

ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ЕКОНОМІКИ

Кафедра: публічного управління та адміністрування

БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему: «Управління якістю продукції та послуг у
готельно-ресторанному господарстві»

Виконала: студентка 4 курсу за
спеціальністю 242 Туризм денної форми
навчанням
Вікторія СЕМЕНЮК

Керівник: кандидат економічних наук
Петро СЕМ'ЯНЧУК

Рецензентка: власниця готельно-
ресторанного комплексу «Південна
Брама»
Ганна ДІЛЬ

Хмельницький – 2023 рік

АНОТАЦІЯ

Семенюк В.С. «Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві». – Рукопис.

У бакалаврській роботі запропоновано розв'язання актуального наукового завдання, яке полягає в теоретичному обґрунтуванні й розробленні практичних рекомендацій щодо управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві.

Розкрито теоретичні та нормативні основи управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві. З'ясовано, що використання готельних і ресторанних послуг узгоджується з їх виробництвом, а оцінити якість готельного обслуговування можна тільки в процесі споживання.

Детально розглянуто діяльність готельного підприємства «Dream Hostel» у місті Хмельницькому. Проаналізовано стан управління якістю продукції та послуг у «Dream Hostel». Охарактеризовано практику та проблематику системи якості готельно-ресторанних послуг і продукції.

На основі проведеного аналізу запропоновано організаційно-управлінські аспекти поліпшення якості на підприємстві. Розроблено шляхи підвищення якості продукції та послуг, де ефективність роботи всього підприємства залежить від правильної маркетингової діяльності. Основними інструментами просування готельного продукту на ринок у сучасних умовах є: стимулювання збуту, реклама, PR-акції. Отримані рекомендації можуть бути використані для покращення управління якістю у сфері готельно-ресторанної діяльності.

Ключові слова: продукція, послуга, якість, поліпшення, готельно-ресторанне господарство, туризм.

ANNOTATION

Semeniuk V.S. «Quality Management of Products and Services in the Hotel and Restaurant Industry». – Manuscript.

This bachelor's thesis is dedicated to the quality management of products and services in the hotel and restaurant industry. The work is based on the experience and knowledge gained during the pre-diploma internship at «Dream Hostel» in Khmelnytskyi city. The aim of the thesis is to develop recommendations for the quality management system of services in hotel and restaurant enterprises.

The thesis explores the theoretical and regulatory foundations of quality management of products and services in the hotel and restaurant industry. «Dream Hostel» in Khmelnytskyi city is examined in detail. The state of quality management of products and services at this enterprise is analyzed, and the practice and issues of the quality system in hotel and restaurant services and products are characterized.

Based on the conducted analysis, the thesis proposes organizational and managerial aspects for improving quality in the enterprise. It also develops strategies for enhancing the quality of products and services. The obtained recommendations can be utilized to enhance quality management in the hotel and restaurant sector.

This diploma thesis contributes to understanding the importance of quality management in the hotel and restaurant sector and provides specific recommendations for improving the quality of products and services in hotel and restaurant enterprises.

Keywords: product, service, quality, improvement, hotel and restaurant industry, tourism.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА НОРМАТИВНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	8
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ НА ПРИКЛАДІ «DREAM HOSTEL» ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ФОП КОНДРІКОВА К.А.	14
2.1. Загальна характеристика «Dream Hostel» Хмельницький ФОП Кондрікова К.А.....	14
2.2. Стан управління якістю продукції та послуг «Dream Hostel» Хмельницький ФОП Кондрікова К.А.	21
2.3. Практика та проблематика системи якості готельно-ресторанних послуг і продукції.....	27
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ «DREAM HOSTEL» ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ФОП КОНДРІКОВА К.А.	31
3.1. Організаційно-управлінські аспекти поліпшення якості на підприємстві... 31	
3.2. Підвищення якості продукції та послуг готельно-ресторанної сфери	34
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Серед багатьох економічних та соціальних проблем, які вирішуються у суспільстві, проблема якості набуває особливого значення, в ній знаходить відображення ефективність виробництва, ступінь задоволення потреб споживачів та розвиток зовнішньоекономічних зв'язків. Відродження та розвиток економіки України невід'ємно пов'язані з підвищенням конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, насиченням споживчого ринку, продукцією та послугами високої якості. При цьому стратегічну роль відіграють підприємства готельно-ресторанного господарства, які в Україні на сьогодні вважаються одними із найбільш перспективних і успішно розвинених напрямків бізнесу.

Готельно-ресторанний бізнес є основною складовою готельної галузі України та виконує одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів – забезпечують клієнтів житлом і побутовими послугами під час подорожі.

Виробництво продукції та надання послуг високої якості сприяє зниженню витрат на виробництво та їх надання, економії суспільної праці, кращому використанню сировинних ресурсів, більшій ефективності виробництва. Забезпечення та підвищення якості продукції та послуг готельно-ресторанного господарства є складною проблемою, яка включає технічні, економічні, соціальні, політичні та правові аспекти. Вирішення цієї проблеми вимагає кваліфікованого персоналу, спроможного організувати роботу в сфері управління якістю на підприємствах індустрії гостинності.

Питаннями якості послуг у сфері готельно-ресторанного господарства займалися: С.І.Байлик, Н.Ю.Балацька, С.В.Беляєва, І.Г.Верезомська, Г.О.Ворошилова, С.С.Галасюк, К.В.Каленік, К.А.Леоненко, О.М.Лисенко, С.Г.Нездоймінов, Л.І.Нечаюк, Н.О.Нечаюк, В.М.Панасюк, І.М.Писаревський, С.І.Саченко, О.М.Черешнюк, А.В.Шокур та інші.

Мета і завдання дослідження.

Метою дипломної роботи є розробка рекомендацій щодо системи управління якістю послуг на підприємствах готельно-ресторанної діяльності.

Для досягнення поставленої мети в роботі були визначені та вирішені такі завдання:

- розкрити теоретичні та нормативні основи управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві;
- дати загальну характеристику «Dream Hostel» Хмельницький ФОП Кондрікова К.А.;
- проаналізувати стан управління якістю продукції та послуг «Dream Hostel» Хмельницький ФОП Кондрікова К.А.;
- охарактеризувати практику та проблематику системи якості готельно-ресторанних послуг та продукції;
- запропонувати організаційно-управлінські аспекти поліпшення якості на підприємстві;
- розробити шляхи підвищення якості продукції та послуг.

Об'єкт дослідження – послуги закладів готельно-ресторанної сфери.

Предмет дослідження – теоретичні, нормативні й організаційно-управлінські аспекти якості готельно-ресторанних послуг.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань були використані наступні *методи*: загальнонаукові (аналогія, системний аналіз), логічної абстракції (аналіз і синтез, індукція та дедукція), економіко-математичний (системно-структурного аналізу), економіко-статистичного аналізу (табличний, графічний, групування, класифікації), маркетингові (SWOT-аналіз, спостереження) та експертної діагностики (порівняння, оцінювання).

Інформаційною базою дослідження виступають наукові публікації, нормативно-законодавчі акти України, матеріали наукових конференцій і

досліджень, аналітичні та звітні документи «Dream Hostel» Хмельницький ФОП Кондрікова К.А..

Практичне значення одержаних результатів. Основні теоретичні положення бакалаврської роботи можуть бути використані закладами готельно-ресторанної справи в Україні.

Апробація результатів. За результатами дослідження опубліковано тези у збірнику тез Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації» (м.Харків, 2023 р.)

Обсяг та структура роботи. Дипломна робота має загальний обсяг 44 сторінки і складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел із 53 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА НОРМАТИВНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Готельно-ресторанна індустрія є важливим компонентом туристичного сектору та економіки країни, що швидко розвивається, і має потенціал для отримання значного доходу та активного внеску в економічне зростання громади. Зі зростанням кількості туристів і зростанням конкуренції на ринку готельних послуг перед усіма вітчизняними постачальниками готельних і ресторанних послуг постала проблема підтримки якості обслуговування. Ефективне управління якістю послуг визначає пріоритетність клієнтів і спонукає готельні та ресторани заклади прийняти комплексну політику якості, яка охоплює соціальні, економічні, технічні та правові аспекти [3].

Підвищення рівня пропонованих послуг – важливий аспект готельно-ресторанної індустрії, вигідний не тільки для самого закладу, але й для споживача та національної економіки в цілому. Надання гостям високоякісних послуг призводить до підвищення їх відвідуваності, підвищує прибутковість підприємства, підвищує репутацію закладу. Надаючи послуги найвищої якості та цінності, споживачі можуть скоротити свої витрати, одночасно забезпечуючи повне задоволення своїх вимог.

Необхідність підприємств готельно-ресторанного господарства постійно підвищувати якість своїх послуг потребує цілеспрямованої та кропіткої роботи.

«ДСТУ ISO 9004-2-96 Управління якістю та елементи системи якості. Частина 2. Наставови щодо послуг» встановлює принципи та елементи систем якості, які охоплюють усі процеси, необхідні для гарантування ефективності послуги, від маркетингу до його надання разом із перевіркою послуги. Дія цього стандарту поширюється на всі заклади, організації та підприємства, у

тому числі готелі та ресторани, що працюють на території України, незалежно від форм власності.

Поняття якості багатогранне, оскільки охоплює та визначає різні аспекти діяльності закладів гостинності та харчування, включаючи розробку стратегії, організацію обслуговування, маркетингову політику тощо.

Готельно-ресторанна індустрія має свої особливості щодо того, як розвивається та підтримується якість обслуговування, яка включає:

Прирівнювання якості послуг до якості послуг може бути неправильною практикою.

Задоволення послуг базується на задоволенні конкретних потреб, а не на розпливчастих чи теоретичних.

Відмінні характеристики як якості обслуговування, так і якості продукції.

Існують особливі характеристики, які визначають готельні та ресторанный послуги, які пронумеровані.

Використання готельних і ресторанных послуг узгоджується з їх виробництвом.

Оцінити якість готельного обслуговування можна тільки в процесі споживання.

Накопичення та зберігання не поширюється на готельні та ресторанный послуги.

Працюючи в готельно-ресторанному підприємстві, працівники мають прямий контакт зі споживачами, оскільки надають послуги як у готельному, так і в ресторанному господарстві.

Готельно-ресторанний бізнес працює інакше, ніж товарний ринок; у той час як товари транспортуються до покупця, в індустрії гостинності споживач їде до готельного підприємства, щоб отримати послуги, що робить транспортування непотрібним.

Попит на готельні та ресторанный послуги коливається залежно від життєвих циклів окремих людей, при цьому готельна та ресторанна індустрія відчуває коливання попиту щодня, щотижня, щомісяця та щороку.

Маркетинг і якість послуг, що надаються споживачам, тісно пов'язані між собою, особливо щодо того, наскільки добре задовольняються потреби споживачів. Рівень задоволеності клієнтів пов'язаний зі ступенем, до якого їхні очікування були виконані, як зазначено в [18].

Таблиця 1.1 надає детальну розбивку основних компонентів, які складають якість послуг, що пропонуються готелями та ресторанами. Ці компоненти складаються з соціальної, технічної, правової, економічної та функціональної якості.

