

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту
*Кафедра економіки, підприємництва
та туризму*

Кваліфікаційна робота на правах рукопису

Семенець Вікторія Олегівна

УДК 338.484

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

«Удосконалення якості послуг туристичного підприємства»

242 «Туризм»

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавра

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

(підпис, ініціали та прізвище здобувача вищої освіти)

Науковий керівник -
Опалов Олександр Анатолійович
кандидат економічних наук,
доцент

Житомир 2023

АНОТАЦІЯ

Семенець В. О. 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.

Кваліфікаційна робота присвячена удосконаленню якості послуг туристичного підприємства. Метою дослідження є визначення проблем, що впливають на якість послуг туристичного підприємства та розробка стратегій для їх усунення.

У роботі проведено аналіз поточного стану якості послуг туристичного підприємства шляхом вивчення літератури та проведення емпіричних досліджень, включаючи опитування клієнтів і співробітників. На основі результатів дослідження виявлено основні проблеми, що впливають на якість послуг туристичного підприємства. Для вирішення цих проблем розроблено низку рекомендацій та стратегій.

Ключові слова: якість, туристична послуга, удосконалення якості, системи обслуговування.

ANNOTATION

Semenets V.O. Improving the quality of services of a tourist enterprise. - Qualification work on manuscript rights. Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 "Tourism". – Polissia National University, Zhytomyr, 2023.

The qualification work is devoted to the improvement of the quality of services of the tourist enterprise. The purpose of the study is to identify problems affecting the quality of services of a tourist enterprise and to develop strategies for their elimination.

The work analyzes the current state of the quality of services of a tourist enterprise by studying the literature and conducting empirical research, including surveys of customers and employees. Based on the results of the research, the main problems affecting the quality of services of the tourist enterprise were identified. A number of recommendations and strategies have been developed to solve these problems.

Keywords: quality, tourist service, quality improvement, service systems.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	6
1.1. Сутність туристичних послуг та їх особливості.....	6
1.2. Класифікація показників оцінки якості туристичних послуг.....	9
1.3. Міжнародний досвід управління якістю послуг туристичних підприємств	11
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	14
2.1. Організаційно-економічна характеристика готелю «Турист».....	14
2.2. Оцінка ефективності управління якістю послуг готелю «Турист».....	17
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА	25
3.1. Основні напрями підвищення якості послуг у сфері гостинності	25
3.2. Оптимізація системи менеджменту якості готельного підприємства.....	28
ВИСНОВКИ.....	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	35
ДОДАТКИ.....	

ВСТУП

Актуальність теми. Наше століття неймовірно розкрило туризм як невід’ємну складову життя та одну із найперспективніших галузей в світі. Зростання конкуренції та зміна вимог споживачів ставлять перед туристичними підприємствами необхідність надавати високоякісні послуги, що відповідають потребам та очікуванням клієнтів.

Удосконалення якості послуг є вирішальним фактором у залученні та утриманні клієнтів. Клієнти схильні обирати туристичні підприємства, які пропонують надійні, зручні та персоналізовані послуги. Позитивний досвід споживачів сприяє репутації підприємства та збільшенню його конкурентоспроможності.

Завдяки удосконаленню якості послуг, туристичні підприємства можуть також забезпечити підвищення задоволеності клієнтів, збільшення їх лояльності та рекомендацій, що позитивно впливає на прибутковість та стабільність підприємства. Крім того, вдосконалення якості послуг сприяє розвитку туристичної галузі в цілому, створюючи позитивний імідж та привабливість для туристів.

Аналіз останніх досліджень. В процесі вивчення даної теми були використані роботи деяких вчених та професорів. Базою для розкриття теми дослідження послужили Горський В.Г., Адлер Ю.П., Версан В.Г., Глудкин О.П., Горбунов Н.М., Гуров А.І., Зорін Ю.В., Мільнер Б.З., Потулова В.В. та багато інших. Серед робіт закордонних економістів найбільше розповсюдження в нашій країні отримали роботи Ісікава К., Сакато Сіро, Макмілана Ч., Мондена Я. Вони присвятили велику кількість робіт для вивчення послуг та їх якості, а також її конкретний вплив на туристичний бізнес.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка стратегії підвищення якості послуг туристичного підприємства, а також удосконалення якісних чинників впливу на обслуговування туристів персоналом туристичних підприємств.

Щоб досягти конкретної мети в роботі поставлено **наступні завдання:**

- розкриття поняття якості послуг, її класифікації та існуючих особливостей в процесі роботи;
- аналіз існуючих та вже використовуваних систем загального управління якістю задля більш глибокого розуміння теми дослідження;
- характеристика якості туристичних послуг на прикладі готелю «Турист» та аналітичне вивчення її як фактору обслуговування в роботі;
- розкриття основних проблем впровадження систем удосконалення якості послуг у сфері гостинності, а також оптимізація системи менеджменту якості готельного підприємства.

Об'єктом дослідження виступає система надання послуг у сфері гостинності готельного комплексу «Турист».

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти якості туристичних послуг у сфері гостинності..

Для повного розкриття теми в кваліфікаційній роботі були використанні такі **методи дослідження**, як узагальнення, аналітично-дослідницький метод, статистичний та оцінювальний методи.

Апробація результатів дослідження здійснено у формі участі в науково-практичних конференціях, що відображено в двох опублікованих тезах доповідей.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів основного тексту, загального висновку, списку використаних джерел та додатків. В роботі присутні 5 таблиць та 6 рисунків. Загальна кількість сторінок – 35.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

1.1. Сутність туристичних послуг та їх особливості

Сфера обслуговування займає низку найвагоміших сфер діяльності серед всіх і має великий вплив на людей та їх потреби. Першочергово у туристичній галузі все взаємопов'язано із наданням послуг, адже в цьому і закладається сенс її буття.

Послуга- це певна взаємодія між туристом та підприємством, що зобов'язується обслужити та зробити все можливе для задоволення та повного відпочинку своїх клієнтів. В основному, послуга- якась дія, яка має певну вигоду для однієї із сторін взаємодії та майже завжди має нематеріальну складову, а також сприяє отриманню конкретних емоцій в результаті [1, с. 249].

Нинішня ситуація показує, що туризм став настільки розвинутим та популярним, що його конкурентна здатність виростає до максимальних показників. Отже, туристичним підприємствам треба постійно удосконалюватись та придумувати інноваційні ходи чи інші заохочуючи клієнтів дії. Вони повинні працювати на свою репутацію і завжди покращувати діяльність всього підприємства. Тільки так можна втримати туристичну клієнтську базу та розширяти її і надалі. Тут і вступає поняття ступеню якості послуг обслуговування.

Поняття «якість» взагалі є неосягнутим та об'ємним в розумінні, адже його можна трактувати у всіх сферах діяльності по-різному. Також варто зауважити, що не завжди воно виступає матеріальною складовою, також і не постійно його трактують як щось духовне. Тобто, якість послуги відіграє ту роль, яку від неї потребують у конкретній ситуації, тобто може бути філософська, суспільна, економічна, тощо [2, с. 7].

Якість послуги – це набір характеристик послуги, які визначають її здатність задовольняти встановлені або очікувані потреби споживача [3, с. 23].

Міжнародна організація з питань стандартизації, в основному, займається визначенням якості послуг на підприємствах та характеризує її як сукупність певних чинників, спрямованих на задоволення бажань клієнта та роботу, яка виконується, випередив потреби туристів.

В цілому, фахівці визначають п'ять найбільш суттєвих критеріїв якості послуг, які можна побачити на рис. 1.1.

