслуговування на найвищому рівні організації.

Попередні підходи до управління в індустрії гостинності, коли все залежало від ентузіастів, вже застаріли. Сучасний ринок вимагає професіоналізму в усьому, тому пропонується наступний стратегічний підхід для підвищення культури і якості та обслуговування в готельно-ресторанному комплексі «Камелот» (рис. 3.2)



Рис. 3.2. Стратегічний підхід для підвищення культури і якості обслуговування в готельно-ресторанному комплексі «Камелот»

Основними напрямками підвищення якості обслуговування у готелях є:

- Залучення керівництва верхнього рівня, зацікавленого в підвищенні якості.
- Створення ради для поліпшення культури й якості обслуговування.
- Мобілізація всього колективу для участі в поліпшенні обслуговування.
- Забезпечення колективної та індивідуальної участі.
- Створення спеціальних груп для удосконалення систем.
- Підтримка якісного функціонування систем управління.
- Розробка й реалізація планів і стратегій для підвищення культури й якості обслуговування.
- Впровадження системи заохочень.

Крім того, необхідно розробити програму контролю якості, яка визначатиме цільові орієнтири та заходи для досягнення них. Така програма може бути представлена у вигляді схеми для кращої зрозумілості та організації процесу контролю.

При розробці програми контролю якості обслуговування важливо мати на увазі наступні цілі:

1. Збереження та розширення кола клієнтів шляхом приваблення нових відвідувачів та задоволення потреб існуючих.
2. Швидке вирішення проблем, пов'язаних з якістю пропозицій, за допомогою зворотного зв'язку, що дозволяє оперативно реагувати на виявлені недоліки.
3. Можливість оцінки ефективності заходів, спрямованих на поліпшення культури та якості обслуговування в готелі, щоб забезпечити постійне покращення.
4. Систематичний моніторинг за впровадженими заходами для підвищення рівня культури і якості обслуговування, забезпеченням їх ефективного впровадження та аналізу результатів.
5. Розвиток основи для навчання та підвищення кваліфікації персоналу готелю з метою гарантування їхньої готовності до виконання завдань на високому рівні і задоволення потреб клієнтів.

Виконання поставлених завдань потребує чітких термінів. Моніторинг культури та якості обслуговування включає кілька етапів:

Визначення обсягів вимірювання культури та якості обслуговування. Перший етап включає застосування всіх форм стандартизації, які розглядаються як складові якості. Масштаби мають бути чітко визначеними і реалістичними, щоб послужити основою для подальших поліпшень.

Постановка питань, перевіряючих рівень культури і якості обслуговування. На цьому етапі різні сфери, такі як контакт з клієнтами та служби заднього плану, проходять перевірку якості через внутрішні оцінки та опитування.

Контроль та оцінка. На цьому етапі опитувальники та листи перевірки стають основою для розроблення програм професійної підготовки персоналу та покращення якості обслуговування. Робота персоналу повинна бути спрямована на підвищення якості, з урахуванням думки гостей.

Ці етапи контролю культури та якості обслуговування сприяють кращій координації між підрозділами та покращують загальний рівень обслуговування.

Після аналізу системи управління трудовими ресурсами в готельно-ресторанному комплексі "Камелот", можна відзначити відсутність суттєвих недоліків. Керівництво готелю належним чином розуміє, що успішна діяльність в сфері гостинності неможлива без відповідно підготовленого та мотивованого персоналу. Для отримання певних посад кандидати проходять різноманітні види тестувань: психологічні, кваліфікаційні і перевірку на вживання наркотичних речовин. Ці тести допомагають оцінити рівень інтелекту, інтереси, особисті якості та здібності, необхідні для виконання конкретних обов'язків.

У світовій практиці існують два основних підходи до визначення якості обслуговування, які можна використовувати для оцінки у готельно-ресторанному комплексі "Камелот":

1. Оцінка якості обслуговування на основі аналізу корисних властивостей та характеристик процесу надання послуг.
2. Виявлення недоліків у процесі обслуговування клієнтів.

Ці методи дозволяють оцінити ступінь задоволення клієнтів та виявити можливості для поліпшення якості обслуговування у готельно-ресторанному комплексі "Камелот".