Таблиця 1.1

Складові якості послуг підприємств готельно-ресторанного господарства

Складові якості	Сутність складових
Соціальна якість	Відповідність готельно-ресторанних послуг рівню благополуччя людей, національним та регіональним традиціям та особливостям; етика, естетика, високий рівень культури персоналу закладів харчування і розміщення
Технічна якість	Забезпечення належної матеріально-технічної бази, при паданні послуг виконання принципів комплексності, своєчасності; впровадження засобів механізації та автоматизації роботи
Правова якість	Відповідність послуг вимогам законодавчих актів, нормативно-технічної документації, технології обслуговування та виконання робіт, вивчення та задоволення вимог споживачів
Економічна	Готельна послуга повинна мати корисний ефект як для споживача (задовольняти його потреби, очікування), так і для готельно-ресторанного підприємства (одержання прибутку)
Функціональна	Якість процесу надання готельно-ресторанних послуг

Примітка: складено авторкою на основі [53]

Оцінка якості послуг значною мірою залежить від взаємозалежності цих компонентів, оскільки вони тісно пов'язані один з одним.

Справжня сутність послуг полягає в нерозривному зв'язку між виробництвом і споживанням. Цей зв'язок відрізняє послуги від матеріальних благ. Коли гість залишає заклад, немає фізичних доказів наданої послуги, за винятком рахунку, сплаченого за послуги готелю чи ресторану. Однак клієнт,

який придбав послугу, зберігає тривалу пам'ять і враження, якими можна поділитися з іншими, як зазначено в [15].

Оскільки виробництво та споживання нерозривно пов'язані, надання послуг неминуче змінюється. Калібр послуги значною мірою залежить від постачальника та обставин, за яких вона надається.

Двома основними факторами, які впливають на різноманітність послуг, є рівень кваліфікації персоналу та ступінь, до якого послуги можна налаштувати відповідно до індивідуальних потреб споживачів.

Щоб досягти успіху та зберегти конкурентоспроможність у готельній індустрії, першочергову увагу слід приділяти задоволенню бажань та вимог клієнтів.

Пітер Друкер, фахівець з американського менеджменту, чітко висловив своє розуміння концепції маркетингу: «Обов'язки, завдання та практика базуються на припущенні, що кінцева мета бізнесу — залучення клієнтів». Потенціал маркетингової концепції полягає в цьому понятті, оскільки без клієнтів немає доходу. Без прибутку немає прибутку. Хоча прибуток може здатися головною метою менеджерів, це не так. Головне завдання тих, хто займається бізнесом, — створити клієнтів і задовольнити їхні бажання.

Оцінюючи якість готельних і ресторанних послуг, важливо враховувати, наскільки ці заклади задовольняють потреби туристів під час їх короткочасного перебування поза домом. Ця категорія оцінює ефективність і корисність цих послуг для забезпечення комфортного проживання та відпочинку мандрівників.

З метою інтеграції у світовий економічний простір перед вітчизняним готельно-ресторанним менеджментом стоїть завдання підвищення та стабілізації якості послуг шляхом впровадження ефективного механізму управління якістю [4].

Для готельно-ресторанного підприємства ефективність управління якістю залежить від трьох основних умов.

Інвестиції спрямовуються не тільки на обладнання, але й на фізичних осіб, що представляє перший аспект.

За якість послуг, що надаються підприємством, відповідає лінійний керівник.

Під егідою загального управління якістю організаційна структура підприємства встановлюється як третій компонент.

У таблиці 1.2 наведено певний набір методів, які використовуються готельними та ресторанными підприємствами для впровадження загального управління якістю.

Для успішного виконання перелічених етапів необхідна співпраця всіх секторів і органів управління організації. Це сприяє методичному підходу до управління якістю.

Таблиця 1.2

Способи та методи загального управління якістю

Управління			
якістю	процесом	персоналом	ресурсами
Визначення поняття якості	Стабільність, стійкість процесу	Команда управляючих	Програма витратна якість
Політика якості	Статистичні методи контролю	Всезагальне навчання якості	Показники для контролю роботи
Загальне навчання якості	Можливість процесів	Організація робочих груп	Вартісні показники
Відносини з внутрішніми споживачами	Рішення технічних проблем	Методи і засоби мотивації	Консервація ресурсів
Система якості	Вдосконалення процесу	Зв'язуючі відділи	Поліпшення навколишнього середовища
Гуртки якості	Аналіз характеру та наслідки недоліків на стадії проектування	Теорії інтенсифікації	Робота за принципом «точно в термін»
Метод Тагучі	Аналіз характеру та наслідки недоліків на стадії виробництва	Підвищення кваліфікації	Робота за принципом «точно в термін»

Примітка: складено авторкою

Отже основним складовим елементом процесу управління якістю в готельно-ресторанному підприємстві є політика у сфері якості, яка охоплює основні напрями та цілі закладу у сфері якості, офіційно сформовані вищим

керівництвом з урахуванням вимог споживачів, завдань у сфері якості, методів їх виконання, ролі персоналу в реалізації політики у сфері якості, специфіки діяльності, іміджу тощо. Система якості має два основні взаємопов'язані напрями функціонування: задоволення потреб та очікувань споживачів послуг та забезпечення інтересів закладів розміщення і харчування та його працівників. Для забезпечення виконання цих завдань готельно-ресторанне підприємство повинне забезпечити комплексне та взаємоузгоджене управління в сфері якості.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ НА ПРИКЛАДІ «DREAM HOSTEL» ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ФОП КОНДРІКОВА К.А.

2.1 Загальна характеристика «Dream Hostel» Хмельницький ФОП Кондрікова К.А.

«Dream Hostel» Хмельницький ФОП Кондрікова К.А. зареєстровано 24.09.2002 за юридичною адресою 29000, Хмельницька область, місто Хмельницький, Вулиця Прибузька. Керівником хостелу є Кондрікова Катерина Анатоліївна. З моменту заснування закладу розміщення реалізовується виважена інвестиційна політика в готельному господарстві. Засновники хостелу дотримувалися раціонального мислення та провели масштабні дослідження щодо розширення бізнесу, що зіграло вирішальну роль у формуванні політики хостелу. Девіз хостелу «Надати можливість якомога більшій кількості людей насолодитися відпусткою за кордоном» відображає їхнє прагнення надати широкі можливості для відпочинку.

Впроваджуючи сучасні комп'ютерні технології, «Dream Hostel» позиціонує себе як лідера готельного ринку і продовжує утримувати цю позицію. Технологія є одним із важливих елементів, які сприяли успіху готелю. Досягнення готелю відображаються в якості послуг, які заслужили численні нагороди. Співробітники готелю пройшли додаткове навчання в сфері туризму та сервісу, а також обов'язкове стажування, відточили навички корпоративного спілкування. Організаційна структура «Dream Hostel» Хмельницький ФОП Кондрікова К.А. це добре впорядкована система взаємопов'язаних компонентів, які розуміють свої ролі та обов'язки та забезпечують ефективне функціонування підприємства в цілому.

Директор несе повну відповідальність за керівництво всією діяльністю підприємства. Це й організація ефективного зв'язку між усіма структурними

підрозділами, контроль за виробничо-господарською діяльністю, управління персоналом, забезпечення належних умов праці персоналу. Крім того, директор стежить за дотриманням протоколів охорони праці та техніки безпеки та займається стратегічним плануванням. Встановлюється заява про місію, яка зосереджується на задоволенні потреб споживачів через баланс «ціна-якість», і чітко окреслюється дерево цілей компанії, кожна з яких відображається у відповідних посадових інструкціях. Кожного місяця проводиться порівняльний аналіз для оцінки поточного прогресу щодо запланованих показників і цілей [22]. Бухгалтер займає керівну посаду над директором, наглядає за діяльністю гуртожитку, керує фінансовими операціями та володіє інформацією про наявні кошти та їх рух.

Сучасний стан індустрії готельних послуг відзначається надзвичайно високим рівнем конкуренції. Такий стан речей можна пояснити особливостями господарювання. Рівень розвиненості готельного ринку, а також складність роботи на ньому в першу чергу визначаються особливостями конкурентного середовища готельного підприємства. Оцінюючи середовище гуртожитку, важливо брати до уваги як макро-, так і мікросередовища, які складають маркетингове середовище [22].

«Dream Hostel» Хмельницький ФОП Кондрікова К.А. надає велику кількість різних готельних послуг, які наведені у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Характеристика послуг, що надаються «Dream Hostel»

Найменування послуги	Опис
Приватні та сімейні номери	Номери повністю укомплектовані усіма зручностями, містять власні санвузли.
Загальні номери	Варіанти загальних номерів: 1. ліжко у 8-місний номер; 2. ліжко у 4-місному номері; 3. ліжко у 4-місному жіночому номері.
Кухня	Кухня укомплектована: 1. індукційною плитою; 2. холодильником; 3. витяжкою; 4. мікрохвильовкою; 5. чайником;

	6.кондиціонером; 7.посудом та столовим приладдям.
Багажна та пральна кімнати	Кімнати створені для підтримки чистоти та охайності речей гостей.

Примітка: Складено авторкою

По суті, основна функція закладу полягає в тому, щоб запропонувати житло для значних скупчень людей.

Оцінка рівня конкурентоспроможності ФОП «Dream Hostel» Хмельницький Кондрикова К.А. здійснюється шляхом проведення комплексного аналізу конкурентного ринку. Цей аналіз виявить перелік конкурентних переваг і слабких місць закладу.

У комплексі маркетингу ціна є вирішальним фактором, який повинен одночасно задовольняти споживачів і відповідати меті підприємства щодо отримання прибутку.

У сфері сучасних методів ціноутворення існує загалом тринадцять методів, які зазвичай використовуються:

1. Визначення ціни здійснюється з урахуванням витрат виробництва.
2. Визначення цін зосереджено навколо конкуренції.
3. Визначення цін базується на вартісній значущості товару.
4. Щоб знайти ціну, яка забезпечує баланс між витратами виробництва та ринковими умовами, відбувається процес визначення.

Щоб «Dream Hostel» залучав відвідувачів, необхідно зацікавити потенційних клієнтів. Мета полягає в тому, щоб викликати цікавість потенційних клієнтів щодо пропонованих послуг. Привабливість хостелу, швидше за все, викличе у вас бажання відвідати його.

Стратегія просування «Dream Hostel» включає в себе різні методи, такі як реклама, управління соціальними мережами, обслуговування сайту. Успіх цих зусиль, повернення інвестицій і бажаний результат компанії залежать від кількох важливих факторів. Ці фактори включають правильне визначення рекламних цілей, вибір відповідних каналів збуту, розробку рекламних звернень, орієнтованих на цільову аудиторію, і багато іншого. Для того, щоб

витрати і зусилля принесли бажаний результат, необхідний системний і комплексний підхід до рекламної діяльності. «Dream Hostel» час від часу розміщує оголошення в Інтернеті та надає детальну інформацію про свої послуги на сайті хостелу. Значну роль у залученні нових клієнтів відіграє зароблена роками репутація та участь компанії в незалежних оцінках роботи.