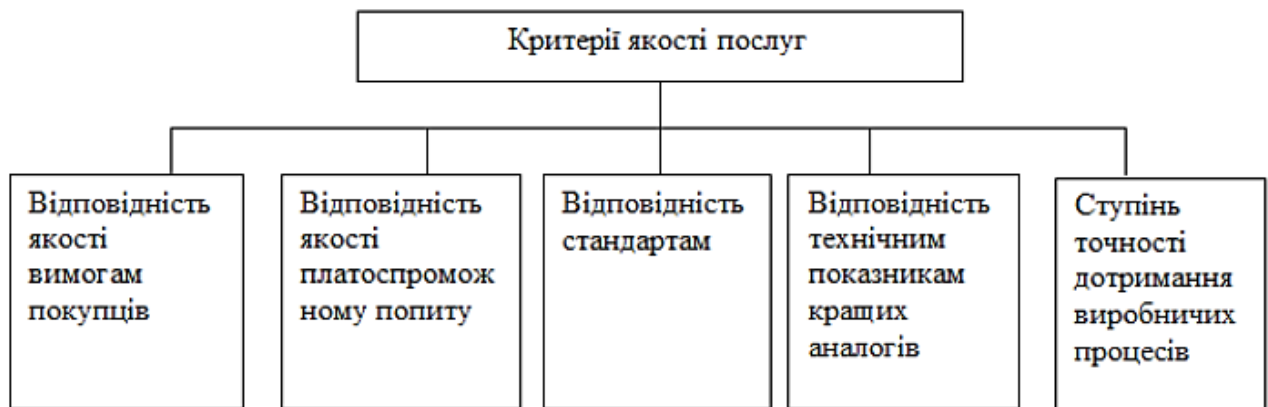


Рис. 1.1. Критерії якості послуг

Джерело: розроблено автором на основі [4]

Отже, запорука успіху в питанні якісного обслуговування лежить у базових діях, які потрібно виконувати, щоб стабільно надавати якісні послуги. Саме відповідність усім цим критеріям і надає таку можливість.

Підвищення якості послуг на території туристичного об'єкту є дуже важливим фактором, адже він піднімає підприємство в рейтингах та підвищує попит серед споживачів. Тому якісне обслуговування повинно бути присутнім обов'язково, а процес його створення потрібно контролювати.

Завдяки контролю системи якісних послуг на підприємстві можна прослідкувати загальну роботу персоналу та обумовлювати недоліки в їх діяльності, а щоб такий контроль проходив постійно та автоматично потрібно

налагодити системність оцінювання робочих процесів. Оцінка якості послуг, в свою чергу, включає наступні рівні якості, які розписані на рис. 1.2.

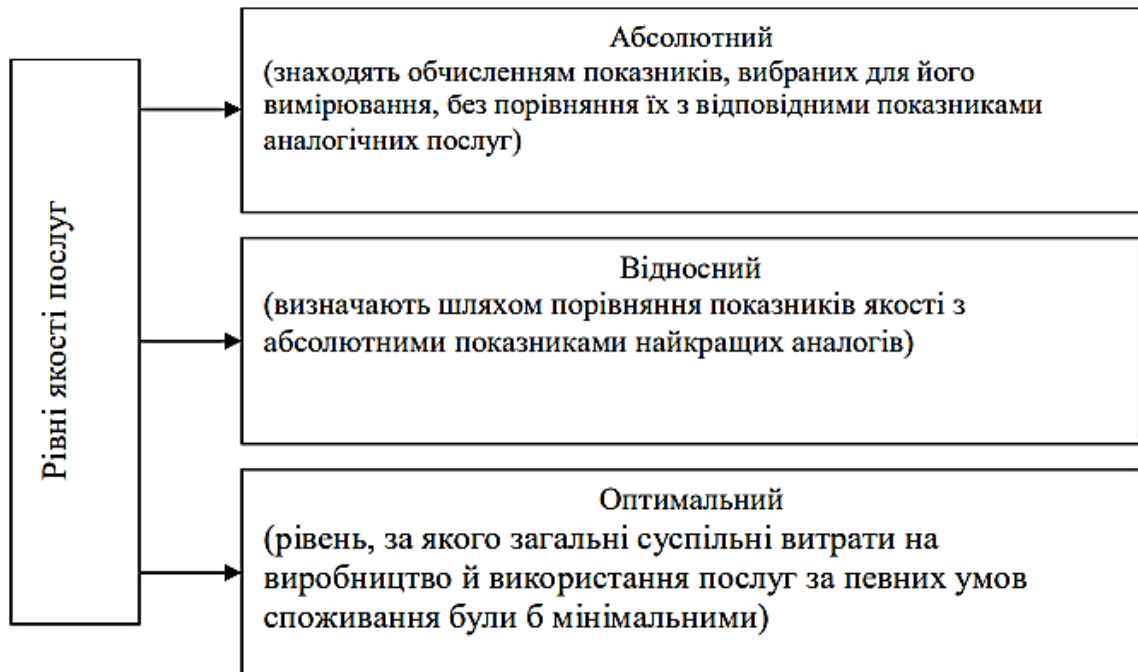


Рис. 1.2. Рівні якості послуг

Джерело: розроблено автором на основі [5]

Таким чином, проаналізувавши вплив якості продукції, робіт та послуг на діяльність підприємства, яке їх виробляє чи надає, можемо сказати, що чим якісніші продукція, роботи та послуги, тим підприємство краще розвивається. В наш час туристичні заклади дуже конкурують один з одним, тому лише якість послуг, які вони надають може виокремити їх та показати індивідуальність в роботі, а також підняти їх вище по рейтингу та додати попиту на послуги. Тобто, в першу чергу заклад повинен орієнтуватись не на кількість послуг та їх екзотичність, а на їх якісну складову до дрібниць, розраховуючи навіть на найпростіші шляхи обслуговування.

1.2. Класифікація показників оцінки якості туристичних послуг

Якістю послуг на туристичному підприємстві це дуже складне поняття, адже воно взагалі не зрівнюється з якістю товарів споживчого характеру. Причиною цьому виступає людський фактор, адже він завжди змінюється та, в цілому, проявляється у кожного індивідуально.

Зрозуміло, що якість це показник, а це означає, що його можна контролювати та вносити до системності. Отже, контроль якості послуг відбувається через оцінку дій, що впливають на якість, аналіз роботи персоналу та інших внутрішніх характеристик. Система цього контролю набір всього комплексу цих процесів, що узагальнюється в єдину управлінську структуру.

Одним із найважливіших аспектів якісної роботи туристичного об'єкту є персонал, адже саме від майстерності робітника залежить процент якісно виконаної послуги. Також не мало важливі фактори, від яких залежить якісний кінцевий результат надання послуги:

- від матеріалів і сировини, що використовуються у виробничому процес;
- від технологічних нюансів та грамотного використання технічного приладдя;
- від кваліфікованості та професійності персоналу, що обслуговує туристів;
- від майстерності виконавців технологічного відділу [6, с. 24].

Також, існують деякі принципи, які своїм проявом характеризують якісні показники послуги. Перший з них базується на дотриманні сервісу туристичного сектору обслуговування. Сюди відносяться наступні фактори:

- послуга завжди повинна максимально відповідати характеру споживання туристами та існуючому на цей момент попиту;
- сервіс туристичного підприємство повинен мати нерозривний взаємозв'язок із маркетингом;

- сервіс наданих послуг має бути гнучким та вміти пристосовуватись до швидких змін туристичного ринку та переваг відвідувачів.

Другий показник відповідає за внутрішні процеси, які також мають вплив на якість послуг. Це робота із персоналом, адже саме від працівників туристичного об'єкта залежить кінцевий результат обслуговування. У цю групу включають:

- кількість робочих місць та їх плінність;
- чіткі сформовані обов'язки, які індивідуально підпорядковуються до кожного співробітника;

- система оцінювання роботи всього персоналу, яка допомагає чітко зрозуміти всі нюанси виконаної роботи та виміряти ефективність обслуговування за певний проміжок часу;

- мотивація персоналу, їх щира зацікавленість у процвітанні всього підприємства, бажання і вміння виконувати всю роботу максимально ефективно;

- система для підвищення кваліфікації та професійності робітників.

Третій показник відповідає за постійну оптимізацію управління системою якості наданих послуг шляхом аналізу та оцінки виконаної роботи і загальної взаємодії на підприємстві.

