

Факультет Економіки та менеджменту

Кафедра Управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

Освітньо-кваліфікаційний рівень Бакалавр

Напрямок підготовки 24 «Сфера обслуговування»

(шифр і назва)

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри Роман ШЕРСТЮК

« »

2023 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

Янч Ольги Володимирівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи)

«Удосконалення системи надання послуг у закладі індустрії гостинності (на прикладі ПрАТ «Готель «Дніпро»)»

Керівник проекту (роботи)

Мельник Лілія Миколаївна, д.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом по університету від *«07» березня 2023 року №4/7-269*

2. Термін подання студентом проекту (роботи) 15.06.2023 р

3. Вихідні дані до проекту (роботи) *Нормативно-правові акти, навчальні посібники, наукові статті, джерела Інтернет*

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні основи організації надання послуг в готельних підприємствах

2. Аналіз системи надання послуг в ПрАТ «Готель «Дніпро»

3. Удосконалення організації та технології надання послуг в ПрАТ «Готель «Дніпро»

4. Безпека життєдіяльності, основи охорони праці

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень, слайдів)

АНОТАЦІЯ

Янч О.В. Удосконалення системи надання послуг у закладі індустрії гостинності (на прикладі ПрАТ «Готель «Дніпро»).

Кваліфікаційна робота бакалавра: 78 сторінок, 4 рисунки, 15 таблиць, 34 літературних джерел.

Предмет дослідження – система надання послуг у закладі розміщення індустрії гостинності.

Об'єкт дослідження – ПрАТ «Готель «Дніпро», чотиризірковий готель.

Метою роботи є розроблення рекомендацій щодо удосконалення системи надання послуг у закладі готельної індустрії.

Методи дослідження – аналіз і синтез; комплексний аналіз; порівняльний і економічний аналіз, метод опису.

Практичне значення одержаних результатів. У процесі підготовки роботи запропоновано досліджуваному підприємству – ПрАТ «Готель «Дніпро» впровадити удосконалення системи надання послуг, а також обґрунтовано напрями покращення наданих готелем послуг як складової якості обслуговування та задоволення клієнтів від наданих послуг.

Ключові слова: якість, обслуговування, задоволеність, послуга, готельна індустрія, конкурентоспроможність.

ANNOTATION

Yanch O. Improvement of the service delivery system in the hospitality industry (PJSC "Dnipro Hotel" as a case study).

Bachelor degree thesis contains of 78 pages, 4 pictures, 15 tables, 34 references.

The subject of investigation is the process of management system developing of the catering organization.

The object of investigation is PJSC "Dnipro Hotel", a four-star hotel.

The aim of the work is to develop the recommendations for improving the system of service provision in the hotel industry.

The methods of investigation are analysis and synthesis; comprehensive analysis; comparative and economic analysis, method of description.

The practical significance of the results obtained. It was proposed to the researched enterprise – PJSC "Dnipro Hotel" to implement improvements in the service delivery system, and also substantiated the directions of improving the services provided by the hotel as a component of the quality of service and customer satisfaction with the services provided.

Key words: quality, service, satisfaction, service, hotel industry, competitiveness.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
1. ТЕОРЕТИЧНИЙ РОЗДІЛ	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	10
1.1. Сутність та особливості послуг у закладах готельної індустрії	10
1.2. Класифікація послуг, що надаються готельними підприємствами	16
1.3. Основні принципи надання якісних готельних послуг	21
Висновок до теоретичного розділу	25
2. АНАЛІТИЧНИЙ РОЗДІЛ	
АНАЛІЗ СИСТЕМИ НАДАННЯ ПОСЛУГ В ПРАТ «ГОТЕЛЬ «ДНІПРО»	27
2.1. Загальна техніко-економічна характеристика діяльності ПрАТ «Готель «Дніпро»	27
2.2. Аналіз надання основних та додаткових послуг в готелі «Дніпро»	34
2.3. Аналіз факторів, які впливають на якість та задоволення клієнтів від наданих послуг	41
Висновок до аналітичного розділу	47
3. РЕКОМЕНДАЦІЙНО-РОЗРАХУНКОВИЙ РОЗДІЛ	
УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ В ПРАТ «ГОТЕЛЬ «ДНІПРО»	49
3.1. Характеристика системи надання послуг та конкурентних позицій ПрАТ «Готель «Дніпро»	49
3.2. Напрями підвищення якості системи надання послуг готелю «Дніпро»	56
3.3. Розробка плану заходів для вдосконалення технології надання послуг	59
Висновок до рекомендаційно-розрахункового розділу	64
4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ	66
4.1. Роль центральної нервової системи в трудовій діяльності людини	66
4.2. Психофізіологічне розвантаження для працівників.....	68
ВИСНОВКИ	72
БІБЛІОГРАФІЯ	75

ВСТУП

Актуальність теми. Збільшення мобільності та зростання туристичного руху створюють необхідність удосконалення системи надання послуг готельних закладів. Конкуренентоспроможність готельної індустрії визначається якістю та ефективністю надання послуг, адаптацією до потреб й бажань клієнтів та впровадженням нових технологій. Таким чином, проблеми, пов'язані з удосконаленням системи надання послуг у закладі готельної індустрії, стають актуальними і вимагають значної уваги до себе.

Удосконалення системи надання послуг у закладі готельної індустрії має значний соціально-економічний вплив. Забезпечення високої якості та ефективності надання послуг готельних закладів сприяє залученню туристів, розвитку туристичного бізнесу та збільшенню прибутковості готелів. Крім того, удосконалення системи надання послуг сприяє покращенню конкурентоспроможності готельної індустрії як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку. Продуктивніші та ефективніші готельні заклади сприяють розвитку туризму та залученню інвестицій у галузь індустрії гостинності, що має позитивний вплив на розвиток економіки країни в цілому.

Дослідженню проблем системи надання послуг присвятили свої роботи такі вчені як Андрушків Б.М., Варяниченко О.В., Ганич Н.М., Глібко І.І., Дрьоміна Я.Є., Загнибіда Р.П., Занько Ю.С., Карасьова Г.В., Калінін М.В., Круль Г.Я., Лук'янов В.О., Малюта Л.Я., Мельник Л.М., Мунін Г.Б., Мальська М.П., Мандюк Н.Л., Нагорняк Г.С., Стойко І.І., Чередниченко А.О., Шерстюк Р.П. та інші.

Незважаючи на широкий спектр напрямів дослідження проблематики надання послуг, питання розвитку та удосконалення системи надання послуг у закладі готельної індустрії залишається однією з найактуальніших проблем сучасного бізнесу, яка вивчена не достатньо. Це власне й обумовило вибір теми і значення кваліфікаційної роботи бакалавра.

Зв'язок із науковими програмами, планами, темами. Кваліфікаційна робота бакалавра виконана у відповідності з тематикою науково-дослідних робіт кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є розроблення рекомендацій щодо удосконалення системи надання послуг у закладі готельної індустрії. Для досягнення поставленої мети були поставлені і вирішені такі основні завдання:

- дослідити сутність та особливості послуг у закладах готельної індустрії;
- описати класифікацію послуг, що надаються готельними підприємствами;
- сформулювати основні принципи надання якісних готельних послуг;
- здійснити аналіз техніко-економічної діяльності ПрАТ «Готель «Дніпро»;
- дослідити особливості надання основних та додаткових послуг в готелі «Дніпро»;
- описати фактори, які впливають на якість та задоволення клієнтів від наданих послуг;
- охарактеризувати систему надання послуг та конкурентні позиції ПрАТ «Готель «Дніпро»;
- визначити напрями підвищення якості системи надання послуг готелю «Дніпро»;
- запропонувати план заходів для вдосконалення технології надання послуг.

Об'єкт дослідження – господарська діяльність ПрАТ «Готель «Дніпро».

Предмет дослідження – система надання послуг у закладі індустрії гостинності.

Методи виконання – для вирішення поставлених у роботі завдань використано такі методи: аналіз і синтез; комплексний аналіз; порівняльний і економічний аналіз, метод опису.

Інформаційною базою дослідження є документи і матеріали органів державної влади і управління, законодавчі і нормативні акти, державні і міжнародні стандарти України, матеріали і дані періодичного друку, монографічна і інша наукова література, а також дані бухгалтерської звітності досліджуваного товариства.

Практичне значення одержаних результатів. У процесі підготовки роботи запропоновано досліджуваному підприємству – ПрАТ «Готель «Дніпро» удосконалити систему надання послуг, а також визначено напрями покращення послуг, що надаються готелем, з метою задоволення клієнтів.

Апробація результатів дослідження. Основні висновки, положення та результати дослідження були розглянуті і схвалені на кафедрі управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра викладена на 78 сторінках комп'ютерного тексту, складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 34 найменувань. Робота включає 15 таблиць, 4 рисунки.

1. ТЕОРЕТИЧНИЙ РОЗДІЛ

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

1.1. Сутність та особливості послуг у закладах готельної індустрії

Готельний бізнес, безсумнівно, є однією з найбільш швидкозростаючих галузей туристичного сектору, і це виправдано, адже розміщення вважається ключовим фактором розвитку туризму у будь-якій країні чи регіоні. Подорожі та готельна індустрія завжди йдуть пліч-о-пліч. Наявність достатньої кількості готелів впливає на безліч чинників, які позначаються на економіці регіону.

Окрім того, готельний бізнес робить свій внесок у розвиток і підтримку репутації та іміджу країни. Туристи з більшою ймовірністю порекомендують DESTИНАЦІЮ, якщо вони відчують позитивне ставлення до неї, на яке впливають високоякісні умови проживання та відмінний рівень обслуговування клієнтів. Хороша репутація в індустрії гостинності сприяє підвищенню попиту з боку туристів і залученню нових інвесторів.

Ефективна система надання послуг у готельній індустрії відіграє найважливішу роль у створенні враження про конкретний готель та впливає на загальне задоволення гостей. Від реєстрації до виїзду кожен аспект обслуговування в готелі повинен бути ретельно спланований і структурований, враховуючи навіть найдрібніші деталі.

Зрештою, успішне конкурентне позиціонування готелю залежить від добре організованої та скоординованої процедури надання послуг. Гостинність та якість обслуговування стають все більш важливими факторами для гостей при виборі готелю в епоху глобалізації та стрімкого розвитку туризму. Заклади, які забезпечують ефективне надання послуг і вміють задовольняти різноманітні потреби гостей, мають перевагу у привабленні та утриманні клієнтів, а також в залученні нових сегментів ринку.

Історично довгий час термін «готельне господарство» використовувався для позначення підприємницької діяльності з виробництва та організації надання платних послуг проживання. Пізніше, у зв'язку зі збільшенням кількості туристів і бажанням готелів розширити спектр своїх послуг, на додаток до проживання почали пропонувати послуги харчування та напоїв.

Зважаючи на це, готельну індустрію можна розглядати спираючись на два основні напрями діяльності: перший включає в себе дві групи послуг – розміщення та харчування, другий – лише розміщення.

Активне поширення туризму і бажання отримати максимального прибутку спонукають заклади розміщення до збільшення різноманітності своєї діяльності. З метою задоволення зростаючих вимог клієнтів з вищим рівнем доходу, до основних груп послуг готелів додаються нові додаткові послуги, такі як можливість проводити бізнес-зустрічі, терапевтичні процедури, розважальні заходи та інші.

Як наслідок, відбувається розширення розуміння терміну «готельне господарство», яке тепер одночасно з основними послугами також включає додаткові послуги з різних сфер, таких як спорт, медицина, посередництво, громадські та сімейні послуги тощо. Варто зазначити, що заклади індустрії гостинності надають не лише послуги власного виробництва, але й також ті, що виготовляються іншими галузями економіки (Круль Г. Я., 2011).

Ця особливість відкриває широкі можливості для співпраці між готелями та іншими підприємствами, що сприяє створенню вигідних взаємовідносин та партнерських мереж, які покращують якість обслуговування та задоволення потреб гостей. Наприклад, готелі можуть укладати партнерські угоди зі спортивними клубами, медичними закладами або туристичними агентствами для надання клієнтам додаткових послуг.

Такий підхід дозволяє готелям задовольнити різноманітні потреби своїх клієнтів та стати більш конкурентоспроможними на ринку. Клієнти отримують більше можливостей та зручностей під час перебування в готелі, оскільки вони можуть скористатися широким спектром додаткових послуг, які надаються в

рамках закладу розміщення. Такий підхід також сприяє розвитку та диверсифікації готельної індустрії, адже вона привертає нові сегменти ринку та залучає більше клієнтів, які шукають комплексне обслуговування та інтегрований підхід до своїх потреб.

Згідно із «Правилами користування готелями та аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг» готельна послуга представляє собою «дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням» (Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, 2010). Поняття включає в себе основні та додаткові послуги, різноманітність яких залежить від категорії закладу.

Основні послуги охоплюють «обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) і надається споживачу згідно з укладеним договором» (Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, 2010).

Додаткові послуги включають «обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором» (Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, 2010). Вони можуть охоплювати різноманітні додаткові послуги, які задовольняють конкретні потреби клієнта, наприклад, пральні послуги, послуги трансферу, екскурсійні послуги та інше.

Винятковість готельної послуги базується на унікальних особливостях та методах обслуговування гостей. Система надання готельних послуг включає наступні етапи (Ганич Н. М., 2011):

1. Прийом гостя при вході в заклад, зустріч та вітання.
2. Реєстрація, оформлення необхідних документів та розміщення гостя в номері.
3. Надання обслуговування прямо в номері гостя, включаючи підтримку та виконання його запитів та потреб.

4. Обслуговування у ресторані або інших закладах харчування готелю, забезпечення високоякісних послуг та задоволення кулінарних потреб гостя.
5. Врахування та задоволення культурних зацікавлень гостя, надання спортивних, оздоровчих та фітнес-послуг.
6. Оформлення виїзду гостя та проведення всіх необхідних процедур при його від'їзді.

Кожен з цих етапів є невід'ємною частиною процесу гостинності та спрямований на забезпечення комфорту та задоволення гостей під час їх перебування в готелі.

За останні десятиліття готельний сектор зазнав значних змін. Під впливом сильної конкуренції готельні послуги, які були однорідними і розрахованими на масовий ринок, стали персоналізованими. У сучасній літературі в галузі туризму підкреслюється, що пристосування готельних послуг до більш вузьких ринкових сегментів споживачів є надзвичайно важливим для того, щоб мати конкурентоспроможну пропозицію.

У ринкових умовах, що змінилися, готельні підприємства на даний момент зосереджують все більш значну частину бізнес-зусиль на розумінні потреб та очікувань споживачів своїх послуг з метою створення адекватної пропозиції. Таким чином, розуміння споживчих переваг атрибутів готельних послуг та врахування висновків при проектуванні та стратегії надання послуг є основою для успішної роботи готелю.

Готельні послуги відрізняються від товару за своєю суттю та специфікою. Адже ці послуги включають не лише матеріальні елементи, але й інтеграцію зі споживачем, персоналом та середовищем, що їх оточує. Вони є не лише предметом обміну, але й досвідом, який виробляється та споживається в реальному часі. Готельні послуги надають можливість гостям відчувати комфорт, гостинність та задоволення під час перебування у готелі, забезпечуючи їм не лише фізичні потреби, але й емоційну та соціальну підтримку. Таким чином,

готельні послуги створюють унікальний досвід, який неможливо повністю передати через матеріальний продукт.