ФОП Кондрикова К.А. «Dream Hostel» Хмельницький створив чіткий фірмовий стиль, що складається з колекції постійних елементів дизайну, таких як графіка, кольори, типографіка та вербальна комунікація. Цей стиль дозволяє клієнтам легко і точно ідентифікувати продукцію хостелу, знижує витрати на виведення нових пропозицій на ринок і підвищує ефективність реклами.

Фірмовий стиль складається з таких елементів:

1. Відмітний символ або знак, який представляє компанію, продукт або послугу, зазвичай називають торговою маркою.
2. Напис шрифтом, який був брендований.
3. Колір, який асоціюється з компанією.
4. Слоган, який використовує ця корпорація, складається всього з тринадцяти слів.

Логотип «Dream Hostel» Хмельницький ФОП Кондрикова К.А. служить двом важливим цілям: рекламі та гарантії якості. Цю впізнавану емблему видно на корпоративних матеріалах, таких як візитні картки, фірмові бланки та реклама. Завдяки розумній рекламній стратегії компанії позитивний ефект досягається без зайвих витрат. Це завдяки репутації надійного партнера, яку компанія здобула за роки роботи.

Використовуючи інформацію фінансового звіту, можна встановити темпи зростання продуктивності праці працівників ФОП «Dream Hostel» Хмельницький Кондрикова К.А. Додатково проведемо порівняльний аналіз цього показника з темпом зростання середньої заробітної плати по гуртожитку, який можна знайти в таблиці 2.2.

Якщо у 2020 році темпи зростання продуктивності праці випереджали темпи зростання середньої заробітної плати в 1,14 раза, то в 2021 році темпи зростання дещо знизилися і зараз цей коефіцієнт становить 1,04..

Таблиця 2.2

Співставлення темпів росту продуктивності та оплати праці в «Dream Hostel»
Хмельницький ФОП Кондрікова К.А. в 2019-2021 роках

№ з/п	Показники	2019 р.	2020 р.	2021 р.
1.	Продуктивність праці, тис. грн. / чол.	308,2	466,3	455,2
2.	Темп росту продуктивності праці, %	-	151,3	104,1
3.	Середньорічна заробітна плата 1 працівника, тис. грн.	14,5	14,9	15,5
4.	Темп росту середньорічної заробітної плати 1 працівника, %	-	102,7	104,0
5.	Співвідношення темпів росту продуктивності праці та заробітної плати	-	1,47	1,0

Примітка: складено авторкою

У 2019 році продуктивність праці складала 308,2 тис.грн./чол., у 2020 році – зросла на 158,1 тис.грн. та складала 466,3 тис.грн./чол., у 2021 році зросла на 18,9 тис.грн. та складала вже 485,2 тис.грн. / чол. Темпи росту продуктивності праці до 2019 року склали: у 2020 році – 151,3%, у 2021 році – 104,1%.

За допомогою таблиці 2.3 проаналізуємо коефіцієнти обороту кадрів по прийому, по звільненню, плинності кадрів, відновлення, загального обороту кадрів.

Таблиця 2.3

Коефіцієнти руху кадрів ТОВ «Dream Hostel» за 2019-2021 роки

Коефіцієнти	2019	2020	2021	Відхилення 2020/2019	Відхилення 2021/2020
К-т обороту кадрів з прийняття	0,12	0,15	0,02	0,03	-0,13
К-т обороту кадрів із звільнення	0,04	0,03	0,73	-0,01	0,7

К-т плинності кадрів	0,10	0,03	0,70	-0,07	0,67
К-т відновлення кадрів	2,25	5,50	0,03	3,25	-5,47
К-т загального обороту кадрів	0,11	0,18	0,75	0,07	0,57

Примітка: складено авторкою

Коефіцієнт плинності кадрів у 2019 році має значення 0,1 – плинність кадрів середня, у 2020 році – 0,03 – це низька плинність кадрів, у 2021 році – 0,71 – значно перевищує 0,1 – це означає, що плинність кадрів на підприємстві дуже висока. Аналізуючи плинність кадрів, слід відзначити, що вона знижує продуктивність праці в закладі. Згідно наведених розрахунків плинність кадрів збільшилася, отже, відбувається зниження продуктивності праці.

Хостел надає житло особам, які подорожують з метою проведення дозвілля, за цінами, що відповідають якості послуг.

Основні маршрути відвідувачів включають:

- а) туризм у світовому масштабі;
- б) внутрішній туризм;
- в) індивідуальні тури, розроблені спеціально для інтересів і розваг дітей.

Серед пропонованих турів – оздоровчий та лікувальний туризм. В якості послуги пропонуються шопінг-тури, екскурсійні тури. Надається індивідуальне обслуговування корпоративних клієнтів за запитом.

Щоб налагодити та підтримувати успішні відносини співпраці з цільовими клієнтами, керівництво фірми має орієнтуватися в низці активних суб'єктів і зовнішніх сил, які складають її маркетингове середовище.

На рис. 2.1 показано макросередовище, яке охоплює впливи ширшого суспільного масштабу. Ці впливи складаються з різних факторів, таких як демографічні, економічні, технічні, політичні та культурні сили.

Економічні фактори, які впливають на індустрію туризму, включають стан економіки та її фінансове становище, коливання в економіці, такі як спади та підйоми, інфляція, страйки, що впливають на економіку, та рівень безробіття. Крім того, зростання глобальної ділової активності в результаті

інтеграції та глобалізації, коливання особистих доходів і суми доходу, що виділяється на дозвілля, також відіграють роль у туризмі. Зміни у розподілі соціальних ресурсів для подорожей і туризму також впливають на цю галузь. Зв'язок між розвитком туризму, загальним економічним зростанням і особистими доходами громадян очевидний. Туристичний ринок особливо сприйнятливий до змін в економіці.

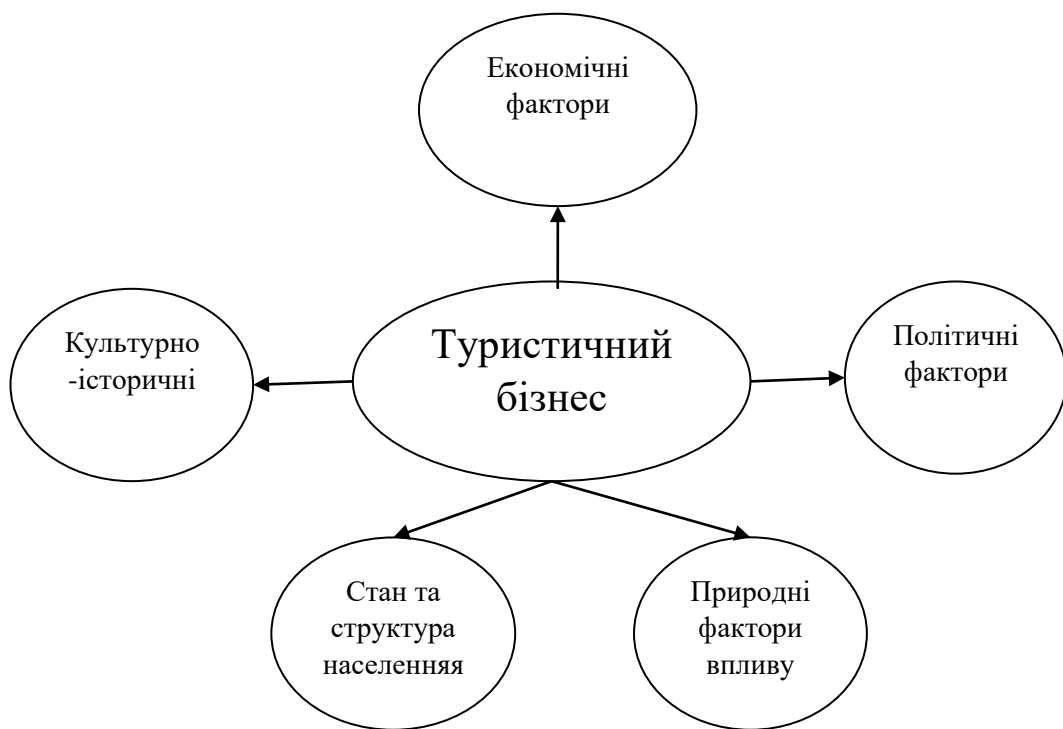


Рис. 2.1. Макросередовище готельного бізнесу

Примітка: Складено авторкою

Зараз в Україні спостерігається значне зростання загального рівня цін, що супроводжується частими змінами обмінного курсу, що призводить до несприятливого економічного середовища. Відповідно, рівень туризму різко впав. На готельну індустрію впливає як внутрішня, так і зовнішня політика держави, включаючи політику інших держав. Для функціонування готельної індустрії необхідна стабільна політична ситуація. На жаль, зараз Україна переживає надзвичайно складну ситуацію, яка призвела до несприятливих

політичних умов у кількох інших країнах. Ці обставини вплинули як на економічні, так і на рекреаційні можливості регіону, в тому числі на потік гостей готелю. Крім того, державна політика щодо видачі віз та туристичних формальностей відіграє значну роль у рішенні туристів відвідати ту чи іншу країну.

2.2 Стан управління якістю продукції та послуг «Dream Hostel» Хмельницький ФОП Кондрікова К.А.

Індустрія гостинності зазнала значного зростання протягом багатьох років і стала основним джерелом зайнятості, а також створюючи нематеріальний експорт, як-от туристичний досвід. Через загострення конкуренції забезпечення якості стало необхідною умовою для підвищення лояльності споживачів. З цією метою готелі впровадили системи управління якістю, щоб підтримувати стандарти та надавати виняткові послуги, тим самим заохочуючи клієнтів залучати друзів і сприяти розвитку бізнесу. Однак галузь також стикається з іншими проблемами, такими як управління новим персоналом, політикою та правилами на організаційному рівні, які неможливо ефективно вирішити за допомогою традиційних паперових систем управління якістю.

Щоб досягти досконалості роботи та обслуговування в секторі гостинності, вкрай важливо підтримувати високий рівень обслуговування з невеликою кількістю помилок. Ці зусилля вимагають постійного процесу вдосконалення обслуговування. Інтеграція програмного забезпечення для управління якістю може оптимізувати цей процес, забезпечуючи ефективне та структуроване виконання кожного завдання. Дотримуючись найкращих галузевих практик і вимог, уся організація може гарантувати своїм клієнтам винятковий рівень обслуговування. З початку 2021 року в Україні впроваджено стандарти управління якістю ДСТУ ISO 9004:2019. Ці стандарти розроблено, щоб надати організаціям вказівки щодо того, як досягти довгострокового успіху

в постійно мінливому та нестабільному середовищі, дотримуючись принципів управління якістю, викладених у ISO 9000:2015. Стандарт ISO 26000, на відміну від ISO 9001:2015, спрямований на підвищення впевненості в здатності організації досягти стабільного успіху, а не в її продуктах і послугах.