Один з основних принципів поняття якості обслуговування в готельно-ресторанному комплексі "Камелот" полягає в оцінці корисних властивостей і характерних особливостей процесу надання послуг, які сприяють задоволенню потреб споживачів. Також важливим фактором є відсутність недоліків у процесі обслуговування, що впливає на ступінь задоволення потреб клієнтів.

Видатні фахівці готельно-ресторанного комплексу "Камелот" переконані, що якість є ключем до комерційного успіху.

Експерти готельно-ресторанного комплексу "Камелот" аналізують якість послуг, використовуючи тривалість та ефективність процесу надання послуг, задоволення потреб клієнтів та виявлення можливостей для поліпшення.

Технічна якість: це оцінка матеріально-технічної бази готелю з урахуванням встановлених стандартів. Вона включає як зовнішнє, так і внутрішнє оснащення будівлі, а також якість меблів, безпекових систем, приладдя та іншого обладнання. До цієї категорії також належать ефективність постачання тепла, електроенергії, водопостачання, інформаційних технологій і обладнання для надання додаткових послуг.

Функціональна якість: це здатність персоналу ефективно виконувати свої обов'язки. Вона визначається кваліфікацією, досвідом, навичками та професійними здібностями працівників. Функціональна якість охоплює оперативність надання послуг, таких як бронювання номерів, транспортування багажу та реєстрація гостей.

Етична (соціальна) якість (імідж): це відносна оцінка, яка базується на певних критеріях, таких як результати анкетних опитувань, соціологічних досліджень та громадської думки. Ця категорія визначає популярність або непопулярність підприємства серед споживачів.

Зважаючи на різноманіття законодавства та вказівок, що регулюють діяльність готельно-ресторанного комплексу "Камелот", слід відзначити високий рівень якості обслуговування, хоча цінова політика вже наближається до свого піку. Однак, розвиток готелю частково обмежується тим, що система контролю та оцінки якості послуг і механізм регулювання цін ще не є досконалими. Взаємозв'язок між якістю послуг і їх вартістю регулюється державою через систему стандартизації та сертифікації.

На сьогоdnішньому етапі якість обслуговування у готельно-ресторанному комплексі "Камелот" є об'єктом постійного аналізу, планування та управління. Одним із ключових методів контролю є стандартизація та

сертифікація послуг. Система сертифікації забезпечує відповідність послуг встановленим стандартам, що стає гарантією їхньої якості.

Готельно-ресторанний комплекс "Камелот" усвідомлює важливість орієнтації на потреби споживачів. Забезпечення ефективного задоволення потреб клієнтів сприяє досягненню стратегічних цілей підприємства та сприяє його успішному розвитку.

Аналіз різних сегментів ринку, на якому функціонує готельно-ресторанний комплекс "Камелот", є ключовим для отримання цінної інформації про минуле, сучасне та майбутнє. Цей аналіз дозволяє керівництву готельно-ресторанного комплексу зрозуміти унікальні особливості попиту різних сегментів ринку. Збираючи та аналізуючи власні та статистичні дані, ми зможемо здійснити глибокий розгляд різних сегментів ринку за різними параметрами.

Одним з основних сегментів для готельно-ресторанного комплексу "Камелот" є іноземні туристи та бізнесмени, які прибувають до міста Тернопіль. Аналізуючи цей сегмент, ми можемо зробити висновок про позитивну динаміку збільшення обсягів реалізації основних послуг та оптимізацію їх структури. Для досягнення міжнародних стандартів обслуговування, важливо підтримувати високу якість усіх послуг комплексу, враховуючи зростаючу частку обслуговування іноземних гостей.

Такий підхід дозволить готельно-ресторанному комплексу "Камелот" ефективно адаптуватися до потреб різних сегментів ринку та забезпечити їхнє повне задоволення, що в свою чергу позитивно вплине на репутацію та конкурентоспроможність комплексу.

Споживачі сьогодні настільки вимогливі, що краще обслуговування стало невід'ємною складовою успіху для готелів. Ті заклади, які можуть надати високоякісне обслуговування завдяки своєму персоналу, займають конкурентніші позиції порівняно з іншими готелями. Створення сприятливого робочого середовища для персоналу збільшує рівень трудової продуктивності, що, у свою чергу, сприяє загальному успіху підприємства.