Четвертий та останній показник групи є найбільш об'ємним, адже вносить корективи у взаємодію безпосередньо між туристом і послугами та відповідає за всебічний контроль надання якісного обслуговування. Він передбачає наступне:

- участь гостя в оцінці та контролі якості;
- створення спеціальних методів роботи, що надають можливість працювати відповідно вимогам стандартизації;

- застосування технічного контролю та внесення інноваційних процесів;

- створення системи самоконтролю робітників;

- постійна робота з групами якості;

- участь персоналу в роботі та можливість запропонувати інноваційні ідеї;
- створення загальної служби контролю, яка б змогла об'єднати всіх представників інших служб, а саме дирекції, фінансового департаменту, Департаменту безпеки, кадрової служби, керівники або співробітники всіх функціональних служб [6, с. 24].

Отже, можна зробити висновок, що поняття якості послуг є складним і простим одночасно, адже це певний процес, який залежить від багатьох факторів. Вона об'єднує декілька основних критеріїв, які взаємозалежать один від одного. Якість послуг є невід'ємною частиною обслуговування на туристичних підприємствах. Без неї неможливо надавати високоякісні послуги та отримувати великий процент попиту від відвідувачів.

1.3. Міжнародний досвід управління якістю послуг туристичних підприємств

Світова готельна сфера діяльності зараз виходить із рамок жорсткої стандартизації та минулих вже не модних аспектів роботи. Аналіз іноземних туристичних закладів показує, що в основному вони працюють на якість та роблять все можливе для просування свого бізнесу серед інших конкурентів.

Зарубіжний туризм базується на високоякісному обслуговуванні та гарантуванні своєму споживачу найкращого відпочинку та задоволення всіх потреб. Отже, якість послуг тут дуже контролюється та об'єднується в системність певної служби.

В принципі, високу якість послуг міжнародні туристичні компанії полегшують принципом впровадження франчайзингу, але також і системами спільних організації, спілок та інших колективних скупчень. Вони об'єднуються на різних рівнях: національному (такі організації, як AH&MA – American Hotel & Motel Association, BHS, тощо) та міжнародному (IHRA – International Hotel & Restaurant Association, HOTREC та інші).

Одна із поширених за кордоном систем, яку ми розповсюджуємо і на території України це Total Quality Management. Це система загального управління якістю обслуговування і вона відповідає за чітке, сконцентроване та взаємопов'язане структурування всіх інших систем та методів, що знаходяться у сфері обслуговування.

Завданнями цієї системи є постійне поліпшення роботи закладів та надання високоякісних послуг на території всіх підприємств без виключення, уникнення непотрібних витрат та завоювання постійних клієнтів шляхом постійного контролю та стабільно хорошої роботи аналітичних служб.

Зарубіжний досвід показав, що Total Quality Management є зручним в процесі роботи та значно краще показує себе в удосконаленні якості послуг, а ніж проста не устаткована праця персоналу. Вона не позиціонує себе як традиційну структуру управління та не рівняється на базові методи обслуговування, які були популярні для використання в минулі сторіччя. Відмінності цієї системи від звичайних структур управління можна побачити в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

**Відмінності основних принципів традиційного управління і системи
«TQM»**

Традиційні принципи управління	Принципи системи TQM
Задоволення потреб замовника	Задоволення потреб споживача, суспільства і співробітників організації
Планування, забезпечення і контроль поліпшення якості продукції.	Планування, забезпечення і контроль поліпшення якості всіх процесів і системи
Забезпеченням якості зайнятий відділ контролю якості	Управлінням якістю зайняті всі співробітники
Кожний автономно виконує поставлене завдання	Координація і взаємодія діяльності всіх співробітників в області якості
В області якості вирішуються тільки питання, «що горять», і завдання сьогодення	В області якості регулярно виявляються і вирішуються хронічні проблеми

Джерело: розроблено автором на основі [7, с. 100]

Отже, як ми бачимо система спрямована на загальну роботу колективу над якісними аспектами обслуговування та використовує всі знайомі нам показники якості та чинники його контролю. На відміну від інших систем, ця координує діяльність всіх співробітників та заздалегідь планує певні удосконалення в перспективі.

Україна, в нинішньому столітті, також, спираючись на знання отриманні від зарубіжного досвіду, використовує на територіях своїх туристичних закладів системи якості послуг та обслуговування. Це допоможе нам вийти на світовий рівень туристичного ринку, підвищити конкурентну спроможність, а також надасть змогу удосконалювати і надалі наші послуги, роблячи їх все більш якісними та професійними, приносячи задоволення споживачам.

Підсумовуючи, можна сказати, що якість обслуговування є обов'язковою примхою для закладів, які відповідають за рівень своєї репутації та потребам своїх споживачів. Якість послуги – це набір характеристик послуги, які визначають її здатність задовольняти встановлені або очікувані потреби споживача.

Поняття «якість» взагалі є неосягнутим та об'ємним в розумінні, адже його можна трактувати у всіх сферах діяльності по-різному. Існують деякі показники, які потрібно дотримуватись для гарного результату та ефективної роботи в закладі, адже це є база для якісного обслуговування.

Міжнародний досвід так само показує нам приклад потреби у такому понятті як «якість». Було створено безліч систем контролю якості, які узагальнюють знання та правила грамотного якісного надання послуг. Українські заклади беруть приклад із світових туристичних закладів та сприяють створенню системних чинників та намагаються контролювати потік якості послуг та надавати якісні послуги споживачам.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Організаційно-економічна характеристика готелю «Турист»

Аналіз внутрішніх робочих процесів окремого готелю допоможе обґрунтувати тему дослідження, яка закладається у потребі якісного обслуговування. Щоб розкрити це поняття було досліджено всі сильні та слабкі сторони роботи цього підприємства, а також статистично розкрито процеси обслуговування.

Готель «Турист» знаходиться у місті – столиці України, Києві. Його розташування є дуже зручним та правильним з точки зору привабливого географічного розміщення. Від нього, всього в 7 хвиликах, знаходиться Хрещатик, а також в 50 м від головного входу стоїть метро «Лівобережна». Таке розташування значно покращує рентабельність готелю та відкриває двері всім типам споживачів, як громадянам так і іноземцям.

Територія готелю, в основному, заповнена житловими забудовами – 70 % від всієї площі відходить до номерного фонду. Приміщення для персоналу займають 7%, вони потрібні для обслуговування того самого номерного фонду, 18%- горизонтальні комунікації, гостинні на житлових поверхах – 2,2%.

Номерний фонд готелю «Турист» представлений трьома категоріями: Економ, Стандарт і Напівлюкс. Кожна категорія надається у кількості одномісного та двомісного номеру. Повністю всі житлові приміщення обладнані необхідними приладдями та технічним забезпеченням, починаючи від телевізора, закінчуючи феном у ванній кімнаті.

До вартості будь-якого варіанту проживання у готелі «Турист» входить сніданок «шведський стіл».

На території закладу споживачі можуть скористатись послугами харчування, адже тут є власний ресторан, в меню якого входить безліч

варіантів страв та напоїв. Тут можна швидко та якісно обслужити одночасно 400 відвідувачів, що є дуже потужним фактором якісного надання послуг.

Дизайн готелю виконаний дуже естетично та затишно. Тут туристам буде дуже комфортно проживати та проводити свої вихідні, тим паче коли око також отримує насолоду від інтер'єру та екстер'єру.

Також сюди залюбки приїжджають бізнес-туристи, адже готель надає їм все необхідне для проведення конференцій, семінарів та будь-яких інших ділових зустрічей, з урахування бізнес-ланчу та інших додаткових послуг. Тут є декілька варіантів бізнес-залів, такі як «Театральний», «Малий конференц-зал» та інші, які можуть обслуговувати декілька зустрічей одночасно.

Отже, основними перевагами готелю є його зручне розташування, великий вибір як номерного фонду так і інших за призначенням приміщень для потреби різних типів відпочиваючих, якісне обслуговування ресторану, автомобільна стоянка, а найголовніше розумні ціни, які повністю відповідають якості наданих послуг.

Для узагальнення інформації про адміністративну та господарську діяльність варто провести фінансову аналітику робочих процесів готелю. Аналіз фінансових результатів можна побачити на табл. 2.1.