ISO 9004:2019 пропонує вказівки щодо посилення спроможності організації досягти тривалого процвітання. Ці настанови узгоджуються з принципами управління якістю, викладеними в ISO 9000:2015. У ISO 9004:2019 надається ресурс самооцінки для оцінки дотримання організацією концепцій, представлених у цьому документі. Цей стандарт застосовний до будь-якої організації, незалежно від її розміру, типу чи функції.

«Dream Hostel» реагує на досвід та потреби гостей і завжди забезпечує чисте, комфортне та приємне проживання. «Dream Hostel» привносить професіоналізм та увагу до деталей у всьому. Відносини на основі довіри мають важливе значення для ефективної роботи в команді «Dream Hostel». Тут співробітників підтримують, заохочують. Відкрите спілкування, конструктивний зворотний зв'язок та активне слухання допомагають вчитися та досягати разом.

В Україні налічується близько 5000 закладів розміщення, найбільше увагу до управління якістю обслуговування приділяють мережі готелів (рис. 2.2).

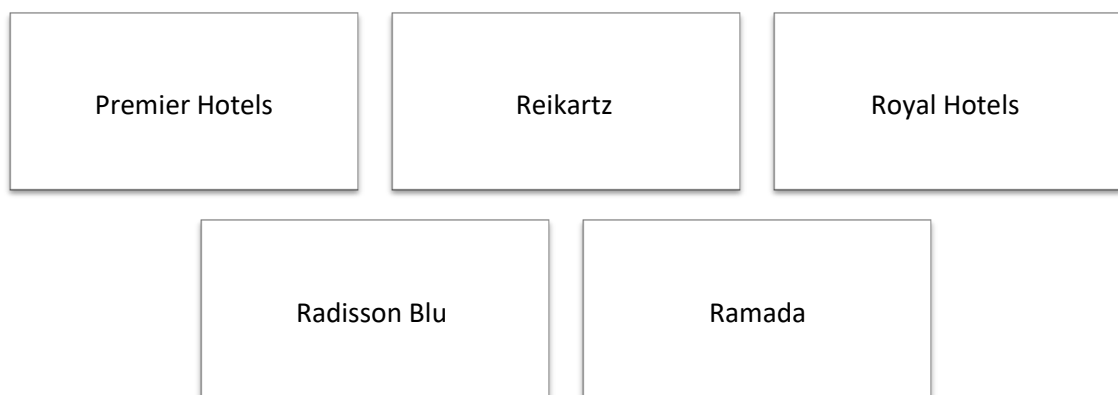


Рис. 2.2. Найвідоміші мережі готелів в Україні

Примітка: складено авторкою

Наведені готельні мережі приділяють увагу управлінню якістю обслуговування в кожному готелі, який входить до мережі.

Участь співробітників «Dream Hostel» у процесі управління якістю, чітке визначення обов'язків для кожного робочого місця та робочого процесу та регулярне подальше навчання підвищують мотивацію персоналу в довгостроковій перспективі, а також дозволяють швидко навчити нових спеціалістів. Застосування ISO 9004: 2019 дозволяє «Dream Hostel» дещо покращити роботу закладу (рис.2.3).



Рис. 2.3. Вигоди від використання ISO 9004: 2019 «Dream Hostel»

Примітка: складено авторкою

Готельне підприємство «Dream Hostel» отримує низку переваг завдяки впровадженню сучасних стандартів якості та їх сертифікації. Оптимізація операційних процесів призводить до скорочення адміністративних процесів, значно зменшує частоту виникнення помилок і пов'язана зі значною економією часу та витрат.

«Dream Hostel» об'єднує в собі 40 закладів розміщення не лише в Україні, а й за її межами. «Dream Hostel» застосовує стандарти обслуговування та операційної діяльності. В усіх готелях мережі застосовується система управління готелями Servio HMS, яка дозволяє здійснити ефективну

автоматизацію готелей, а також перетворити структуру всіх підрозділів хостелу в єдину інформаційну мережу (рис. 2.4).

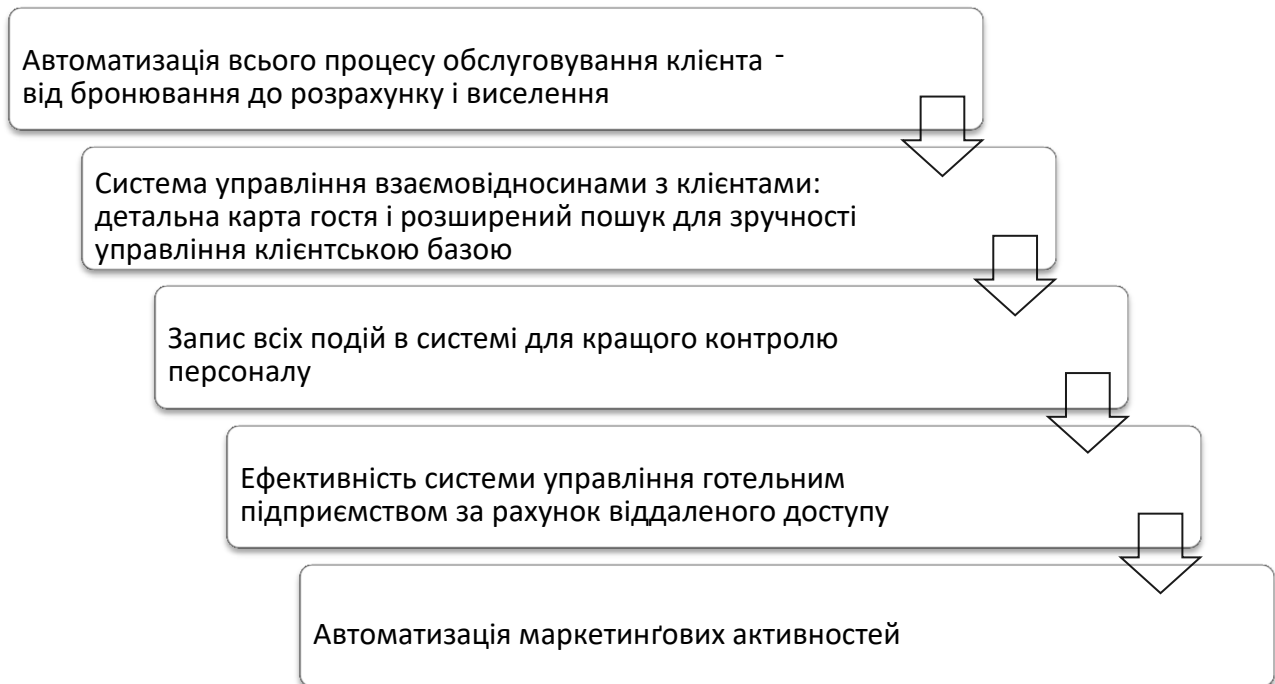


Рис. 2.4. Використання Servio HMS готельною мережею «Dream Hostel»

Примітка: складено авторкою

Автоматизована система управління готелем Servio HMS забезпечує взаємопов'язану роботу всіх служб «Dream Hostel» для організації комплексного обслуговування і врахування думки кожного клієнта, а також чітке розмежування функцій співробітників за допомогою строго індивідуального доступу до системи. При інтеграції з іншими системами, наприклад, бухгалтерською програмою, інформаційна система хостелу Dream Hostel Servio HMS виступає центральним елементом, акумулюючи всі потоки даних і управляючи всіма процесами.

Мережі готелів «Dream Hostel» стандарти дозволяють пришвидшити навчання співробітників, а також сприяють однаковій якості обслуговування кожного клієнта. Простота адаптації стандартів ISO 9004: 2019 забезпечується їх основною версією, яка містить вичерпні вказівки щодо

широкого кола ситуацій обслуговування. Хоча визначення відмінного обслуговування клієнтів залежить від галузі, «Dream Hostel» відмінне обслуговування клієнтів визначає за характеристиками поданими на рис.2.5.

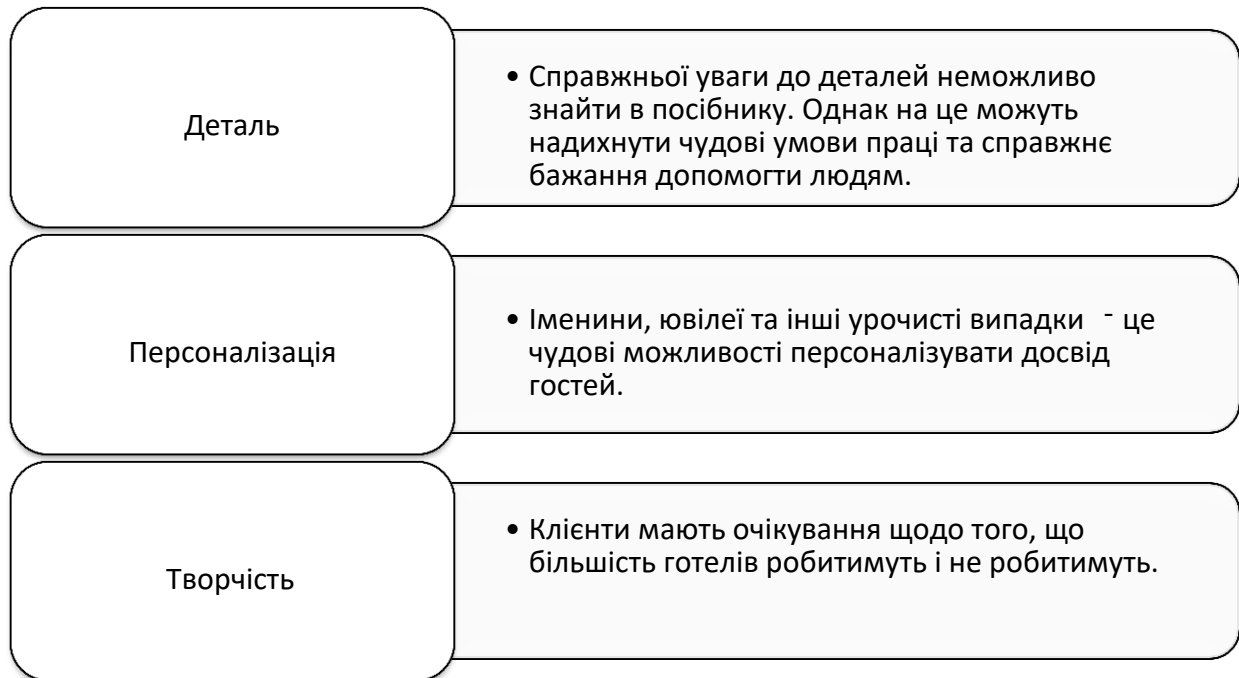


Рис. 2.5. Характеристики правил обслуговування споживачів послуг «Dream Hostel»

Примітка: складено авторкою

Спочатку ці позиції можуть бути нечіткими. Однак Dream Hostel виявив, що, реалізувавши ці принципи, вони змогли ефективно застосувати їх для покращення практики обслуговування клієнтів.

Одна з поширених практик керівництва Dream Hostel – цікавитися враженнями гостей від перебування. Під час реєстрації адміністратори ставлять гострі запитання, які спонукають гостей уважно розглянути їхні враження. Цей підхід має подвійну мету, дозволяючи персоналу вирішувати будь-які проблеми чи недоліки, а також надаючи можливість покращити та вдосконалити надані послуги.