Для підвищення якості готельних послуг та ефективного використання готельного фонду, готельно-ресторанному комплексу “Камелот” рекомендується вжити наступні заходи:

1. Раціональний підбір та розстановка кадрів.
2. Розробка службових обов'язків для кожного робочого місця.
3. Оцінка потреб у підвищенні кваліфікації та плани просування по службі для працівників.
4. Постійне підвищення кваліфікації персоналу.
5. Періодичні перевірки роботи персоналу.
6. Розробка програми заохочення для працівників на всіх рівнях.
7. Регулярне підвищення заробітної плати.
8. Вдосконалення системи пільг для збереження персоналу.
9. Вирішення трудових суперечок відповідно до встановленого порядку.

Покращення якості послуг стане ключовим фактором для забезпечення ефективності та прибутковості готельно-ресторанного комплексу “Камелот” та інших закладів галузі гостинності.

Висновки до розділу 3

Управління якістю вимагає детального планування, виконання та документування заходів кваліфікованим персоналом, незалежно від конкретного виду діяльності або області, що перевіряється. Важливо також оцінювати впровадження та ефективність коригувальних заходів, проведених після результатів попередніх перевірок. Висновки з перевірки мають бути документально оформлені та представлені вищому рівню управління. Керівництво, що відповідає за перевіряну діяльність, повинне забезпечити вжиття відповідних коригувальних заходів відповідно до висновків перевірки.

Для підвищення рівня обслуговування у готельно-ресторанному комплексі "Камелот" пропонуються ряд рекомендацій, які можуть бути покращені та удосконалені:

- Проведення оцінки потреб у підвищенні кваліфікації персоналу та створення умов для професійного зростання з метою просування по службі та підвищення заробітної плати.
- Постійне підвищення рівня кваліфікації персоналу через навчальні програми та тренінги.
- Проведення систематичних перевірок роботи всього персоналу з певною періодичністю.
- Впровадження програми заохочень та створення умов мотивації для працівників на всіх рівнях управління.
- Регулярне вдосконалення системи пільг для працівників, які виявляють високу продуктивність та забезпечують стабільність у роботі.
- Встановлення чіткого порядку розгляду трудових суперечок адміністрацією для забезпечення справедливості та дотримання трудових прав працівників.

Ці пропозиції стосовно покращення якості обслуговування в готельно-ресторанному комплексі "Камелот" мають потенціал значно покращити ефективність закладу, привернути більше клієнтів та, відповідно, збільшити прибуток.

Таким чином, у готельній сфері сучасного бізнесу наразі важливо активно впроваджувати більш ефективні та вдосконалені методи управління персоналом, щоб забезпечити вирішення всіх можливих проблем з максимальною ефективністю.

ВИСНОВКИ

У сучасному конкурентному середовищі готельно-ресторанні комплекси України змушені працювати у середовищі багатовимірної конкуренції, де успішність господарювання безпосередньо залежить від швидкого впровадження інновацій. Надання інноваційних послуг стає одним із ключових шляхів формування конкурентних переваг у сфері гостинності, оскільки такі послуги не лише задовольняють, а й перевершують очікування клієнтів, надаючи їм якісні, привабливі та комфортні враження.

На сьогодні відомі готельні заклади світового рівня надають надзвичайну увагу якості обслуговування, розглядаючи її як один із головних чинників успішного розвитку. Розробка та впровадження нових методів виявлення недоліків в роботі персоналу є стратегічно важливим завданням для адміністрації готельних комплексів. Якість місць проживання та обслуговування безпосередньо залежить від ефективності персоналу, що є ключовим для успіху готельної сфери в цілому.

Проблема якості надання готельних послуг стає надзвичайно актуальною в умовах ринкової економіки, оскільки готелі, які не забезпечують високу якість, ризикують стати банкрутами в умовах жорсткої конкуренції.