Особливості готельних послуг вирізняють їх з незліченних аспектів, що підкреслюють значну відмінність від традиційного поняття товару. Готельні послуги базуються на взаємодії між гостями та персоналом готелю, на створенні комфортного середовища та наданні досвіду, що виходить за межі простої обміну товаром. Особливості послуг в готелі, що вирізняють послугу від товару, подано у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Особливості готельних послуг, що вирізняють послугу від товару

Особливість	Характеристика	Вплив на роботу готельного підприємства
1	2	3
Нематеріальний Характер	Готельні послуги не мають чіткої фізичної форми або відчутних характеристик, як товари. Вони охоплюють надання гостям певного досвіду, комфорту та задоволення їхніх вимог і побажань під час перебування в готелі.	Вони можуть бути складнішими для вимірювання та оцінки, оскільки їх якість та цінність залежать від особистого сприйняття та вражень кожного клієнта. На споживчу цінність готельних послуг значною мірою впливають гостинна атмосфера, комфорт і рівень обслуговування.
Нерозривність виробництва та зберігання	Послуги не можна зберігати або накопичувати для майбутнього продажу. Коли гість заселяється в готель, послуги повинні бути доступні негайно. Не можна зберегти послугу, яка вже була надана, для подальшого використання.	Це є проблемою для готельної індустрії, оскільки заклади повинні ефективно управляти своїми ресурсами і швидко заповнювати вільні номери, щоб збільшити прибутки.

Продовження табл 1.1

1	2	3
Терміновий характер	Терміновий характер готельних послуг вказує на необхідність негайного надання цих послуг після замовлення клієнтом. Гості готелю, часто маючи конкретні плани та обмежений час перебування, очікують отримати відповідні послуги вчасно і без зайвих затримок.	Це ставить перед готельними підприємствами вимогу мати системи бронювання та прийому гостей, які забезпечують швидкість та ефективність обслуговування, а також вміння працювати в режимі реального часу для задоволення потреб клієнтів.
Періодичний (сезонний) попит	Періодичний (сезонний) попит на готельні послуги означає, що попит на ці послуги змінюється залежно від різних періодів у році або сезонів. Деякі регіони можуть мати високий попит на готелі під час туристичного сезону, святкових періодів, проведення різноманітних заходів.	Для готельних підприємств, які операційно підкоряються періодичному попиту, важливо гнучко реагувати на зміни у вимогах та потребах клієнтів. Ефективне управління сезонним попитом допомагає готелям максимізувати прибуток в пікові періоди та зберігати стабільність у періоди зниженого попиту.
Мінливість якості обслуговування	Мінливість якості обслуговування в готельній сфері вказує на те, що якість наданих послуг може варіюватися залежно від різних факторів. Це можуть бути зміни в персоналі, недостатня підготовка або низький професіоналізм, технічні або інфраструктурні проблеми, вплив зовнішніх факторів тощо.	Для готелів важливо мати ефективні системи контролю якості, навчання та підготовки персоналу, а також механізми для виявлення та вирішення можливих проблем, що можуть вплинути на якість обслуговування. Постійне вдосконалення якості є важливим фактором для забезпечення задоволеності та лояльності клієнтів.

Джерело: складено автором на основі (Ганич Н.М., 2011; Мальська М.П., Пандяк І.Г., 2012).

1.2. Класифікація послуг, що надаються готельними підприємствами

Класифікація готельних послуг базується на їхньому поділі на основні та додаткові. Основні послуги охоплюють найважливіші аспекти проживання в готелі. Вони становлять основу для забезпечення базових потреб споживачів та забезпечують їм зручне та приємне перебування. Додаткові послуги, з іншого боку, пропонуються з метою надати додатковий комфорт, розваги або розширені можливості для гостей. Вони можуть включати широкий спектр послуг, що задовольняють індивідуальні потреби та вподобання гостей, роблячи їх перебування у готелі ще кращим та більш насиченим.

У закладах готельної індустрії основними є дві послуги – проживання та харчування. Розміщення, як ключова послуга, має вирішальне значення для зв'язку підприємства із сферою готельного бізнесу. Воно визначається як надання гостям тимчасового місця проживання з усіма необхідними зручностями та послугами.

Розміщення в готелі охоплює широкий спектр варіантів, від стандартних номерів до розкішних люксів або апартаментів. Гості мають можливість обрати той тип розміщення, який найкраще відповідає їхнім уподобанням та бюджету. Підприємства готельної галузі забезпечують комфортні умови проживання, включаючи зручні ліжка, засоби особистої гігієни, доступ до телевізора та інших необхідних засобів у номері.

Важливою складовою основних послуг у готелях є також харчування. Готелі надають можливість гостям насолодитися смачною їжею та напоями завдяки своїм ресторанам, кафе або барам. Вони можуть пропонувати різні варіанти харчування, включаючи сніданок, обід та вечерю, а також можливість замовлення їжі в номер. Це дозволяє гостям насолоджуватися стравами та напоями без необхідності залишати готель.

Процес надання основних послуг є важливою складовою успішної експлуатації готельного підприємства. Він включає ряд етапів, що забезпечують зручні умови та задоволення гостей протягом усього часу їхнього перебування.

Кожен з цих етапів надання послуг проживання взаємодіє та залежить один від одного, визначаючи загальний рівень якості діяльності готельного підприємства.

Етапи процесу надання основних послуг у готельній індустрії відображено на рисунку 1.1.



Рис 1.1. Процес надання основних послуг у готельній діяльності

Перший етап процесу – надання інформації про послуги. Готель повинен ретельно і чітко представити свої послуги потенційним споживачам. Це включає повний опис типів номерів, доступних зручностей, послуг, що надаються, та додаткових можливостей, щоб клієнти могли прийняти свідоме рішення про свій вибір та визначити відповідність їхніх потреб та очікувань.

На цьому етапі готель також може розповісти про свої унікальні особливості, наприклад, розташування, близькість до туристичних об'єктів чи бізнес-центрів. Якісна інформація про послуги допомагає гостям зробити конкретний вибір та планувати своє перебування у готелі.

Другий етап – бронювання номерів. Після отримання інформації про послуги, гості мають можливість забронювати своє місце в готелі перед прибуттям. Це може включати контакт з готелем через телефон, електронну пошту або використання онлайн-бронювання.

Резервування місць дозволяє гостям гарантувати наявність вільного номеру в обраному готелі на вказаний період. Готельний персонал забезпечує процес бронювання, збираючи необхідну інформацію про дату прибуття, тривалість перебування, тип номеру та інші вимоги гостя. Після цього, готель підтверджує бронювання та виділяє конкретний номер для споживача.

Бронювання місць важливо для забезпечення зручності та задоволення гостей. Цей етап дозволяє готелю ефективно планувати свої ресурси, забезпечити належний рівень обслуговування та запобігти переповненості.

Наступний етап процесу – реалізація послуг. Це надважливий етап, що має велике значення для забезпечення комфорту та задоволення клієнтів протягом усього їх перебування.

Зустріч і розміщення гостей є першим контактом, що визначає початкові враження від готелю. Професійний та привітний прийом з боку готельного персоналу створює гостинну атмосферу для гостей. Це дозволяє їм відчувати себе важливими, сприяє позитивному настрою. При зустрічі перш за все проводиться процедура реєстрації клієнта, де він надає необхідну інформацію, заповнює документи та отримує ключі від свого номера. Далі, готельний персонал супроводжує гостей та допомагає з перенесенням багажу, забираючи його та доставляючи до їхніх номерів. Всі ці кроки спрямовані на створення приємної й зручної атмосфери для туристів, починаючи з їх початкового контакту з готелем.

При прийомі туристів в готель встановлені регламентовані максимальні часові рамки для оформлення та розміщення, які залежать від типу туристів (Круль Г. Я., 2011):

- індивідуальним туристам надається термін до 5 хвилин для здійснення процедури прийому;
- групам до 30 осіб відводиться 15 хвилин на оформлення та розміщення;
- групи розміром до 100 осіб мають 40 хвилин на проведення необхідних процедур;
- у випадку, коли група складається з більше ніж 100 осіб, максимальний час прийому не перевищує одну годину.

Ці обмеження допомагають забезпечити безперебійний та ефективний процес реєстрації та розміщення туристів у готелі, зберігаючи при цьому необхідні стандарти якості обслуговування.

Обслуговування гостей під час перебування в готелі повинно гарантувати високий рівень зручності та задоволення від послуг, які надаються. Це включає такі аспекти, як послуги харчування, обслуговування номерів, конференц-сервіс, спортивні та рекреаційні послуги, послуги прання та хімчистки та інші, які сприяють зручності та комфорту гостей. Персонал повинен бути готовим задовольнити всі потреби та вимоги клієнтів. Чітка комунікація, ефективне управління часом та здатність працювати в стресових ситуаціях є ключовими навичками для успішної реалізації послуг.

Виїзд та проводи гостей також є важливим етапом, де готельний персонал забезпечує зручне та безпроблемне завершення перебування. Гості повинні розрахуватись за своє проживання і отримати рахунок. Готельний персонал допомагає з пакуванням багажу та його перенесенням до транспорту. Також, організація виїзду може включати здійснення трансферу або замовлення таксі для зручного переїзду гостей до їх наступного місця призначення. Важливо, щоб процес пройшов швидко, ефективно і з необхідною підтримкою з боку готельного персоналу, забезпечуючи фінальне задоволення гостей.

Без додаткової плати клієнтам можуть бути надані наступні послуги, що включають в себе (Лук'янов В.О. , Мунін Г.Б., 2014):

- медичну допомогу: гості можуть скористатися послугою виклику швидкої допомоги або мати доступ до медичної аптечки при необхідності. Готель піклується про благополуччя своїх споживачів і забезпечує можливість швидкого отримання медичної допомоги в разі непередбачених ситуацій;

- обробку кореспонденції: готель може доставляти кореспонденцію до номеру гостя після її отримання. Це зручна послуга, яка дозволяє отримувати важливі повідомлення та листи без необхідності виходити з номеру;

– такі індивідуальні запити, як: підйом до певного часу або надання необхідних предметів, наприклад, окропу, голок, ниток, одного комплекту посуду і столових приладів.

Додаткові послуги в готелі існують з метою задоволення різноманітних потреб і вимог гостей. Одним з головних принципів є надання вибору. Це дозволяє споживачам обирати ті послуги, які найкраще відповідають їхнім потребам і бажанням, забезпечуючи індивідуальний та персоналізований підхід. Додаткові послуги також створюють додаткові можливості для релаксації, розваг та розвитку. Готелі можуть пропонувати різні розважальні програми, екскурсії, культурні заходи, спортивні активності та інші форми відпочинку, які сприяють задоволенню та насолоді гостей під час їх перебування.

Забезпечення додаткових послуг в готелі відображає прагнення до надання високоякісного обслуговування та створення незабутнього враження у гостей. Вони допомагають забезпечити високий стандарт якості та відповідати вимогам сучасного готельного гостя. Крім того, це є одним із способів розвитку та конкурентоспроможності готельного бізнесу, адже якісні та різноманітні додаткові послуги здатні привернути нових клієнтів та задовольнити потреби постійних гостей.

Додаткові послуги у готелі можна класифікувати за загальними критеріями, спрямованими на задоволення потреб гостей. Основні групи таких послуг представлено у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Класифікація додаткових послуг

Групи послуг	Приклади послуг
1	2
Послуги, що створюють комфорт для гостей під час їх перебування в готелі та місцевості поблизу	- інформаційні послуги (надання інформації про можливі послуги, місцезнаходження готелю, транспортного обслуговування, можливостей придбання товарів і сувенірів, наявності культурно-історичних пам'яток та культурно-просвітних закладів)

1	2
	<ul style="list-style-type: none"> - комунально-побутові послуги (можливість прання та прасування одягу, ремонтування взуття, валіз, годинників, спортивного обладнання тощо) - послуги посередництва (бронювання місць у культурно-розважальних закладах, замовлення квитків у кінотеатр тощо) - послуги автотранспорту (надання гаражу, стоянки транспортних засобів та їхній невеликий ремонт) - послуги продажу товарів, видань ЗМІ, сувенірних виробів - послуги оренди спортивного, пляжного обладнання, автомобілів тощо - зберігання кореспонденції та цінних речей гостей.
Послуги, пов'язані з інформуванням про місце перебування	послуги організації екскурсій, зустрічей, показу фільмів, участі в святкувань національних свят тощо
Послуги, спрямовані на підвищення комфорту у номері	послуги з організації харчування в номері, встановлення необхідного обладнання (фен, праска тощо), доставлення додаткових меблів тощо
Послуги, що задовольняють особливі побажання гостей з різних галузей	послуги оренди музичних інструментів, можливість особистих екскурсів, перекладачів, надання доступу до зв'язку (телекний та супутниковий), комп'ютерного обладнання тощо

Джерело: складено автором на основі (Чорненька Н. В., 2006).

1.3. Основні принципи надання якісних готельних послуг

Основні принципи надання якісних готельних послуг базуються на стандартах якості. Стандарти готельної індустрії визначають набір критеріїв та вимог, якими повинні керуватись готелі для забезпечення якісного обслуговування своїх гостей. Їх використання допомагає готелям встановлювати і підтримувати високі стандарти якості, а також виявляти області для покращення та інновацій.

Вітчизняні науковці визначають стандарт як «нормативно-технічний документ, який визначає комплекс норм, правил і вимог до якості готельних послуг, затверджений компетентним органом стандартизації» (Мальська М. П., Пандяк І. Г., Занько Ю. С., 2011). Стандарти включають в себе такі аспекти, як якість обслуговування, комфортність номерів, чистота, безпека, харчування, екологічна стійкість та інші.

Використання стандартів якості в готельній індустрії має численні переваги. По-перше, вони сприяють покращенню конкурентоспроможності готелів на ринку. Готелі, які відповідають встановленим стандартам, здатні залучати більше клієнтів, оскільки гості шукають впевненість у якості обслуговування.

По-друге, використання стандартів сприяє підвищенню задоволення клієнтів. Гості, які відвідують готелі, виконуючі вимоги стандартів якості, мають можливість насолоджуватись високоякісним обслуговуванням, забезпеченим комфортними умовами проживання та безпекою.

По-третє, стандарти допомагають готелям впроваджувати системи управління якістю. Вони надають чіткі критерії та процедури для оцінки та покращення якості обслуговування, що сприяє ефективному управлінню готелем та досягненню визначених цілей.

Стандарти обслуговування в готельній індустрії не лише забезпечують комфорт гостей, але й мають значно ширший вплив. Вони мають реальну цінність, яка виявляється не тільки у задоволенні та повторному виборі гостем закладу, але й у формуванні його репутації та отриманні визнання серед потенційних клієнтів.

Цінність дотримання стандартів обслуговування полягає в тому, що вона створює довготривалі ефекти. Готелі, які дотримуються встановлених стандартів, формують позитивну репутацію, яка привертає нових клієнтів і забезпечує стабільний потік гостей. Репутація є однією з ключових складових успіху готелю, оскільки вона впливає на сприйняття його якісного обслуговування та впевненість гостей у виборі.

Крім того, виконання стандартів обслуговування підтримує індустрію гостинності в цілому. Позитивний досвід від перебування в готелі, який відповідає встановленим стандартам, спонукає гостей до подальшого дослідження та відкриття нових місць, що сприяє зростанню туристичного руху в країні та збільшенню доходів у цій сфері.