Хостел Dream прагне вживати заходів, які позитивно впливають на людей, громаду та планету, створюючи хвилиний ефект позитиву. Хостел заохочує покращувати надання послуг і прагне створити спільну цінність, яка приносить користь громадам, які оточують кожен готель. Ця цінність досягається завдяки наданню високоякісних послуг, сприянню економічному розвитку та можливостям працевлаштування, екологічним ініціативам та залученню громади. Хостел Dream надає велике значення підтримці міцних партнерських відносин із зацікавленими сторонами та розширенню можливостей своїх працівників.

Хостел Dream працює в багатьох країнах і культурах і цінує різноманітність своїх місць як перевагу. Для всіх осіб, пов'язаних з Dream Hostel, життєво важливо дотримуватися як місцевих, так і міжнародних законів. Усі співробітники, готелі та підрозділи повинні дотримуватися правил і угод, які стосуються їхніх відповідних посад і діяльності в юрисдикціях і країнах, де вони працюють. Здоров'я та безпека співробітників має бути пріоритетом у всій діяльності Dream Hostel. Ставлення до всіх працівників з повагою та гідністю є основним принципом організації. Практика працевлаштування Dream Hostel відповідає принципам Глобального договору ООН.

Отримавши всебічне розуміння подорожі гостя, включаючи початкове перебування та майбутні візити, виявлення проблемних областей і сприяння негайному відновленню обслуговування, можна забезпечити безперебійну та ефективну роботу гостей.

Оптимізуйте обслуговування гостей під час їх перебування, спілкуючись з ними за допомогою повідомлень, зокрема SMS.

Тестування свіжих ідей і постійне впровадження інновацій у відповідь на відгуки гостей має вирішальне значення для покращення роботи.

Ефективне керування онлайн-присутністю нерухомості передбачає заохочення перевірених клієнтів залишати відгуки на відомих сайтах оглядів. Крім того, вкрай важливо миттєво розглядати негативні відгуки в

уніфікованому вигляді та організувати зусилля для вирішення будь-яких проблем для гостей. Збір сигналів про залучення клієнтів із будь-якого каналу та поєднання даних про досвід роботи з оперативними даними дає комплексне уявлення про клієнта, включаючи всі взаємодії, такі як підтримка кол-центру та історія бронювань.

Процес розкриття інформації разом із визначенням потенційних ризиків і можливостей для інновацій шляхом використання відгуків клієнтів є важливим аспектом прийняття рішень. Крім того, використання даних у реальному часі має вирішальне значення для прийняття обґрунтованих рішень.

Заохочення та розширення можливостей працівників для внесення своїх ідей та пропозицій щодо досвіду клієнтів можна досягти шляхом участі працівників в управлінні якістю, визначення чітких обов'язків для кожного робочого місця та процесу та надання можливостей для регулярного навчання. Такі заходи не тільки підвищують мотивацію персоналу в довгостроковій перспективі, але й забезпечують швидку підготовку нових спеціалістів.

В Україні процес управління якістю готелів зосереджений навколо впровадження стандартів якості ISO 9004:2019. Мережі готелів, які можуть мати різний зовнішній вигляд, надають перевагу якості обслуговування понад усе. Вкрай важливо, щоб послуги, які надаються цими готелями, відповідали постійному рівню якості.

2.3. Практика та проблематика системи якості готельно-ресторанних послуг і продукції

Dream Hostel приділяє значну увагу наданню високоякісного сервісу, що передбачає відповідність специфічним вимогам ринку та забезпечення безпеки гостей. Тому, досліджуючи кадрову політику Dream Hostel, важливо розглядати гостинність як фундаментальний аспект готельного обслуговування. У широкому розумінні ефективність послуги означає досягнення конкретного

результату. Економічна ефективність, з іншого боку, демонструється шляхом досягнення конкретної вигоди при використанні таких ресурсів, як грошові витрати, матеріальні блага, інформація та праця. Під економічною ефективністю послуги розуміється отримання прибутку або досягнення економічного ефекту.

Загальна ефективність громадської роботи включає економічну ефективність послуги, яка може бути виміряна за допомогою конкретних критеріїв та показників. Критерій, у цьому контексті, відноситься до фундаментального стандарту, який використовується для оцінки точності рішення даної проблеми. Потреба в критерії виникає з необхідності точного визначення параметрів оцінки ефективності процесів виробництва та обслуговування.

При вирішенні питань, пов'язаних з ефективністю обслуговування, рекомендується використовувати системний підхід. Цей підхід передбачає визначення різноманітних критеріїв та показників для різних рівнів управління, а також встановлення ієрархії цілей та відповідних критеріїв ефективності.

У індустрії туризму стратегія надання послуг впливає на три основні компоненти будь-якого бізнесу. Потреби клієнтів є ключовим аспектом будь-якого успішного бізнесу. Розуміння та задоволення вимог клієнтів є ключовим фактором для створення лояльної клієнтської бази та досягнення зростання в довгостроковій перспективі. Отримання довгострокового прибутку є вирішальним аспектом ведення успішного бізнесу. План дій, відомий як стратегія надання послуг, окреслює стратегічні цілі та пріоритети готельного комплексу, досягнення яких сприяє формуванню сприятливого іміджу, утриманню лояльних клієнтів і міцному фінансовому становищу на ринку.

Перспективними аспектами обслуговування є якість і культура обслуговування, насиченість програм, інформованість і ненав'язливість. Гостинність є важливою характеристикою будь-якого готельного продукту, і «Dream Hostel» приділяє велику увагу цій рисі під час взаємодії зі своїми

клієнтами. Щоб досягти цього, вони використовують різні інструменти, які впливають на рівень наданої гостинності. Один зі способів справити сприятливе враження — це брати участь у рекламі та благодійності.

Одна з проблем полягає в тому, щоб туристам було легше орієнтуватися та отримувати послуги, в тому числі наявність інформації в хостелі та надання інформації про об'єкти, перелічені в путівниках і буклетах.

Принцип обслуговування повинен бути керівною силою ставлення до туристів, підкреслюючи доброзичливий і привітний підхід [9].

В цілому якість послуг у «Dream Hostel» визначається кількома складовими (рис. 2.6).

Складові якості послуг у «Dream Hostel»	
з точки зору споживачів	з точки зору працівників
а) рівень сервісу; б) вартість обслуговування; в) імідж; г) наявність належних засобів обслуговування	а) належне матеріально-технічне забезпечення; б) прибутковість діяльності; в) соціальне забезпечення працівників

Рис. 2.6. Складові якості послуг «Dream Hostel»

Примітка: складено авторкою

Оцінка здійснювалася на основі узагальнених висновків працівників «Dream Hostel» й оцінок споживачів, що виконувалася на основі анкетного опитування. Більш детальну оцінку кожної складової представлено у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Оцінка складових якості послуг «Dream Hostel»

Показник	Оцінка	Еталон	Коефіцієнт вагомості	Одиничний показник
Оцінка споживачів				
Рівень сервісу	5	5	0,51	0,510
Вартість обслуговування	3	5	0,23	0,138
Імідж	4	5	0,15	0,120
Наявність	5	5	0,11	0,110

належних засобів обслуговування				
Груповий показник				0,878
Належне матеріально- технічне забезпечення	5	5	0,35	0,350
Прибутковість діяльності	4	5	0,33	0,264
Соціальне забезпечення працівників	3	5	0,32	0,192
Груповий показник				0,806
Інтегральний показник				1,684

Примітка: складено авторкою

Одиничний показник обчислюється діленням оціночного значення на еталон та множенням на коефіцієнт вагомості. Груповий показник визначається підсумовуванням одиничних показників, а інтегральний – підсумовуванням групових показників.

Отже, здійснивши аналіз показників якості готельних послуг можна стверджувати, що у цілому якість діяльності «Dream Hostel» є задовільною та спрямований на покращення свого розвитку.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ «DREAM HOSTEL» ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ФОП КОНДРІКОВА К.А.

3.1. Організаційно-управлінські аспекти поліпшення якості на підприємстві

Згідно стандартам ISO система менеджменту є частиною загальної системи менеджменту підприємства у сфері якості. Вона включає розробку політики та визначення цілей підприємства щодо якості (стратегія розвитку підприємства), планування якості (визначення операційних процесів життєвого циклу продукції, їх структури та ресурсів для досягнення цілей у сфері якості за кожним процесом); управління якістю (забезпечення виконання вимог щодо якості продукції); забезпечення якості (формування умов необхідних для досягнення показників якості); поліпшення якості.

Для визначення напрямів реалізації заходів щодо підтримки умов забезпечення якості «Dream Hostel» необхідно розглянути структуру життєвого циклу продукції згідно петлі якості та систему управління якістю на підприємстві (рис. 3.1).

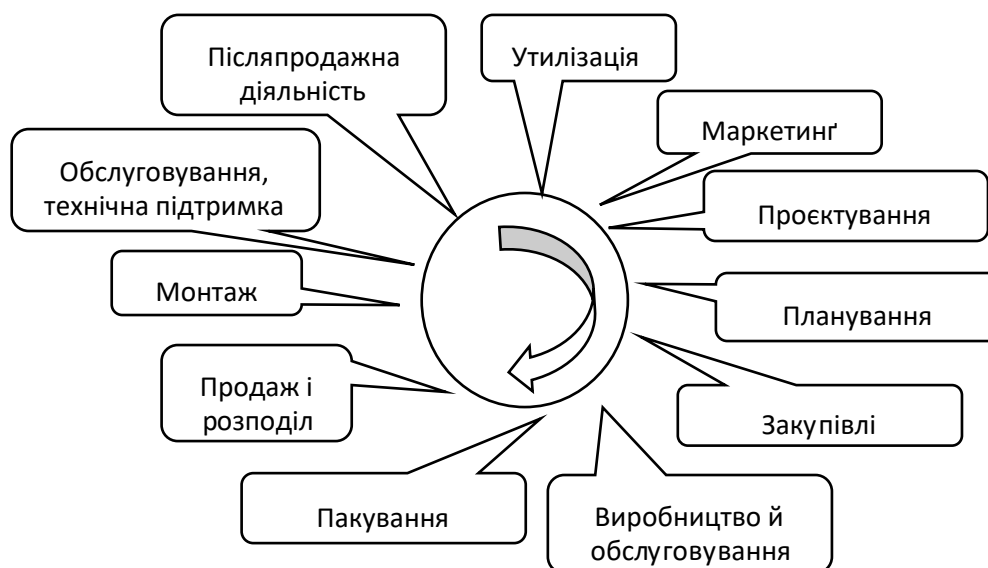


Рис. 3.1. «Петля якості»

Примітка: доопрацьовано авторкою

Цикл якості складається з різних позицій, кожна з яких має свій окремий процес. Ці процеси ретельно розроблені та задокументовані відповідно до системи управління якістю «Dream Hostel». Незважаючи на заявлений процесний підхід, аналіз впровадження підприємством заходів з якості показує, що він виконується не повністю.