На сьогодні управління якістю стає одним з ключових аспектів діяльності українських готелів, оскільки від цього залежить їхня конкурентоспроможність. Створення ефективної системи управління якістю є важливим етапом, що забезпечує надання готельних послуг на високому рівні. Крім того, наявність високоякісних сервісів стає обов'язковою умовою під час переговорів з міжнародними туроператорами та іншими корпоративними партнерами, які часто вимагають наявності сертифікату на систему якості, щоб переконатися у відповідності пропонованих послуг їхнім потребам.

Сучасні готелі активно впроваджують системи моніторингу якості послуг на всіх етапах надання та споживання. Основний акцент робиться на попередженні виникнення дефектів та недоліків в обслуговуванні.

Важливо враховувати, що сприйняття якості послуг може відрізнятись між виробником і споживачем, тому виробник повинен постійно стежити за якістю протягом усього процесу споживання послуг. Якість послуг проявляється саме у процесі їх використання та оцінюється здатністю відповідати чи не відповідати вимогам споживача.

Формування культури та підтримка високої якості обслуговування в готельно-ресторанному підприємстві вимагає відпрацювання єдиного стилю та дієвої взаємодії всього персоналу. Головна мета полягає в забезпеченні максимального комфорту для гостей, незалежно від їхніх потреб та побажань. Основними факторами, що впливають на формування високої культури та якості обслуговування, є відповідальний підхід до організаційної культури та корпоративної ідентичності, а також стабільна якість продукції та наданих послуг.

Інновації в готельно-ресторанному секторі відіграють ключову роль у підвищенні якості обслуговування, розширенні асортименту та залученні нових клієнтів. Постійний пошук новаторських підходів для поліпшення роботи кафе, ресторанів та інших гастрономічних закладів стає пріоритетом для підприємств цієї галузі.

Сфера інновацій охоплює не лише наукові відкриття та технічні досягнення, але й зміни в продукції, технологічних процесах, маркетингових стратегіях, та організаційних структурах. Інновації можуть бути втілені в нових або поліпшених продуктах, технологіях, послугах, а також способах задоволення потреб споживачів.

Впровадження нових послуг дозволяє готельно-ресторанним компаніям створювати більш комфортні та оригінальні умови обслуговування, що може стати візитною карткою таких підприємств та сприяти їхньому подальшому розвитку.

Для подальшого розвитку готельно-ресторанного бізнесу важливо не лише проводити аналіз, але й активно займатися плануванням та прогнозуванням діяльності на майбутнє, керуючись відповідними етапами

розвитку. Цей процес починається з уважного аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, а також з визначення загальної стратегії діяльності. Крім того, важливо враховувати сучасні вимоги, власні можливості, бізнес-стратегії та концепції розвитку.

В контексті організації готельно-ресторанного бізнесу, особливу увагу слід звертати на оновлення послуг згідно з вимогами ринку. Після цього доцільно працювати над покращенням техніко-економічного рівня, якості та конкурентоспроможності наданих послуг. Такий підхід дозволить підприємствам готельно-ресторанного бізнесу ефективно відповідати на потреби своїх клієнтів і зберігати конкурентні переваги на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Березін О.В., Міценко Н.Г., Дуда С.Т. Управління потенціалом підприємства: навч. посіб. Львів : Магнолія. 2019. 308 с.
2. Белоусова О.С., Афанас'єва О.С. Актуальні проблеми готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах підготовки до Євро 2012 Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту 2017. №2. С.53-60.
3. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у ресторанному, Готельно-ресторанний комплексному господарстві та туризмі : навч. посіб. / Н. М. Влащенко ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 373 с.
4. Ворсовський О. Л. Шляхи покращення інвестиційного клімату в Україні / О. Л. Ворсовський // Економіка та держава. 2019. № 12. С. 95–98.
5. Геліх А. О. Аутстафінг у Готельно-ресторанний комплексно-ресторанному господарстві // Новації в технології та обладнанні Готельно-ресторанний комплексно-ресторанних, харчових і переробних виробництв: міжнародна науково-практична інтернет-конференція, 24 листопада 2020 р. / під заг. ред. В. М. Кюрчева. Мелітополь : ТДАТУ, 2020. С. 257–259.
6. Гірняк П.П. Менеджмент. Підручник. Львів : Магнолія. 2019. 352 с.
7. Гоблик В.В., Черничко Т.В., Хаустова К.М. Ресурсне забезпечення розвитку сфери гостинності. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія “Економіка”: збірник наукових праць / гол. ред. Т.В. Черничко. Мукачево: МДУ, 2019. Випуск 2(12). С.21-26.
8. Головка О.М. Організація Готельно-ресторанний комплексного господарства: навч. посіб. К.: Кондор, 2015. 410 с.
9. Давидова О. Ю. Інноваційні технології у Готельно-ресторанний комплексному бізнесі. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі : Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., (Харків, 17 квітня 2020 р.) / ХНУМГ ім. О.М. Бекетова. Харків, 2020. С. 77-78.

10. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : навч. посіб. Харків : ХНАМГ, 2016. 414 с.
11. Давидова О.Ю. Удосконалення діяльності підприємств індустрії гостинності в умовах їх інноваційно-технологічного розвитку. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2015. Вип. 1(21). С. 241-256.
12. Данилюк Л.П. Сутність управління якості готельних послуг. Вісник Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. 2016. №12 С.78-83.
13. Джинджоян В.В. Інноваційні технології в туризмі та гостинності: навч. посіб. / В.В. Джинджоян, Т.В.Тесленко, К.М. Горб. К.: Видав. «Каравела», 2022. 340 с.
14. Дорошенко Т. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України. М-ли V міжнар. наук.-практ. конф. 4-5 квіт. 2019 р. Кропивницький: ЛА НАУ, 2019. С. 84-91.
15. ДСТУ 180 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення і словник : чин. від 10.01.2001 р. Київ: Держстандарт України, 2001. 27 с.
16. ДСТУ 180 9001-2001. Системи управління якістю. Вимоги : чин. від 10.01.2001 р. Київ : Держстандарт України, 2001. 23 с.
17. ДСТУ 180 9004-2001. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності. Вимоги : чин. від 10.01.2001 р. Київ : Держстандарт України, 2001. 44 с.
18. Дубодєлова А.В. Система управління якістю готельних послуг: методологічні аспекти. Проблеми економіки та управління. Львів: Вид-во Нац. ун-ту Львів. Політехніка», 2018. №611. С.130-134.
19. Іванова Л.О. Маркетинг готельного і ресторанного господарства. Львів : Магнолія. 2019. 216 с.
20. Іванова Л.О., Музика О.М. Моніторинг світового ринку готельних і ресторанних послуг: навч. посіб. Львів : Магнолія. 2019. 227 с.

21. Кальченко О. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі / М. Кальченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету : зб. наук. праць. Чернігів : ЧДТУ, 2011. - № 4 (54). С. 147-155.
22. Ковтуненко, Ю. В., Пальжок, Н. І., Тарутіна, П. О., & Бабиніна, М. Ф. Вплив Covid-19 на економічне середовище Готельно-ресторанний комплексно-ресторанного бізнесу. Економічний форум, №1, 2022. С.120–126.
23. Кривко, А. Ф. Інвестиційна привабливість Готельно-ресторанний комплексного господарства України. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, 2020. №3(114). 1, С. 101–106.
24. Круль Г.Я. Основи готельної справи: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 280 с.
25. Круль Г.Я. Основи Готельно-ресторанний комплексної справи: навч. посіб. / Г.Я. Круль. К.: Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
26. Кудла Н.Є. Управління якістю в туризмі: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 28 с.
27. Лелюк О. В. Сучасні підходи до розвитку сфери гостинності. Інноваційний ринок індустрії туризму і сфери гостинності : збірник матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної конференції, (м. Київ, 19 травня 2020 р.). Київ : ТЕК КНТЕУ, 2020. С. 18-21.
28. Лисюк Т. В. Інноваційні технології у Готельно-ресторанний комплексно-ресторанному господарстві // Економіка та суспільство. 2022. Вип. 40. С. 240–245.
29. Лістрова О. С. Інструменти інноваційного маркетингу Готельно-ресторанний комплексного господарства // Економічний вісник. 2020. № 2. С. 105–114.
30. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 472 с.