При аналізі стандартів обслуговування варто враховувати різні їх рівні обслуговування, які представлені у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Рівні стандартів обслуговування у готельній індустрії

Рівень	Види стандарту	Особливості
1	2	3
1	Міжнародні стандарти	Розробляються організаціями IH & RA, UNWTO, ICCA. Включають незмінні істини щодо обслуговування.
2	Законодавство України	<ol style="list-style-type: none"> 1. Правила обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання); 2. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг; 3. Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання). <p>Вони встановлюють основні вимоги до функціонування всіх видів засобів розміщення, незалежно від їх форми власності, що здійснюють свою діяльність в Україні.</p>
3	Державні стандарти України	<ol style="list-style-type: none"> 1. ДСТУ 4527:2006 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення; 2. ДСТУ 4268:2003 Послуги туристичні. Засоби розміщення; 3. ДСТУ 4269:2003 Послуги туристичні. Класифікація готелів; 4. ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник. <p>Вони встановлюють умови безпеки і гігієни в готелях, визначають відповідальність засобів розміщення, порядок вирішення скарг, а також містять загальні рекомендації щодо якості обслуговування.</p>

1	2	3
4	Внутрішні правила та політика щодо якості обслуговування	Система покрокових інструкцій і регламентів, що встановлюють обов'язки співробітників та їх послідовність виконання, а також встановлюють правила взаємодії між співробітниками.

Джерело: складено автором на основі (Павлова С. І., 2011)

Міжнародні стандарти серії ISO 9000 визнаються найефективнішими при впровадженні системи якості готельних послуг. Ці стандарти відображають найкращу світову практику і встановлюють однозначні правила, які регулюють взаємовідносини між виробниками і споживачами продукції, зокрема її якості і стабільності, в умовах ринкових відносин.

Основна мета розробки стандартів ISO 9000 полягала у встановленні вимог до діяльності організацій, що свідчили б про їхню здатність виробляти продукцію, яка точно відповідає вимогам клієнтів. Ці стандарти містять ряд вимог, які організація може індивідуально впровадити в свою діяльність залежно від її цілей, завдань, особливостей зовнішнього середовища та внутрішніх особливостей.

Таким чином, система якості будується під кожен конкретну організацію і враховує її потреби, завдання та контекст діяльності. Використання стандартів ISO 9000 допомагає підвищити якість продукції і задовольнити потреби клієнтів за допомогою уніфікованих і прогресивних підходів до управління якістю (Варяниченко О.В., Карасьова Г.В., 2009).

Впровадження стандартів ISO 9000 в готельній індустрії передбачає систематичне планування, реалізацію, контроль та покращення процесів, що стосуються надання готельних послуг. Ці стандарти визначають ключові принципи якості, такі як залучення керівництва, забезпечення задоволеності клієнтів, здійснення процесного підходу та постійного вдосконалення.

Застосування стандартів ISO 9000 сприяє впровадженню структурованої системи управління якістю в готельних підприємствах. Вони надають готелям основу для визначення та документування процесів, стандартів та процедур, а

також забезпечують відповідність вимогам законодавства та регулюючих організацій.

Одним з головних переваг використання є підвищення довіри клієнтів до готельних послуг. Надання якісних готельних послуг у відповідності зі стандартами ISO 9000 також сприяє підвищенню конкурентоспроможності готельного бізнесу. Готелі, які впроваджують ці стандарти, мають перевагу перед конкурентами, оскільки вони демонструють свою здатність досягати високих стандартів якості та забезпечувати надійні готельні послуги.

Таким чином, використання стандартів ISO 9000 у готельній індустрії має вирішальне значення для покращення якості послуг, підвищення задоволення клієнтів і зміцнення позицій готелів на ринку. Ці стандарти є незамінним інструментом для побудови ефективної системи менеджменту якості, що сприяє досягненню успіху та стабільного розвитку готельних підприємств.

Висновок до теоретичного розділу

1. Доведено, що готельне підприємство, яке забезпечує ефективну та добре зорганізовану систему надання послуг, стає значно привабливішим для наявних та потенційних споживачів. Окрім цього, це значно впливає на зміцнення конкурентоспроможної позиції на ринку туристичних і, зокрема, готельних послуг.

2. Проаналізовано історію розвитку появи та розширення спектру послуг у закладах розміщення. Визначено дефініцію понять «готельна послуга», «основні послуги», «додаткові послуги». Розглянуто етапи системи надання готельних послуг. Виокремлено особливості готельних послуг, що вирізняють послугу від товару.

3. Розкрито специфіку основних – проживання та харчування та додаткових послуг. Проаналізовано процес надання основних послуг у готельній індустрії. Здійснено класифікацію додаткових послуг.

4. Визначено, що стандарти якості є основою для надання якісних готельних послуг. Виокремлено переваги використання стандартів в управлінні підприємством. Досліджено різні рівні стандартів обслуговування у готельному бізнесі. Вивчено застосування стандартів серії ISO 9000, як визнаних в усьому світі та найефективніших при побудові системи якості послуг.

2. АНАЛІТИЧНИЙ РОЗДІЛ

АНАЛІЗ СИСТЕМИ НАДАННЯ ПОСЛУГ В ПРАТ «ГОТЕЛЬ «ДНІПРО»

2.1. Загальна техніко-економічна характеристика діяльності ПрАТ «Готель «Дніпро»

Готель «Дніпро» розташований у районі Печерський в історичному й діловому центрі Києва. Через свою локацію заклад з майже 60-річною історією функціонування має значну популярність у туристів, що шукають комфортне розміщення у столиці України. Гості мають змогу насолодитися чарівним краєвидом на місто із вікон своїх номерів, а також з легкістю дістатися до найвидатніших пам'яток, визначних місць і розважальних закладів, що знаходяться в безпосередній близькості.

Проект закладу розміщення розроблявся протягом 1956-1959 років інститутом «Київпроект». Архітектори – Віктор Єлізаров, Володимир Заболотний, Наталія Чмутіна та інші. Стиль – київський модернізм. Його будівництво завершили у 1963 році, а уже на наступний рік готель розпочав свою діяльність, яку продовжує і до сьогодні. За період свого існування готель змінив назву з «Інтурист» на «Дніпро» (The Village Україна : сайт).

Аукціон на продаж готелю «Дніпро», що включав 100% державний пакет акцій ПрАТ, став найбільшим за історію платформи «Prozorro.Продажі» у той час. Ця історична угода відбулася 15 липня 2020 року. Інвестори придбали готель за суму 1,11 млрд грн, на аукціоні змагалися 29 компаній, які бажали придбати цю цінну державну нерухомість у самому центрі Києва. Початкова ціна в 80 млн грн зросла в 14 разів, відображаючи високу цінність готелю (Prozorro.Продажі : сайт).

Перед проведенням продажу, Фонд державного майна оголосив ключові умови для потенційних інвесторів, які мали намір придбати готель «Дніпро» (Фонд державного майна України : сайт):

- збереження основної діяльності, номерний фонд не менше 100 номерів,
- збереження категорії готелю та слово «Дніпро» в назві;
- відсутність змоги звільнення трудового колективу протягом 6 місяців;
- погашення заборгованості готельного підприємства.

Українська компанія з нерухомості, ТОВ «Смартленд», стала переможцем аукціону. Кінцевими власниками готелю «Дніпро» є українські підприємці, що діють у сфері IT-індустрії та Олександр Кохановський, більш відомий як засновник українського кіберспортивного клубу Na'Vi. Кохановський має плани змінити напрямок діяльності об'єкту, щоб створити перший готель у світі, спеціально призначений для кіберспортивних подій та змагань.

Місцезнаходження юридичної особи – Україна, 01001, м. Київ, вулиця Хрещатик, 1/2.

Форма організації підприємницької діяльності – приватне акціонерне товариство (ПрАТ). Організаційна структура ПрАТ «Готель «Дніпро» немає філій, представництв та інших самостійних структурних підрозділів.

Товариство займається різними видами діяльності відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД). Основні види діяльності та їх коди зазначаються нижче:

- 55.10 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування;
- 49.39 Інший пасажирський наземний транспорт, н.в.і.у.;
- 56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування;
- 56.21 Постачання готових страв для подій;
- 56.29 Постачання інших готових страв;
- 56.30 Обслуговування напоями.

Номерний фонд складається з 107 номерів. Для зручностей споживачів: ресторан авторської кухні, бари, конференц-зал, кімната переговорів, парковка з охороною (платна), трансфер з / до аеропорту та залізничного вокзалу, консьєрж-служба та рецепція 24/7, замовлення таксі, авіа та залізничних квитків тощо.

Мета діяльності товариства полягає у отриманні максимального прибутку, який потім розподіляється між фондами та акціонерами відповідно до виконання виробничих, комерційних, посередницьких та інших функцій, згідно з чинним законодавством та установчими документами підприємства (Статут приватного акціонерного товариства Готель «Дніпро», 2020).

У своїй діяльності, товариство дотримується норм Конституції, Господарського та Цивільного кодексів, Закону України «Про акціонерні товариства», інших законів та актів законодавства України, власного Статуту та внутрішніх документів товариства.

Загальна чисельність штатних працівників готелю «Дніпро» становить 61 особа. Кадрова політика має на меті:

- забезпечити високоякісне професійне навчання та створення комфортного середовища для працівників;
- ретельний відбір працівників з урахуванням їх професійної кваліфікації, комунікативних навичок і здатності працювати в команді;
- рівні умови для всіх працівників незалежно від їх релігії, національності, статі або фізичних особливостей;
- створення системи мотивації, яка включає конкурентоспроможну заробітну плату, бонуси за досягнення й можливість участі у програмах корпоративної соціальної відповідальності та визнання внеску працівників у розвиток готелю.

Обсяг реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) є одним з ключових показників для будь-якого підприємства. Він відображає масштаби діяльності та конкурентоспроможність. Швидке зростання свідчить про успішну стратегію розвитку, введення нових продуктів або розширення діяльності. Це показує позитивний фінансовий стан підприємства та його здатність до інвестицій у свій розвиток.

Аналіз обсягу реалізації дозволяє реально оцінити попит на готельні послуги, а також зрозуміти, як готель відповідає потребам своїх клієнтів.

Визначення обсягу реалізації продукції допомагає в плануванні маркетингових стратегій, оптимізації виробничих процесів та підвищенні якості обслуговування.

Тенденція зміни обсягу фінансових надходжень від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) товариства у 2019-2021 роках зображено на рисунку 2.1.

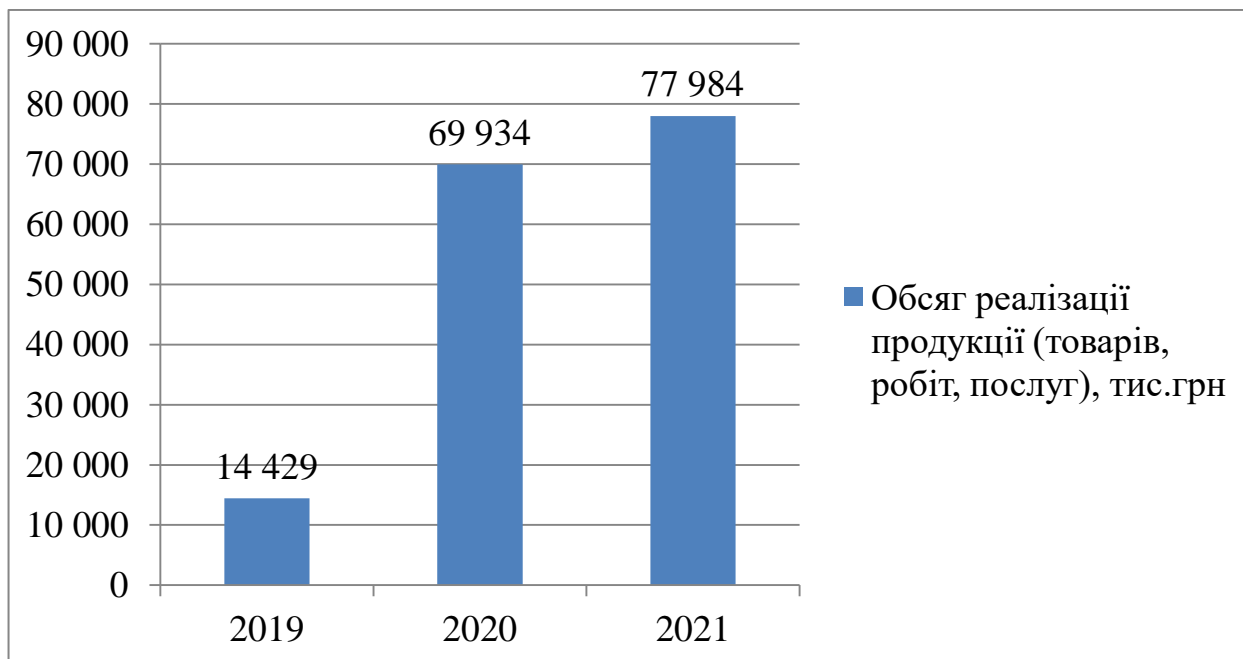


Рис. 2.1. Динаміка даних щодо обсягу реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ПрАТ «Готель «Дніпро» за 2019-2021 роки

З метою оцінки продуктивності роботи досліджуваного підприємства ПрАТ «Готель «Дніпро», виконаємо аналіз ключових техніко-економічних показників його діяльності, що представлений у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Основні техніко-економічні показники діяльності
ПрАТ «Готель «Дніпро» у 2020-2021 роках

№ з/п	Показники	Од. виміру	Роки		Відхилення	
			2020	2021	+/-	%
1	2	3	4	5	6	7
1	Чистий дохід від реалізації продукції	тис.грн.	52 837	58 686	+5849	11,1

1	2	3	4	5	6	7
2	Собівартість реалізованої продукції	тис.грн.	45 071	47 164	+2093	4,6
3	Валовий прибуток (збиток)	тис.грн.	7 766	11 522	+3756	48,4
4	Фінансовий результат від операційної діяльності	тис.грн.	113	207	+94	83,2
5	Фінансовий результат до оподаткування	тис.грн.	142	161	+19	13,4
6	Чистий фінансовий результат	тис.грн.	116	132	+16	13,8
7	Статутний капітал	тис.грн.	80 923 400	80 923 400	-	-

Протягом року 2021 року чистий дохід від реалізації продукції зріс до 58 686 тис. грн., що становить збільшення на 11,1% порівняно з показниками 2020 року. Це свідчить про позитивну динаміку розвитку підприємства і збільшення обсягів реалізації продукції.

Собівартість реалізованої продукції також зросла з 45 071 тис. грн. в 2020 році до 47 164 тис. грн. в 2021 році. Це збільшення на 4,6% може бути викликане зростанням витрат на виробництво або інших факторів, що впливають на собівартість.

Валовий прибуток компанії значно збільшився на 3 756 тис. грн., що становить зростання на 48,4%. Це показує позитивну ефективність діяльності компанії та здатність до отримання більш високих прибутків.

Фінансовий результат від операційної діяльності також показує позитивну тенденцію, збільшившись на 83,2% до 207 тис. грн. у 2021 році. Це може бути результатом покращення ефективності операційної діяльності та збільшення прибутковості бізнесу.

Фінансовий результат до оподаткування зріс з 142 тис. грн. до 161 тис. грн. У порівнянні з попереднім роком, це становить 13,4% показує позитивний вплив

податкових реформ або ефективного управління податковими стратегіями компанії.

Чистий фінансовий результат після оподаткування збільшився на 13,8% до 132 тис. грн. у 2021 році. В цілому, компанія показує позитивний фінансовий розвиток, збільшуючи свій чистий прибуток і підтверджуючи стабільність та успішність своєї діяльності.

Отже, на підставі аналізу вищезазначених показників можна зробити висновок, що компанія досягла позитивного фінансового зростання у 2021 році. Збільшення чистого доходу, валового прибутку та фінансових результатів свідчать про успішність діяльності компанії та її здатність до ефективного управління й збільшення рентабельності.

