

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту
Кафедра економіки, підприємництва та туризму

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

ТКАЧУК МАРІЯ АНДРІЇВНА

УДК 338.482:640.41

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

242 «Туризм»

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр

кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ М.А. Ткачук

Керівник роботи
Чернишова Таїсія Миколаївна
к.б.н., доцент

Житомир – 2023

Висновок кафедри

за результатами попереднього захисту: _____

протокол засідання кафедри _____

№ ___ від «___» _____ 20__ р.

Завідувач кафедри _____

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

(прізвище ,ім'я, по батькові)

_____» _____ 20__ р.

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти _____ захистив (ла)

(прізвище ,ім'я, по батькові)

кваліфікаційну роботу з оцінкою:

сума балів за 100-бальною шкалою _____

за шкалою ECTS _____

за національною шкалою

Секретар ЕК

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

(прізвище ,ім'я, по батькові)

АНОТАЦІЯ

Ткачук Марія Андріївна. Удосконалення якості послуг туристичного підприємства. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 242 – Туризм. Поліський національний університет, Житомир, 2023.

В кваліфікаційній роботі було розглянуто поняття «якості» згідно стандартизованих вітчизняних та закордонних вимог і описано вагомі фактори впливу на якість надання туристичних послуг

Було досліджено особливості розвитку готельного ланцюга «Hilton Worldwide», а також зроблено загальну характеристику одного з готелів цього ланцюга - Hilton Kyiv 5*. Здійснено оцінку якості надання послуг у досліджуваному готелі. Проведено SWOT-аналіз готельного комплексу на основі якого було запропоновано шляхи удосконалення системи надання послуг.

Ключові слова: готельний комплекс, готельний ланцюг, якість, фактори, оцінка, загальна характеристика.

ABSTRACT

Tkachuk M.A. Improvement of service quality in a tourist enterprise (on the example of Hilton Kyiv LLC). - Qualification work in manuscript form.

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 "Tourism". Polissia National University, Zhytomyr, 2023.

In the qualification work, the concept of "quality" was considered according to standardized domestic and foreign requirements and significant factors affecting the quality of the provision of tourist services were described

The peculiarities of the development of the hotel chain "Hilton Worldwide" were investigated, as well as the general characteristics of one of the hotels of this chain - Hilton Kyiv 5*. An assessment of the quality of service provision in the investigated hotel was carried out. A SWOT analysis of the hotel complex was conducted, based on which ways to improve the service delivery system were proposed.

Keywords: hotel complex, hotel chain, quality, factors, evaluation, general characteristics.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ	
ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	8
1.1. Сутність якості в контексті туристичного бізнесу.....	8
1.2. Ефективні підходи для оцінювання якості послуг.....	11
1.3. Зарубіжний досвід готельного менеджменту та якості туристських послуг.....	15
Висновки до 1 розділу.....	18
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ НА	
ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ « HILTON KYIV 5*».....	19
2.1. Розвиток діяльності готельного ланцюга «Hilton Worldwide ».....	19
2.2. Загальна характеристика готельного комплексу Hilton Kyiv 5*.....	24
2.3. Оцінка надання послуг готельного комплексу Hilton Kyiv 5*.....	26
Висновки до 2 розділу	30
РОЗДІЛ III. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ..	
3.1. Перспективні напрямки вдосконалення системи якості послуг.....	31
3.2. Розрахунок заходів якості готельного менеджменту.....	35
3.3. Обґрунтування вдосконалення системи якості послуг.....	41
Висновки до 3 розділу.....	43
ВИСНОВОК	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	46

ВСТУП

Актуальність теми. Туризм є однією з найшвидше зростаючих галузей світової економіки після завершення пандемії COVID-19 у 2023 році. Туристична індустрія щорічно диктує нові умови під клієнтські запити під які туристичні організації повинні підлаштовуватися не лише з метою отримання прибутку, але і з метою утримання гідної планки серед конкурентів. Особливо коли справа стосується клієнтського сервісу та управління якістю послуг. В умовах зростаючої конкуренції туристичні підприємства повинні надавати якісні послуги, щоб виділитися на ринку. Клієнти мають вибір, тому підприємствам, які пропонують низьку якість послуг, буде важко конкурувати і втримати свою позицію на ринку. Відомо, що конкуренція в сегменті туристичних подорожей збільшується, відповідно туристичним підприємствам необхідно вдосконалювати свої послуги, щоб задовольнити зростаючі потреби та очікування клієнтів. Якість послуг є ключовим фактором, що впливає на задоволення клієнтів. Якщо туристичне підприємство здатне забезпечити високу якість послуг, клієнти будуть задоволені своїм досвідом і з великою ймовірністю повернуться в майбутньому. Задоволені клієнти також часто рекомендують підприємство своїм знайомим, що сприяє залученню нових клієнтів. Відповідно удосконалення вже відомих туристичних послуг є актуальною проблематикою для дослідження.

Мета дипломної роботи полягає в дослідженні та розробці стратегій та методів для покращення якості послуг, наданих туристичним підприємством. Робота спрямована на виявлення слабких місць у поточних процесах та системах, їх аналіз і розробку рекомендацій щодо впровадження ефективних практик та інновацій, що підвищують якість обслуговування клієнтів.

Поставлена мета передбачає розв'язання наступних **завдань**:

1. Розкрити сутність якості в контексті туристичного бізнесу.
2. Охарактеризувати основні підходи до оцінки якості послуг.

3. Розглянути розвиток діяльності світового готельного ланцюга Hilton Worldwide

4. Проаналізувати та оцінити якість надання послуг на прикладі готельного комплексу Hilton Kyiv 5*.

5. Зробити загальну характеристика готельного комплексу Hilton Kyiv 5*.

6. Оцінити перспективні напрямки вдосконалення системи якості послуг
Об'єктом дослідження є туристична діяльність готельного комплексу «Hilton» в контексті оцінки якості надання послуг.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні, та практичні засади удосконалення якості послуг туристичного підприємства.

Методи дослідження включали: аналіз інформаційних джерел (наукових праць, Інтернет-джерел, внутрішніх документів та статистичних даних) та наступні загальнонаукові методи: аналітичний, статистичний, узагальнюючий та СВОТ-аналіз.

Перелік публікацій автора за темою дослідження:

1. Чернишова Т. М., Ткачук М. А. Удосконалення якості послуг готельного підприємства «Hilton Kyiv 5*». Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети: матеріали II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференція (м. Житомир, 15-16 червня 2023 р.). С. 45-51.

2. Чернишова Т. М., Ткачук М. А. Удосконалення якості послуг туристського підприємства. Механізми управління розвитком територій: зб. наукових праць у 2 ч. Ч. 2. Житомир: Поліський національний університет, 2022. С. 81-83.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що його результати розширюють і поглиблюють теоретичну і методичну базу щодо формування системи удосконалення якості надання туристичних послуг. Практичні рекомендації можуть бути у подальшому застосовні у практиці діяльності туристичних підприємств при створенні системи удосконалення якості надання туристичних послуг, орієнтованої на переваги споживачів.

Структура роботи. Робота складається з вступу, 3 розділів, висновків; містить 47 сторінок тексту, 1 рисунок, 5 таблиць. Список джерел включає 25 найменувань літератури.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність якості в контексті туристичного бізнесу

Туризм, як вид економічної діяльності будь-якої країни набуває все більшого значення для економіки країни. На сьогодні туристичний ринок надає велику кількість різноманітних послуг, як основних так і додаткових, а якість цих послуг є неоднозначна, від послуг вищої якості до опосередкованості. Тому на даний час є досить актуальною проблема якості надання туристичних послуг і представникам туристичного бізнесу важливо розуміти, що в майбутньому конкурентоздатним туристична фірма стане тоді, коли якість над кількістю переважатиме, тобто послуги стануть якісними.

Є різні тлумачення визначення поняття «якості» і вони відрізняються один від одного:

Відповідно до ДСТУ 3230-95 «якість» - сукупність характеристик об'єкта, що стосуються його здатності задовольняти встановлені та передбачувані потреби.[7]

Відповідно до ДСТУ 9001-2009 «якість» - це виконання за певною прийнятною ціною будь-яких завдань і сподівань клієнта, які не заборонені законодавством, при одночасному дотриманні вимог безпеки, гігієни і доступності туристичних послуг, гармонії людського й природного середовища.[7]

Відповідно до цих термінів, які детально прописані у стандартизованих документах, можна сформулювати загальне уявлення про якість та сформулювати особистий термін «Якості надання послуг» в контексті туристичного бізнесу:

Якість надання послуг - це оцінка того, наскільки високо рівень задоволення та відповідність очікуванням клієнтів від обслуговування або послуг, які надається підприємством. Це поняття відображає загальну

задоволеність клієнтів щодо якості та ефективності обслуговування, а також відповідність отриманих послуг їхнім очікуванням.

Саме поняття якості надання туристичних послуг містить у собі ряд факторів– кількісних та якісних характеристик певних властивостей надання послуги.

Якість надання туристичних послуг виділяється впливом низки факторів серед яких:

- фактори параметрів ефективності;
- індикатори робочої діяльності;
- показники соціального призначення;
- фактори комфорту та ефективності;
- параметри соціальної взаємодії;
- фактори безпекових показників;
- екологічні показники;
- фактори інтелектуальної власності;
- фактор стандартизації.

Організація управління якістю в туристичній сфері включає в собі визначення повноважень, відповідальності та взаємодії персоналу підприємств, які надають туристичні послуги. Це охоплює контроль діяльності, що впливає на якість послуг, виявлення претензій, скарг та рекламацій від споживачів, а також прийняття та впровадження заходів для їх вирішення та запобігання.[13] Формування вимог для внутрішньої перевірки якості туристичних послуг і забезпечення відповідних контрольних засобів також є частиною цієї діяльності. Управління якістю туристичних послуг полягає в ухваленні управлінських рішень та їх практичній реалізації у бізнес-процесах, що безпосередньо впливають на якість послуг.