Як показують дані, протягом 2019-2021 рр. система фінансової спроможності зазнавала змін. Видно, чиста виручка від реалізації товарів та послуг зросла в 2021 році порівняно з 2019 роком на 67706 тис. грн. (59,34%), собівартість від реалізації товарів та послуг за цей же період також зросла на 23394 тис. грн. (16,77%). Негативно вплинули адміністративні витрати на 3096 тис. грн. (26,62%) та витрати на збут на 4918 тис. грн. (64,52%), які не зовсім позитивно закривались з огляду на доходи, а також зменшився збиток на 21323 тис. грн. (3,67%) у 2021 році, дивлячись на статистику 2019 р.

Варто додати, що хоч і фінансові витрати були зменшені на 38161 тис. грн. (48,77%), інші витрати, які потрібно було закривати значно погіршили

картинку чистої виручки та позитивних прибутків, в цілому. Це все проглядається у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Основні показники фінансових результатів діяльності готель «Турист» за 2019-2021 рр., тис. грн.

Показники	Період			Відхилення 2019/2021	
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	абс., (тис. грн.)	відн., %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	170382	114107	181813	67706	59,34
Валовий прибуток (збиток)	-21319	-25391	18921	44312	274,52
Інші операційні доходи	9774	11200	603710	592510	5290,27
Адміністративні витрати	18213	11631	14727	3096	26,62
Витрати на збут	10122	7623	12541	4918	64,52
Інші операційні витрати	26711	470545	1117720	647175	137,54
Інші фінансові доходи	39	13	26	13	100,00
Інші доходи	138576	37424	104961	67537	180,46
Інші витрати	141059	35805	101826	66021	184,39

Джерело: розроблено автором на основі [12]

Отже, на жаль в процесі аналізу фінансових аспектів роботи готелю було визначено, що негативних факторів значно більше ніж позитивних. Тому, керівництву готелю «Турист», яке займається управлінням якістю, обслуговування та всіма іншими процесами варто звернути на це увагу та впроваджувати певні заходи щодо підвищення реалізації продукту, оборотів та доходів підприємства, а також більше часу приділяти комунікаціям із персоналом.

В основному, готельне підприємство сприяє покращенню роботи туристичної сфери України в цілому та намагається усунути всі недоліки

туристичного обслуговування, адже в пріоритеті у них завжди постає якісні послуги, гарна фінансова спроможність та позитивна атмосфера на території туристичного об'єкту.

2.2. Оцінка ефективності управління якістю послуг готелю «Турист»

Щоб оцінити ступінь якісного обслуговування на території готелю «Турист», потрібно звернути увагу на працюючий тут персонал, адже саме від їх роботи та кваліфікованого обслуговування і залежить ефективність управління якістю.

На підприємстві, починаючи із статистики 2021 року, працює 257 осіб. Персонал готелю є професійним та висококваліфікованим. Робітники дуже організовано підходять до питань комунікації із відвідувачами та проявляють себе як креативна та цілісна команда.

Рівень якісного стану роботи всього підприємства повністю залежить від внутрішніх та зовнішніх факторів робочих процесів працівників, адже вони і налагоджують всі процеси управління якістю послуг кожного дня. Від цього прямо перпендикулярно залежить результат обслуговування.

В табл. 2.2. представлено основні показники кількісного та якісного складу працівників готелю «Турист» за 2020-2021 роки.

Як ми бачимо з табл. 2.2. кількісний та якісний склад персоналу зазнавав певних змін. По-перше, збільшилась плинність кадрів, так як у 2021 році кількість працівників була більшою, ніж у 2020 році (зменшилось на 18,15%). Але, при цьому, не дивлячись на зменшення працівників у кількісному аспекті, якісний склад збільшився.

Це прослідковується у моменті, що у 2021 році стало більше працівників з повною вищою освітою (збільшилось на 22,67%) та більш молодим віковим чинником. Це говорить про підвищення якісного обслуговування, адже працівників стало менше, але весь склад персоналу став значно кваліфікованими та сучаснішим.

**Кількісний та якісний склад працівників ГК „Турист” за 2020-2021 роки,
осіб**

Показники	Період		Відхилення 2021 від 2020 рр.	
	2020 р.	2021 р.	абсол.	відн.
Облікова кількість штатних працівників	314	257	-57	-18,15
Кількість працівників, які мають вищу освіту за освітніми рівнями:				
неповна та базова вища освіта	10	10	0	0,00
повна вища освіта	75	92	17	22,67
Кількість працюючих у віці (років):				
15-34	31	48	17	54,84
50-54	69	53	-16	-23,19
55-59	59	32	-27	-45,76

Джерело: розроблено автором на основі [12]

Для повного аналізу готельного середовища було досліджено статистичні дані SNW-таблицю, яка розшифровується як сильна (Strength), нейтральна (Neutral), слабка (Weakness). Головним завданням цієї аналітичної таблиці-виявлення всіх активних та пасивних сторін управління якістю. Мета обґрунтування такого аналізу це, у майбутній перспективі, використання активних аспектів та усунення всіх негативних та пасивних факторів. SNW-аналіз готельного підприємства «Турист» можна побачити в ДОДАТКУ А. Ступінь вагомості параметрів внутрішнього середовища діяльності готельного підприємства було оцінено експертами за 10-ти бальною шкалою.

Дані, які розглянуті на таблиці, показують, що серед сильних сторін на підприємстві визначаються якісні послуги, розумна цінова політика, гарні умови праці та в цілому позитивна атмосфера в колективі. Слабкі сторони це деяка плинність кадрів, яка зменшує кількість працівників в готелі, а також не до кінця опанована та дороблена стратегія управління.

В цілому, в нашому століття проблема надання неякісних послуг на території туристичних підприємств набуває все більшої актуальності, а, тому

всі конкурентоздатні об'єкти борються за репутації високоякісного обслуговування саме у себе. Теж можна сказати і про зовнішню роботу готелю «Турист», який має на меті просуватись надалі та займати вищу плану серед конкурентів.

Підтримка якості обслуговування на належному рівні, своєчасне усунення недоліків у наданні послуг, розробка стратегії удосконалення обслуговування є основними завданнями підприємства.

Схему залежності конкурентоспроможності послуг готельного підприємства «Турист» від основних проблем та факторів якості представлено на рис 2.1.



Рис. 2.1. Залежність конкурентоспроможності послуг готельного підприємства «Турист» від основних проблем та факторів якості

Джерело: розроблено автором на основі [12]

Найважливішим фактором роботи для готелю є менеджмент та загальне управління якістю послуг, а також виконання певних дій, щоб отримати найкращий результат. Наприклад, розроблення та впровадження в процес

обслуговування потрібних стандартів та вимог, навчання та підвищення кваліфікації персоналу, а також постійне контролювання всього вище перерахованого. Саме тому він спокійно конкурує з більш високими та популярнішими готелям і не залишається при цьому осторонь.

Отже, варто зауважити, що реалізації якісних послуг не зовсім доведена до грамотного результату. Цьому сприяє ряд невирішених причин, які заважають удосконалювати якісне обслуговування на підприємстві. Ці недоліки розглянуті у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Причини, які зумовлюють необхідність розроблення та забезпечення функціонування системи управління якістю обслуговування клієнтів ГК «Турист»

№ п/п	Причини, які зумовлюють необхідність розроблення управління якістю
1	- відсутність стандартів обслуговування, що призводить до неузгодження управлінських рішень, різного рівня якості наданих послуг;
2	- за наявності власних стандартів обслуговування вони не відповідають вимогам міжнародної нормативної бази;
3	- неефективний зв'язок між різними рівнями менеджменту, що впливає на якість послуг і виникнення проблем, спричинених неоднорідністю послуг;
4	- значне коливання якості обслуговування клієнтів;
5	- оцінювання праці персоналу за активність, а не результативність;
6	- надмірне завантаження працівників готелю «Турист», як наслідок, зниження продуктивності їхньої праці, незадоволення клієнтів і втрата прибутків;
7	- уповільнене вирішення проблем, пов'язаних зі скаргами клієнтів на обслуговування. Як правило, воно зводиться до виявлення винних. Попередження можливих скарг залежить від налагодженого зв'язку між керівництвом, обслуговуючим персоналом та клієнтом;
8	- переважання консервативного стилю управління обслуговування клієнтів, за яким колишні стандарти покладаються в основу політики якості сьогодні. Такий стиль є головним джерелом виникнення витрат, зумовлених зовнішніми т внутрішніми витратами.