Основні виробничі фонди в контексті готельного бізнесу мають велику вагу. Аналіз цих фондів є критичним для забезпечення якісного обслуговування та задоволення потреб клієнтів. Він перш за все допомагає оцінити якість та стан готельних активів, таких як будівлі, обладнання, меблі, транспортні засоби тощо. Важливо мати надійні та сучасні готельні активи, які забезпечують комфорт та безпеку для гостей, що сприяє їх задоволенню та лояльності.

Додатково, аналіз виробничих фондів готелю дозволяє оцінити ефективне використання ресурсів. Шляхом аналізу показників використання готельних фондів можна забезпечити оптимальне використання ресурсів та уникнути перевантажень або недостатнього використання готельних можливостей.

Таблиця 2.2

Інформація про основні засоби ПрАТ «Готель «Дніпро»
у 2020-2021 роках

	Од. виміру	Роки		Відхилення	
		2020	2021	+/-	%
1	2	3	4	5	6
Основні засоби всього	тис.грн.	163 274	164 586	+ 1312	0,8
будівлі та споруди	тис.грн.	141 744	141 784	+40	0,03
машини та обладнання	тис.грн.	3874	4198	+324	8,4
транспортні засоби	тис.грн.	2053	3570	+1517	73,9

1	2	3	4	5	6
інструменти, прилади, інвентар (меблі)	тис.грн.	9384	9635	+251	2,7
інші основні засоби	тис.грн.	6219	5399	-820	-13,2

В порівнянні з 2020 роком, у 2021 році відбулися певні зміни в показниках основних засобів. Загальна вартість основних засобів зросла з 163 274 тис. грн. до 164 586 тис. грн. За цей період відбулося збільшення на 1 312 тис. грн., що складає 0,8% від початкової вартості.

Будівлі та споруди практично не змінили свою вартість, збільшившись лише на 40 тис. грн. або 0,03%. Натомість, машини та обладнання показали значний ріст вартості на 324 тис. грн., що становить 8,4% від початкової вартості. Це може свідчити про модернізацію технологічного парку підприємства або введення нових обладнань.

За досліджуваний період, вартість транспортних засобів збільшилась найбільш значно – на 1 517 тис. грн. або 73,9%. Також, вартість інструментів, приладів і інвентарю (меблів) зросла на 251 тис. грн. або 2,7%.

Єдиний показник, який зазнав помітного зменшення це інші основні засоби. Вони знизились на 820 тис. грн. або 13,2%, з 6219 тис. грн. у 2020 році до 5399 тис. грн. у 2021 році.

Загальне бачення структури основних засобів ПрАТ «Готель «Дніпро» є важливим аспектом управління підприємством, оскільки воно відображає розподіл та використання активів. Значення кожного показника у відсотковому відношенні вказує на те, які категорії активів є домінуючими. Аналіз структури основних засобів у відсотковому відношенні дозволяє зрозуміти, як ефективно використовуються ресурси та як можна оптимізувати їхнє розподілення.

Структура основних засобів ПрАТ «Готель «Дніпро» у 2021 році представлена на рисунку 2.2.

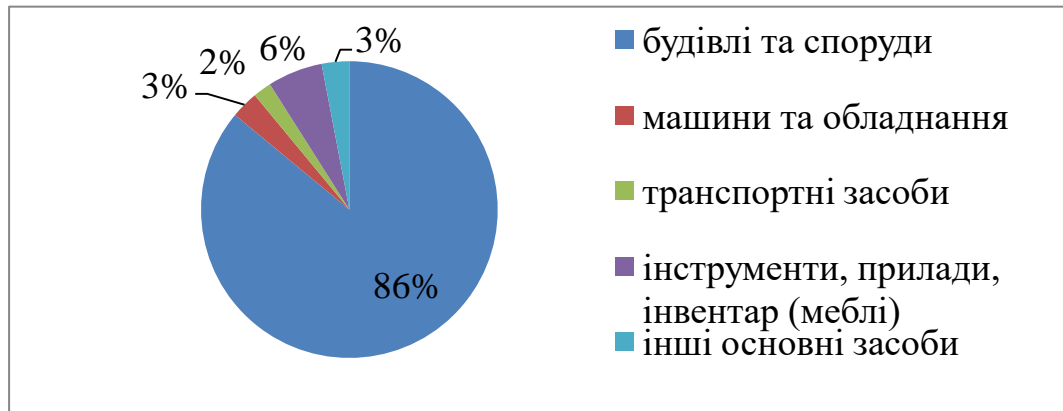


Рис. 2.2. Структура основних засобів ПрАТ «Готель «Дніпро» у 2021 році

2.2. Аналіз надання основних та додаткових послуг в готелі «Дніпро»

Готель «Дніпро» – це вибір для тих, хто цінує вишуканість, комфорт та історичний шарм у самому центрі міста. Місце, що зберігає свою привабливість для гостей протягом десятиліть. Розташований у серці столиці, він пропонує своїм гостям комфортні та елегантні номери, вражаючий панорамний вид на Дніпро та найкращі враження від відпочинку.

Категорія готелю – чотири зірки. Категоризація готелю має велике значення і відповідно до Закону України «Про туризм» є обов'язковою. Проте, в законодавстві відсутні санкції за невиконання цих вимог, тому багато закладів розміщення байдуже ставляться та взагалі не подаються на цю процедуру. У той же час, готелі, які отримали та періодично підтверджують свою категорію, стимулюють роботу до підвищення конкурентоспроможності, мотивуючи наданням послуг вищої якості. Висока зірковість також відображається у ціновій політиці готелю, де більш вишукані та розкішні заклади зазвичай пропонують вищі ціни (O, More.City : сайт).

Олександр Кохановський, новий власник готелю «Дніпро», що його приватизував, після купівлі зазначав, що підприємство очікує глобальні зміни. У планах було змінити основну сферу діяльності з готелю вищого класу з висококваліфікованим обслуговуванням на кіберспортивний простір, при цьому

зберігаючи функції закладу розміщення та підтримуючи існуючий рівень надання послуг.

За планом Кохановського, готель «Дніпро» це ідеальний варіант для втілення такого проєкту, адже «завдяки даному об'єкту і киберспортивній арені в центрі ми можемо давати унікальні пропозиції для турнірних операторів і розробників комп'ютерних ігор, які будуть вибирати Київ для великих міжнародних кіберспортивних івентів. Також створимо ідеальні умови для тренувань команд. І що головне – в самому центрі міста. Наші training facilities будуть використовувати професійні команди з Америки, Європи, Азії та СНД. Тому ми бачимо «Дніпро» стратегічним об'єктом, який дасть нам унікальні конкурентні переваги і сильно підніме маржинальність багатьох наших бізнесів» (Економічна правда : сайт).

Проте, через пандемію коронавірусу та відкрите російське вторгнення в Україну у 2022 році, проєкт реалізації ідеї щодо готелю «Дніпро» наразі зупинено. Ці події внесли значні перешкоди і вплинули на відкладення втілення запланованого. Ситуація потребує уважного вивчення та аналізу, а також прийняття відповідних рішень для відновлення роботи над зміною напрямку діяльності. Тож увесь цей період підприємство продовжувало працювати у звичному форматі.

Готель «Дніпро» пропонує номерний фонд у складі 107 номерів різних типів: одномісний стандарт (12 кв. м.), двомісний стандарт з одним великим ліжком та двомісний стандарт з роздільними ліжками (20 кв. м.), панорама люкс (25 кв. м), малий напівлюкс (27 кв. м.), напівлюкс (35 кв. м.) люкс (53 кв. м.). Зокрема, є окремі номери для тих, хто не палить.

Номерний фонд розташований з 4-го по 12-й поверхи. Особливістю готелю «Дніпро» є те, що значна кількість його номерів виходить на Європейську площу або на Хрещатик, найвідоміші та центральні місця в Києві. Це розташування приваблює гостей, оскільки вони можуть насолоджуватися чудовими видами на столицю України або на ріку Дніпро та водночас зручно діставатися до ключових місць центральної частини міста.

Заклад максимально дотримується всі заходів безпеки: відеоспостереження зовні будівлі та в публічних просторах всередині, охорона, що працює цілодобово, охоронна сигналізація, вхід з електронною карткою, датчики диму та наявність вогнегасників.

У кожному номері готелю знаходиться: телевізор з плоским екраном, телефон, безкоштовний Wi-Fi, кондиціонер, фен, сейф, гігієнічні засоби, капці та халат для ванної кімнати. Також відбувається щоденне прибирання номера та ліжка і зміна білизни й рушників у номерах. Окрім цього для будь-якої категорії номерів доступна послуга «дзвінок/будильник», що яка допомагає гостям вчасно прокидатися або нагадує про важливі події чи зустрічі.

Таблиця 2.3

Вартість проживання в готелі «Дніпро» за одну ніч для однієї людини
станом на початок 2023 року

Категорія номера	Стандартна місткість	Вид тарифу	Ціна, грн.
1	2	3	4
Одномісний стандарт	1 місце	Найкращий тариф без сніданку	1275
		Найкращий тариф з сніданком	1670
		Стандартний тариф без сніданку	1700
		Стандартний тариф з сніданком	2010
Двомісний стандарт з двома окремими ліжками	До 2 місць + дитина до 5-ти років	Найкращий тариф без сніданку	1350
		Найкращий тариф з сніданком	1750
		Стандартний тариф без сніданку	2000
		Стандартний тариф з сніданком	2110
Двомісний стандарт з двоспальним ліжком	До 2 місць + дитина до 5-ти років	Найкращий тариф без сніданку	1350
		Найкращий тариф з сніданком	1750

1	2	3	4
		Стандартний тариф без сніданку	2000
		Стандартний тариф з сніданком	2110
Малий напівлюкс	До 3 місць + дитина до 5-ти років	Найкращий тариф без сніданку	1950
		Стандартний тариф без сніданку	2600
		Стандартний тариф з сніданком	2910
Панорама	До 2 місць + дитина до 5-ти років	Найкращий тариф без сніданку	2250
		Стандартний тариф без сніданку	3000
		Стандартний тариф з сніданком	3310
Напівлюкс	До 4 місць + дитина до 5-ти років	Найкращий тариф без сніданку	2325
		Стандартний тариф без сніданку	3100
		Стандартний тариф з сніданком	3410
Люкс	До 2 місць + дитина до 5-ти років	Найкращий тариф без сніданку	2625
		Найкращий тариф з сніданком	3048
		Стандартний тариф без сніданку	3500
		Стандартний тариф з сніданком	3810

* Вартість номера за добу проживання вказана із врахуванням 7% ПДВ.

Джерело: складено автором на основі (Готель «Дніпро»: сайт)

Умови розміщення в готелі включають наступне: заїзд можливий з 14:00 до 00:00, а виїзд повинен відбутися до 12:00. Ранній заїзд з опівночі та до сьомої ранку оплачується повною вартістю бажаного номеру, при цій умові – номер гарантується адміністрацією. Якщо заїзд у проміжку з сьомої ранку до другої години дня, то оплата здійснюється у половині вартості номеру, проте номер

можливий лише за наявності вільних. Гість може анулювати своє бронювання номеру до 18:00 дня, передуючого даті заїзду без застосування до нього штрафу. Можливе розміщення з хатніми тваринами за попереднім запитом. Розміщення домашніх тварин до 10 кг вартуватиме 700 грн. за одну добу.

По стану меблів та загального вигляду дизайну номерів можна зрозуміти, що вони потребують реновації. Важливо звернути увагу і на те, що ремонт у житловій частині готелю проводився не комплексно, а лише при необхідності, тому це теж помітно і номер від номеру може значно відрізнятись. Проте, незважаючи на це, персонал, який опікується номерним фондом, робить усе можливо, аби він залишався комфортним та акуратним. Навіть попри вікові особливості матеріально-технічного забезпечення.

Щодо харчування, то при готелі надають свої послуги ресторан «Panorama Club», лобі-бар «Європейський», бар «Мюнхен». Незалежно від обраного закладу, гарантується висока якість обслуговування та можливість насолодитися широким асортиментом вишуканих страв, напоїв та коктейлів. Кожне з цих місць пропонує свої унікальні переваги, щоб гості могли насолодитися харчуванням в затишній атмосфері.

Ресторан «Panorama Club» розташований на 12 поверсі готелю, який добудували до будівлі лише в кінці літа 1995 року. Одна з особливостей, яка і досі приваблює споживачів – панорамні вікна, дозволяють милуватися захопливим видом Києва. Заклад одразу розпочав набирати популярність через цей неймовірний краєвид на столицю та можливість спробувати справи від професіоналів своєї справи з всесвітнім визнанням. Його бажали відвідати знаменитості, спортсмени, політики та заможні люди, створюючи чергу бронювання на місяця вперед. Згодом, коли ринок послуг харчування став більш насиченими, «Panorama Club» поступово втрачав захопливе загальне враження від відвідування (The Village Україна : сайт).

На сьогодні ресторан з задоволенням відвідують гості готелю «Дніпро». Сніданок відбувається за системою шведського столу і якщо не входить в вартість номеру, то його ціна в ресторані готелю складає 310 грн. Заклад пропонує

авторське меню від шеф-кухаря, що включає страви європейської, середземноморської та української кухні, та винну карту. Щовечора у ресторані звучить жива інструментальна музика.

У правому крилі готелю працює лобі-бар «Європейський». Це місце якнайкраще підходить для проведення неформальних зустрічей з колегами, ділових переговорів або просто вечора у приємній атмосфері. Лобі-бар представляє великий асортимент напоїв від чашки кави до оригінальних коктейлів.

Ще одним заклад, який надає послуги харчування в готелі, є бар «Мюнхен». Він пропонує широкий вибір напоїв, включаючи асортимент коктейлів, вин, пива та інших алкогольних й безалкогольних напоїв і легких страв до них. Атмосфера бару сприяє невимушеній, але елегантній обстановці, створюючи ідеальну можливість для розмов, зустрічей та відпочинку.

Оздоровчий центр готелю «Дніпро», що розташований на 1 поверсі будівлі, містить у собі: басейн, дві фінські сауни з індивідуальним встановленням температури, масажний кабінет і тренажерний зал. У зв'язку з воєнним станом, який оголошено з початком повномасштабного вторгнення в країні, СПА-центр готелю тимчасово припиняє свою роботу. До цього часу, гості, які проживали в готелі, мали можливість безкоштовно користуватись тренажерним залом, басейном та сауною. Для дітей віком від п'яти до десяти років СПА-послуги надавались із знижкою на половину вартості.

Таблиця 2.4

Вартість послуг в SPA-центрі готелю «Дніпро» станом на 2021 рік

Назва процедури	Тривалість	Ціна
1	2	3
Масаж спини	30 хв.	500 грн.
	40 хв.	600 грн.
Загальний класичний масаж	30 хв.	500 грн.
	60 хв.	600 грн.
Рефлекторний масаж стоп	20 хв.	400 грн.
Масаж шийно-комірцевої зони	30 хв.	400 грн.

1	2	3
Релакс-масаж	60 хв.	800 грн.
	90 хв.	950 грн.
Спортивний масаж	45 хв.	700 грн.
Медовий масаж	30 хв.	600 грн.
	60 хв.	800 грн.
Пілінг тіла	20 хв.	400 грн.
	45 хв.	800 грн.
Сауна фінська \ Баня	60 хв.	500 грн.
	90 хв.	800 грн.
Вібросауна	20 хв.	200 грн.
Набір (халат, капці, рушник, простирадло)	Оренда	100 грн.