Сутність управління якістю туристичних послуг полягає у процесі прийняття управлінських рішень та їх практичній реалізації з метою поліпшення бізнес-процесів, які безпосередньо впливають на якість надання послуг.[9] За допомогою цього підходу до управління, визначені рішення

здійснюються шляхом конкретних кроків та заходів, спрямованих на поліпшення якості послуг серед яких:

- розроблені та задокументовані інструкції, з технології надання туристичних послуг;
- регулювання та керування процесами, пов'язаними з наданням якісних туристичних послуг;
- встановлення критеріїв розроблених на основі стандартизованих документацій;
- використання передових інформаційних технологій у виробництві, реалізації та просуванні туристичних послуг на ринок.

Результати діяльності підприємств безпосередньо залежать від якості обслуговування споживачів. Серед вимог, що стосуються забезпечення якості туристичних послуг, варто відмітити наступні аспекти: взаємодію зі споживачем, контроль та оцінювання якості туристичних послуг. Взаємодія зі споживачем туристичних послуг включає обмін інформацією, який охарактеризує:

- його очікувану та доступну вартість;
- відповідність критерію «ціна-якість»;
- затрат часу на надання якісних туристичних послуг;
- сучасні засоби ефективної комунікації персоналу з клієнтом;
- можливості впливу споживачів на якість послуги та отримання ними результатів оцінки якості послуг.

Першочерговим завданням кожного туристичного підприємства є надання якісних туристичних послуг як основних так і додаткових, які матимуть змогу покращити до прикладу якість умов перебування у готельному комплексі.[4]

Відповідальність туристичного підприємства лежить і на створенні бездоганної репутації, яка полягає у якісному сервісі, якісному наданні основних та додаткових послуг за ініціативи персоналу підприємства та адміністративного відділу. Це можливо забезпечити впровадженням та

удосконаленням форм та методів обслуговування, новітнього досвіду, новітніх технологій, тощо.

Для того щоб ефективно та своєчасно реагувати на потреби запити та рівень задоволеності клієнтів наданими послугами, персонал туристичного підприємства повинен займатись аналізом та оцінкою вагомого показника - якості туристичних послуг. Керівництво туристичного підприємства повинно активно шукати нові методи забезпечення та підвищення якості туристичних послуг, приділяти більше уваги дослідженням, стратегічному плануванню та прогнозуванню, аналізу впливу людського та різноманітних соціально-культурних факторів на проблему якості.[19]

1.2. Ефективні підходи для оцінювання якості послуг.

Ефективна виробнича діяльність кожного підприємства туристичного сегменту ґрунтується на таких засадах:

1. Будь яка комплексна туристична послуга повинна відповідати вимогам вітчизняного законодавства та моральним законам суспільства.
2. Туристична послуга повинна відповідати стандартизованим та технічним вимогам.
3. Туристична послуга повинна відповідати потребам сфери діяльності, тобто там де вона безпосередньо буде використовуватись.
4. Туристична послуга повинна відповідати вимогам споживача та задовільняти його потреби.
5. Комплексна туристична послуга ставить за мету як забезпечення прибутку суб'єктам туристичної індустрії, так і формування споживацьких пропозицій за доступними цінами, що сприяє її конкурентоспроможності.[12]

Для оцінки якості послуг застосовуються три основних підходи:

- самооцінка виробника послуг;
- оцінка якості послуг сторонньою організацією;
- споживча оцінка отриманих послуг.

Якісним може вважатися тільки той сервісний продукт, що максимально повно задовольняє потреби покупця в співвідношенні з його цінністю для цього покупця.

При оцінці якості послуг використовується методика розрахунку Індексу Задоволеності Споживачів (CSI). Індекс, який визначається на основі особистих інтерв'ю, використовується як один з параметрів дослідження довгострокового прогнозу прибутковості та ринкової цінності фірм, який також дозволяє виявити причини та фактори, які впливають на задоволеність та лояльність потенційних споживачів. [5]

Існує методика оцінки якості послуг, яка базується на проведенні анкетування фахівців служби якості після регулярних візитів до місць продажу. Ця методика включає чотири групи якісних показників, які враховують реакцію споживачів (див. рис 1.1).

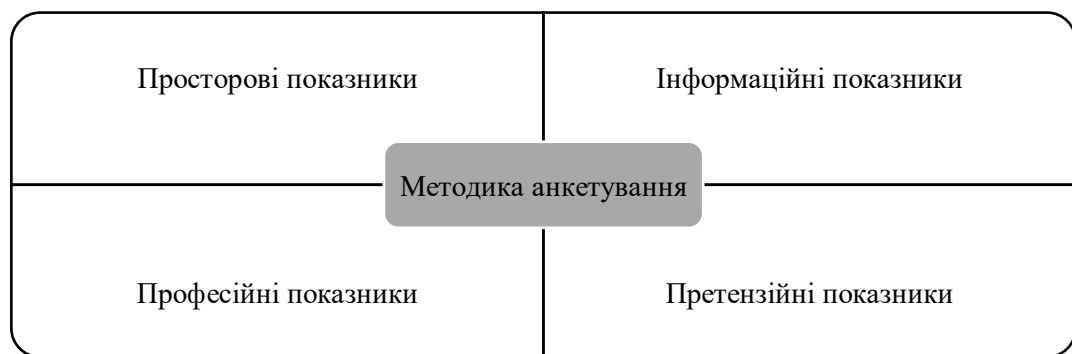


Рис. 1.1. Методика оцінки якості за допомогою анкетування

Джерело: [5]

1. Просторові показники. Цей показник представляє собою характеристику якості надання послуги або умови вже безпосереднього його надання;

2. Інформаційні показники. Іншими словами – це вчасне та якісне інформаційне забезпечення потенційних споживачів.

3. Професійні показники. Це характеристика рівня та якості сервісу, який пропонується, який пропонується споживачам. Найчастіше ці показники характеризують кваліфікованість та рівень професійної підготовки персоналу.

4. Претензійні показники. Представлено у формі окремої групи показників групу показників у вигляді системи збору й обробки інформації з відмов і претензій клієнтів.[14]

У висновку необхідно детальніше розглянути групу показників для оцінки якості обслуговування (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Система показників оцінки якості обслуговування

Група показників	Параметри для оцінки показників групи	Вплив претензійних показників
Просторові показники	Оформлення зовнішнього середовища готельного комплексу (видимість об'єкта серед оточуючих будинків, архітектурний дизайн, чистота та охайність території поблизу будівлі) Оформлення інформаційного середовища готельного комплексу Оформлення внутрішнього приміщення фірми (сучасний дизайн приміщення, відповідність кольорової гама корпоративному стилю, ефективна організація простору для клієнтів і розміщення робочих місць)	Залежно від кількості позитивних та негативних відгуків клієнтів щодо оформлення та організації простору для клієнтів, а також раціональності розміщення робочих місць спеціалістів, що займаються наданням послуг на різних етапах, буде змінюватися підсумкова оцінка групи показників. Підсумкова оцінка буде залежати від співвідношення між позитивними та негативними відгуками клієнтів щодо оформлення та організації простору для клієнтів, а також ефективності розташування робочих місць фахівців, які займаються наданням послуг на різних етапах.
Інформаційні показники	Інформація щодо діяльності фірми, зокрема робочий графік, розташування філій та ідентифікація філій та співробітників. Інформація про надані послуги, включаючи наявність рекламних матеріалів, асортимент товарів та послуг, інформацію про ключові параметри послуг, а також повноту та актуальність цієї інформації.	Вплив претензійних показників вважатиметься незначним оскільки клієнти зазвичай не вважають якість інформаційних послуг основним об'єктом своїх претензій,

	Оформлення інформаційних матеріалів про фірму.	
Професійні показники	<p>Інформація буде отримана в результаті:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. оцінки процесу обслуговування клієнта; 2. огляду записів у журналі пропозицій, що стосуються роботи персоналу; 3. Обробки даних з інших джерел, що містять відгуки споживачів; 4. Проведення рейдів для перевірки рівня обслуговування в точках продажу та включення отриманих результатів до кінцевих обрахунків. <p>Будуть оцінюватися наступні показники:</p> <ul style="list-style-type: none"> • компетентність; • коректність; • доброзичливість; • можливості подолання конфліктів; • час виконання операції; • черга клієнтів співробітника; • час очікування відповіді на телефоні дзвінки. 	Найбільший вплив на оцінку професійних показників будуть мати якість роботи персоналу, оскільки задоволення клієнтів якістю обслуговування і, внаслідок цього, їх позитивна або негативна реакція, визначаються переважно якістю роботи персоналу.

Джерело: [14]

У підсумку було розглянуто різні методики та підходи до оцінювання якості послуг в туристичній індустрії. Було висвітлено важливість використання об'єктивних і суб'єктивних критеріїв оцінки, а також врахування думки споживачів та фахівців у процесі оцінювання. Зазначено, що комбінація різних методик, таких як анкетування, інтерв'ювання, спостереження та аналіз документів, може забезпечити більш повне та об'єктивне уявлення про якість наданих послуг. Результати оцінювання якості послуг можуть служити основою для вдосконалення процесів та вирішення проблем, спрямованих на поліпшення задоволеності споживачів та досягнення конкурентної переваги на ринку.[9]

1.3. Зарубіжний досвід готельного менеджменту та якості туристських послуг

Загальна філософія розвитку сучасного бізнесу та туризму орієнтована на туристів, гостей і споживачів, на задоволення їхніх потреб і бажань. Сучасний гостинний бізнес відрізняється від інших суміжних видів діяльності у сфері надання послуг постійного підтримання якості послуг та впровадження нових видів послуг, нехарактерних для гостинного бізнесу, з метою підвищення якості основних послуг. розміщення та задоволення потреб сучасного споживача (замовників). Від підвищення якості готельних продуктів і послуг залежить виживання готельного господарства на вимогливому та динамічному ринку та підвищення рівня конкурентоспроможності. Готельні компанії, які зосереджені на якості, а отже, на задоволенні своїх гостей, можуть бути успішними на вимогливому туристичному ринку.[7]

Поняття сучасної готельної індустрії включає в себе всі суб'єкти туристичної діяльності, які надають розміщення гостям та інші послуги для туристичного споживання, і організовані в різні форми компаній, які ведуть бізнес для задоволення потреб і побажань споживача (клієнта) і досягнення встановити економічні цілі та найкращі можливі результати бізнесу.[11] «Готельний бізнес економічно в ринкових умовах з метою досягнення комерційного ефекту пропонує розміщення та інші готельні послуги гостинності, які використовує для задоволення потреб і мотивів гостей і відвідувачів, а також для забезпечення рівня життя своїх гостей. персонал і керівництво.