Джерело: розроблено автором на основі [12]

Задля гарного результату та отримання якісних послуг персонал готелю стабільно навчається та осягає нові знання, тому що половина успіху в цьому питанні це постійне оновлення послуг та прийняття інноваційних рішень. Наприклад, за часи роботи готель «Турист» додав до свого асортименту рекламу, PR-діяльність, бренд готелю та просування свого імені, персональні продажі, директ-маркетинг та багато інших операцій, які безумовно впливають на конкурентну спроможність підприємства.

Також, варто додати, що система управління якістю обслуговування клієнтів, створена в готелі «Турист» працює кожного дня та опановує всі виникаючі недоліки недостачі якості на території підприємства. В цілому, цей процес представив певний перелік задач, які потрібно виконувати постійно, щоб результат завжди виходив правильним та приносив дохід. На рис. 2.2. описується ряд цих завдань.

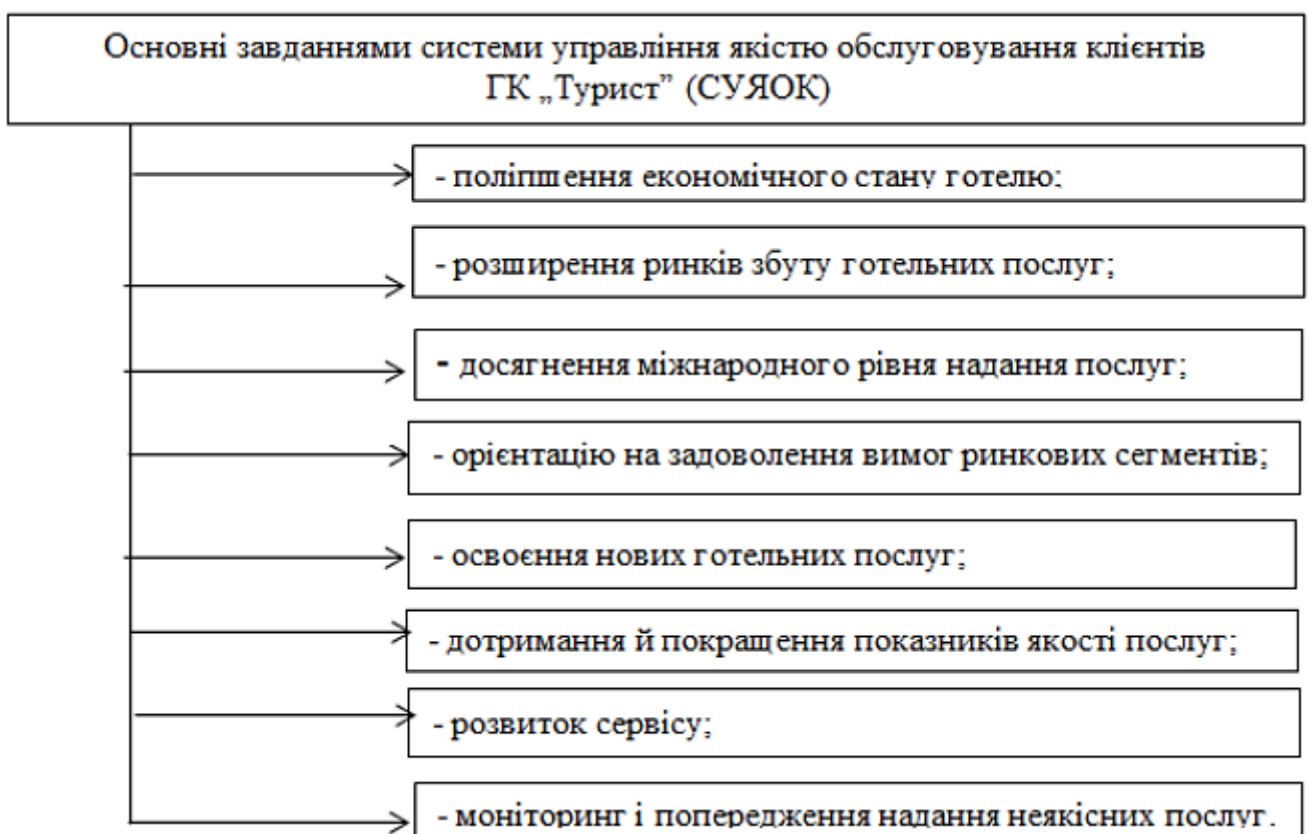


Рис. 2.2. Основні завдання системи управління якістю обслуговування клієнтів готелю «Турист»

Джерело: розроблено автором на основі [12]

Як було вище зазначено, готель намагається ще більше підвищити якість своїх послуг та виконує для цього велику кількість завдань. Також, до роботи на підприємстві «Турист» використовується базова система управління якістю, яка є стандартизовано затвердженою та схваленою для впровадження її в роботу будь-якого туристичного закладу.

Ця розробка називається моделлю «П'ять М», її доцільно використовувати тоді, коли заклад бажає надавати лише якісні послуги та устаткувати цей процес в безперервний та стабільний. Згідно з моделлю, до основних об'єктів і суб'єктів належать персонал (men); обладнання (machine); матеріал (material); метод (method); навколишнє середовище, мікроклімат (milieu) [13, с. 25].



Рис. 2.3. Модель управління якістю готельних послуг

Джерело: розроблено автором на основі [13]

Отже, ця модель говорить про наступне. Кожен із перерахованих суб'єктів та об'єктів, взаємопов'язаний певними елементами, які співпрацюють між собою:

- персонал: кваліфікація, яка має відповідати обов'язкам, а також повинен мати навички та потрібний для роботи досвід;
- обладнання: устаткування, облаштування, прилади, інженерно-технічна система;
- матеріал: вся продукція та необхідне приладдя для комфортного проживання має бути в ідеальному для користування стані (рушники, фен, постільна білизна, халати для ванної, тощо);
- метод: система, організація, технологія, стиль керівництва, стандарти якості послуг та обслуговування;
- навколишнє середовище, мікроклімат: імідж, економічний успіх, конкурентоспроможність, захист довкілля, умови праці.

Якість послуг є вадливим фактором не тільки для підприємства «Турист», але й для інших закладів, українського населення та, в цілому, для економічної ситуації в країні. Тому що якісне обслуговування приносить прибуток та реалізує послуги, які коштують певну суму грошей, звідси знімається ВВП, яке йде на проблеми та потреби країни.

Підсумовуючи, можна сказати, що на прикладі готелю «Турист» яскраво видно потребу у якісному обслуговуванні на території українських закладів, адже чим якісніше надаються послуги, тим перспективнішим є об'єкт на туристичному ринку послуг. Готель розуміє базові потреби відвідувачів у найвищому ступені задоволення, а тому підтримує розвиток та удосконалення послуг у внутрішніх процесах своєї роботи.

Як показує статистика, ще не всі недоліки системи управління якістю були вирішені, але заклад стрімко наближається до потрібного якісного результату. Нині, в готельному підприємстві працює більш молодий та кваліфікований персонал, адже на 23% більше працівників мають повну вищу

освіту за туристичною спеціальністю, які в змозі своєю роботою вивести обслуговування готелю на новий рівень якості.

Таким чином, серед слабких місць в обслуговуванні клієнтів ГК «Турист», слід відмітити:

1. Недостатня увага до задоволення клієнтів: Якщо компанія не приділяє достатньо уваги потребам та очікуванням клієнтів, це може призводити до незадоволеності та втрати клієнтів.

2. Недостатня комунікація: Відсутність чіткої комунікації між співробітниками та клієнтами може призводити до непорозумінь, помилок та неправильного виконання замовлень.

3. Недостатня підготовка та навчання персоналу: Якщо персонал не має достатніх навичок та знань для виконання своїх обов'язків, це може впливати на якість обслуговування та задоволення клієнтів.

4. Відсутність системи контролю якості: Якщо компанія не має чітких процедур та механізмів контролю якості, це може призводити до непередбачуваних проблем та низької якості послуг.