Джерело: складено автором на основі (Прейскурант «Оздоровчого центру» ПрАТ «Готель «Дніпро», 2021)

У готелі «Дніпро» також надаються послуги конференц сервісу, включаючи наявність необхідного конференц-залу, площею 45 кв.м. та місткістю до 40 осіб, та зал для переговорів, площею 30 кв.м. та місткістю до 10 осіб, а також можливість користуватись послугами бізнес-центру. Зали оснащені всім необхідним для проведення презентацій, конференцій та інших заходів. У вартість оренди входить фліпчарт, проектор, мікрофон та екран. Завдяки сучасному обладнанню та професійному персоналу, готель здатний забезпечити високий рівень організації подій будь-якого масштабу.

Крім того, готель «Дніпро» надає додаткові послуги, включаючи кейтеринг, технічну підтримку та організацію кава-брейків та бізнес-ланчів. Всі ці фактори створюють сприятливі умови для успішної реалізації корпоративних заходів та ефективного обміну ідеями.

Отже, судячи по ціновій політиці та системі надання основних та додаткових послуг, готель «Дніпро» – це підприємство готельного господарства, що орієнтується на клієнтів з рівнем достатку вище середнього та на туристів з діловою метою, які насамперед зважають на якість, комфорт та унікальність.

Заклад готельного господарства намагається повністю відповідати своєму вставленому класу – чотири зірки, адже максимально враховані інтереси споживачів, створені зручні умови для проживання в абсолютно всіх номерах: від стандартного до люкса. Комфорт проживанню у даному готелі також створює різноманіття додаткових послуг, які за необхідності закриють будь-які потреби та проблеми, що виникатимуть.

2.3. Аналіз факторів, які впливають на якість та задоволення клієнтів від наданих послуг

Надання якісних готельних послуг є надзвичайно важливим аспектом гостинності та туризму. Рівень обслуговування в закладах розміщення визначає задоволення та комфорт гостей, а також впливає на їхнє загальне враження про місце перебування і навіть на репутацію готелю. Коли гості планують своє проживання у подорожі, вони очікують високого рівня комфорту, зручностей та обслуговування. Тільки якісні послуги можуть забезпечити їм такий досвід і задовольнити їх потреби.

Якість наданих послуг має велике значення не лише для вражень гостей, але і для успішної діяльності готелю в цілому. У сучасній готельній індустрії правильно організована та спланована система надання послуг стає ключовим чинником конкурентоспроможності. Задоволені клієнти, крім того, що повертаються до закладу розміщення знову, рекомендують його своїм знайомим і колегам, що сприяє збільшенню привабливості для нових гостей. Бізнес-клієнти, зокрема, роблять вибір на користь готелів з високою якістю надання послуг, оскільки це сприяє успішній організації зустрічей, конференцій та інших подій. Таким чином, покращення якості готельних послуг є стратегічним рішенням для досягнення успіху та стабільного розвитку готельного бізнесу.

Однак, важливо зазначити, що оцінка гостем готелю складається не лише з оцінки окремих складових послуг, але й з їх взаємозв'язку та впливу одних на

інші. Якщо, наприклад, номери готелю виявляться комфортними і затишними, але обслуговування на рецепції буде неякісним, це може значно підірвати загальне враження гостя про готель. Тому, при оцінці системи надання послуг, важливо враховувати всі аспекти і їх вплив одне на одного. Саме якість кожного елемента впливає на загальне сприйняття. Навіть незначні недоліки або проблеми в одній сфері можуть вплинути на загальну оцінку готелю.

Кожна людина має свої власні уявлення про те, що вважається якісним обслуговуванням. Оцінка гостем отриманої послуги залежить від його індивідуальних потреб, очікувань та особистих переконань. Навіть якщо певна послуга відповідає міжнародним стандартам якості, різні споживачі можуть мати різні враження та оцінки.

Суб'єктивний елемент в оцінці обслуговування гостем є невід'ємною складовою. Ефект позитивного враження від надання послуги формується через багато факторів, які впливають на сприйняття гостем. Освітлення, інтер'єр, якість обслуговування, подача страв у ресторані та інші аспекти можуть створити відчуття задоволення та комфорту, або, навпаки, викликати незадоволення. Тому розуміння і врахування індивідуальних вподобань та очікувань допомагає підвищити якість обслуговування і задовольнити найвибагливішого гостя (Чередниченко А.О., Калінін М.В., 2016).

Попри суб'єктивність оцінки, у готельній індустрії виділяють фактори середовища підприємства, на які слід звертати увагу при управлінні закладом розміщення для забезпечення якісної системи надання послуг та висококваліфікованого обслуговування. Під час їхнього аналізу необхідно розглядати вплив як факторів зовнішнього, так і факторів внутрішнього середовища готелю «Дніпро». Обидві підсистеми мають важливе значення для розуміння і покращення системи надання готельних послуг.

На рисунку 2.3 зображено загальне розуміння середовища підприємства, яке здійснює вплив на його діяльність.

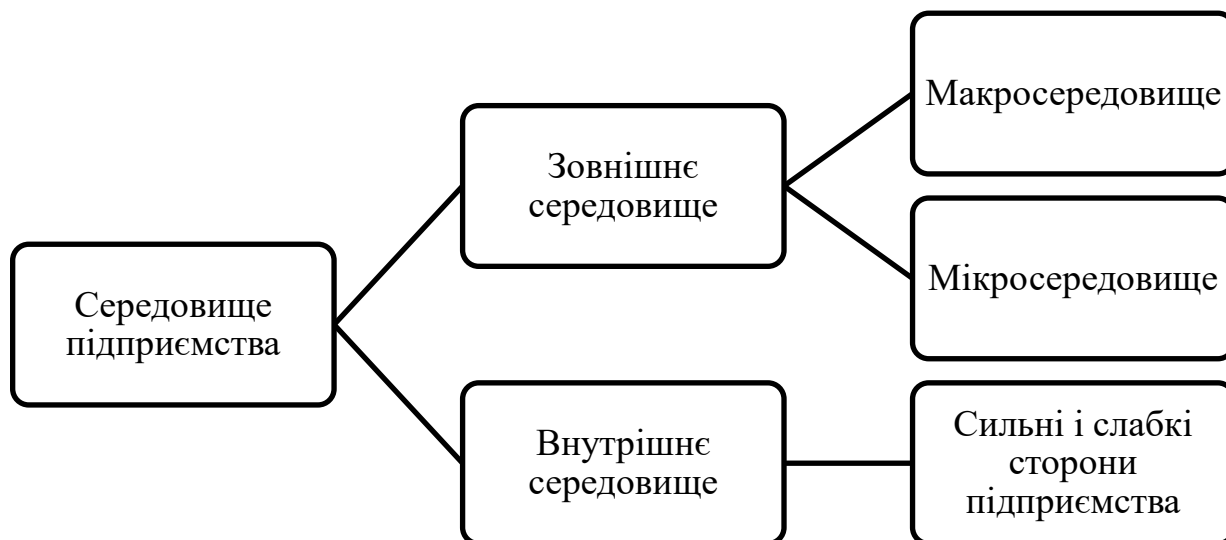


Рис. 2.3. Загальне поняття про середовище підприємства

Фактори макросередовища – широкий спектр зовнішніх чинників, що можуть впливати на діяльність підприємства в цілому. Ці фактори зазвичай не залежать від контролю закладу, але можуть впливати на його стратегію, функціонування та успішність. В окремих випадках можуть виникнути наслідки такого впливу, які значно перевищують безпосередній вплив (Мальська М.П., Мандюк Н.Л., 2016).

У табл. 2.5 наведено аналіз факторів макросередовища, що впливають на готель «Дніпро». Тут і надалі оцінка впливу здійснюється за 5-ти бальною системою оцінювання, де 5 – найбільший вплив, 3 – помірний вплив, 1 – найменший вплив.

Таблиця 2.5

Аналіз факторів макросередовища готелю «Дніпро»

[станом на 2022 рік – початок 2023 року]

Сфера	Фактори	Характер впливу	Оцінка впливу
1	2	3	4

1	2	3	4
Економічна	Валютний курс	Зміни курсу може впливати на вартість закупівлі ресурсів, які використовуються готелем, і на ціни на послуги, що може змінювати попит	4/5
	Економічна стабільність	Нестабільність економіки може призвести до подорожчання послуг готелю з боку споживачів, що може знизити продажі	4/5
	Інфляція	Підвищення рівня впливатиме на збільшення витрат готелю на закупівлю ресурсів, що може призвести до збільшення вартості послуг готелю	3/5
Політико-правова	Політична ситуація	Нестабільна може призвести до економічної нестабільності, яка може вплинути на діяльність готелю	5/5
	Законодавство	Діяльність регулюється законодавством, тож будь-які зміни в ньому можуть суттєво вплинути на функціонування	4/5
	Рівень бюрократії та корупції	Має значний вплив, зокрема на отримання дозволів та ліцензій, оподаткування та інші аспекти діяльності	3/5
	Відносини з сусідніми країнами	Може вплинути на туристичний потік та попит на послуги готелю	4/5
Демографічна	Рівень народжуваності та смертності	Може призвести до збільшення/зменшення рівня попиту на послуги	2/5
	Розмір та склад населення	Має значний вплив на попит на послуги та асортимент пропонованих послуг	4/5
	Етнічний та культурний склад населення	Може впливати на попит на види готельних послуг та на вибір готелю клієнтами з різних країн	3/5
Соціально-культурна	Культурні традиції та стиль життя	Можуть впливати на вибір готелю конкретних послуг та програм розваг, що впливає на його прибутковість	4/5
	Релігійні традицій	Впливає на те, які послуги та страви готель пропонує своїм гостям, що також може вплинути на прибутковість готелю	2/5
	Розваги та спортивні події	Можуть вплинути на те, скільки людей відвідає місто та залишиться у готелі, що впливатиме на його прибутковість	3/5

З таблиці можна зробити наступні висновки: серед найбільш важливих факторів впливу на попит можна виділити культурні традиції та стиль життя, релігійні традиції, рівень освіти та наукові досягнення, а також розваги та спортивні події в місті. Крім того, необхідно враховувати такі фактори, як економічне та політичне середовище, технологічний розвиток, демографічні тенденції.

Мікросередовище підприємства включає фактори, що знаходяться у прямому зв'язку з ним і безпосередньо впливають на його функціонування. Це охоплює конкурентів, постачальників, споживачів і проміжні операційні канали. Мікросередовище визначає взаємодію підприємства з цими суб'єктами та впливає на спроможність задовольняти потреби клієнтів та забезпечувати конкурентну перевагу.

Аналіз факторів мікросередовища, що здійснюють вплив на готель «Дніпро» представлено у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Аналіз факторів мікросередовища готелю «Дніпро»
(станом на 2022 рік – початок 2023 року)

Фактори	Характер впливу	Оцінка впливу
Споживачі	Визначають рівень попиту на номери, ресторани та інші послуги готелю	5/5
Конкуренти	Стимулюють до постійного вдосконалення, залучення нових клієнтів та розробки конкурентоспроможних стратегій	4/5
Постачальники	Забезпечують необхідні ресурси для нормального функціонування готелю	3/5
Посередницькі організації	Впливають на канали розповсюдження та продажу готельних послуг готелю	3/5
Зацікавлена аудиторія	Можуть впливати на імідж готелю та сприяти його репутації у громадськості.	4/5

Аналізуючи вплив факторів мікросередовища на діяльність готелю «Дніпро», бачимо, що успішність бізнесу залежить від декількох ключових

факторів. Споживачі виявились найсильнішим впливовим фактором, оскільки вони визначають рівень попиту на його послуги та мають прямий вплив на прибутковість готелю. Конкуренти та зацікавлена аудиторія також мають вплив, але менш значний, в той час як посередники та постачальник виявляються найменш впливовими.

Внутрішнє середовище підприємства є комплексом факторів, що впливають на його функціонування та розвиток. Ці фактори можуть бути класифіковані в різних аспектах, але загалом вони включають у себе організаційну структуру, корпоративну культуру, кадри, ресурси, процеси та стратегію підприємства.

У таблиці 2.7 представлений аналіз факторів внутрішнього середовища, які впливають на готель «Дніпро».

Таблиця 2.7

Аналіз факторів внутрішнього середовища готелю «Дніпро»
(станом на 2022 рік – початок 2023 року)

Фактори	Характер впливу	Оцінка впливу
1	2	3
Організаційна структура	Визначає, як функції та відповідальності розподілені всередині готелю, а також як здійснюється керівництво і контроль	4/5
Інформаційна система	Наявність і ефективне використання системи збору, збереження, обробки та передачі інформації всередині готелю	5/5
Технології	Полегшують та покращують процеси обслуговування, оптимізують управління та забезпечують зручність для гостей	4/5
Ресурси	Наявність необхідних та їх ефективне використання визначають здатність готелю забезпечувати якісне обслуговування	4/5
Кадри	Забезпечує якісне обслуговування, ефективну командну роботу та задоволення потреб гостей	5/5
Маркетингова політика	Привертає цільову аудиторію, позиціонуючи готель на ринку та забезпечуючи конкурентні переваги	4/5

1	2	3
Стратегія підприємства	Визначає загальний напрямок, цілі розвитку та способи досягнення конкурентної переваги.	5/5

Отже, таблиця показує, що інформаційна система, кадри та стратегія готелю «Дніпро» визначаються як основні фактори з найвищою важливістю, що підкреслює їх вирішальну роль у забезпеченні ефективного функціонування та конкурентоспроможності готелю. Крім того, технології та маркетингова політика також мають доволі значний вплив на готель, покращуючи процеси обслуговування та привертаючи цільову аудиторію. Ресурси та організаційна структура здійснюють свій вплив, але забезпечуючи необхідні ресурси та ефективне керівництво.

Висновок до аналітичного розділу

1. Проаналізовано історію створення та функціонування готелю «Дніпро», що знаходиться у місті Київ. Розглянуто процес приватизації ПрАТ «Готель «Дніпро». Визначено його мету та основні методи діяльності закладу розміщення.

2. На основі даних готелю «Дніпро» здійснено аналіз обсягу реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), основних техніко-економічних показників діяльності та основних фондів. Майже усі показники у 2021 році показують позитивну тенденцію порівняно з 2020 роком. Сформовано структуру основних засобів ПрАТ «Готель «Дніпро».

3. Розкрито особливості надання основних та додаткових послуг у готелі «Дніпро». Зокрема, послуги розміщення, послуги харчування (ресторан, лобі-бар, бар), послуги SPA-центру та тренажерного залу, послуги конференц сервісу.

4. Проаналізовано фактори, які впливають на якість та задоволеність клієнтів від наданих послуг. Розглянуто фактори макросередовища, мікросередовища та внутрішнього середовища ПрАТ «Готель «Дніпро».

3. РЕКОМЕНДАЦІЙНО-РОЗРАХУНКОВИЙ РОЗДІЛ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ В ПРАТ «ГОТЕЛЬ «ДНІПРО»

3.1. Характеристика системи надання послуг та конкурентних позицій ПрАТ «Готель «Дніпро»

Готельний бізнес є вкрай конкурентним середовищем, де кожен заклад розміщення прагне виграти лояльність клієнтів та зайняти провідні позиції на ринку. Тому розуміння важливості конкурентної позиції готелю загалом та зокрема в контексті удосконалення системи надання послуг є необхідним кроком для забезпечення успіху підприємства.

В першу чергу, вивчення конкурентного оточення готелю дозволяє отримати інформацію про інших гравців на ринку, їхні послуги та стратегії. Це допомагає виявити свої слабкі місця, а також ідентифікувати певні напрямки, де можна просунути вперед.