Інформація, надана компанією та її веб-сайтом, була недостатньою для оцінки ефективності аналітичних інструментів, які використовуються для оцінки внутрішнього та зовнішнього контексту організації за допомогою методу SWOT-аналізу, як це визначено в менеджменті якості та оцінці ризиків «Dream Hostel».

Створення початкового компонента системи управління якістю, цілей і стратегії є відносно простим процесом. Стратегія організації включає набір стратегічних цілей, чотири з яких спрямовані на підтримку та захист якості в рамках політики та стратегії якості підприємства.

Розглядаючи надану інформацію, можна визначити основні сфери, де можуть бути впроваджені заходи для підвищення ефективності системи управління якістю.

При розробці комплексної стратегії розвитку, яка включає стратегічні напрями та цілі, середньострокові цілі, дії та заходи, обґрунтування ресурсів та відповідальний персонал, підприємство має віддавати пріоритет якості.

Організаційна структура буде вдосконалена шляхом проведення аудиту функціональної відповідності та відповідальності структурних підрозділів для підвищення ефективності управління процесами. Крім того, буде створено новий підрозділ, відповідальний за якість.

Покращення внутрішніх комунікацій установи має вирішальне значення для забезпечення ефективної взаємодії між її різними процесами. Розроблена стратегія буде реалізовуватися через процесне управління, яке передбачає прийняття нової системи управління. Хостел планує розширювати спектр послуг і ринки збуту, зберігаючи при цьому свою репутацію якості завдяки

впровадженню циклу якості. Компанія прагне вдосконалити свої технології управління фінансовими ресурсами та закупівлями з метою оптимізації використання активів і досягнення більшої ефективності.

На досліджуваному підприємстві створено систему управління якістю, яка значною мірою спирається на «ручний» формат управління. Такий підхід до управління бізнес-операціями вимагає залучення висококваліфікованих людських ресурсів, що не завжди можливо, і може призвести до зниження ефективності. Ця система не гарантує ефективності.

Вивчивши діяльність та систему управління якістю «Dream Hostel», стає очевидним, що впровадження автоматизації та сучасних ІТ-технологій у сферу управління буде практичним рішенням. Застосування автоматизації спростить процес управління діяльністю, зменшить витрати, тим самим підвищить якість системи управління.

Традиційний процес управління документами включає виконання різних дій, таких як розробка, затвердження, виконання, перевірка актуальності, зберігання тощо відповідальним персоналом вручну або за допомогою комп'ютерного обладнання. Автоматизація не використовується, тому на кожному етапі необхідна участь людини. Ця система документообігу вимагає значних ресурсів для забезпечення її функціонування, включаючи час, витрачений на постійне оновлення та перегляд документів. Відповідні витрати ресурсів також необхідні для організації управлінського контролю та оцінки ефективності та якості роботи з документами.

Завдяки інтеграції автоматизованої системи управління якістю, яка охоплює процес цифрового документообігу, підприємство може ефективно вирішувати численні проблеми та економити цінні ресурси, включаючи час і фінанси. Ці сучасні системи мають високу адаптивність і можуть використовуватися для управління всіма аспектами бізнесу, включаючи фінансові процедури, ланцюги поставок, щоденні операції, звітність і управління персоналом.

Для оптимізації розподілу фінансових ресурсів «Dream Hostel» може використовувати вже існуюче програмне забезпечення та доповнити його відповідними засобами автоматизації обробки документів. Раніше зазначалося, що сучасні системи автоматизації управління пропонують широкий спектр можливостей інтеграції різних програмних продуктів.

Використовуючи програмне забезпечення «Акцент», «Dream Hostel» впровадив автоматизовану систему бухгалтерського обліку, яка пропонує широкий спектр функцій, окрім базової організації бухгалтерського обліку. Це програмне забезпечення може автоматизувати численні процеси управління, забезпечуючи більш ефективний та оптимізований підхід до загальних операцій.

Впровадження автоматизованої системи управління якістю дозволить інтегрувати різні аспекти інформаційного забезпечення та сприятиме швидкому формуванню ефективних управлінських рішень. Ця система допоможе налагодити функції оновлення нормативно-правової бази, забезпечить електронний документообіг (у тому числі створення та редагування документів, переміщення між підрозділами та пошук за деталями), забезпечить протікання всіх процесів підприємства (вхід-процес-вихід), визначатиме й аналізуватиме ключові показники ефективності.

3.2. Підвищення якості продукції та послуг готельно-ресторанної сфери

У наш час туризм став провідною галуззю в усьому світі, мільйони людей щорічно подорожують. Це робить критично важливим для кожного готельного підприємства, в тому числі і аналізованого хостелу, пріоритет забезпечення конкурентоспроможності своїх послуг, особливо серед вітчизняних підприємств. Сьогодні українці усвідомили, що їхня країна є домом для багатьох культурних та історичних пам'яток. Ця нова обізнаність призвела до сплеску популярності подорожей Україною. Проте для готелів важливо йти в

ногу з часом і робити необхідні покращення. Численні українські заклади розміщення докладають зусиль для розробки інноваційних готельних продуктів, які користуються попитом серед населення. Це завдання непросте для більшості підприємств готельного господарства, і не всі знають, з чого почати цей процес.

«Dream Hostel» має унікальний підхід до створення нових продуктів для готельної індустрії, але він приділяє менше уваги прогнозуванню споживчого попиту. Далі ми заглибимося у важливість цього питання. Щоб успішно представити новий продукт на готельному ринку, вкрай важливо розробити продукт, який буде привабливим для місцевого населення або ширшого регіону.

Коли ідеї сформовані, важливо визначити попит на кожен з них, щоб вибрати найбільш життєздатний варіант. Щоб досягти цього, можна зробити кілька кроків, наприклад: одне із завдань полягає в тому, щоб визначити поточну тенденцію в туризмі, вибравши серед популярних варіантів, таких як екстремальний туризм, екзотичні напрямки, пригодницькі тури, весільні тури, шопінг-тури, оздоровчі відпочинки тощо.

Щоб розробити новий продукт для готельної індустрії, важливо визначити вікову категорію мандрівників, щоб визначити цільову групу населення. Просування готельного продукту включає в себе кілька заходів, таких як реклама, участь у спеціалізованих виставках і ярмарках, створення готельних інформаційних центрів з продажу готельних продуктів, видання каталогів і буклетів та інше [18].

Стратегія рекламного маркетингу може допомогти в оцінці поточної позиції на ринку готельної компанії або конкретного готельного продукту, а також в аналізі ринкових обставин і конкурентного клімату. Використовуючи стратегію просування, стає можливим визначити та встановити цілі та завдання, які необхідно досягти, а також окреслити методи та підходи, необхідні для їх реалізації [14].

Щоб досягти конкретних цілей у сфері стимулювання продажів споживачам, зазвичай переслідують кілька цілей. До них належать стимулювання більшого споживання послуг, виховання лояльності серед постійних клієнтів, пом'якшення тимчасових падінь попиту, спричинених, наприклад, сезонними факторами, та залучення нових клієнтів. Презентації є одним із способів досягнення цих цілей, і вони стають все більш вирішальними в маркетингових зусиллях готелів [15]. «Dream Hostel» успішно реалізував цю стратегію. Привабливе розташування закладу та прийнятна цінова політика притягують відвідувачів.

З усіх компонентів комплексу маркетингових комунікацій реклама є найдорожчою. Результат будь-якої рекламної кампанії, незалежно від того, чи приведе вона до повернення інвестицій і бажаного ефекту для готельного підприємства, залежить від кількох факторів. Ці фактори включають ефективність постановки рекламних цілей, ретельний вибір каналів розповсюдження та розробку рекламних повідомлень, які задовольняють цільову аудиторію готелю.

Одним із основних методів просування готельних продуктів через паблік рілейшнз є надання пресі відповідної інформації, проведення прес-конференцій, організація освітніх візитів (екскурсій), участь у ярмарках та інших подібних заходах. Процес розробки готельного продукту є вирішальною складовою всієї готельної індустрії, оскільки наявність правильного продукту та послуги має важливе значення для конкурентоспроможності. Як і будь-яка інша комплексна концепція, готельний продукт складається з різноманітних елементів, кожен зі своїми специфічними характеристиками. Недостатньо просто розробити готельний продукт у теорії; його також необхідно ефективно продавати. Запорука успіху полягає в умілому балансі між розвитком і просуванням готельного продукту.

Для встановлення ціни необхідно розглянути тип конкуренції на готельному ринку та проаналізувати цінову політику конкурентів у цій же

галузі. Через різну якість і унікальні характеристики, які пропонують різні готельні компанії, ціни на їхні товари встановлюються в широкому діапазоні на монополю конкурентному ринку.

Олігополістичний ринок характеризується наявністю лише кількох компаній. Через це це створює серйозний виклик для нових претендентів, які прагнуть вийти на цей ринок.

Концепція вільної конкуренції була витіснена олігополією, оскільки з'явилися домінуючі корпорації. Ці великі гравці вирізали власні території впливу та уклали угоди зі своїми конкурентами, щоб підтримувати непомірні ціни. Щоб запобігти несправедливим практикам, надзвичайно важливо впроваджувати антимонопольні заходи, оскільки компанії віддають перевагу власним корисливим цілям і часто суперечать вищим потребам суспільства. Визначаючи ціни на свої готельні пропозиції, підприємства гостинності мають у своєму розпорядженні різні стратегії.

У діловому світі компанії мають можливість продавати свою продукцію за ринковою ціною, яка широко прийнята споживачами. Коли компанії обирають цей підхід, вони, по суті, не беруть участі в жодній ціновій конкуренції. Продаючи свої товари за тією ж ціною, що й їхні конкуренти, ціна підтримується та покриває граничні витрати. Ця відсутність диференціації цін дозволяє компаніям зосередитися на інших методах збільшення попиту, які не обертаються навколо коригування цін.

Одним зі способів для компаній отримати конкурентну перевагу є пропонування цін, нижчих за поточні ринкові. Цей тип дисконтної політики може допомогти створити позитивний корпоративний імідж, залучити більшу клієнтську базу та потенційно випередити конкурентів. Однак для компанії вкрай важливо переконатися, що відповідна послуга користується високим попитом і що клієнти реагують на нижчі ціни. Інакше може виникнути враження, що компанія отримує прибуток від клієнтів своїх конкурентів, що може спровокувати цінову війну.

Витрати на виробництво високоякісних товарів неминуче вищі. Ця підвищена вартість може служити джерелом доходу для створення попиту. Однак встановлення високих цін може призвести до зниження продажів, збільшення накладних витрат і збільшення виробництва товарів-замінників. Незважаючи на це, багато успішних готельних агентів використовують цей підхід до ціноутворення. При визначенні ціни товару важливо враховувати тип і кількість потенційних споживачів. Якщо зниження ціни на 1% призводить до значного збільшення попиту, а підвищення ціни на 1% призводить до значного зниження попиту, існує еластичність попиту за ціною. Якщо ринок має невелику кількість споживачів, ціну слід встановити досить високою, щоб компенсувати обмеженість ринку. Тим не менш, купівельну спроможність і купівельні звички також слід брати до уваги. При встановленні ціни важливо враховувати загальні витрати на виробництво товару.