Під час тимчасового перебування в готелях обраного пункту призначення готельне господарство пропонує туристам відпочинок і релаксацію, дає можливість діловим людям налагодити ділові контакти, створює сприятливі умови для учасників конференцій, семінарів та різних інших професійних, наукових і політичних зібрань, дає можливість відвідувачам дізнатися про природні та культурні пам'ятки та історичні

пам'ятки та послуги харчування та напоїв для місцевих жителів, а також різноманітні розважальні заклади.

Тенденції, що панують на вимогливому туристичному ринку, визначають тенденції в сучасній готельній індустрії, які можна підсумувати в наступних загальних тенденціях; зміна потреб споживачів, умов праці та життя, продовження життя, зростання рівня інформації та комп'ютеризації, більша потреба в охороні здоров'я (велнес, спа, органічні продукти харчування), акцент на екології та здоровому харчуванні, перебування на чистій природі, зростаючий попит на пригодницькі об'єкти та захоплення, відвідування великих подій (спортивних, культурних, релігійних, ділових тощо), а також нові мотиви подорожей. Готельна пропозиція повинна постійно вивчати ці тенденції та адаптуватися до вимог, побажань і потреб сучасних споживачів (клієнтів).

Сучасне готельне господарство, тобто широта спектру готельних послуг, зумовлена категорією готельного закладу, розміром готельного закладу, розташуванням готелю, погодним аспектом готельного бізнесу, складністю організаційної структури готелю та бізнес-політикою в Ринку. Сучасні готельні послуги можна класифікувати на:

- послуги розміщення - надаються в готельних одиницях розміщення - апартаментах і кімнатах;
- послуги з харчування та напоїв - залежно від типу та категорії готелю, надаються в їдальнях готелю, банкетних залах, холах, залах для сніданків, гриль-залах, кав'ярнях, коктейль-барах... а також обслуговувати гостей у свої номери (room service);
- послуги відпочинку та спорту - гості мають доступ до басейнів, тенісних кортів і полів для гольфу, різних типів кортів, тренажерних залів, боулінгу, доріжок для прогулянок і бігу, а також можуть бути організовані різноманітні заходи (наприклад, відкритого типу - без квитків) тощо .;
- культурно - розважальні послуги - в готелях часто організуються концерти класичної музики, або проводяться популярні артисти, виставки, є

бібліотека, конференц-зали для розваг та ігор, особливо в погану погоду, гостям пропонуються спеціально підготовлені розважальні програми (анімація);

- торговельні послуги - гостям пропонується можливість придбати сувеніри, газети, різні речі особистого користування, аж до бутіків високої моди тощо;

- торгівля та послуги - готельні заклади часто пропонують послуги перукарень, косметологів та манікюрних салонів, фотографів, годинників та інших; оздоровчі та інші послуги – готелі пропонують гостям можливість діагностики, лікування, реабілітації та ін.» (Bunja, Đ. 2008).

Послуги, що надаються в готельному господарстві, за певними характеристиками істотно відрізняються від послуг в інших галузях. Чотири основні особливості сучасних готельних послуг:

- невідчутність (впливає з того факту, що неможливо побачити, спробувати, відчутти, почути чи відчутти запах готельної послуги перед покупкою. За допомогою засобів масової інформації клієнт може побачити пропозицію закладів розміщення, ресторанів, культурних та історичних місць призначення тощо. Однак не можливо передати атмосферу місця та обслуговування, яке вони відчують);

- неподільність (Виникає з того факту, що послуга невіддільна від свого джерела. Неподільність як характеристика означає, що неможливо відокремити момент надання послуги від моменту використання послуги, наприклад, розміщення, якщо гість немає в житлі);

- нестабільність (Через те, що послуга залежить від того, хто, коли і де її надає. Через цю характеристику послуги необхідно створити певну довіру серед споживачів шляхом вибору висококваліфікованого персоналу, операцій під характерною назвою і відстеження задоволеності клієнтів);

- швидкоплинність (Створюється в результаті неможливості зберігати послугу, а отже, неможливості реагувати в будь-який момент на збільшення або зменшення попиту. Непродані туристичні послуги є постійно втраченим

доходом для готельної компанії, тому вона повинна намагатися досягти краще розміщення своїх послуг на ринку).[2]

Готельні послуги доповнюються послугами та операціями інших постачальників послуг (туристичних агентств, різноманітних туристичних агентів, туристичних організацій, систем бронювання, маркетингових організацій, постачальників транспортних послуг, компаній, які надають послуги, пов'язані з гастрономією та харчуванням, конференц-центри, послуги та інформація послуги), і всі ці агенти впливають або опосередковано впливають на сучасний готельний бізнес.

Висновки до 1 розділу

У розділі були розглянуті загальні теоретичні аспекти, пов'язані з якістю надання туристичних послуг. Було розглянуто поняття «якості» згідно стандартизованих вітчизняних та іноземних вимог. Було описано вагомі фактори впливу на якість надання туристичних послуг. Такі теоретичні дослідження удосконалення якості послуг туристичного підприємства допомагають визначити проблемні сфери та в пошуку ефективних шляхів їх вирішення. Що стосується іноземного досвіду, то керівництво будь-якого іноземного готелю зосереджується на запровадженні у свій бізнес «спеціальну програму» для підвищення якості готельних послуг з метою підвищення задоволеності як працівників, так і гостей готелю. Результати дослідження можуть бути використані для розробки стратегій та поліпшення процесів, що сприятимуть підвищенню якості туристичних послуг та задоволенню потреб споживачів.

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ «HILTON KYIV 5*

2.1. Розвиток діяльності готельного ланцюга «Hilton Worldwide»

Коли в 1919-му році Конрад Хілтон придбав свій перший готель, він поставив собі за мету створити найкращий готель у Техасі. Але процес настільки пішов в гору, що Хілтон у 1925-му році відкрив перший готель, який перетворився у свій бренд який вже майже 100 років тримає високу планку серед діяльності готельних корпорацій. Завдяки його відданості, лідерству та інноваціям сьогодні Hilton є одним із найшанованіших брендів у світі. Станом на 30 грудня 2019 року 584 готелі Hilton Hotels & Resorts із 216 379 номерами в 94 країнах і територіях розташовані на шести континентах. Сюди входить 61 нерухомість, яка знаходиться у власності або в оренді з 219 264 номерами, 272 об'єкти, які знаходяться в управлінні, мають 119 612 номерів, і 251 об'єкт із 77 451 кімнатами, що знаходяться під франшизою. У 2020 році журнал Fortune поставив компанію Hilton Hotels & Resorts на перше місце у списку 100 найкращих компаній, у яких варто працювати у 2020 році, на основі опитування співробітників. [8]

У 1919-му році Конрад Хілтон придбав свій перший готель, 40-кімнатний готель Mobley у Сіско, штат Техас, і з часом купив додаткові готелі Техасу.

У 1925-му році Dallas Hilton став першим готелем, який використовував назву Hilton. У 1927-му році Hilton розширився до Вако, штат Техас, де він відкрив перший готель з кондиціонером у громадських місцях і холодною проточною водою.

У 1943-му році Хілтон придбав Roosevelt Hotel і Plaza Hotel, обидва добре відомі розкішні готелі високого класу менш ніж за милю один від одного в районі Нью-Йорка Мідтаун Манхеттен. Завдяки цій парі придбань Hilton заснувала першу готельну компанію, яка охоплювала суміжні Сполучені Штати. Компанія була зареєстрована в 1946-му році як Hilton Hotels

Corporation, а згодом почала публічну торгівлю акціями на Нью-Йоркській фондовій біржі. У 1947-му році готель «Рузвельт» став першим готелем у світі, номери якого мали телевізори.[8]

Hilton International була заснована через кілька років, у 1949-му році, з відкриттям готелю Caribe Hilton у Пуерто-Ріко. Бармен Рамон «Мончіто» Маррено стверджував, що створив коктейль «Пінья-Колада» на цьому курорті. У тому ж році Хілтон придбав Waldorf Astoria New York.

Компанія Hotels Statler була придбана в 1954-му році за 111 мільйонів доларів США в результаті найдорожчої операції з нерухомістю в світі. Через рік Hilton створила перший у світі центральний офіс бронювання під назвою «HILCRON». Команда бронювання в 1955-му році складалася з восьми співробітників, які бронювали номери в будь-якому з 28 готелів Hilton. Агенти з бронювання використовували «дошку наявності» для відстеження записів. Розмір крейдяної дошки 30 футів (9,1 м) на 6 футів (1,8 м) дозволив HILCRON зробити понад 6000 бронювань у 1955 році. Бронювання можна було зробити в будь-якому Hilton за допомогою телефону, телеграми або телетайпу.

Пізніше в 1955-му році Hilton запустив програму, яка передбачає, що в кожному номері готелю буде кондиціонер.

Наприкінці 1955-му року Хілтон відкрив першу нерухомість після Другої світової війни в Стамбулі, Туреччина.

Хілтон вважається піонером концепції готелів аеропорту з відкриттям San Francisco Airport Hilton у 1959-му році.

У 1965-му році Hilton запустила Lady Hilton, першу концепцію готелю, створену спеціально для жінок. Щоб привабити жінок-мандрівників, у деяких помешканнях пропонуються поверхи, які займають лише жінки, а також окремі зручності для їх використання.

У 1969-му році відкрився перший готель DoubleTree. Однак Hilton не була пов'язана з брендом до моменту придбання нею материнської компанії в 1999 році.