Окрім цього, розуміння конкурентної позиції готелю дозволяє визначити свою унікальність та власну цінність. За допомогою аналізу конкурентів, заклад розміщення може ідентифікувати свої конкурентні переваги, які привернуть увагу клієнтів та забезпечать їх задоволення. Врахування конкурентних аспектів дозволяє розробити стратегію, спрямовану на посилення цих переваг та покращення позиціонування готелю на ринку.

Врешті-решт, аналіз конкурентного оточення готелю допомагає ідентифікувати нові можливості та тенденції у сфері надання послуг. Шляхом вивчення інноваційних рішень та успішних практик конкурентів, керівництво закладу може застосувати ці знання для поліпшення власних послуг та швидкого пристосування до змін у вимогах клієнтів.

Оцінка конкурентного середовища є важливим етапом для готельного господарства, оскільки дозволяє зрозуміти динаміку ринку та розподіл сил серед

конкурентів. Під час оцінки необхідно враховувати такі фактори, як наявні та нові гравці на ринку, їхні стратегії, репутація, пропозиції та споживчий попит. Важливо врахувати, що конкурентне середовище є динамічним, тому постійний моніторинг та оновлення аналізу є необхідними для успішного функціонування готелю.

Для характеристики конкурентів готелю «Дніпро» необхідно зазначити, що конкурентність може залежати від багатьох факторів, включаючи розташування, рівень комфорту та послуг, ціну, репутацію та бренд готелю, технічне оснащення маркетингові зусилля тощо. Однак, якщо взяти до уваги загальні характеристики, то можна виділити два прямих конкурента – готелі «Hyatt Regency Kyiv» та «Fairmont Grand Hotel Kyiv», які володіють подібними ринковими пропозиціями (табл. 3.1)

Готель «Hyatt Regency Kyiv» є одним з провідних готелів у Києві, відомий своєю високою якістю обслуговування та розкішними умовами перебування. Він пропонує широкий спектр послуг. Ціни в загальному набагато вища, ніж у готелю «Дніпро». Заклад розміщення володіє престижним ім'ям, що приваблює високо платоспроможних клієнтів.

Готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» також є визнаним гравцем на ринку готельного бізнесу в Києві. Він славиться своїм елегантним дизайном, вишуканими номерами та розкішними послугами. Готель має чудову репутацію та бренд, що приваблює клієнтів з вищим рівнем доходів.

Таблиця 3.1

Характеристика основних конкурентів готелю «Дніпро»

№ п/п	Ознака	Назва готельного підприємства		
		Готель «Dnipro Hotel»	Готель «Hyatt Regency Kyiv»	Готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv»
1	2	3	4	5
1.	Форма власності	Приватна власність	Приватна власність	Приватна власність
2.	Місце розташування	вул. Хрещатик, 1/2	вулиця Алли Тарасової, 5	вул. Набережно Хрещатицька, 1

1	2	3	4	5
3.	Категорія	4 зірки	5 зірок	5 зірок
4.	Кількість номерів	107	234	258
5.	Кількість поверхів	12	10	12
6.	Споживачі	Бізнес та туризм	Бізнес та туризм	Бізнес та туризм
7.	Сервіс	Високий	Високий	Високий
8.	Умови розміщення:			
8.1.	Заїзд/Виїзд	з 14:00/до 12:00	з 15:00/до 12:00	з 15:00/до 12:00
8.2.	Розміщення дітей	До 5-ти років дитяче / додаткове ліжко безкоштовно, 6+ – додаткове 500 грн/доба. Від 18 років вважаються дорослими.	До 2-ох років дитяче ліжко безкоштовно. Від 13 років вважаються дорослими.	До 2-ох років дитяче / додаткове ліжко безкоштовно, 3 роки – дитяче безкоштовно, 3+ – додаткове 1600 грн/доба. Від 18 років вважаються дорослими.
8.3.	Домашні тварини	Можливе за додаткову плату	Можливе без додаткової оплати	Можливе за додаткову плату
9.	Надання послуг	ресторан, бар, лобі-бар, СПА-центр, тренажерний зал, конференц-зал, зал для переговорів, бізнес-центр, автостоянка, трансфер, обмін валюти, камера схову	ресторан, бар, лобі-бар, СПА-центр, фітнес-центр, конференц-зал, зал для переговорів, бізнес-центр, підземний паркінг, трансфер, камера схову, обмін валют, банк, салон краси	два ресторани, бар, СПА-центр, фітнес-центр, конференц-зал, зал для переговорів, бізнес-центр, автостоянка, трансфер, камера схову, обмін валют, салон краси, казино
10.	Доступність для людей з інвалідністю	На вищі поверхи можна піднятися на ліфті	П'ять спеціально розроблених кімнат для людей з інвалідних візках	Двоє спеціально розроблених кімнат для людей з інвалідністю

11.	Безпека	Відеонагляд ззовні та в загальних зонах, датчики диму, охоронна сигналізація, вхід з електронною карткою, цілодобова охорона	Наявність вогнегасників та датчиків диму, охоронна сигналізація, цілодобова охорона	Відеонагляд ззовні та в загальних зонах, датчики диму, охоронна сигналізація, вхід з електронною карткою та ключем, цілодобова охорона
-----	---------	--	---	--

Джерело: складено автором на основі (Готель «Дніпро»: сайт; World of Hyatt: сайт; Fairmont: сайт; Booking.com: сайт)

Всі три готелі – «Dnipro Hotel», «Hyatt Regency Kyiv» і «Fairmont Grand Hotel Kyiv» – є сильними гравцями на ринку готельного господарства. Вони володіють високим рівнем обслуговування, мають привабливі місця розташування, надають широкий спектр послуг і відповідають вимогам, встановлених для відповідних категорій.

Оцінка конкурентів готелю «Дніпро» базується на вихідних даних, що надаються для їх аналізу та порівняння. Вони представлені у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Вихідні дані для оцінки конкурентів готелю «Дніпро»

Показники	Готельні підприємства		
	«Dnipro Hotel»	«Hyatt Regency Kyiv»	«Fairmont Grand Hotel Kyiv»
Середня ціна номеру, грн.	2 600	15 030	11 500
Категорія засобу розміщення (1-5 балів)	4	5	5
Розташування (1-5 балів)	5	5	5
Наявність додаткових послуг (1-5 балів)	4	5	5
Якість обслуговування (1-5 балів)	5	5	5
Імідж (1-5 балів)	4	4	5

За даними критеріями, «Fairmont Grand Hotel Kyiv» має найвищі бали, оскільки він має найвищу категорію засобу розміщення, найвищу оцінку розташування, найбільшу кількість додаткових послуг, найвищу якість обслуговування та найвищий імідж серед трьох готелів. Отже, надалі при порівнянні готелю «Дніпро» з двома конкурентами його буде взято як еталон надання готельних послуг та управління готелем.

«Hyatt Regency Kyiv» також має високі бали за категорію засобу розміщення, розташування, наявність додаткових послуг, якість обслуговування.

«Dnipro Hotel» має найнижчу середню ціну номеру, а також він має високу оцінку розташування та якість обслуговування.

Таблиця 3.3

Конкурентні переваги готельних підприємств

Показники конкурентних переваг	Оцінка, бал			Коефіцієнт Вагомості
	«Dnipro Hotel»	«Hyatt Regency Kyiv»	«Fairmont Grand Hotel Kyiv»	
1	2	3	4	5
1. Стан матеріально-технічної бази	4,71	4,86	5	0,12
1.1. Територія, на якій розташовано готельне підприємство	5	5	5	
1.2. Оснащення номерів	5	5	5	
1.3. Інтер'єр номерів	4	5	5	
1.4. Оснащення приміщень для споживачів у закладах ресторанного господарства	5	5	5	
1.5. Інтер'єр закладів ресторанного господарства	4	5	5	
1.6. Оснащення та інтер'єр вестибюльної групи приміщень	5	4	5	
1.7. Екстер'єр підприємства:	5	5	5	
- будівельно-архітектурні особливості	4	5	5	
- вивіска	5	5	5	

1	2	3	4	5
2. Обслуговування:	5	5	5	0,16
2.1. В номерах готелю	5	5	5	
2.2. В закладах ресторанного господарства	5	5	5	
3. Задоволення потреб споживачів в організації харчування	5	5	5	0,16
3.1. Асортимент продукції в закладах ресторанного господарства	5	5	5	
3.2. Якість продукції	5	5	5	
4. Задоволення потреб споживачів у додаткових послугах	4	5	5	0,14
5. Персонал	5	5	5	0,12
5.1. Зовнішній вигляд	5	5	5	
5.2. Гостинність, компетентність	5	5	5	
6. Можливість отримання цінових знижок	3	3	3	0,06
7. Використання сучасних інформаційних технологій	4	4	4	0,08
8. Імідж підприємства	4	4	5	0,085
9. Розташування підприємства	5	5	5	0,075
Разом	39,71	40,86	42	1

З таблиці видно, що всі три готелі мають високий рівень конкурентних переваг. Найбільша кількість балів набрана «Fairmont Grand Hotel Kyiv». Готель «Hyatt Regency Kyiv» загалом теж має високі бали, проте є показники де він трохи поступається.

«Dnipro Hotel» має найнижчий бал, але все одно він має конкурентні переваги у таких показниках, як стан матеріально-технічної бази, обслуговування, задоволення потреб споживачів в організації харчування та персонал.

В цілому, кожен з готелів має свої переваги та хтось із них – недоліки, і вибір будь-якого з них залежатиме від потреб та бюджету клієнтів

Бальна оцінка конкурентів готелю «Дніпро»

Показники	Коефіцієнт вагомості	Готельні підприємства		
		«Dnipro Hotel»	«Hyatt Regency Kyiv»	«Fairmont Grand Hotel Kyiv»
Середня ціна номеру		5	0,86	1,13
Категорія засобу розміщення	0,1	0,4	0,5	0,5
Розташування	0,2	1	1	1
Наявність додаткових послуг	0,18	0,72	0,9	0,9
Якість обслуговування	0,3	1,5	1,5	1,5
Імідж	0,22	0,88	0,88	1,1
Результат: якість	1	4,5	4,78	5

Розрахунок середньої ціни номеру відбувається наступним чином: найдешевша середня ціна номеру (B_{\min}) оцінюється 5-ма балами, інші (B_i) розраховуються за формулою:

$$B_i = \frac{B_{\min}}{B_i} \times 5 \quad (3.1)$$

Зважена бальна оцінка інших показників розраховується шляхом множення оцінки, виставленої у таблиці 3.2, на коефіцієнт вагомості конкретного показника.

Загалом, з таблиці 3.4 можна зробити наступні висновки про готель «Дніпро»: залежно від аналізу цих показників і їхньої вагомості, готель отримав менший результат якості порівняно зі своїми конкурентами – «Hyatt Regency Kyiv» і «Fairmont Grand Hotel Kyiv». Це свідчить про необхідність певних стратегічних кроків для покращення конкурентоспроможності та сталості позиції готелю «Дніпро» в контексті ринкової конкуренції.

3.2. Напрями підвищення якості системи надання послуг готелю «Дніпро»

Дивлячись на поточний стан готельної індустрії та її майбутні перспективи, стає зрозуміло, що найважливішим викликом, який стоїть перед керівниками закладів розміщення, є прагнення до постійного вдосконалення системи надання послуг. Звертаючи увагу на клієнтоорієнтований характер галузі, природно, що обслуговування клієнтів є сферою, якій приділяється найбільша увага.

В умовах складного бізнес-середовища готельні підприємства стикаються з необхідністю оптимізації для приваблення клієнтів і збільшення прибутку. Для досягнення успіху необхідно застосовувати нові підходи та стратегії, які зможуть відповідати вимогам сучасного ринку. Впровадження регулярних змін та покращення планування й організації готельних послуг дозволить закладам розміщення відрізнятись від конкурентів та забезпечити собі стабільний потік клієнтів.

Успішна конкурентоспроможність закладів готельної індустрії нерозривно пов'язана з якістю їхніх послуг. Підприємство з великою ймовірністю отримає конкурентну перевагу, якщо його товари і послуги є популярними серед клієнтів, що може бути досягнуто лише завдяки їх високій якості та відповідності стандартам і нормативним документам (Загнибіда Р.П., Глібко І.І., 2020).

Якість готельних послуг ґрунтується на точному розумінні потреб клієнтів готелю і враховує концепцію, яка вимагає, щоб готельні послуги повністю задовольняли гостей. Однак, це не просто про задоволення потреб; цілісна система надання послуг повинна бути структурована таким чином, щоб забезпечувати максимальний комфорт для гостей і підтримувати гармонійні відносини з персоналом. В цьому контексті, якість готельних послуг є фундаментом успішного функціонування та компетентності закладу розміщення (Дрьоміна Я.Є., 2021).

Необхідно постійно переглядати і оновлювати свою стратегію, аналізувати реакцію клієнтів й зворотний зв'язок, та бути готовим до внесення необхідних

змін. Регулярне й ефективне покращення системи надання послуг є ключовим чинником успіху в готельній індустрії.

Важливо усвідомлювати, що обслуговування клієнтів не є просто сукупністю окремих елементів, а представляє собою поєднання факторів, які сприяють створенню високоякісного надання послуг як результату. Тому критично необхідно, щоб керівник закладу готельної індустрії контролював всі аспекти свого бізнесу і розвивав їх паралельно. Концентрація уваги лише на певних напрямках, замість всього комплексу, може призвести до втрати цікавості з боку наявних та потенційних споживачів. Це, в свою чергу, значно змінить рівень позиції на ринку готельних послуг та відбудеться ослаблення конкурентоспроможності.

Зважаючи на аналіз готелю «Дніпро» з його двома прямими конкурентами – «Hyatt Regency Kyiv» і «Fairmont Grand Hotel Kyiv», що був проведений у пункті 3.1, можна зробити висновок про значний потенціал розвитку досліджуваного підприємства. Проте перед плануванням глобальних чи локальних змін у системі надання готельних послуг, необхідно провести SWOT-аналіз діяльності готелю «Дніпро».

Метод SWOT є корисним інструментом для аналізу підприємства. Він допомагає виявити сильні та слабкі сторони, які притаманні компанії, а також зрозуміти зовнішні можливості та загрози, що впливають на неї. SWOT-аналіз дозволяє керівникам закладів розміщення отримати структуровану інформацію, яка може бути використана для прийняття управлінських рішень і розробки стратегії розвитку компанії. Він допомагає зрозуміти потенційні можливості для покращення, а також виявити області, де необхідні зусилля для збільшення конкурентних переваг (Воронко О.С., 2017).

Наступні кроки, що зробить готель «Дніпро», можуть визначити його успіх та позицію на ринку готельних послуг, тому важливо враховувати рекомендації SWOT-аналізу при розробці стратегії розвитку готелю (табл. 3.5).

SWOT-аналіз готелю «Дніпро»

СИЛЬНІ СТОРОНИ	СЛАБКІ СТОРОНИ
<ul style="list-style-type: none"> – розташування у центральній частині міста; – комфортабельні номери з усіма зручностями; – різноманітність додаткових послуг; – досвідчений та кваліфікований персонал; – хороше співвідношення ціни та якості; 	<ul style="list-style-type: none"> – матеріально-технічна база, що потребує оновлення; – відсутність єдиної стилістики у всіх номерах; – високі витрати на експлуатацію та обслуговування готелю; – недостатньо ефективна маркетингова стратегія;
МОЖЛИВОСТІ	ЗАГРОЗИ
<ul style="list-style-type: none"> – проведення реновації та оновлення матеріально-технічної бази; – залучення нових споживачів контент-маркетингом; – покращення рентабельності готелю шляхом використання коштів ефективніше; 	<ul style="list-style-type: none"> – конкуренція з боку інших готелів; – політична та економічна нестабільність в країні; – зміна очікувань та вимог туристів щодо надання послуг; – низька платоспроможність потенційних споживачів;

Як уже зазначалось, на сьогодні, готель «Дніпро» має значний потенціал в покращенні власної системи якісного надання послуг. Проте для цього спочатку необхідно вирішити проблемні аспекти діяльності закладу, які вдалось виокремити завдяки проведеному SWOT-аналізу підприємства. Серед важливих етапів плану дій варто виділити три наступні напрямки:

- провести часткову реновацію та оновлення матеріально-технічної бази підприємства;
- підвищення прибутковості готелю шляхом більш раціонального використання коштів;
- проведення рекламних компаній для поширення інформації про послуги готелю.