При визначенні вартості послуг важливо враховувати ціни порівнянних або аналогічних послуг, які пропонують конкуруючі підприємства.

При визначенні вартості послуг важливо враховувати фактор сезонності. Пору року може сильно вплинути на ціноутворення, і це слід враховувати.

Дослідження показали, що існують певні психологічні аспекти, які впливають на поведінку споживачів. Одним із таких аспектів є вплив ціни на реакцію споживачів. Зокрема, дослідження показало, що споживачі схильні позитивно реагувати на ціни, виражені непарними числами, особливо якщо остання цифра дорівнює 9.

У індустрії туризму нематеріальний характер послуг унеможливорює зберігання, що впливає на ціноутворення; отже, роздрібні продавці несуть ризик непроданих запасів, не поділившись ними з виробником. Готельний ринок характеризується широким державним регулюванням, яке часто включає елементи контролю за ціноутворенням і сезонної диференціації цін.

Сектор послуг, який включає туризм, має різні унікальні характеристики, коли мова йде про ціноутворення. Оскільки готельні послуги призначені для

безпосереднього споживання клієнтами, ціни, що стягуються за ці послуги, вважаються роздрібними. Важливо відзначити, що вартість певних послуг може не входити в загальну ціну, а оплачуватися кожним туристом окремо.

При створенні проміжного продукту його вартість розподіляється між різними суб'єктами господарювання за допомогою цін. Однак коли кінцевий продукт реалізується, будь-яке відхилення ціни від собівартості призводить до перерозподілу доходу між різними групами, зокрема споживачами та виробниками. Сфера послуг тісно пов'язана зі споживачем у наданні послуг, що призводить до постійного попиту на цілий ряд послуг, таких як житло. Тим не менш, стійкість цього попиту значною мірою залежить від особистих рис людини. Отже, при встановленні ціни важливо враховувати психологічну тонкість – ціна не повинна викликати у покупця несприятливих емоцій.

Виробництво, продаж і споживання послуг зазвичай відбуваються одночасно, що зумовлює необхідність використання сезонної диференціації цін і тарифів. Попит на готельні послуги, зокрема, зазнає значних сезонних коливань, що призводить до значних коливань цін на готельні продукти. Ці коливання цін визначаються сезоном і ступенем еластичності в різних сегментах ринку готельної індустрії.

Проміжок часу між встановленням ціни та завершенням купівлі-продажу готельного продукту називається інтервалом часу. Проблема неможливості зберігати послуги створює ситуацію, коли роздрібні продавці, наприклад туристичні агенти, не бажають ділитися ризиком нереалізованих послуг з виробниками, такими як постачальники послуг і туроператори.

Ціна поїздки може бути пов'язана із суспільним становищем і статусом клієнта, що вимагає високого рівня уваги до психологічних характеристик споживача.

Готельні послуги продаються як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку, що призводить до двох різних структур ціноутворення для ідентичних послуг: одна для місцевих відвідувачів, інша для глобальної торгівлі.

Унікальним аспектом ціноутворення на готельні послуги є те, що воно має охоплювати споживчі цінності, які не обов'язково є матеріальними товарами.

Комп'ютер став незамінним інструментом у сучасному діловому світі, оскільки він необхідний для повсякденної діяльності. Його основні функції включають збір, зберігання та маніпулювання даними. У розвинених країнах у сферах інформаційних технологій та індустрії гостинності відбуваються одночасні, але взаємопов'язані зміни. У результаті інтеграція інформаційних технологій у діяльність підприємств, орієнтованих на туризм, стикається з рядом перешкод. Відсутність електронної системи, наданої державою для надання готельним операторам відповідних оперативних даних, таких як попит, пропозиція, ціни та тарифи, залишається відсутнім. Інтеграція передових інформаційних технологій у діяльність компанії вимагає значних капіталовкладень.

Оцінка практичності використання технології може виявитися надзвичайно складним завданням, оскільки метою впровадження нової технології є мінімізація трудових витрат, підвищення рівня пропонованих послуг та урізноманітнення асортименту продукції. Враховуючи, що деякі з цих переваг не мають прямого впливу на зниження витрат, раціоналізувати рішення про їх впровадження може бути досить важко. Скорочення тривалості основних процедур дозволяє «Dream Hostel» пришвидшити надання послуг, відстежувати зміни та покращувати якість своїх пропозицій.

Інтернет-присутність «Dream Hostel» має певні недоліки, які слід усунути. Зокрема, дизайн сайту недостатньо виразний, він не відповідає певним технічним вимогам. Важливо пам'ятати, що основна мета дизайну веб-сайту – захопити відвідувачів і привернути їх увагу. Не варто перевантажувати сайт сторонньою інформацією, рекламою і численними зображеннями. Цінні відгуки клієнтів можна зібрати, використовуючи гостьову книгу на сайті або навіть

краще, створивши спеціальний форум. Однак дуже важливо уважно стежити за форумом, щоб своєчасно відповідати на будь-які запити [22].

Щоб підтримувати актуальність, на головній сторінці сайту розміщено колонку новин, яка інформує відвідувачів про поточні та майбутні акції, а також про новини туристичної галузі. Ця функція служить рекламним інструментом і полегшує попередній продаж. Визначення основних завдань готельного комплексу підкреслює необхідність цілеспрямованої ініціативи, спрямованої на розвиток інформаційних технологій у готельній індустрії. Реалізація цієї програми дозволить удосконалити систему використання різних видів інформаційних технологій та сприятиме розробці нових заходів регулювання. На готельному ринку України широко поширені 4 системи GDS.

Amadeus є постачальником послуг з маркетингу, продажу та дистрибуції в індустрії гостинності з глобальною системою бронювання, яку високо оцінюють. Це найбільша подібна система в Європі, що дозволяє здійснювати транзакції як з фізичними особами, так і з корпораціями в понад двохстах десяти країнах по всьому світу. Air France, Iberia та Lufthansa, три авіакомпанії, є засновниками Amadeus і разом володіють 23,36%, 18,28% та 5,28% акцій компанії відповідно.

Засноване в 1997 році українське відділення Amadeus Global Travel Distribution, відоме як «Амадеус Україна», пропонує широкий спектр послуг. Це доступ до системи бронювання, навчання співробітників туристичних агентств, технічна та функціональна підтримка користувачів. Крім того, «Амадеус Україна» співпрацює з авіакомпаніями та іншими провайдерами туристичної галузі. Окрім створення локальних технологічних продуктів, «Амадеус Україна» також бере участь у розвитку готельної та транспортної індустрії України, адаптуючи технології до потреб національного ринку [12].

Готелі можуть вибирати з безлічі варіантів підключення до центральної системи залежно від своїх потреб. Такий вибір може допомогти зменшити витрати, пов'язані з використанням системи бронювання. Два можливі способи

підключення включають підключення через Інтернет і підключення до мережі. Використовуючи ресурси «Амадеус Україна», готельні підприємства можуть отримати конкурентну перевагу на ринку готельних послуг та отримати додатковий дохід.

В Україні Galileo є другою за популярністю GDS, яка надає користувачам можливість бронювати готелі, різні супутні послуги та орендувати автомобілі. Що стосується розповсюдження послуг системи Galileo в Україні, офіційно провайдером виступає Travelport.

У 2011 році на український ринок вийшов новий світовий постачальник ІТ-технологій для індустрії гостинності. Система Sabre — це торгова платформа, яка довела свою ефективність, з численними постачальниками послуг, серед яких понад сотні авіакомпаній, тисячі готелів і понад 50 000 туристичних агентств по всьому світу. Інноваційні продукти Sabre вже зарекомендували себе в усьому світі й тепер доступні на українському ринку.

Універсальна платформа Sabre Red Workspace дає вам змогу ефективно керувати, купувати та бронювати подорожі як для бізнесу, так і для готелів.

Технологія GDS характеризується використанням комп'ютерного терміналу та Інтернету як засобів зв'язку для підключення клієнтів до інформаційних баз даних. Успішне використання цієї технології залежить від її здатності збільшити обсяг продажів. Використання GDS є перспективним напрямком просування готельних продуктів України у світовому масштабі та залучення іноземних туристів.

Комп'ютерні системи бронювання, або CRS, відіграють вирішальну роль у оптимізації операцій готелю та стратегії ціноутворення, дозволяючи швидко бронювати житло та додаткові послуги. Оскільки бронювання відбувається в режимі реального часу, надійність і контроль над цими операціями допомагають підвищити ефективність надання послуг клієнтам. Це сприяє оптимізації робочого часу та цінової стратегії готельного підприємства.

На ринку готельних послуг як зарубіжні, так і вітчизняні виробники інформаційних технологій зазвичай пропонують комп'ютерні системи резервування та бронювання як свої інформаційні програмні продукти.

Підсумовуючи попередню інформацію про стан інформатизації готельного господарства України, можна зробити висновок, що більшість інформаційних технологій, які використовуються у готельному виробництві та бізнес-операціях, створюються та підтримуються незалежно від державного втручання.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження було отримано та теоретично обґрунтовано результати, які в сукупності вирішують актуальне прикладне завдання – удосконалення управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві.

Базові моменти нашого дослідження полягають у наступному:

1. Підвищення якості послуг має важливе значення для готельно-ресторанного підприємства, споживача та національної економіки в цілому. Надання якісних послуг відвідувачам сприяє збільшенню обсягу їх реалізації, рентабельності підприємства, зростанню престижу хостелу. Споживання послуг поліпшеної якості та більшої споживчої вартості зменшує поточні витрати споживачів і забезпечує більш повне задоволення їх вимог.

2. Охарактеризовано діяльність «Dream Hostel» Хмельницький ФОП Кондрікова К.А.. На цьому підприємстві проводилася планова і продумана політика інвестицій в готельний бізнес. Раціональне мислення засновників, дослідницька діяльність щодо подальшого розвитку бізнесу стали важливим чинником у формуванні політики закладу. У «Dream Hostel» розроблено свій власний фірмовий стиль (це набір колірних, графічних, словесних, друкарських дизайнерських постійних елементів, що забезпечують візуальну і смислову єдність товарів і послуг, всієї вихідної від фірми інформації, її внутрішнього оформлення), який дозволяє споживачу швидко і безпомилково знайти продукт фірми, дозволяє фірмі з меншими витратами виводити на ринок свої нові продукти, і який підвищує ефективність реклами.

3. Проаналізовано стан управління якістю продукції та послуг «Dream Hostel» Хмельницький ФОП Кондрікова К.А.. «Dream Hostel» застосовує стандарти обслуговування та операційної діяльності. В усіх готелях мережі застосовується система управління готелями Servio HMS, яка дозволяє здійснити ефективну автоматизацію готелів, а також перетворити структуру

всіх підрозділів хостелу в єдину інформаційну мережу. «Dream Hostel» будують справжню гостинність, яка полягає у побудові міцних стосунків з людьми, громадою та планетою. «Dream Hostel» керується принципами, які члени команди та партнери повинні знати, дотримуватися та поважати для досягнення цілей хостелу та Глобальних цілей сталого розвитку. «Dream Hostel» стоїть на позиції покращення наданих послуг. Метою «Dream Hostel» є створення спільної цінності та надання позитивних переваг громадам, в яких працюють готелі. Це можна реалізувати завдяки високоякісним послугам, економічному розвитку, можливостям працевлаштування, екологічно стійким ініціативам та залученню громади.