Хілтон придбав Flamingo Las Vegas у 1970-му році, і він став першим у вітчизняному ігровому бізнесі, зареєстрованим на NYSE.

У 1979-му році засновник Конрад Хілтон помер у віці 91 року. Hilton Hotels Corporation пізніше створила бренд Conrad Hotels на честь Хілтона.

Hilton Honors (раніше Hilton HHonors), програма лояльності гостей компанії, була започаткована в 1987-му році. У 1994-му році Honors перевершила конкуруючі готельні програми лояльності, пропонуючи учасникам як готельні кредитні бали, так і кредитні милі авіакомпаній.

Компанія була спонсором олімпійської збірної США.

1 грудня 1964-му року компанія відокремилася від своїх міжнародних операцій в окрему компанію, відому як «Hilton International Co.». У 1967-му році його придбала Trans World Corp., холдингова компанія Trans World Airlines. У 1986-му році її було продано UAL Corp., холдинговій компанії United Airlines, яка стала Allegis Corp. у спробі відновити себе як туристичну компанію, що надає повний спектр послуг, охоплюючи Westin Hotels і Hertz, що займаються прокатом автомобілів на додаток до Hilton. International і United Airlines. У 1987-му році, після корпоративного перевороту, перейменована UAL Corp. продала Hilton International компанії Ladbroke Group plc, британській компанії, що займається відпочинком та азартними іграми, яка в травні 1999-ого року прийняла назву «Hilton Group plc».

У результаті виникли дві окремі, повністю незалежні компанії, що керують готелями під назвою Hilton. Ці готелі Hilton за межами США до 2006-го року іменувалися як готелі Hilton International. Оскільки двом мережам за договором було заборонено управляти готелями на території іншої під назвою Hilton, протягом багатьох років готелі, якими керує Hilton International у США, називалися Vista International Hotels, а готелі, якими керує американське відділення Hilton за межами США, називалися Готелі Конрад.[23]

У 1997-му році, щоб звести до мінімуму тривалу плутанину споживачів, американська та британська компанії Hilton уклали спільну маркетингову угоду, згідно з якою вони використовували однакові логотипи, просували

бренди одна одної та підтримували спільні системи бронювання. На той момент мережа Vista була припинена, тоді як Conrad було перетворено в один із розкішних брендів Hilton (разом із Waldorf-Astoria Collection) і керує готелями в США та за кордоном.

У 1971-му році Хілтон придбав International Leisure Company, включаючи Las Vegas Hilton і Flamingo Hilton.

У 1998-му році Hilton виділив свої ігрові операції в окрему публічну компанію під назвою Park Place Entertainment (пізніше Caesars Entertainment, Inc.).

У 1999-му році Hilton придбала Promus Hotel Corporation, до якої входили бренди DoubleTree, Red Lion, Embassy Suites, Hampton Inn і Homewood Suites.

У 2001-му році Хілтон погодився продати Red Lion компанії WestCoast Hospitality.

29 грудня 2005 року Hilton Hotels Corporation погодилася знову придбати мережу Hilton International у її британського власника Hilton Group plc за 3,3 мільярда фунтів стерлінгів (5,71 мільярда доларів). Крім об'єднання двох компаній Hilton в єдину компанію, ця угода також включала об'єкти Hilton plc, що працюють як Conrad Hotels, Scandic Hotels і LivingWell Health Clubs. 23 лютого 2006 року угода була закрита, що зробило Hilton Hotels п'ятим у світі готельним оператором за кількістю номерів. Scandic Hotels був проданий наступного року 1 березня EQT Partners.

3 липня 2007 року Hilton Hotels Corp. погодилася повністю викупити готівку у Blackstone Group LP в рамках угоди на 26 мільярдів доларів США (включаючи борг), яка зробила Blackstone найбільшим у світі власником готелю. При 47,50 доларів за акцію ціна викупу була на 32 відсотки вищою за вартість акції Hilton на момент закриття 3 липня.[17] Угода стала кульмінацією року переговорів із Blackstone. У жовтні 2007 року Крістофер Дж. Нассетта був призначений президентом і головним виконавчим директором Hilton. У лютому 2009 року компанія Hilton Hotels Corp. оголосила про переїзд її штаб-

квартири з Беверлі-Хіллз, штат Каліфорнія, до округу Ферфакс, штат Вірджинія.

Компанія у Blackstone Group LP побачила можливість оптимізувати компанію та підштовхнути експансію Hilton за кордон, коли компанія у Blackstone Group LP переслідувала Hilton у 2006 і 2007 роках, викуп обтяжив компанію боргом у розмірі 20 мільярдів доларів саме тоді, коли економіка починала спадати. Борг мав дуже ліберальні умови, тож не було загрози дефолту, але коли рух сповільнився, компанія постраждала. У квітні 2010 року Hilton і Blackstone реструктуризували борг. Blackstone інвестував ще 800 мільйонів доларів власного капіталу, і борг скоротився до 16 мільярдів доларів.

Компанія Hilton повернулася до статусу публічної компанії 12 грудня 2013 року. Це друге IPO в історії компанії залучило приблизно 2,35 мільярда доларів. Blackstone Group зберегла 45,8% акцій компанії.

У липні 2014 року мережа Hilton відкриває своє перше представництво в Україні. Так і з'являється один з перших в столиці розкішних п'ятизіркових готелей Hilton Kyiv 5*. Завдання забезпечення комфорту та безпеки в готелі "Хілтон Київ" було успішно виконано Авторизованими специфікаторами, які працюють на проектах магазину "ЛоксМайстер Академмістечко". Фахівці з мережі "ЛоксМайстер" впровадили дві новаторські технології: систему автоматизованих міні-барів та інноваційні зовнішні сенсори Smart Tray для контролю сухих продуктів, що розташовані поза міні-барами. Ця повністю автоматизована система з використанням "розумних" інфрачервоних датчиків дозволяє реально контролювати харчові продукти, які вживаються гостями готелю.[19] Технологія дозволяє менеджменту готелю віддалено контролювати вміст міні-бару, отримуючи інформацію на центральний комп'ютер без прямої участі персоналу у моніторингу. Ця інновація дозволяє зменшити час, витрачений на дану процедуру, до 60% і знизити витрати робочого часу.

У лютому 2016 року компанія оголосила, що мережа Hilton перетворить свої готельні холдинги на інвестиційний фонд нерухомості. Перш ніж оголосити про це, компанія звернулася до IRS для отримання схвалення.

У лютому 2016 року компанія Hilton оголосила про свій намір відокремити свій таймшерний бізнес і бізнес з нерухомістю, створивши три незалежні публічні компанії. Відокремлення Park Hotels & Resorts і Hilton Grand Vacations було завершено в січні 2017 року. Станом на 2018 рік компанія є повністю незалежною публічною компанією (як і в дні перед викупом) після виходу Blackstone і HNA.

2.2. Загальна характеристика готельного комплексу Hilton Kyiv 5*

Готельний комплекс Hilton Kyiv 5* - готель, що належить до світового готельного ланцюга Hilton Worldwide, який є одним з найбільших готельних корпорацій, яка нараховує мережу з 4200 готелів та курортів у 92 країнах світу.

Готель Hilton Kyiv 5* - це сучасна 26-поверхова будівля з панорамним видом на столицю України місто Київ. Готель Hilton Kyiv 5* має вдале розташування, яке дозволяє відвідати більшу кількість туристичних атракцій Києва у пішій ходьбі. Поруч розташовані бульвар Шевченка, парк Шевченка напроти знаменитого червоного корпусу Київського національного університету ім. Т. Шевченка та Ботанічний сад. ім. Фоміна. Також пішим ходом можна дістатись до Національного академічного театру опери та балету України ім. Т. Г. Шевченка, Національного академічного драматичного театру ім. Лесі Українки та прогулятися центральною вулицею Києва - Хрещатик.

За формою власності готельний комплекс Hilton Kyiv 5* є комунальним підприємством. Як вже було описано готельний комплекс має вдале та зручне місце розташування у центрі Києва з усіма необхідними комунікаціями.

Номерний фонд представляє 262 номери, які поділяються на стандарт, люкс, представницького класу та для людей з особливими потребами. Номери виконані у стилі мінімалізм без використання надлишкової помпезності.[6] Кожен комфортабельний номер оснащений якісною технікою, облаштований

меблями з якісного темного дерева та дерев'яною підлогою, та комп'ютерною системою «Розумний дім», яка відповідає не лише за безпеку постояльців готелю, але і дбає про їхній комфорт з метою розумного використання ресурсів – зв'язку, електрики, водопостачання тощо.

На території готелю є ресторан Park Kitchen, який пропонує харчування протягом дня, недільний бранч і широкий вибір морепродуктів. На території є затишний лобі-лаунж, сезонний ресторан на терасі з видом на Ботанічний сад і бар Н – стильне вечірнє місце для проведення тематичних вечірок, вечорів ді-джеїв і меню закусок.

З додаткових зручностей готель Hilton Kyiv 5* пропонує тренажерний зал, закритий басейн та SPA-зону. Готель прекрасно підходить для організації ділового туризму, адже у Hilton Kyiv 5* є 17 конференц-залів для проведення ділових та світських заходів.[25] Тут прекрасні умови для проведення конференцій, банкетів, ділових зустрічей і нарад. Просторі конференц-зала готелю здатні вмістити одночасно від 83 до 1300 осіб, а в банкетному залі можливо організувати заходи для 1000 осіб одночасно.

Готель пропонує 262 номери від номеру Twin до номеру Люкс з ліжком King Size та панорамними вікнами. Вартість номерного фонду недешева і варіюється від 11500 до 69000 грн на добу.

У вартість номерів включено податок та готельний збір, можливість відвідування фітнес-клубу з 7:00 до 23:00 (басейн, сауни, тренажерні зали), підношення 2 місць багажу при в'їзді і виїзді. Також врахована вартість сніданку

Якість обслуговування готельного комплексу Hilton Kyiv 5* забезпечена налагодженою формою розрахунків з клієнтами. При обслуговуванні відвідувачів готельного комплексу Hilton Kyiv 5* приймаються до оплати кредитні картки Visa та Master Card.