5. Недостатня реакція на скарги та проблеми клієнтів: Якщо компанія не ефективно вирішує скарги та проблеми, це може створювати негативний вплив на репутацію та сприйняття якості послуг.

Ці недоліки можуть впливати на якість обслуговування та задоволення клієнтів.

РОЗДІЛ 3

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Основні напрями підвищення якості послуг у сфері гостинності

Якість туристичних послуг ГК «Турист» – це складний процес, який повністю відрізняється від надання якості в інших галузях промисловості, адже розуміння недоліків неякісного обслуговування в туристичних об'єктах приходить уже в процесі їх надання, отже дуже важливим фактором є грамотна система управління, яка першочергово прослідкує можливий аспект проблем. Тому якість туристичних послуг є найважливішим чинником для репутації та рентабельності готельного закладу. Вирішення та усунення проблем удосконалення якості послуг прямо перпендикулярно поняттю основних напрямів підвищення якості.

Один із основних напрямів удосконалення є пов'язаний із роботою з клієнтом, а саме з орієнтуванням на споживача. Мається на увазі, що, щоб удосконалити роботу з якісним обслуговуванням треба розуміти, що саме подобається клієнтурі та які потреби у нас в конкретний час. І, замість того, щоб приваблювати десять нових відвідувачів, краще сприяти на постійне повертання одного старого клієнта. Якщо ще й розуміти, що на отримання декількох нових туристів витрачається в 6 разів більше коштів та сил, ніж затримати у себе одного старого, цей процес стає більш простим та рентабельним.

Також, грамотні готельні підприємства розуміють, що завжди потрібно орієнтуватись на конкурентів, аналізувати їх позитивні та негативні фактори роботи, а також постійно додавати інноваційні аспекти менеджменту та використовувати передові технологічні можливості.

Варто зазначити ще раз, що найголовніший напрямок підвищення якості послуг на підприємстві- це вивчення існуючого ринку та потреб власного

споживача, адже кінцевий результат залежить від їх задоволення.

Наступний обов'язковий напрямок удосконалення якісного обслуговування, як вже неодноразово аналітично доводилось, це кваліфікаційний склад персоналу. Недостатній рівень знань працівників приводить до негативних відгуків відвідувачів та, як наслідок, втрату стабільної реалізації послуг.

Контроль за наданням якісних послуг є невід'ємною частиною підвищення якісного обслуговування. Система управління якістю повинна контролюватись на всіх етапах її впровадження та розробки. Оскільки саме від цього нюансу і виникають можливі непроконтрольовані завчасно проблеми.

Система має бути злагодженою та відпрацьованою перед впровадженням її в роботу, адже процес обслуговування є безперервним і тому результат, який буде отримано є невідворотнім. Правильна та проконтрольована робота системи управління призведе до виникнення варіантів інвестування у роботу готельного закладу. Тому цей процес також може стати напрямком підвищення статусу закладу та покращенню якості послуг [21, с. 28].

На думку автора, один із найважливіших недоліків на сьогодні з теми дослідження це недоліки та непродумані питання стандартизації в сфері гостинності. Мається на увазі, що в законодавчій базі України відсутні стандарти, які впроваджуються саме відносно відсутності якісного обслуговування. Тобто, якщо готель не надає якісних послуг, його керівництво не несе жодної відповідальності. Це є неабияка проблема, яка заважає розвивати український туристичний ринок. Питання розробки стандартизації назріває вже давно. Він виступає як перспективний напрямок удосконалення якісного обслуговування, адже його створення буде дуже стимулювати заклади працювати якісно та згідно законодавчих обов'язкових вимог [23].

Потребують подальшого впровадження в діяльність ГК «Турист» показників оцінки якості готельних послуг. Зокрема, ми пропонуємо ввести систему моніторингу якості за наступними показниками:

1. **Задоволення клієнтів:** Цей показник вимірює рівень задоволення гостей готелю. Це може бути визначено за допомогою анкетування або збору відгуків клієнтів. Рівень задоволення може відображати як загальне враження клієнтів, так і їхнє задоволення конкретними аспектами, наприклад, обслуговуванням, чистотою, комфортом тощо.

2. **Частота повторних відвідувань:** Цей показник вказує на те, наскільки часто клієнти повертаються в готель. Якщо багато людей обирають повторне перебування, це може свідчити про задоволеність їхнім досвідом перебування.

3. **Рейтинги та огляди в Інтернеті:** Огляди та рейтинги готелю на веб-сайтах, таких як TripAdvisor або Booking.com, можуть бути корисним індикатором якості обслуговування. Позитивні огляди та високі рейтинги свідчать про задоволення клієнтів та їхню високу оцінку готелю.

4. **Відгуки і скарги клієнтів:** Збір і аналіз відгуків і скарг клієнтів може надати інформацію про недоліки або проблеми, з якими зіштовхуються гості готелю. Це дозволяє готелю вжити заходів для вдосконалення якості обслуговування.

5. **Час обробки запитів:** Швидкість та ефективність обробки запитів гостей (наприклад, бронювання, запити щодо обслуговування) є важливим показником якості обслуговування.

6. **Ключові показники ефективності (KPI):** Готелі можуть використовувати різні KPI для вимірювання якості обслуговування. Наприклад, серед них можуть бути час реєстрації та виїзду гостей, відсоток заповненості готелю, відсоток виконаних заявок на обслуговування вчасно і т.д. Ці показники можуть допомогти виявити ефективність роботи готелю і відслідковувати поліпшення в певних аспектах обслуговування.

7. **Аудит якості:** Готелі можуть проводити аудит якості, який включає оцінку різних аспектів обслуговування, таких як чистота номерів, якість харчування, рівень обслуговування персоналу і т.д. Цей процес може

включати огляди системи управління якістю, перевірку дотримання стандартів готелю та виявлення можливих проблем та вдосконалень.

8. Опитування персоналу: Залучення працівників готелю до оцінки якості обслуговування може бути корисним інструментом. Опитування можуть стосуватися їхнього власного задоволення роботою, знання процедур та стандартів обслуговування, їхню взаємодію з гостями тощо. Це може дати уявлення про те, як персонал сприймає й виконує свої обов'язки, а також про його вплив на якість обслуговування.

Ці методи та показники допомагають готелям оцінити та поліпшити якість обслуговування, забезпечуючи задоволення гостей і підтримуючи позитивну репутацію готелю на ринку туризму.

Ці та інші напрямки потрібно впроваджувати на території туристичних закладів, адже вони виступають основою та запорукою підвищення якісного обслуговування в Україні. В умовах ринкових відносин впровадження якісних послуг в готельному господарстві є необхідним інструментом забезпечення його ефективної діяльності та посилення конкурентоспроможності.

3.2. Оптимізація системи менеджменту якості ГК «Турист»

Оптимізація системи менеджменту якості, в основному, залежить від кадрів та служб, які нею управляють. Саме тому є дуже важливим фактором грамотної роботи- це професійний склад робітників, які виконують операційну діяльність. Наприклад, співробітники різних управлінських служб можуть пропонувати цікаві рішення та варіанти усунення проблем роботи закладу, і, майже завжди, їх пропозиції є вірними, адже працівники, виконуючи свої задачі бачать обслуговування всередині.

На прикладі готелю «Турист» можна сказати, що оптимізація системи управління якістю перекликається із системністю фінансового розслідування. Тому, щоб оптимізувати систему якісного обслуговування потрібно чітко володіти інформацією про кожний вид витрати на підприємстві. Іншими

словами, потрібно орієнтуватись у всіх факторах, які впливають на вартісні об'єми та величини реалізації якісних та неякісних послуг. У табл. 3.1. розглянуто неминучі витрати, які потрібні закладу для основи якісного обслуговування.

Таблиця 3.1

**Розподіл витрат ГК „Турист” на забезпечення якості послуг
у 2022 році, тис. грн.**

Тип витрат	тис. грн.	співвідношення, %
Витрати на попереджувальні заходи	3,0	5
Витрати на надання послуг та усунення дефектів	42,0	70
Витрати на контроль якості	15,0	25
Всього	60,0	100

Джерело: розроблено автором на основі [26]

З метою вжиття підвищення якісного рівня обслуговування в готелі вважаємо за доцільне запропонувати до реалізації наступні заходи

1. Оцінка задоволення клієнтів: Проведення регулярних опитувань або збір відгуків клієнтів для оцінки їхнього задоволення послугами компанії. Аналіз отриманих даних та вживання заходів для вдосконалення та відповіді на потреби клієнтів.