4. Висвітлено практику та проблематику системи якості готельно-ресторанних послуг та продукції. Одна з проблем полягає в тому, щоб туристам було легше орієнтуватися та отримувати послуги, в тому числі наявність інформації в хостелі та надання інформації про об'єкти, перелічені в путівниках і буклетах.

5. Запропоновано організаційно-управлінські аспекти поліпшення якості продукції і послуг. Так, впровадження автоматизованої системи управління якістю дозволить інтегрувати різні аспекти інформаційного забезпечення та сприятиме швидкому формуванню ефективних управлінських рішень. Ця система допоможе налагодити функції оновлення нормативно-правової бази, забезпечить електронний документообіг (у тому числі створення та редагування документів, переміщення між підрозділами та пошук за деталями), забезпечить протікання всіх процесів підприємства (вхід-процес-вихід), визначатиме й аналізуватиме ключові показники ефективності.

6. Розроблено шляхи підвищення якості продукції та послуг. В першу чергу це розробка та реалізація маркетингової стратегії просування готельного продукту є найважливішим та початковим етапом маркетингової діяльності будь-якого готельного підприємства. Ефективність роботи всього підприємства залежить від правильної маркетингової діяльності. Основними інструментами

просування готельного продукту на ринок у сучасних умовах є: стимулювання збуту, реклама, PR-акції. Для реалізації стратегії компанії потрібно виявити або сформулювати ціннісне уявлення споживачів стосовно цього готельного продукту, його властивостей та корисності. Готельні господарства повинні високо цінувати збереження добрих стосунків з гостями, партнерами та зацікавленими сторонами і розширювати можливості співробітників. Задоволеність гостей є основним для «Dream Hostel».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР/Верховна Рада України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 15.04.2023).
2. Про курорти: Закон України від 5 жовтня 2000 р. № 2026-III / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text> (дата звернення: 10.04.2023).
3. Проектування готельних послуг. ГОСТ 28681.1-95-МГС. 14 с.
4. Послуги готельні. Засоби розміщення. Загальні вимоги.: ДСТУ 4268:2003. 10 с.
5. Байлик С. І., Писаревський І. М. Організація готельного господарства: підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 329 с.
6. Балацька Н.Ю., Каленік К.В. Стандарти обслуговування в сфері гостинності: принципи розробки та впровадження на прикладі ресторану «Чемодан». *Integration processes in global economy*. 2017. Серія «Collective monograph».С. 54-66.
7. Бедрадіна Г. К. Місце оцінювання в системі управління якістю на туристичних підприємствах. *Економіка та суспільство*. № 5. 2016. С. 130-136. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/23.pdf (дата звернення: 01.04.2023).
8. Беляєва С. В., Шокур А. В. Актуальність управління якістю надання готельних послуг. Збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції «*Стратегічні імперативи сучасного менеджменту*» (м.Київ, 17-18 березня 2016 року) Київ, 2016. С. 20-25.
9. Беляєва С.С. Актуальні питання організації комплексних тренінгових програм навчання персоналу готелів. *Молодий вчений*. 2017. № 12. С. 564-571.

10. Білецька І. Діловий туризм у контексті розвитку міжнародного туризму. *Журнал європейської економіки*. 2017. № 10.2. С. 178-187.
11. Бородавка В.В. Управління якістю послуг у закладах розміщення. Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (14 червня 2021 р., Полтава). Полтава: Національний університет імені Юрія Кондратюка. 2021. С. 169-170.
12. Бородавка В.В. Підходи до обліку витрат у туризмі. Тези 73-ї наукової конференції професорів, викладачів, наукових працівників, аспірантів та студентів Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Полтава, 21 квітня – 13 травня 2021 р.). Полтава: Національний університет імені Юрія Кондратюка. 2021. Том 2. С. 24-26.
13. Бородієнко О.В. Система забезпечення якості професійного навчання персоналу підприємств: зарубіжний досвід. *Професійна освіта: проблеми і перспективи*. 2016. № 11. С. 120-125.
14. Булгакова А.К. Сучасні методи управління персоналом на підприємствах готельного господарства. *Комунальне господарство міст*. 2012. № 102. С. 494-498.
15. Везомська І.Г., Ворошилова Г.О. Організація роботи хостелу з корпоративними клієнтами. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Економіка*. 2016. № 1. С. 101-106.
16. Гаврилюк С.П. Ресторанне господарство і готельна індустрія у ринкових умовах: зб. наук. праць. Київськ. нац. торг.-екон. ун-т. 2012. 168 с.
17. Галасюк С.С., Нездоймінов С. Г. Організація готельного господарства: навчально-практичний посібник. Київ: ФОП Гуляєва В. М., 2019. – 204 с.
18. Готельні послуги: соціально-технологічний вимір. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: міжвузівський збірник наукових праць (Випуск 6-7). Київський університет імені Тараса Шевченка. Одеса, 2013. С. 61-77.

19. Гудзовата О.О. Автоматизовані системи управління готелями. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. № 15. С. 94-98.
20. Денисенко М.П., Терещенко Н. М. Формування системи управління якістю послуг у сфері туризму. *Наукові праці МАУП*. 2014. № 1. С. 134-138.
21. Денисюк В.Т. Події. Факти. Цифри. 2. вид. Надстир'я, 2016. 142 с.
22. Дидюк Л.А. Роботизація готелів та ресторанів. *Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: XIII Міжнародний бізнес-форум (Київ, 12 листопада 2020 р.)*. Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. С. 65-74.
23. Жукова М.А. Ресторанне господарство і готельна індустрія у ринкових умовах. *Фінанси і статистика*. 2014. Випуск 1. С. 232-241.
24. Журавльова С.В. Стратегічне управління підприємствами готельного господарства. 2015. С. 21-23 .
25. Захарова С.Г. Державне регулювання якості готельних послуг шляхом їх сертифікації. *Держава та регіони. Серія «Державне управління»*. 2015. № 1. С. 10-15.
26. Кирилко Н. М., Бабич Ю. А. Новітні методи дослідження поведінки споживачів. *Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг*. РДГУ. 2017. С. 160-182.
27. Кифяк В.Ф. Організація готельної діяльності в Україні: підручник. Чернівці : Книги-XXI, 2013. 300 с.
28. Кондратюк М. Інновації в організації роботи хостелу по типу «Флотель». *Мистецтво наукової думки*. 2019. № 2. С. 83-85.
29. Кузьмін О.В. Розробка елементів системи управління якістю служби Housekeeping у готельному господарстві. 2017. С.75-78.
30. Лавриненко Л. Світовий досвід професійного навчання та розвитку персоналу. *Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклики: матеріали конференцій*. Мукачєво: МДУ, 2019. С. 326-329.

31. Леоненко К.А. Основні Правила та стандарти спілкування персоналу з гостями хостелу. *Інноваційний ринок індустрії туризму і сфери гостинності*. 2020. Випуск 1. С. 207-215.
32. Лисенко О.М. Системи управління якістю: особливості впровадження згідно з новою версією стандарту ISO 9001. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2016. № 1. С. 27-34.
33. Луцков Ю. Сучасні аспекти гостинності в Україні. *Соціально-економічний розвиток України на сучасному етапі*. 2020. №1. С. 109-114.
34. Любіцева О.О., Стафійчук В.І. Готельні ресурси України: навч. посібник. Київ: Альтерпрес. 2014. 369 с.
35. Мельник І.М. Сучасні тенденції розвитку готельного господарства України. *Молодий вчений*. 2016. №. 7. С. 84-88.
36. Мельниченко С. В., Новак М. В. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку: монографія (колективна). Тернопіль: Тернограф, 2018. 976 с.
37. Москвяк Я.Є. Економічна сутність категорії «Якість готельних послуг». *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія «Економіка»*. 2015. Випуск 1. С. 71-76.
38. Настенко О.Д. Формування виробничої культури на підприємствах сфери гостинності. *Інноваційний ринок індустрії туризму і сфери гостинності*. 2020. Номер 1. С. 33-40.
39. Незвещук-Когут Т.С., Чорний Б.С. Стратегії управління якістю послуг та продуктів у галузі туризму на засадах впровадження моделей якості, підготовки персоналу та корпоративної культури підприємств. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2016. № 2. С. 20–23.
40. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 348 с.

41. Нечева Н.В., Анікіна М.Ю. Теоретичні аспекти управління якістю послуг підприємств готельного господарства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. № 11. С. 7-10.
42. Нечева Н.В., Анікіна М.Ю. Теоретичні аспекти управління якістю послуг підприємств готельного господарства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. № 5 (2). С. 7-10.
43. Пандяк І. Теоретичні основи комерційної концепції у сфері гостинності. *Вісник Львівського університету. Серія: «Міжнародні відносини»*. 2018. № 45. С. 331-338.
44. Плакида С.І. Сутність поняття послуга: теоретичні аспекти. *Інноваційна економіка*. 2013. № 6. С. 241-243.
45. Поліщук А.Ю. Особливості бронювання місць і номерів у готелі. *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки: матеріали IV всеукр. наук.-практ. конф. (м. Умань, 30 листопада - 1 грудня 2017 р.)*. Умань: ВПЦ «Візаві», 2017. С. 351–353.
46. Полотай Б.Я. Розвиток корпоративної культури в індустрії гостинності. *Підприємництво і торгівля*. 2016. № 20. С. 32-35.
47. Поплавська А.В. Особливості становлення та розвитку інституту гостинності. *Питання культурології*. 2018. № 34. С. 55-64.
48. Пугачевська К.Й. Сфера послуг в Україні: особливості розвитку та стратегічні перспективи. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. 2016. № 18. С. 52-55.
49. Руденко М.В. Навчання персоналу як ресурсна складова управління підприємством. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2016. № 2 (1). С. 33-37.
50. Саченко С.І., Панасюк В.М., Черешнюк О.М. Особливості внутрішнього аудиту реалізації послуг готельного господарства. 2017. 255 с.
51. Семенюк В.С. Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві. Збірник тез Всеукраїнської науково практичної

інтернет-конференції «Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації» (м.Харків, 21 Лютого 2023 року). Харків, 2023. С. 270-271.

52. Старостіна А.О., Кравченко В.А. Маркетингові дослідження: визначення мети та практика розробки анкети (на прикладі ризиків споживачів на ринку вина). *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2015. № 8. С.150-173.

53. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник. Київ: Атіка, 2006. 264 с.

Виконала: студентка 4 курсу
за спеціальністю 242 Туризм
денної форми навчання

_____ Вікторія СЕМЕНЮК

Науковий керівник:

Старший викладач, кандидат
економічних наук

_____ Петро СЕМ'ЯНЧУК

**Робота допущена до
захисту:**

завідувач кафедри
публічного управління та
адміністрування, д.держ.упр.,
професор

_____ Едуард ЩЕПАНСЬКИЙ