31. Мальська М.П. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 336 с.
32. Малюк Л.П., Варипаєва Л.М., Терешкін О.Г. Інновації у сфері гостинності. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2017. Вип. 2(26). С. 253-266.
33. Мельниченко С. Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах. Вісник КНТЕУ. 2016. №1.
34. Микитюк П. П, Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Скочиляс С. М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с
35. Наумік-Гладка К. Г. Маркетингові та психологічні аспекти діяльності spa-індустрії при Готельно-ресторанний комплексних комплексах. Modern Economics. 2017. № 4. С. 100–106.
36. Небаба Н.О. Інноваційний розвиток підприємств індустрії гостинності / Н.О. Небаба, К.М. Горб, О.К. Мартиненко // Науковий погляд: економіка та управління, № 2 (82) / 2023. С. 65-73.
37. Нікольчук Ю. М. Готельно-ресторанний комплексно-ресторанний бізнес: сучасний стан, фінансове забезпечення, інвестиційна привабливість та перспективи подальшого розвитку в Україні // Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 218–226.
38. Оробейко Е.С. Шредер Н.Г. Організація обслуговування: ресторани і бари: посібник. Миколаїв : Альфа-М, 2016. 320 с.
39. Островська Г. Й. Особливості розвитку Готельно-ресторанний комплексно-ресторанної справи: кухні народів світу. Навч. посіб. Тернопіль : Підручники і посібники, 2018. 256 с.
40. Паляниця В. А. Інноваційні напрямки маркетингових комунікацій у ресторанному бізнесі як чинник відновлення сфери гостинності / Паляниця Віктор Анатолійович, Пазюк Н. О. // Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені

- Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка: „Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу“, 18 листопада 2022 року. Т. : ФОП Паляниця В. А., 2022. С. 78–79.
41. Панченко М. О. Управління якістю: теорія та практика: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 228 с.
42. Романенко О. О., Яворська О. Г. Особливості інновацій в туризмі та індустрії гостинності. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 8. С. 5–9.
43. Сахно Є.Ю., Дорош М.С., Ребенок А.В. Менеджмент сервісу: теорія та практика: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 328с.
44. Смирнов І. Г. Інноваційний туризм: навч. посібн. Київ : Знання, 2019. 444 с
45. Стригуль Л.С., Александрова В.О., Черноіван А.С. Дослідження впливу війни на діяльність сфери туризму та гостинності України. Труды XIX-ї Міжнародної науково-практичної конференції «Дослідження та оптимізація економічних процесів». Харків : НТУ «ХП», 2022. С. 73-75
46. Тарасюк В. С., Миронов Ю. Б. Екологічні інновації в індустрії гостинності. Інновації, тренди та перспективи індустрії гостинності : Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції, (м. Львів, 12 грудня 2019 р.). Львів : ЛТЕУ, 2019. С. 165-168.
47. Топольник В. Г. Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві : навч. посіб. Донецьк : Національний університет економіки і торгівлі імені М.Тугана-Барановського, 2016. 328 с.
48. Трикоз І.В., Панчук С.С., Полохач Л.П. Визначення факторів впливу на Готельно-ресторанний комплексну сферу України та особливості й значення її ризиків. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2019. № 2 (46).
49. Усіна А.І., Давидова О.Ю., Сегеда І.В., Кононенко Т.П. Організація послуг харчування: підручник. Харків : ХНУМГ, 2014. 183с.

50. Чміль Г. Л. Обґрунтування інструментів дослідження маркетингової інноваційної активності компанії індустрії гостинності на ринку. Економіка та держава. 2020. № 8. С. 62–65.
51. Шаповалова О.М. Інноваційний розвиток підприємств сфери послуг: туризму // Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля № 4(193) ч. 2.– 2013.– С. 241–246.
52. Шкільний О. О. Теоретико-методологічні аспекти дослідження інноваційних процесів у туризмі та гостинності в сільській місцевості. Агросвіт. 2022. № 2. С. 18–23.
53. Шуптар-Пориваєва Н. Й., Губанова О. Р., Попова М. О., Андрущенко О. С. Перспективи інноваційного розвитку туристичної сфери в Україні в умовах коронавірусної кризи / Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2020. Випуск 6 (146)