2. Підвищення навичок персоналу: Надання навчання та тренінгів персоналу для поліпшення їхніх навичок у сфері обслуговування клієнтів, комунікації та міжособистісних взаємин.

3. Забезпечення стандартів якості: Встановлення чітких стандартів обслуговування для всіх процесів у ГК "Турист". Вони повинні бути зрозумілими для всього персоналу та дотримуватися в усіх ситуаціях.

4. Встановлення ефективної комунікації: Покращення комунікації між співробітниками та клієнтами. Забезпечення чітких каналів спілкування, відповідної інформаційної системи та швидкої реакції на запити та запитання клієнтів.

5. Залучення клієнтів до процесу: Надання можливості для зворотного зв'язку та активне залучення клієнтів до процесу поліпшення якості. Проведення опитувань, фокус-груп або створення програм лояльності для сприяння залученню та участі клієнтів.

6. Постійне вдосконалення: Створення культури постійного вдосконалення в ГК "Турист". Проведення аудитів якості, впровадження процесів постійного моніторингу та оновлення стандартів для досягнення вищого рівня обслуговування.

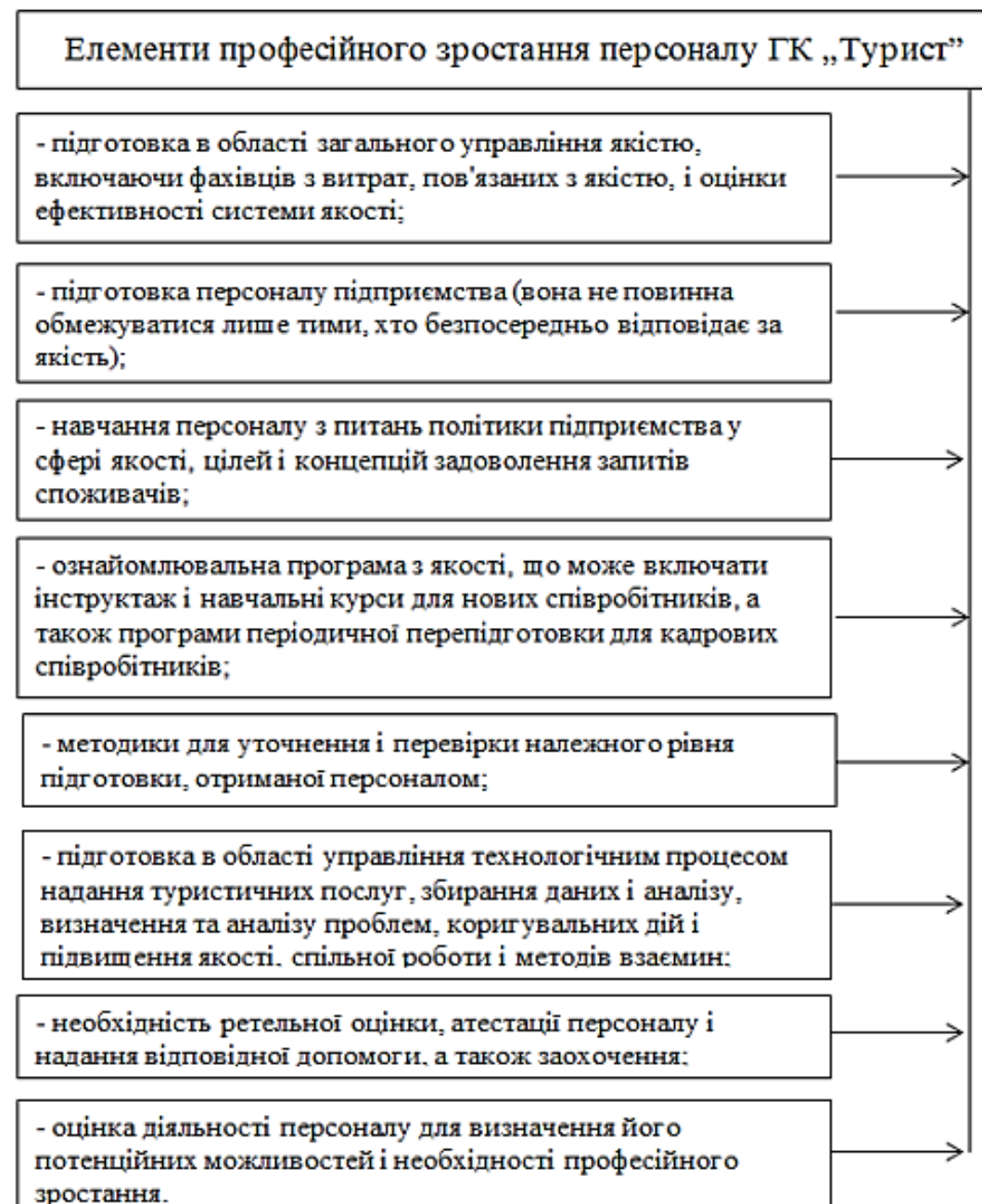


Рис. 3.1. Елементи професійного зростання персоналу готелю

Джерело: розроблено автором на основі [27]

Також, одне із оптимізаційних рішень, на думку автора, це постійне кваліфікаційне удосконалення персоналу. На рис. 3.1. розглянуто всі елементи професійного зростання, які були досліджені на прикладі готелю «Турист».

Адже, ті люди, які комунікують із клієнтом та напряму приймають обов'язки надання споживачам послуг повинні мати всі навички та працюючі методи обслуговування. Це мінімум діяльності, яка має виконуватись на підприємстві з огляду на добір персоналу.

Проаналізувавши систему управління якістю готельних підприємств України можна виокремити наступні критерії оптимізації. По-перше, варто слідкувати за базовими потребами споживачів, які обов'язково повинні носити стабільно якісний фактор.

Наприклад, безпека проживання (відвідувачі повинні оберігатись за час проживання в готелі, за їх майно і життя несуть відповідальність персонал та керівництво), місце розташування готелю (він повинен знаходитись у доступності торгових центрів, магазинів чи інших варіантів соціального життя), комфорт та оснащення номеру (готель зобов'язується підготувати номерний фонд для нормального та якісного в ньому проживання, з урахуванням всього необхідного), ціна проживання має зіставлятись з якістю наданих послуг та бути розумною, а персонал повинен бути ввічливим та етичним [32].

Оптимізаційні аспекти мають урахуватись та впроваджуватись на території всіх українських готельних закладів, адже тільки так можна завжди залишатись в тренді та стабільно якісно обслуговувати, покращуючи при цьому свою репутацію.

Підсумовуючи, можна сказати наступне. Основними напрямки удосконалення якості послуг виступає кваліфікований персонал, орієнтування на споживача, розумна цінова політика, непродумана законодавча система, стандартизація не працююча з відсутністю якості та багато іншого. Тобто,

вирішення цих та інших проблем автоматично покращує систему управління якісним обслуговуванням.

Оптимізація системи менеджменту якості послуг напряду впливає із невпроваджених проблем. Вона обов'язково повинна бути присутньою в роботі управління готельним закладом, адже без інноваційних рішень підприємство ніколи не наздожене нинішні параметри якості наданих послуг.

Оптимізація системи менеджменту якості послуг ГК "Турист" може включати наступні пункти:

1. Визначення мети і стратегії компанії щодо якості послуг.
2. Управління процесами та розроблення ефективних процедур та стандартів.
3. Впровадження стандартів якості, таких як ISO 9001.
4. Моніторинг та аналіз якості послуг з використанням ключових показників продуктивності та якості.
5. Залучення персоналу до процесу управління якістю.
6. Постійне вдосконалення системи менеджменту якості.

Ці пункти спрямовані на покращення якості послуг і забезпечення задоволення клієнтів ГК «Турист».