Фітнес-центр розташований на площі 300 кв. м. Він може одночасно приймати понад 40 відвідувачів. Основною складовою комплексу є басейн розміром 18 м x 6 м і глибиною 2,2 м. Крім того, присутні фінська сауна,

турецька лазня та джакузі для тих, хто бажає відпочити та розслабитися. Спортивні зали, розташовані навколо басейну, забезпечують фізичне навантаження для відвідувачів. У цих залах знаходяться сучасні тренажери, доступні заняття з шейпінгу та професійний масаж. Досвідчені тренери проводять індивідуальні заняття відповідно до індивідуальних програм, розроблених для кожного клієнта.

У спа-центрі готелю є басейн, гідромасажна ванна, сауна, хамам та цілодобовий тренажерний зал. Додатково пропонуються косметичні послуги серед яких колагенові процедури для обличчя, живильні обгортання, скраби для всього тіла та різноманітні розслаблюючі масажі. Гостям пропонують конференц-зали для проведення ділових зустрічей і конференцій. Бізнес-центр знаходиться на другому поверсі готелю в адміністративному корпусі. Часи роботи цього центра з 8:00 до 23:00. Для зручності гостей в холі готелю знаходиться банкомат і пункт обміну валют, які працюють цілодобово.

Отже, готель надає широкий асортимент послуг високої якості. Їх якість забезпечується обслуговуванням на високому рівні. Зокрема це просторі та світлі номери, які облаштовані сучасною технікою. В номерах підтримується ідеальний порядок. Готель надає широкий спектр додаткових послуг, які направлені на задоволення усіх потреб клієнтів, щоб вони почували себе спокійно далеко від дому, могли чудово відпочити, а якщо є потреба, то повноцінно попрацювати і організувати та провести ділові переговори чи пресконференцію.

2.3. Оцінка якості послуг готельного комплексу Hilton Kyiv 5*

Загальна оцінка якості послуг здійснювалась на основі реальних відгуків постояльців та гостей готельного комплексу Hilton Kyiv 5*. Надана оцінка буде базуватись на загальновідомих відгуках та інформації про готельний комплекс Hilton Kyiv 5*. Важливо враховувати, що особистий досвід кожного гостя може відрізнятись, і рекомендації засновані на загальних враженнях та відгуках.

Комфорт: 9/10 - Готельний комплекс Hilton Kyiv 5* відомий своїми розкішними номерами та високим рівнем комфорту. Просторі кімнати з сучасним дизайном та зручностями забезпечують гостям затишок та комфортний відпочинок.

Обслуговування: 8/10 - Готельний персонал Hilton Kyiv 5* вважається ввічливим та професійним. Співробітники стараються задовольнити потреби гостей та надати високоякісне обслуговування. Проте, іноді можуть виникати незначні затримки або недоліки в роботі персоналу.

Харчування: 9/10 - Готельний комплекс Hilton Kyiv 5* має ресторани з різноманітною кухнею, включаючи страви місцевої та міжнародної кухні. Якість страв вважається високою, а обслуговування в ресторанах є професійним та уважним.

Додаткові послуги: 9/10 - Готельний комплекс Hilton Kyiv 5* пропонує широкий спектр додаткових послуг, таких як фітнес-центр, спа-салон, басейн, бізнес-центр та зручності для проведення подій. Ці послуги доступні для гостей і допомагають зробити перебування більш комфортним та різноманітним.

Загальний досвід: 9/10 - Готельний комплекс Hilton Kyiv 5* надає гостям вишуканий та розкішний досвід перебування. Архітектура готелю, його розташування в центрі столиці, висока якість обслуговування та широкий спектр послуг роблять перебування незабутнім. Гості можуть насолоджуватися комфортом, відпочивати в спа-зонах та насичено проводити час у ресторанах та барах. Отриманий досвід перебування в готельному комплексі Hilton Kyiv 5* залишає позитивні враження та робить його одним з найкращих виборів для проживання в Києві.

Готельний комплекс Hilton Kyiv 5* - це неповторний готель, що знаходиться у самому центрі історичної столиці України. За останні роки було проведено ретельну реконструкцію, завдяки чому готель повністю відповідає сучасним тенденціям і міжнародним стандартам якості. Цей готель визнаний першим і єдиним готельним комплексом такого високого класу у Києві.

Готельний комплекс Hilton Kyiv 5* не просто надає проживання, а є справжнім комплексом послуг. Він має в своєму складі бізнес-центр і конференц-зали, обладнані передовою технікою. Крім того, готель славиться своїм видатним рестораном, який вважається одним з найкращих у місті.

Незважаючи на значну кількість персоналу, працівники готельного комплексу Hilton Kyiv 5* мають високу кваліфікацію і виконують свої обов'язки з надзвичайним професіоналізмом. Керівництво готельного комплексу Hilton Kyiv 5* постійно прагне застосовувати сучасні технології для зниження експлуатаційних витрат і, відповідно, цін, що забезпечує середній рівень цін, характерний для Києва.

Одним із основних аспектів, які гарантують високу якість роботи готельного комплексу Hilton Kyiv 5*, є відмінний рівень обслуговування відвідувачів. Готель оснащений комфортними меблями та забезпечує належний мікроклімат, забезпечуючи високий рівень комфорту для гостей. Поєднуючи це з професіоналізмом працівників готелю, можна з впевненістю стверджувати, що це підприємство надає послуги найвищого рівня для своїх відвідувачів.

Пропозиції, щодо удосконалення якості обслуговування в готельному комплексі Hilton Kyiv 5*, які будуть розглянуті в наступному розділі допоможуть краще побачити загальну картину та значного поліпшення стану готелю, збільшать приплив туристів і, відповідно, зростуть доходи готельного комплексу.

В цілому якість послуг готельного комплексу Hilton Kyiv 5* визначається наступними складовими в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Складові якості послуг готельного комплексу Hilton Kyiv 5*

З точки зору споживачів	З точки зору персоналу
рівень сервісу	з точки зору працівників
вартість обслуговування	належне матеріально-технічне забезпечення
імідж	прибутковість діяльності
наявність належних засобів обслуговування	соціальне забезпечення працівників

Джерело: розроблено автором

Рівень сервісу. Гості відзначають професіоналізм персоналу, ввічливе та уважне ставлення до клієнтів, а також оперативність у вирішенні будь-яких питань та запитів. Споживачі цінують розкішне та комфортабельне оточення готелю, а також різноманітність послуг, що надаються. Зокрема, вони зазначають якість ресторанів, спа-центру, тренажерного залу та інших закладів, що є складовими готельного комплексу. Загалом, споживачі високо оцінюють рівень сервісу готельного комплексу Hilton Kyiv 5* і відзначають його як один з найкращих варіантів проживання та відпочинку у Києві.

Вартість обслуговування. Згідно з відгуками споживачів, вартість обслуговування в готельному комплексі Hilton Kyiv 5* вважається високою. Хоча ціни можуть бути вищими порівняно з іншими готелями у Києві, споживачі відзначають, що вони відповідають якості та рівню послуг, які надаються. \ Споживачі вважають, що вартість обслуговування відповідає розкішному досвіду та високій якості, яку вони отримують. Однак, важливо зауважити, що вартість обслуговування є індивідуальним фактором, який може залежати від багатьох факторів, включаючи період проживання, тип номеру та додаткові послуги, які клієнт обирає.

Імідж. Готельний комплекс володіє сильним іміджем як надійний та відомий бренд у готельній індустрії. Споживачі відзначають, що відвідування готелю Hilton Kyiv 5* стає позитивним досвідом, що підсилює їхню довіру та лояльність до бренду Hilton. Імідж готельного комплексу сприяє його привабливості для широкої аудиторії та привертає як бізнес-туристів, так і відпочиваючих.

Наявність належних засобів обслуговування. Споживачі відзначають, що готельний комплекс забезпечує широкий спектр засобів та послуг для комфортного перебування гостей. Відповідно до їхніх відгуків, готель має належність обладнання та інфраструктуру, які включають в себе розкішні номери з сучасними зручностями, ресторани з високоякісною кухнею, фітнес-центр, басейн, салон краси та інші додаткові послуги.

Загальний висновок з вище наведених оцінок показує, що готельний комплекс Hilton Kyiv 5* має високу якість послуг і задовольняє очікування гостей. Загалом, готель отримав високі оцінки за різні аспекти, такі як розташування, інтер'єр, комфорт, обслуговування та різноманіття послуг. Гості відзначають професіоналізм персоналу, розкішне оточення та зручності, що робить його привабливим вибором для відпочинку та проживання у Києві. Отже, готельний комплекс Hilton Kyiv 5* можна рекомендувати як високоякісний варіант для перебування у столиці України.

Висновки до 2 розділу

У другому розділі було досліджено особливості розвитку готельного ланцюга «Hilton Worldwide». Заснований на широкій географічній присутності та відмінному портфелі готельних брендів, він зумів набути визнання та довіру споживачів. Було зроблено загальну характеристику одного з готелів цього ланцюга - Hilton Kyiv 5*. І в підсумку було досліджено, що сам готель активно вдосконалює свої послуги, впроваджує інноваційні технології та прагне задовольнити різноманітні потреби своїх клієнтів. Комплекс забезпечує належні засоби обслуговування, які відповідають світовим стандартам і допомагають створити приємну атмосферу для гостей.

РОЗДІЛ III. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ

3.1. Перспективні напрямки вдосконалення системи якості послуг

Було зроблено загальну характеристику одного з готелів цього ланцюга - Hilton Kyiv 5*. Дослідження показало, що сам готель активно працює над вдосконаленням своїх послуг і впроваджує інноваційні технології з метою задоволення різноманітних потреб своїх клієнтів.