Після визначення проблемних зон готелю важливо якнайшвидше перейти до подальших дій, спрямованих на їх вирішення та покращення загальної ситуації. Першим кроком є створення детального плану дій, який визначає конкретні та

відповідальні кроки. Такий план дозволить систематично працювати над кожною проблемою, забезпечуючи її ефективне вирішення.

Наступний крок – розпочати реалізацію плану, надаючи пріоритет тим проблемам, які мають найбільший вплив на ефективність роботи готелю та задоволеність клієнтів. Це може включати ремонт або модернізацію приміщень, навчання та розвиток персоналу, впровадження ефективних систем управління та контролю тощо.

Після впровадження потрібних змін важливо ретельно відстежувати їхню ефективність та результативність. Це можна зробити за допомогою системи звітності та оцінки, щоб перевірити досягнуте покращення і при потребі внести відповідні корективи в стратегію. Крім того, важливо підтримувати зв'язок з клієнтами, враховувати їхні зауваження та пропозиції та адаптувати готельні послуги до їхніх потреб і вимог.

Одним з вирішальних пунктів впровадження змін ж залучення всього персоналу готелю до процесу змін. Навчання та тренінги необхідні для підвищення кваліфікації і професіоналізму персоналу, а також для створення мотивуючого середовища, яке спонукає їх робити позитивний внесок й пропонувати власні ідеї щодо вирішення проблем.

Виявлення проблем готелю часто є першим кроком до їх вирішення та покращення роботи. Подальші дії мають бути систематичними, цілеспрямованими та максимально ефективними, щоб забезпечити якісне обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

3.3. Розробка плану заходів для вдосконалення технології надання послуг

Напрямок перший: часткова реновація та оновлення матеріально-технічної бази підприємства.

Створення комфортних умов розміщення та якісної системи надання послуг споживачам продовжують залишатися ключовими завданнями для керівників закладу готельної індустрії. Реалізуючи проекти з реновації, можна суттєво усунути поточні недоліки підприємства та покращити досвід перебування гостей в готелі. На даний момент реновація готелів виходить далеко за рамки простої заміни застарілих меблів та значною мірою визначає компетенцію готельного сектору. Готелі повинні йти в ногу з часом і бути технологічно просунутими.

Реновація зазвичай стосується покращення існуючої будівлі або навіть цілої території. При використанні цього методу зосереджуються на застарілих компонентах і матеріалах, а не на пошкодженнях, і в результаті працюють над їхнім оновленням. Той факт, що речі, які зазнають таких змін, зберігають свою первісну функцію, а іноді отримують нову додаткову, є однією з ключових характеристик реновації.

Зазвичай готельний номер – це перший елемент, який хочуть покращити в закладі розміщення, оскільки вважають, що саме тут відвідувачі проводять найбільше часу під час подорожі. Хоча це і так, вестибюль – найкраще місце для початку втілення проекту реновації. Тому що це перше враження, яке має значення, чудовий вестибюль буде першим, що побачать гості, він повинен бути ідеальним.

Ще одна зона, про часто забувається при плануванні реновації – це конференц-зал, саме він приваблюватиме корпоративних гостей закладу розміщення. Готель «Дніпро» значною частиною націлений саме на такий сегмент споживачів. Просторий, практичний і облаштований сучасним обладнанням – ось важливі пункти для чудового конференц-залу чи залу для перемовин.

І останнє, проте не менш важливе, що варто пам'ятати – номери повинні бути бездоганними в усіх сенсах. Мова йде про високоякісні меблі, високотехнологічне обладнання та те, що часто недооцінюється – гарну та чисту ванну кімнату.

Перераховане вище те, що гості будуть бачити в першу чергу, і для того, щоб надати їм ідеальний досвід перебування в готелі та залишити позитивні

враження, потрібно значно зосередитися на їхній реновації. Зокрема, дуже важливо не забувати про узгодженість між усіма зонами готелю «Дніпро» для того, аби загальний вигляд був єдиним цілим та не виділявся різним підходом до оформлення номеру чи окремої частини закладу розміщення.

Для готелів і ресторанів, як правило, кожні п'ять років потрібно проводити невеликі ремонтні роботи, такі як заміна килимів і м'яких меблів. Зокрема часто запрошується дизайнер для правильного підходу. Сюди входить заміна килимів у закладах індустрії гостинності, м'яких меблів у гостьових кімнатах або оббивка банкетних столів у ресторанах. Більш масштабні ремонти проводяться через 8 – 10 років.

Капітальний ремонт включає оновлення в тому числі і ванних кімнат й часто передбачає нове планування та зміну простору, наприклад, переміщення станцій технічного обслуговування, прилавків, а також зміну для люксів або інших номерів. Кваліфікований дизайнер може допомогти власнику не тільки у виборі обладнання та устаткування, але й у плануванні простору та деталізації, що покращує загальний досвід відвідування гостей та потік у закладі.

Напряма другий: підвищення прибутковості готелю шляхом більш раціонального використання коштів.

Готельний бізнес має багато факторів для досягнення успіху. Вони не обмежуються лише зростанням доходів та збільшенням кількості бронювання. Скоріше, глибоке занурення в ідеї економії витрат для готелю разом з належним контролем використання зароблених коштів також є важливим фактором для виконання поставленої мети.

Скорочення витрат в цій індустрії, як і в будь-якому іншому бізнесі, допомагає підтримувати оптимальні витрати і, звичайно, контролювати витрати на непотрібні види діяльності. Оскільки скорочення витрат дозволяє зменшити небажані витрати, цілком можна зосередитися на бажаних цілях доходу і збільшити надходження прибутку.

Детально проаналізувати свої витрати – це перший крок на шляху до скорочення витрат у будь-якому бізнесі, аби зрозуміти, куди йдуть усі кошти.

Варто взяти собі за звичку з певною періодичністю аналізувати звіти про витрати. Дрібні деталі мають велике значення, коли мова йде про скорочення витрат готелю і більш ефективне ведення бізнесу.

Готельна індустрія розвивається з часом, так само як і звички та очікування споживачів від готелів. Використання нових технологій не означає збільшення операційних витрат. Навпаки, ці досягнення можуть допомогти у скороченні витрат. Технології можуть зменшити витрати готелю за рахунок автоматизації операцій.

Універсальна (інтегрована) готельна технологія, яка включає в себе програмне забезпечення для готелів, систему бронювання та менеджер каналів продажів, автоматизує та впорядковує всі операції. Ці системи піклуються про бронювання, розподіл інвентарю, реєстрацію та виїзд, виставлення рахунків, онлайн-відгуки, ведення господарства та все інше. Це зменшує потребу у виділеному ресурсі для виконання декількох операцій і навіть економить час.

Впровадження енергозберігаючих заходів є економічно вигідним, а також позитивно впливає на репутацію готелю. Це також відповідає ініціативі, що є важливим кроком на шляху до збереження навколишнього середовища. Зменшити свої витрати на електроенергію можна наступними способами: використовувати світлодіодні лампи, використовувати енергозберігаючі прилади, контроль освітлення, використання оптимізованої температури в приміщенні та води, навчання персоналу енергозбереженню.

Технічне обслуговування систем та об'єктів, таких як сантехніка, електрика та інфраструктура, може бути досить дорогою справою. Профілактичне обслуговування передбачає перевірку цих об'єктів з метою запобігання несподіваним поломкам. Ефективний метод профілактичного обслуговування – врахувати всі інфраструктурні особливості підприємства і потім здійснити планування річного графіку технічного обслуговування таким чином, щоб не заважати гостям.

Відсутність такого планування може призвести до високих штрафних санкцій, які порушують операційний бюджет, а також погіршують враження

гостей. Існують поломки, які потребують негайного ремонту, і тут не можна скоротити витрати. Але якщо дотримуватися регулярного графіка технічного обслуговування і час від часу перевіряти обладнання, то ймовірність раптової відмови або поломки буде меншою.

Напрямок третій: проведення рекламних компаній для поширення інформації про послуги готелю.

Природно, що для підприємств індустрії гостинності стає ще більш важливим виділятися з-поміж усіх конкурентів навколо. Контент-маркетинг залишається ключовим способом досягнення цієї мети, який зазвичай використовується для привернення уваги і залучення користувачів.

Ефективний готельний маркетинг означає, що потенційні гості та клієнти будуть під впливом бренду закладу, де б і як би вони не вирішили шукати інформацію, планувати та бронювати свою подорож. Сучасний шлях до вибору потрібного закладу розміщення для туристів зараз настільки широкий, що дуже важливо приділяти набагато більше уваги тому сегменту споживачів, на кого готель націлений зацікавити своєю пропозицією.

Цифровий маркетинг – це те, що ніхто сьогодні не може заперечувати, і він охоплює повсякденне життя кожного туриста. Зараз люди керують своєю взаємодією майже виключно через смартфони, соціальні мережі та електронну пошту, при цьому, онлайн-бронювання складають суттєву частину від всіх бронювань, половина з яких здійснюється через мобільні пристрої. Цифрові медіа дозволяють готелю створювати різноманітний контент під своїм брендом одночасно. Лише спочатку варто вирішити, в чому полягають унікальні переваги і як найкраще донести їх до вашої аудиторії. Найголовніше, все, що рекламується, повинно бути персоналізовано, де це можливо. Тобто має бути адаптоване до конкретної цільової демографічної групи.

Оскільки рекомендація безпосередніх відвідувачів є більш потужною (і менш витратною), ніж будь-яка реклама, варто теж звернути увагу на стратегію так званого «сарафанного радіо». Навіть надання одному мандрівникові найкращих вражень може призвести до збільшення доходу на тисячі доларів,

якщо він буде достатньо захоплений, щоб розповісти про ваш готель у своїх соціальних колах.

Це може бути викликано всього лише одним постом або коментарем, який залишить його під враженням від сервісу відкритими для усіх інших. Хороший спосіб заохотити подібне написання відгуків – невеликі знижки та пропозиції на наступне проживання, які доступні лише тим, хто залишить свій відгук на сторінці готелю в соціальних мережах.

Відеоконтент пропонує поєднання ефективного медіаконтенту, який гармонійно розповідає історію готельного бізнесу в захоплюючій і не затягнутій формі, тому не дивно, що відеомаркетинг повинен бути включений в інтернет-маркетинг будь-якого об'єкта індустрії гостинності. Найкращий спосіб взаємодіяти з людьми – на емоційному рівні, і що може бути кращим способом передати це, ніж через відео, ефекти та звук. Відеоконтент є одним з основних способів, за допомогою якого туристи планують свою наступну подорож, обираючи місце призначення, розваги та заклад розміщення.

Висновок до рекомендаційно-розрахункового розділу

1. Досліджено важливість розуміння підприємством своєї конкурентної позиції на ринку готельних послуг та здійснення аналізу конкурентного середовища.

2. Здійснено характеристику основних конкурентів готелю «Дніпро» – «Hyatt Regency Kyiv» та «Fairmont Grand Hotel Kyiv». Проведено оцінку конкурентів за наступними показниками: середня ціна номеру, категорія засобу розміщення, розташування, наявність додаткових послуг, якість обслуговування, імідж. Проаналізовано конкурентні переваги кожного з закладів. Прораховано бальною оцінку конкурентів готелю «Дніпро». За результатами аналізу готель отримав менший результат якості порівняно зі своїми конкурентами

3. Здійснено SWOT-аналіз готелю «Дніпро» з метою визначення можливостей для подальшого удосконалення і визначення сфер, де потрібні зусилля для збільшення конкурентних переваг.

4. На основі аналізу виділено три напрямки діяльності щодо вдосконалення системи надання послуг у готелі «Дніпро» – часткова реновація та оновлення матеріально-технічної бази підприємства; підвищення прибутковості готелю шляхом більш раціонального використання коштів; проведення рекламних компаній для поширення інформації про послуги готелю. Запропоновано подальші дії для вирішення цих проблемних питань для покращення технології надання послуг.

4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ

4.1. Роль центральної нервової системи в трудовій діяльності людини

Центральна нервова система (ЦНС) є найважливішою системою організму, що контролює і регулює функції всіх органів і систем. Вона складається з головного мозку і спинного мозку, які співпрацюють для забезпечення оптимального функціонування людини. Її роль в трудовій діяльності людини надзвичайно важлива, оскільки вона впливає на працездатність, рухову активність

Нервова система має безпосередній вплив на рівень енергії, втому та мотивацію працівника. Головний мозок відповідає за регулювання цих факторів і впливає на настрій та стан працівника під час виконання роботи. Коли ЦНС працює оптимально, людина здатна досягати високої продуктивності та ефективності у своїй трудовій діяльності.

Здорова і добре функціонуюча центральна нервова система сприяє зосередженості, увазі та хорошій пам'яті працівника. Вона дозволяє людині швидко обробляти інформацію, приймати рішення та виконувати складні когнітивні завдання. В умовах швидкого темпу роботи або виняткових ситуацій, добре функціонуюча ЦНС забезпечує працівникові здатність швидко реагувати, робити важливі висновки і приймати рішення, що мають значення для продуктивності та безпеки.

Нервова система також відіграє важливу роль у функціонуванні рухової системи. Спинний мозок і головний мозок співпрацюють для контролю рухів і забезпечення координації м'язів. Вони передають інформацію від сенсорних органів до м'язів і дозволяють виконувати різноманітні рухи і дії.

Під час виконання робочих завдань, ефективна ЦНС забезпечує точну координацію рухів рук, очей та інших частин тіла. Висока рівень координації рухів дозволяє працівникам швидко та безперешкодно виконувати свої обов'язки та забезпечувати якісне обслуговування гостей готелю.

Гарний рівень координації рухів допомагає працівникам рецепції точно та швидко реєструвати гостей, видаючи їм ключі до номерів і надаючи необхідну інформацію. Вони здатні точно обробляти документи та електронну інформацію, що забезпечує ефективну роботу при реєстрації та заселенні гостей.

Професійні офіціанти та сервісний персонал, з добре функціонуючою центральною нервовою системою, можуть точно координувати свої рухи, щоб приносити страви до столів гостей, виконувати сервісні процедури і задовольняти запити гостей з точністю та ефективністю. Це створює позитивний враження про обслуговування та сприяє задоволенню клієнтів.

Працівники, які займаються прибиранням готельних номерів та загальних приміщень, з високим рівнем координації рухів, можуть точно організувати свої дії для ефективного прибирання, заміни постільної білизни, прибирання ванних кімнат та забезпечення загальної чистоти готелю. Це допомагає створювати комфортну і бездоганну атмосферу для гостей.

У готельній індустрії, працівники, які відповідають за безпеку та порядок, такі як охоронці та консьєржі, мають бути добре координовані та здатні точно реагувати на ситуації. Вони повинні мати швидкі рефлекси та точні рухи, щоб забезпечувати безпеку гостей та вчасну реакцію на будь-які непередбачені події.