Один з перспективних напрямків вдосконалення системи якості послуг готелю Hilton Kyiv 5* полягає у забезпеченні належних засобів обслуговування, які відповідають світовим стандартам. Це означає, що готель вкладає зусилля в розробку та використання передових методів та технологій, які допомагають створити приємну атмосферу для своїх гостей.

Готель Hilton Kyiv 5* розуміє, що задоволені клієнти - це основа успіху бізнесу. Тому вони зосереджуються на наданні високоякісних послуг, які відповідають потребам та очікуванням своїх клієнтів. Впровадження інноваційних технологій і підходів дозволяє готелю бути в кроку від сучасних тенденцій у готельній індустрії та задовольняти зростаючі вимоги своїх гостей.

Цей підхід сприяє створенню відмінного досвіду перебування для гостей готелю Hilton Kyiv 5*. Він не лише забезпечує належне обслуговування, але й створює особливу атмосферу, яка залишає незабутні враження у гостей. Це допомагає готелю підтримувати високу репутацію і залучати нових клієнтів.

Отже, готель Hilton Kyiv 5* виявляє активність у вдосконаленні своїх послуг, впроваджує інноваційні технології та прагне задовольнити різноманітні потреби своїх клієнтів. Це робить його одним з перспективних напрямків вдосконалення системи якості послуг і сприяє зміцненню його позиції на ринку готельної індустрії.

Тому необхідно розглянути актуальні складові напрямків вдосконалення якості готельних послуг. Дослідження та розгляд перспективних напрямків

вдосконалення системи якості послуг має велике значення для підприємств, організацій і готелів з метою досягнення конкурентної переваги і задоволення потреб клієнтів. Нижче наведено детальний опис важливості проведення такого дослідження:

Підвищення конкурентоспроможності. Вдосконалення системи якості послуг допомагає організації вирізнятися на ринку і привертати більше клієнтів. Розгляд перспективних напрямків дозволяє ідентифікувати потенційні області покращення, що допомагає стати більш привабливим для цільової аудиторії.

Задоволення потреб клієнтів. Дослідження перспективних напрямків дозволяє краще зрозуміти потреби та очікування клієнтів. Це дозволяє готелям пристосовуватися до вимог і надавати послуги, які відповідають їхнім потребам, забезпечуючи високий рівень задоволення клієнтів.

Покращення якості послуг. Розгляд перспективних напрямків дозволяє ідентифікувати можливості для покращення системи якості послуг. Це може включати вдосконалення процесів, впровадження нових технологій, підвищення кваліфікації персоналу та розробку інноваційних рішень. Покращення якості послуг сприяє залученню і утриманню клієнтів, підвищенню їхньої лояльності та репутації організації.

Ефективність та оптимізація процесів. Дослідження перспективних напрямків дозволяє виявити можливості для оптимізації та покращення ефективності процесів обслуговування. Це може призвести до зниження витрат, підвищення продуктивності та зниження часу обслуговування, що сприяє ефективнішому функціонуванню організації.

Утримання лідерства на ринку. Ринок постійно змінюється, тому важливо розглядати перспективні напрямки для збереження лідерства. Дослідження системи якості послуг допомагає готелям оновлюватися, впроваджувати нові технології та інновації, що дозволяє займати провідні позиції на ринку та задовольняти потреби клієнтів.

Для цього нижче заповнена таблиця характеристик складових якості складових напрямів вдосконалення якості готельних послуг.

Таблиця 3.1.

**Характеристика складових напрямів вдосконалення якості
готельних послуг**

Складові якості послуг	Зміст складових якості послуг
Доступність (фізична і психологічна)	Забезпечення легкого доступу до готелю для різних категорій клієнтів, включаючи особи з обмеженими можливостями, а також створення комфортного та гостинного середовища, яке задовольняє психологічні потреби гостей.
Комунікації	Розвиток ефективних комунікаційних каналів та засобів спілкування з клієнтами, зокрема за допомогою сучасних технологій, для швидкого та якісного обміну інформацією, вирішення запитань та виявлення потреб гостей.
Компетентність	Підвищення рівня кваліфікації персоналу, надання змоги проходити професійні тренінги та освітні програми для покращення навичок та знань у сфері готельного обслуговування.
Ввічливість	Створення приязної та привітної атмосфери, де персонал завжди виявляє повагу, доброзичливість та взаємодіє з гостями з належною увагою.
Надійність	Забезпечення стабільної та безперебійної роботи всіх систем та послуг готелю, щоб гості могли розраховувати на якісне обслуговування у будь-який час.
Довіра	Розвиток довіри між готелем та його клієнтами шляхом постійного дотримання обіцянок, конфіденційності та виконання зобов'язань перед гостями.
Відповідальність	Встановлення чітких стандартів якості та виконання їх, а також прийняття відповідальності за будь-які недоліки та помилки, які можуть виникнути.
Безпека	Забезпечення безпечного середовища для гостей та персоналу шляхом дотримання відповідних безпекових норм, запобігання можливим небезпекам та швидкого реагування на них.
Розуміння клієнта	Активне слухання та розуміння потреб та очікувань клієнтів, врахування їхніх індивідуальних вимог та надання персоналом персоналізованого обслуговування.

Джерело :розроблено автором

Враховуючи характеристики складових напрямів вдосконалення якості готельних послуг для готелю Hilton Kyiv 5*, можна зробити наступний розгорнутий висновок:

Готель Hilton Kyiv 5* активно працює над вдосконаленням своїх послуг, зосереджуючись на різних аспектах якості. Вони приділяють особливу увагу доступності для гостей, створюючи фізичне та психологічне середовище, яке задовольняє потреби всіх клієнтів. Комунікації з гостями відбуваються на високому рівні, використовуючи сучасні технології для швидкого та якісного обміну інформацією.

Готель надає велику увагу компетентності свого персоналу, надаючи можливості для професійного розвитку та навчання, щоб забезпечити високу якість обслуговування. Ввічливість є однією з ключових складових, яку готель враховує, створюючи приязну атмосферу та забезпечуючи взаємодію з гостями на високому рівні.

Надійність і довіра також є важливими аспектами, на які готель звертає увагу. Вони прагнуть забезпечити стабільну та безперебійну роботу всіх систем та послуг, щоб гості могли розраховувати на них у будь-який час. Готель дотримується обіцянок, підтримує конфіденційність та відповідає за свої зобов'язання перед гостями.

Забезпечення безпеки та розуміння потреб клієнта також мають важливе значення для готелю Hilton Kyiv 5*. Вони дотримуються відповідних безпекових норм і забезпечують безпечне середовище для гостей та персоналу. Крім того, готель проявляє увагу до індивідуальних потреб гостей і намагається надати персоналізоване обслуговування, що засноване на розумінні їхніх унікальних вимог.

Готель Hilton Kyiv 5* проявляє велику увагу до всіх аспектів якості готельних послуг. Шляхом впровадження рекомендацій з таблиці щодо вдосконалення цих складових, готель може забезпечити ще більш високий рівень задоволення гостей, підвищити конкурентоспроможність та зміцнити свою репутацію в готельній галузі.

3.2. Розрахунок заходів якості готельного менеджменту

Для початку необхідно оцінити та розрахувати заходи, які показують ефективність діючої системи готельного менеджменту якості. Це можна зробити за допомогою спрощеного методу. Необхідно визначити вагу досліджуваних показників та кількісну оцінку системи якості. Після цього результати множення необхідно розділити на 100.

Якщо результат буде варіюватись від 0 до 0,24, то це означає дуже низький рівень якості готельного менеджменту. Від 0,25 до 0,49 – низький рівень, від 0,5 до 0,79 – означатиме достатній рівень якості менеджменту. А якщо оцінка буде вище 0,8, то це свідчатиме про дуже високий рівень організації та якості готельних послуг.

Оцінюватись будуть наступні показники:

Керівництво: оцінка керівництва готельного менеджменту Hilton Kyiv 5* включає аналіз ефективності топ-керівництва, його здатності встановлювати стратегічні напрямки, приймати важливі рішення та забезпечувати розвиток організації відповідно до поставлених цілей.

Політика та стратегія: цей показник оцінює наявність чіткої політики та стратегії у готельному менеджменті Hilton Kyiv 5*, які визначають основні цілі організації, підходи до досягнення успіху і орієнтацію на потреби та вимоги клієнтів.

Управління персоналом: цей показник оцінює ефективність управління персоналом у готельному менеджменті Hilton Kyiv 5*, включаючи процеси набору, розвитку, мотивації та утримання кваліфікованого персоналу, а також забезпечення позитивної робочої атмосфери та сприяння командній роботі.

Ресурси: цей показник оцінює наявність та ефективне використання ресурсів (фінансових, матеріальних, технічних) у готельному менеджменті Hilton Kyiv 5*, зокрема, їх оптимальне розподілення та використання для досягнення якісних результатів.

Процеси: цей показник оцінює ефективність та оптимізацію бізнес-процесів у готельному менеджменті Hilton Kyiv 5*, включаючи процеси

бронювання, прийому гостей, обслуговування, управління запасами та інші, з метою забезпечення ефективності та якості надання послуг.

Задоволення замовників: цей показник оцінює рівень задоволеності клієнтів готельного менеджменту Hilton Kyiv 5*, включаючи якість обслуговування, комфортність номерів, наявність додаткових послуг та загальне задоволення від перебування в готелі.

Задоволення персоналу: цей показник оцінює задоволеність та мотивацію персоналу готельного менеджменту Hilton Kyiv 5*, включаючи умови праці, розвиток кар'єри, комунікацію з управлінням та загальну робочу задоволеність.

Вплив на суспільство: цей показник оцінює соціальну відповідальність готельного менеджменту Hilton Kyiv 5*, зокрема, його вплив на місцеву спільноту, розвиток туризму та збереження навколишнього середовища.

Результати бізнесу: цей показник оцінює фінансові та інші результати діяльності готельного менеджменту Hilton Kyiv 5*, включаючи прибутковість, рентабельність, рівень зайнятості та інші показники, що свідчать про успішність бізнесу.

Для цього у таблиці 3.2. проведено розрахунки заходів досягнення поставленої мети готельним підприємством Hilton Kyiv 5*.

Таблиця 3.2.

Розрахунки заходів з якості для досягнення поставленої мети готельним підприємством Hilton Kyiv 5*

№	Показники	Вага показника	Кількісна оцінка системи якості	Результат множення
1	Керівництво	10	4	40
2	Політика та стратегія	8	6	48
3	Управління персоналом	9	8	72
4	Ресурси	9	8	72
5	Процеси	14	9	126
6	Задоволення замовників	20	10	200
7	Задоволення персоналу	9	9	81
8	Вплив на суспільство	6	4	24
9	Результати бізнесу	15	6	90
	Всього:	100	64	Сумма/100 = 0,75

Джерело :розроблено автором

Рівень системи якості для готельного підприємства Hilton Kyiv 5* можна оцінити як достатній, оскільки отримана сума оцінок складає 0,75, що потрапляє у діапазон від 0.5 до 0.79.

Керівництво (40): оцінка 4 вказує на середній рівень ефективності керівництва. Можливо, є деякі проблеми або покращення, які можуть бути впроваджені для підвищення ефективності керівництва.

Політика та стратегія (48): оцінка 6 свідчить про достатній рівень політики та стратегії. Готельне підприємство має чітко визначену політику та стратегію, але можливо є місце для подальшого удосконалення.

Управління людьми (72): оцінка 8 вказує на високий рівень управління персоналом. Готель успішно впроваджує процеси набору, розвитку та мотивації персоналу.

Ресурси (72): оцінка 8 свідчить про ефективне використання ресурсів. Готель успішно забезпечує оптимальне розподілення та використання фінансових, матеріальних і технічних ресурсів.

Процеси (126): оцінка 9 показує високий рівень оптимізації бізнес-процесів. Готель має ефективні процеси управління та надання послуг, що сприяє якості та ефективності.

Задоволення замовників (200): оцінка 10 вказує на дуже високий рівень задоволення клієнтів. Готель успішно надає якісні послуги, що приносять задоволення та високу оцінку замовників.

Задоволення персоналу (81): оцінка 9 показує високий рівень задоволення персоналу. Готель створює сприятливі умови праці та розвитку кар'єри для свого персоналу.

Вплив на суспільство (24): оцінка 4 свідчить про достатній рівень впливу на суспільство. Готель може розглянути можливості покращення свого соціального впливу та залучення до розвитку місцевої спільноти.

Результати бізнесу (90): оцінка 6 вказує на достатній рівень результатів бізнесу. Готель може зосередитися на покращенні своєї фінансової продуктивності та рентабельності.

Загалом, готельне підприємство Hilton Kyiv 5* досягло достатнього рівня системи якості, але є потенціал для подальшого вдосконалення та покращення в деяких показниках.

Згідно з таблицею розрахунків заходів з якості для готельного підприємства Hilton Kyiv 5*, нижче наведені показники, які можна розглянути для подальшого покращення:

1. Керівництво: оцінка 4 вказує на середній рівень ефективності керівництва. Можливо, є проблеми або можливості для покращення управлінських процесів та лідерства. Це може вказувати на наявність деяких

проблем або можливостей для покращення управлінських процесів та лідерства в організації. Перш за все, може бути корисно провести оцінку комунікації та співпраці між керівництвом та підлеглими. Важливо впевнитися, що інформація та вказівки від керівництва передаються чітко та зрозуміло, а також враховуються інтереси і потреби співробітників.

Далі, варто розглянути ефективність процесів прийняття рішень та планування в компанії. Переконайтеся, що управлінські рішення приймаються шляхом аналізу даних, консультацій з ключовими зацікавленими сторонами та з урахуванням стратегічних цілей організації.

Політика та стратегія: оцінка 6 свідчить про достатній рівень політики та стратегії. Це означає, що в компанії вже існує певна політика та стратегія, що визначають загальні цілі та спрямованість організації. Проте, існують можливості для подальшого удосконалення стратегічного планування та визначення цілей. Один із шляхів для покращення полягає у ретельному аналізі ринку та конкурентного середовища, з метою виявлення нових можливостей та викликів. Важливо врахувати зміни потреб та очікувань клієнтів, а також тенденції та інновації у сфері готельного бізнесу. Далі, розробка чітких та конкретних цілей може покращити ефективність стратегічного планування. Цілі повинні бути специфічними, вимірюваними, досяжними, реалістичними та мається відведений час для їх досягнення. Важливо також забезпечити відповідну комунікацію та розуміння цілей серед усіх рівнів персоналу.

Вплив на суспільство: оцінка 4 свідчить про достатній рівень впливу на суспільство. Організація може розглянути можливості покращення свого соціального впливу та залучення до розвитку місцевої спільноти. Це означає, що організація вже здійснює певні заходи, які спрямовані на покращення умов життя та добробуту місцевої спільноти.

Проте, можна розглянути можливості для подальшого покращення свого соціального впливу та залучення до розвитку місцевої спільноти. Один із способів досягнення цього полягає у встановленні партнерських відносин з

місцевими громадськими організаціями або благодійними фондами для спільної реалізації проектів, спрямованих на покращення соціально-економічних умов у місцевості.

Також, важливо активно залучати місцевих жителів до процесів прийняття рішень, прослуховувати їхні потреби та думки. Це може бути здійснено шляхом проведення публічних консультацій або фокус-груп з представниками місцевої спільноти. Такий підхід допоможе забезпечити більшу взаємодію та взаєморозуміння між готельним підприємством та місцевими жителями.

Пункт "Зазначені показники можуть бути потенційними областями для вдосконалення та розвитку системи якості у готельному підприємстві Hilton Kyiv 5*" вказує на можливість вдосконалення та розвитку системи якості готельного підприємства. Це означає, що існують показники, які можуть бути покращені для досягнення вищого рівня ефективності та задоволення потреб клієнтів та зацікавлених сторін.

Зокрема, показники, які отримали меншу оцінку, можуть бути пріоритетними областями для вдосконалення. Наприклад, якщо показник "Керівництво" отримав оцінку 4, це може вказувати на потребу у поліпшенні ефективності керівництва, залученні вищого рівня лідерства, а також удосконаленні управлінських процесів.

Також, показники, які отримали достатній рівень, але не досягли вищого рівня, можуть бути областями для подальшого розвитку. Наприклад, у випадку показника "Політика та стратегія" з оцінкою 6, організація може зосередитися на удосконаленні стратегічного планування, аналізі ринку та визначенні чітких цілей для забезпечення ще вищої ефективності політики та стратегії.

Отже, зазначені показники є потенційними областями для вдосконалення та розвитку системи якості у готельному підприємстві Hilton Kyiv 5*. Шляхи для досягнення цього можуть включати удосконалення керівництва та управлінських процесів, розробку більш прогресивних

стратегій та планування, а також залучення доцільних соціальних програм та партнерств з місцевою спільнотою.

3.3. Обґрунтування вдосконалення системи якості послуг

Для дослідження та обґрунтування напрямів вдосконалення системи якості послуг необхідно розробити SWOT-аналіз підприємства. Це допоможе ефективніше розглянути сильні і слабкі сторони готельного комплексу та розкрити можливості та загрози діяльності підприємства у таблиці 3.3

Таблиця 3.3.

SWOT-аналіз готельного комплексу Hilton Kyiv 5*

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Висока репутація: "Hilton Kyiv 5*" відомий своїм високим класом обслуговування та надійним ім'ям у готельній індустрії.</p> <p>Якість обслуговування: Готель пропонує високий рівень обслуговування, задовольняючи потреби і очікування гостей.</p> <p>Розташування: Знаходиться в центрі Києва, що дозволяє гостям легко дістатися до основних туристичних та бізнес-об'єктів міста.</p> <p>Розкішні зручності: Готель пропонує розкішні номери, ресторани, фітнес-центр, конференц-зали та інші зручності для комфортного перебування гостей.</p>	<p>Висока вартість: Ціни на послуги готелю можуть бути вищими порівняно з іншими готелями в місті, що може становити обмеження для деяких потенційних клієнтів.</p> <p>Обмежена кількість номерів: Готель має обмежену кількість номерів, що може ускладнити бронювання у певні періоди пікового попиту.</p>
Можливості	Загрози
<p>Розширення ринку: "Hilton Kyiv 5*" може розширити свою клієнтську базу, привертаючи більше міжнародних туристів та бізнес-подорожуючих.</p> <p>Розвиток додаткових послуг: Готель може розглянути можливості розширення своїх послуг, таких як спа-центр, преміальні пакети для відпочинку та інші, що додадуть вартості для гостей і збільшать дохід готелю.</p> <p>Партнерство з місцевими підприємствами: Готель може укладати партнерські угоди з місцевими туристичними агентствами, ресторанами та іншими підприємствами, що дозволить розширити спектр послуг і пропозицій для гостей, а також залучити нову аудиторію.</p>	<p>Конкуренція: Наявність інших висококласних готелів у Києві може призвести до зростання конкуренції та зменшення частки ринку для "Hilton Kyiv 5*".</p> <p>Економічні фактори: Негативні зміни в економіці, такі як спад туристичного попиту або зміни валютних курсів, можуть вплинути на фінансову стабільність та дохідність готелю.</p>

Джерело :розроблено автором

На основі SWOT-аналізу готельного комплексу "Hilton Kyiv 5*", можна обґрунтувати вдосконалення системи якості послуг системи якості послуг.

Розвиток додаткових сервісів: готель може розширити свою пропозицію додаткових сервісів, таких як спа-процедури, фітнес-центр, кулінарні майстер-класи або тематичні екскурсії. Це дозволить задовольнити різноманітні потреби гостей і збільшити їх задоволення від перебування в готелі.

Покращення технологічності: важливо вдосконалювати технологічні рішення для зручності гостей, наприклад, впровадження мобільного додатка для швидкого замовлення послуг, онлайн-реєстрації та вибору номеру. Також, автоматизація процесів, які пов'язані з обслуговуванням гостей, може сприяти зниженню часу очікування та поліпшенню якості обслуговування.