В цілому, добре функціонуюча центральна нервова система є невід'ємною частиною трудової діяльності працівників готелю. Вона забезпечує точну координацію рухів, що є важливим фактором для успішного та ефективного виконання робочих завдань та надання якісного обслуговування гостям.

ЦНС також може бути джерелом проблем у трудовій діяльності людини. Стрес, перевантаження, недосипання та інші фактори можуть негативно впливати на функціонування нервової системи і призводити до зниження продуктивності, помилок і погіршення здоров'я працівника.

Будь-які проблеми, пов'язані з нею, можуть суттєво вплинути на продуктивність та якість виконаної роботи. Порушення у функціонуванні нервова система, такі як погіршена увага, пам'ять чи концентрація, можуть призвести до посиленої втоми та зниження рівня продуктивності. Працівники можуть мати

складнощі у засвоєнні нової інформації, управлінні завданнями та прийнятті рішень, що вимагають когнітивних навичок.

Крім того, проблеми зі здоров'ям ЦНС, такі як неврологічні захворювання, травми голови або стрес, можуть спричинити дисфункцію ЦНС та обмежити здатність працювати на повну потужність. Це може призвести до збільшення числа помилок, зниження швидкості та точності виконання завдань, а також погіршення взаємодії з колегами та клієнтами.

Забезпечення здорового способу життя, включаючи раціональне харчування, фізичну активність і стратегії для зменшення стресу, може підтримувати і покращувати функціонування ЦНС та сприяти успішній трудовій діяльності співробітників. Для працівників готелю, які стикаються зі змінними та вимогливими умовами роботи, добре функціонуюча нервова система є ключовим фактором для успішної трудової діяльності та забезпечення задоволення гостей.

4.2. Психофізіологічне розвантаження для працівників

У сучасній готельній індустрії працівники зіштовхуються зі стресовими ситуаціями та високими вимогами, що може негативно впливати на їх здоров'я та ефективність. З метою збереження фізичного та психічного стану працівників, важливо розробити програми психофізіологічного розвантаження.

Адже, як наслідок, відбуваються помилкові дії внаслідок втоми працівника через надмірну важкість і напруженість роботи, монотонність праці, хворобливий стан працівника, необережність тощо.

Наприклад, праця готельного персоналу характеризується багатогодинними змінами в одноманітному та напруженому оточенні. Працівники проводять багато часу на ногах та знаходяться під постійним тиском, оскільки потрібно задовольняти потреби різних гостей та вирішувати неочікувані ситуації.

Зважаючи на велику кількість міжособистісних контактів, співробітники повинні бути ввічливими, терплячими та доброзичливими, навіть у випадках,

коли стикаються з вимогливими або незадоволеними клієнтами. Це може створювати психологічний стрес та вимагати великих зусиль для збереження професійної атмосфери та високої якості обслуговування.

Крім того, фізичні навантаження також є складовою частиною роботи працівників готелю. Вони можуть бути змушені піднімати важкі предмети, переносити меблі, прибирати кімнати та займатися іншими фізично виснажливими завданнями.

Готельний персонал також може працювати у нелінійний графік, включаючи роботу вночі, вихідні та святкові дні. Це може порушувати режим сну та особистий життєвий розпорядок, що може впливати на їх фізичне та емоційне благополуччя.

В цілому, праця працівників готелю вимагає високої енергії, стійкості до стресу та вміння ефективно керувати своїм часом. Це важка робота, яка може викликати фізичне та емоційне перевантаження. Тому, важливо підтримувати здоров'я та забезпечувати належні умови праці для цих працівників, щоб вони могли продовжувати забезпечувати високу якість обслуговування своїм гостям.

Психофізіологічне розвантаження визначається як комплекс заходів, спрямованих на зменшення стресу та покращення психічного та фізичного стану людини. Воно враховує взаємозв'язок між психічним та фізичним благополуччям людини.

Для працівників готелю психофізіологічне розвантаження має велике значення. Це допомагає знизити рівень стресу та підвищити загальний рівень самопочуття співробітників. Завдяки розвантаженню, працівники можуть краще зосереджуватись на своїх обов'язках та бути більш продуктивними. Крім того, психофізіологічне розвантаження допомагає запобігти виникненню втоми та вигорання, що є поширеними проблемами у готельній індустрії.

Перш за все, варто забезпечити достатню кількість перерв та вихідних днів, щоб працівники мали можливість відновити свої фізичні та емоційні ресурси. Розробка ефективного графіка роботи з урахуванням потреб працівників та забезпечення їхнього відпочинку є важливим кроком.

Крім того, тренінги зі стресового менеджменту та релаксаційні техніки можуть бути використані для навчання співробітників ефективним стратегіям зняття напруги та зниження стресу. Такі тренування можуть включати дихальні вправи, медитацію, йогу та інші техніки, спрямовані на збереження емоційного здоров'я та збалансованості.

Застосування ергономічних принципів також є важливим фактором у психофізіологічному розвантаженні працівників готелю. Забезпечення комфортного та безпечного робочого середовища може включати правильне розташування обладнання, раціональну організацію робочого місця, використання ергономічних меблів та аксесуарів. Це сприяє запобіганню м'язовим напруженням, уникненню травм та зниженню втоми під час тривалого виконання завдань.

Надання можливостей для фізичної активності також важливо у психофізіологічному розвантаженні. Готелі можуть сприяти зайняттю працівників спортом або фітнесом, надаючи спеціальні спортивні зони або доступ до спортивних закладів. Активна фізична діяльність допомагає зняти напругу, покращує фізичне самопочуття та сприяє загальному психологічному благополуччю.

Необхідно також забезпечити доступ співробітників до психологічної підтримки. Надання можливості консультування або терапевтичної підтримки може допомогти працівникам впоратися зі стресом, викликаним робочими ситуаціями. Психологічна підтримка може включати індивідуальні консультації, групові сесії або програми психологічної підтримки для команди готелю.

В цілому, психофізіологічне розвантаження працівників готелю полягає у комбінації різних підходів, спрямованих на підтримку фізичного та психологічного здоров'я працівників. Враховуючи їхні потреби та надаючи необхідні ресурси, готелі можуть створити сприятливу робочу атмосферу, де працівники можуть ефективно працювати та зберігати своє благополуччя. Психофізіологічне розвантаження є важливим елементом для забезпечення здоров'я та ефективної праці працівників готелю. Шляхом використання фізичних

та психологічних методів розвантаження, працівники можуть зняти стрес, покращити своє самопочуття та бути більш продуктивними. Розробка та впровадження програм психофізіологічного розвантаження в готельній індустрії має велике значення для підтримки здоров'я та задоволення працівників.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі бакалавра здійснено теоретичне обґрунтування та розроблено практичні рекомендації щодо удосконалення системи надання послуг у закладі готельної індустрії (на прикладі ПрАТ «Готель «Дніпро»»). Основні теоретико-практичні результати дослідження дозволяють зробити такі висновки:

1. Доведено, що готельне підприємство, яке забезпечує ефективну та добре зорганізовану систему надання послуг, стає значно привабливішим для наявних та потенційних споживачів. Окрім цього, це значно впливає на зміцнення конкурентоспроможної позиції на ринку туристичних і, зокрема, готельних послуг.

2. Проаналізовано історію розвитку появи та розширення спектру послуг у закладах розміщення. Визначено дефініцію понять «готельна послуга», «основні послуги», «додаткові послуги». Розглянуто етапи системи надання готельних послуг. Виокремлено особливості готельних послуг, що вирізняють послугу від товару.

3. Розкрито специфіку основних – проживання та харчування та додаткових послуг. Проаналізовано процес надання основних послуг у готельній індустрії. Здійснено класифікацію додаткових послуг.

4. Визначено, що стандарти якості є основою для надання якісних готельних послуг. Виокремлено переваги використання стандартів в управлінні підприємством. Досліджено різні рівні стандартів обслуговування у готельному бізнесі. Вивчено застосування стандартів серії ISO 9000, як визнаних в усьому світі та найефективніших при побудові системи якості послуг.

5. Проаналізовано історію створення та функціонування готелю «Дніпро», що знаходиться у місті Київ. Розглянуто процес приватизації ПрАТ «Готель «Дніпро». Визначено його мету та основні методи діяльності закладу розміщення.

6. На основі даних готелю «Дніпро» здійснено аналіз обсягу реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), основних техніко-економічних показників діяльності та основних фондів. Майже усі показники у 2021 році показують позитивну тенденцію порівняно з 2020 роком. Сформовано структуру основних засобів ПрАТ «Готель «Дніпро».

7. Розкрито особливості надання основних та додаткових послуг у готелі «Дніпро». Зокрема, послуги розміщення, послуги харчування (ресторан, лобі-бар, бар), послуги SPA-центру та тренажерного залу, послуги конференц сервісу.

8. Проаналізовано фактори, які впливають на якість та задоволеність клієнтів від наданих послуг. Розглянуто фактори макросередовища, мікросередовища та внутрішнього середовища ПрАТ «Готель «Дніпро».

9. Досліджено важливість розуміння підприємством своєї конкурентної позиції на ринку готельних послуг та здійснення аналізу конкурентного середовища.

10. Здійснено характеристику основних конкурентів готелю «Дніпро» – «Hyatt Regency Kyiv» та «Fairmont Grand Hotel Kyiv». Проведено оцінку конкурентів за наступними показниками: середня ціна номеру, категорія засобу розміщення, розташування, наявність додаткових послуг, якість обслуговування, імідж. Проаналізовано конкурентні переваги кожного з закладів. Прораховано балову оцінку конкурентів готелю «Дніпро». За результатами аналізу готель отримав менший результат якості порівняно зі своїми конкурентами

11. Здійснено SWOT-аналіз готелю «Дніпро» з метою визначення можливостей для подальшого удосконалення і визначення сфер, де потрібні зусилля для збільшення конкурентних переваг.

12. На основі аналізу виділено три напрямки діяльності щодо вдосконалення системи надання послуг у готелі «Дніпро» – часткова реновація та оновлення матеріально-технічної бази підприємства; підвищення прибутковості готелю шляхом більш раціонального використання коштів; проведення рекламних компаній для поширення інформації про послуги готелю. Запропоновано

подальші дії для вирішення цих проблемних питань для покращення технології надання послуг.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Андрушків Б.М. Інноваційна політика / Б.М. Андрушків, Ф.В. Бортняк, Ю.Я. Вовк та ін.; за заг. ред. Б.М. Андрушківа. Тернопіль: ТзОВ «Терно-Граф», 2012. 484 с.
2. Варяниченко О.В., Карасьова Г.В. Стандарти iso 9000: якість як принцип та основа довіри між виробником та споживачем. Економічний вісник Національного гірничого університету. 2009. № 1. С. 115–122.
3. Воронко О.С. Особливості SWOT-аналізу в управлінні підприємством. Матеріали міжнар. наук.-практ. Конф. «Розвиток соціально-економічних систем в геоeкономічному просторі: теорія, методологія, організація обліку та оподаткування». Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2017. С. 57–58.
4. Ганич Н.М. Сутність поняття готельна послуга. Географія та туризм. 2011. № 14. С. 212–217.
5. Державний пакет акцій розміром 100,0000 % статутного капіталу ПрАТ «Готель «Дніпро». Prozzoro.Продажі. URL: <https://prozorro.sale/auction/UA-PS-2020-06-14-000010-3>
6. Державний пакет акцій розміром 100 % статутного капіталу ПрАТ «Готель «Дніпро». Фонд державного майна України. URL: <https://privatization.gov.ua/product/derzhavnyj-paket-aktsij-rozmirom-100-statutnogo-kapitalu-prat-gotel-dnipro/>
7. Дрьоміна Я.Є. Застосування в готелях сучасних методів обслуговування гостей. Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Актуальні проблеми, пріоритетні напрямки та стратегії розвитку України». Київ, 2021. С. 996–999.
8. Загнибіда Р.П., Глібко І.І. Удосконалення якості послуг у готельно-ресторанному господарстві. Матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. «Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку», 2020.

URL: <https://turizmliol.wordpress.com/2020/05/14/удосконалення-якості-послуг-у-готель/>.

9. Зірки для готелів: коли почнуть масову категоризацію та навіщо це потрібно. О, Море.City. URL: <https://omore.city/articles/182445/-zirki-dlya-goteliv-koli-pochnut-masovu-kategorizaciyu-ta-navischo-ce-potribno-#На%20якому%20етапі%20зараз%20категоризація%20готелів?>

10. Круль Г.Я. Основи готельної справи : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 368 с.

11. Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування. Навчальний посібник. Київ : Кондор-Видавництво, 2014. 346 с.

12. Мальська М.П., Мандюк Н.Л. Основи маркетингу у туризмі. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 336 с.

13. Мальська М.П., Пандяк І.Г., Занько Ю.С. Організація готельного обслуговування : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 366 с.

14. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. 2-ге вид. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.

15. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л. Визначення найважливіших закономірностей стабільного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства [Електронний ресурс] // Галицький економічний вісник. 2020. №3 (64). С. 174-184. Режим доступу: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32489/2/GEB_2020v64n3_Nahorniak_H-Determination_of_the_174-184.pdf.

16. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л., Шерстюк Р. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті [Електронний ресурс] // Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 1(16). С. 148-158. Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17nhsvtk.pdf>.

17. Новий власник готелю «Дніпро» розповів, скільки планують витратити на реконструкцію. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/07/23/663276/>

18. Павлова С.І. Особливості та рівні стандартизації готельних послуг. 2020. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/384.pdf>.
19. Прейскурант «Оздоровчого центру» ПрАТ «Готель «Дніпро». 2021.
20. Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг : Наказ Держ. турист. адмін. України від 16.03.2004 р. № 19 : станом на 12 листоп. 2010 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04#Text>
21. Річний фінансовий звіт ПрАТ «Готель «Дніпро». 2020. 18 с.
22. Річний фінансовий звіт ПрАТ «Готель «Дніпро». 2021. 18 с.
23. Сайт готелю «Дніпро». URL: <https://dniprohotel.ua/>
24. Статут приватного акціонерного товариства Готель «Дніпро». 2020. 46 с.
25. Стойко І.І., Шерстюк Р.П. Управління конкурентоспроможністю (Програма, курс лекцій, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, термінологічний словник, тести). Навч.-метод. посібник. Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2021. 156 с.
26. Стойко І.І. Управління інноваціями (Програма, курс лекцій, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, тести). Навч.-метод. посібник. Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 200 с.
27. Чередниченко А.О., Калінін М.В. Якість надання послуг підприємствами готельного господарства як ключовий фактор привабливості в туристичній галузі. Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами». Луцьк : Луцький НТУ, 2016. С. 209–211.
28. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії : навч. посіб. Київ : Атіка, 2006. 264 с
29. Я працюю в готелі «Дніпро», який купили за мільярд. The Village Україна. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/business/wherework/301859-gotel-dnipro-de-ti-pratsyuesh>

30. DniproHotel. Booking.com. URL: <https://www.booking.com/hotel/ua/dnipro.uk.html>
31. FairmontGrandHotelKyiv. Booking.com. URL: <https://www.booking.com/hotel/ua/fairmont-grand-kyiv.uk.html>
32. Fairmont Grand Hotel Kyiv. Fairmont. URL: <https://www.fairmont.com/kyiv/>
33. HyattRegencyKyiv.Booking.com. URL: <https://www.booking.com/hotel/ua/hyatt-regency-kyiv.uk.html>
34. Hyatt Regency Kyiv. World of Hyatt. URL: <https://www.hyatt.com/en-US/hotel/ukraine/hyatt-regency-kyiv/kyivh>