Навчання та розвиток персоналу: готель має забезпечити постійне навчання та розвиток свого персоналу з метою підвищення рівня професіоналізму та якості обслуговування. Інвестування в тренінги, семінари та програми мотивації допоможе створити команду висококваліфікованих співробітників, які зможуть задовольнити різноманітні потреби гостей.

Партнерство з місцевими підприємствами: встановлення партнерських відносин з місцевими туристичними агентствами, ресторанами та іншими підприємствами дозволить розширити спектр послуг і привернути нову аудиторію.

Посилення маркетингових зусиль: готельний комплекс "Hilton Kyiv 5*" може вдосконалити свою маркетингову стратегію для привертання нових клієнтів і збереження існуючих. Це може включати запуск рекламних кампаній, участь у туристичних виставках, використання соціальних медіа та партнерство зі впливовими особами. Маркетингові активності повинні бути спрямовані на підвищення свідомості про готельний комплекс і підкреслення його переваг та унікальності.

Підвищення стандартів безпеки: забезпечення високих стандартів безпеки є важливим аспектом для гостей. Готельний комплекс повинен ретельно дотримуватись всіх необхідних протоколів та процедур з питань

безпеки, забезпечувати чистоту та гігієну приміщень, а також надавати інформацію щодо заходів безпеки, що реалізуються. Це дозволить гостям почуватись комфортно та захищено під час перебування в готелі.

Екологічна свідомість: стратегія сталого розвитку та екологічна свідомість стають все важливішими для сучасних споживачів. Готельний комплекс може вдосконалити свої екологічні практики, використовуючи енергоефективне обладнання, впроваджуючи системи утилізації та рециклінгу, пропонуючи програми з економії води та зменшення відходів. Це не тільки сприятиме збереженню навколишнього середовища, але й може привернути споживачів, які приділяють увагу екологічним аспектам.

Висновок до 3 розділу

Було розглянуто перспективні напрями розвитку діяльності готельного комплексу Hilton Kyiv 5*. Впровадження цих перспективних напрямків дозволить готельному комплексу Hilton Kyiv 5* покращити свою систему якості послуг і зайняти ще більш конкурентну позицію на ринку. Це сприятиме збільшенню задоволення гостей, залученню нових клієнтів і збереженню існуючих. Постійне вдосконалення технологічних інструментів та розвиток персоналу допоможуть підвищити рівень обслуговування і задоволення потреб гостей. Крім того, співпраця з місцевими підприємствами та маркетингові активності сприятимуть залученню нових аудиторій і розширенню клієнтської бази. Застосування стандартів безпеки та розвиток екологічних практик також позитивно позначаться на сприйнятті готелю споживачами, що збільшить його привабливість і довіру споживачів. Всі ці заходи сприятимуть зміцненню позиції Hilton Kyiv 5* як одного з провідних готельних комплексів з високою якістю обслуговування.

ВИСНОВКИ

Удосконалення якості послуг в туристичному підприємстві є важливою стратегічною метою для досягнення конкурентних переваг та задоволення потреб клієнтів. На прикладі готельного комплексу Hilton Kyiv 5* було проведено дослідження підходів до удосконалення якості послуг.

Перший розділ роботи дозволив зрозуміти поняття якості згідно зі стандартизованими вимогами і визначити вагомі фактори, що впливають на якість надання туристичних послуг. Важливу увагою приділено стандартам якості як національним, так і міжнародним, що сприяло забезпеченню високого рівня обслуговування та відповідності очікуванням клієнтів.

Другий розділ розкрив особливості розвитку готельного ланцюга Hilton Worldwide та надав загальну характеристику готельного комплексу Hilton Kyiv 5*. Аналіз якості надання послуг у цьому готелі підтвердив його високий стандарт і визнання відвідувачів.

Третій розділ містить SWOT-аналіз готельного комплексу, який виявив сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози. На основі аналізу були запропоновані перспективні напрямки для удосконалення системи надання послуг, такі як покращення комунікації з клієнтами, вдосконалення процесу бронювання та реєстрації, розвиток програм лояльності та підвищення професійної кваліфікації персоналу.

Загалом, удосконалення якості послуг туристичного підприємства є невід'ємною складовою успішного функціонування і забезпечення задоволення клієнтів. Вдосконалення якості послуг в туристичному підприємстві, зокрема на прикладі готельного комплексу Hilton Kyiv 5*, має велике значення для забезпечення конкурентоспроможності і задоволення потреб клієнтів. Результати дослідження підкреслюють високий рівень якості надання послуг у готельному комплексі, що сприяє позитивному іміджу та задоволенню клієнтів.

SWOT-аналіз виявив сильні сторони, такі як висококласне обладнання, професійний персонал та стратегічне розташування, які можна

використовувати як конкурентні переваги. Також були визначені можливості для покращення, зокрема покращення комунікації з клієнтами та розвиток програм лояльності.

Пропозиції щодо удосконалення системи надання послуг включають вдосконалення процесу бронювання та реєстрації, впровадження інноваційних технологій та покращення кваліфікації персоналу. Ці заходи сприятимуть покращенню ефективності та якості обслуговування, а також забезпечать більш глибоке задоволення потреб і очікувань клієнтів. Однак важливо пам'ятати, що удосконалення якості послуг є постійним процесом і вимагає системного підходу. Підприємство повинно бути готове до аналізу змін в суспільному та ринковому середовищі, адаптуватися до нових вимог і тенденцій, а також активно співпрацювати з клієнтами для забезпечення найвищої якості обслуговування.

В цілому, удосконалення якості послуг туристичного підприємства є важливим елементом стратегічного розвитку і забезпечення його успіху на ринку. Висока якість послуг сприяє задоволенню клієнтів, збільшенню їх лояльності та позитивному впливу на репутацію підприємства.

Для досягнення успіху в удосконаленні якості послуг, туристичні підприємства повинні акцентувати увагу на таких аспектах, як персонал, процеси обслуговування, комунікація з клієнтами та інновації. Важливо надати персоналу відповідні навички, знання та мотивацію для високоякісного обслуговування, а також створити ефективні процеси, що забезпечують швидке та якісне виконання послуг. Комунікація з клієнтами повинна бути відкритою, ефективною і персоналізованою, з урахуванням їх потреб та побажань. Впровадження інноваційних технологій і підходів може допомогти підприємству покращити свої процеси та надати нові та привабливі послуги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Навч. посібник. К.: Знання України, 2002. 358 с.
2. Бейдик О.О. Глумачний словник термінів з рекреаційної географії (географія туризму): Роздавальний матеріал для студ. географ. фак. К., 1993. 56 с.
3. Внутрішній туризм в Україні: окремі аспекти. К., 2002. 162 с.
4. Денисюк В.Т. Волинь: Події. Факти. Цифри: Туристичні маршрути. 2. вид. Луцьк: Надстир'я, 2000. 52 с.
5. ДСТУ 9000-2007 “Системи Управління Якістю. Основні положення та словник”.. URL: document.ua/sistemi-upravlinnja-jakisty.-osnovni-polozhennja-ta-slovnik-nor14237.html (дата звернення 10.05.2023).
6. ДСТУ 9001-2009 “Системи Управління Якістю. Вимоги”. URL: www.ukrcsm.kiev.ua/index.php/uk/2009-02-12-13-16-36/63-2009-02-12-08-27-01/122-2009-02-19-13-37-47 (дата звернення 10.05.2023).
7. Закон України "Про туризм" (ВР України, Закон № 324/95-ВР від 15 вересня 1995 р. (із змінами та доповненнями).
8. Дегтярєва І. Б., Харченко М. О. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції. *Стратегія підприємства: конспект лекцій* / укладачі: І. Б. Дегтярєва, М. О. Харченко. Суми: Сумський державний університет, 2016. С. 4-7.
9. Туристичні об'єкти України: Навч. посіб. Х.: НТУ "ХП", 2002. 175 с.
10. Лук'янова Л.Г., Дорошенко Т.Т., Мініч І.М. Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Вища школа, 2001. 236с.
12. Мельниченко С.В. Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах. Вісник КНТЕУ. 2012. №1. С.24-32.
13. Момот О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості. К.: Центр учбової літератури, 2007. 368 с.

14. Сучасні концепції менеджменту: Навч. посібник для студентів вищих навч. закладів / за ред. Л.І. Федулової. К.: Центр учбової літератури, 2007. 533с.
15. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: Навч. посіб. для студ. вузів. К.: Вища школа, 2002. 195 с.
16. Готель «Hilton Kyiv» URL: <https://guide.kyivcity.gov.ua/places/hilton-kyiv>(дата звернення 11.05.2023).
17. Мережа Hilton Hotels & Resorts відкрила перший проект в Україні URL:<https://www.spv.ua/1023/modnews/page~0/branch~0/pid~841/lang~ukrainian/> (дата звернення 11.05.2023).
18. Black, S. J., Steers, R. M.(1994).Organizational Behaviour, Fifth Edition, New York Harper Collins College Publishers
19. Bunja,Đ. (2008) . Organizacija poslovanja u hotelijerstvu i turizmu, Zagreb, Školska knjiga
20. Hilton Company History Timeline URL:<https://www.zippia.com/hilton-worldwide-holdings-careers-5583/history/> (дата звернення 11.05.2023).
21. Hotel management and quality of hotel services URL: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2334-735X/2016/2334-735X1601025B.pdf>
22. ISO 9001:2008 Quality management systems - Requirements. [Електронний ресурс]. URL: www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=46486 (дата звернення 11.05.2023)
23. ISO 9004:2009 Managing for the sustained success of an organization. A quality management approach. URL: www.iso.org/iso/ru/catalogue_detail?csnumber=41014 (дата звернення 11.05.2023).
24. The Story of Hilton. URL: <https://stories.hilton.com/history#> (дата звернення 11.05.2023).
25. Strategies to Improve Service Quality in Your Hotel. URL: <https://preohq.com/blog/5-strategies-to-improve-service-quality-in-your-hotel/> (дата звернення 11.05.2023).