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження можемо сформулювати наступні висновки. Досліджено поняття як «якість послуг» та його розуміння в роботі туристичної сфери. Було обґрунтовано її класифікацію та сутність кожного типу окремо. Стало зрозумілим, що поняття «якість» взагалі є неосягнутим та об'ємним в розумінні, адже його можна трактувати у всіх сферах діяльності по-різному. Також варто зауважити, що не завжди воно виступає матеріальною складовою, також і не постійно його трактують як щось духовне.

З огляду на отриманні знання розглянуто особливості надання якісного обслуговування в українських туристичних закладах. Також опрацьовано міжнародний досвід, який досягається туристичним ринком України. В цілому, розглянуто систему управління якістю під назвою Total Quality Management Завданнями цієї системи є постійне поліпшення роботи закладів та надання високоякісних послуг на території всіх підприємств без виключення, уникнення непотрібних витрат та завоювання постійних клієнтів шляхом постійного контролю та стабільно хорошої роботи аналітичних служб.

В другому розділі характеризувалось готельне підприємство «Турист», яке використовувалось як приклад туристичного об'єкту. Цей заклад впроваджує до свого управління систему контролю за якістю послуг. На жаль, було досліджено, що в процесі аналізу фінансових аспектів роботи готелю було визначено, що негативних факторів значно більше ніж позитивних.

Також аналізувалось ефективність управління якістю послуг готелю «Турист». Як показав статистичний аналіз, кількісний та якісний склад персоналу зазнавав певних змін. По-перше, збільшилась плинність кадрів, так як у 2020 році кількість працівників була більшою, ніж у 2021 році (зменшилось на 18,15%). Але, при цьому, не дивлячись на зменшення працівників у кількісному аспекті, якісний склад збільшився. Варто також зазначити, що нині, на території закладу працює на 23% більше робітників з

повною вищою освітою за спеціальністю, що ще раз показує вищий процент надання якісного обслуговування.

Найважливішим фактором роботи для готелю є менеджмент та загальне управління якістю послуг, а також виконання певних дій, щоб отримати найкращий результат. Наприклад, розроблення та впровадження в процес обслуговування потрібних стандартів та вимог, навчання та підвищення кваліфікації персоналу, а також постійне контролювання всього вище перерахованого. Саме тому він спокійно конкурує з більш високими та популярнішими готелям і не залишається при цьому осторонь.

У третьому розділі було проведено власне авторське дослідження, в якому розглядались можливі варіанти удосконалення якісного обслуговування та чинники оптимізації системи менеджменту управління якістю послуг. В цьому питанні допомагали літературні джерела, а також аналіз готельного підприємства «Турист». Було охарактеризовано наступне твердження: «якість туристичних послуг є найважливішим чинником для репутації та рентабельності готельного закладу». Підсумовуючи вище сказане, стає зрозумілим, що вирішення та усунення проблем удосконалення якості послуг прямо перпендикулярно поняттю основних напрямів підвищення якості.

Також те, що оптимізаційні аспекти мають урахуватися та впроваджуватись на території всіх українських готельних закладів, адже тільки так можна завжди залишатись в тренді та стабільно якісно обслуговувати, покращуючи при цьому свою репутацію.

В результаті кваліфікаційної роботи було розкрито всі завдання та досягнуто мету дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андренко І. Б. Діловий туризм: навч. посібник / пер. з англ. І. Б. Андренко. Харків: ХНУМГ, 2014. 165 с.
2. Герасименко В.Г. Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві: довідник. К., 2014. 178-183 с.
3. Александрова С. А. Детермінанти розвитку туризму: колективна/ за ред. І. М. Писаревського. Харків: ХНУМГ, 2018. 159 с.
4. Вакуленко А.В. Управління якістю: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни . К. : КНЕУ, 2013. 167 с.
5. Апілат Р.В. Модель механізму управління якістю послуг у підприємствах туризму: довідник. Х.: ХДУХТ, 2014. 677-681 с.
6. Телетов О. С. Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг в Україні. *Маркетинг і менеджмент інновацій* / за ред. О. С. Телетов, Н. Є. Косолюк. К.,2012. 21–34 с.
7. Астахов А. В., Хриплива Л. Ю. Система управління якістю – інструмент удосконалення загальної системи управління організацією (підприємством). Стандартизація, сертифікація, якість: довідник. К.,2011. 60–64 с.
8. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб / за ред. чл.-кор. НАН України, д.е.н., проф. С. І. Дорогунцева. К. : Ліра, 2011. 520 с.
9. Скибінський С.В. Маркетинг готельних послуг: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2009. 246 с.
10. Свелеба Н.А., Бігус М.М. Актуальні проблеми туристичного бізнесу в умовах динамічних змін ринкового середовища. *Науковий вісник НЛТУ України. Сер. Економіка*. 2014. Вип. 19.8. 122-126 с.
11. Нечаюк Л. І., Телеш Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: довідник. К.: Центр Навчальної Літератури, 2008. 346 с.
12. Сайт ГК «Турист». URL: <http://hoteltourist.kiev.ua/> (дата звернення 19.03.2023)

13. Ворошилова Г.О. Розвиток інвестиційних процесів у міжнародному туризмі. Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і залучення іноземних інвестицій: довідник. Донецьк : ДонНУ, 2010. 1050 с.

14. Гергуль А. І. Нові явища у готельному бізнесі світу кінця ХХ ст. та їх вплив на готельне господарство Європи / за ред. А. І. Гергуль. К., 2011. Вип. 2. 655 с.

15. Готелі та інші місця для тимчасового проживання. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/hotel_05u.html (дата звернення 23.03.2023)

16. Готельне господарство м. Києва. URL: <http://ua.kyivconvention.com> (дата звернення 28.03.2023)

17. Калашнік І.І. Контроль та управління якістю продукції на промислових підприємствах. *Науковий вісник. Держава та регіони. Серія: Економіка і підприємництво*. 2013. Вип. 1. 53-58 с.

18. Коваленко І. І., Дубовий О. М., Бідюк П. І. Методи аналізу якості: довідник. Миколаїв: НУК, 2013. 208 с.

19. Корнева Д. А. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні. *Науковий вісник ДІТБ. Сер. Економіка*. 2011. Вип. 15. 174-180 с.

20. Кравчук Г. О. Аналіз досліджень розвитку готельної індустрії України в контексті Євро 2012. *Науковий вісник Київського національного університету ім. Шевченка. Сер. Інноваційна економіка*. 2016. Вип. 1. 112-115 с.

21. Горіна Г. О. Особливості сучасного розвитку готельної індустрії України / за ред. Г. О. Горіна. *Вісник Сумського державного університету*. 2013. Вип. 2 URL : http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/VSU_Ekon/2010_2/10ggogiu.pdf (дата звернення 02.04.2023)

22. Боженко Л. І. Управління якістю, основи стандартизації та сертифікації продукції: навч. посібник. Львів, 2013. 204 с.

23. Бурбела О.В. Управління якістю продукції як інструмент формування конкурентних переваг підприємства. *Економічний простір* / за ред. О. В. Бурбела, Ю. О. Шалагай, О. О. Захараш. 2015. Вип. 48/1. 197-203 с.
24. Вишневська, О. О. Феномен туризму у сучасному соціокультурному просторі: монографія. Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2014. 296 с.
25. Єфімова О. П. Економіка готелів і ресторанів: навч. посібник / за ред. О. П. Єфімова, Н. А. Єфімова. М. : Нове видання, 2009. 396 с.
26. Статистична інформація про стан готельного бізнесу. URL: <http://chinalist.ru/facts> (дата звернення 04.04.2023)
27. Стандарти якості для послуг з добору персоналу. URL: <http://www.arka.com.ua/standards> (дата звернення 06.04.2023)
28. Шаповал М.І. Менеджмент якості : підручник. К. : Т-во «Знання», 2014. 475 с.
29. Татаринцева А. С. Управління підприємствами туристичної сфери з використанням сучасних інформаційних технологій / за ред. А. С. Татаринцева, О.М. Олійник. *Вісник Запорізького нац. ун-ту*. 2015. Вип. 1(9). 148–154 с.
30. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб / за ред. Г. Б. Мунін.. К. : Ліра, 2011. 520 с.
31. Шупік Б. В. Зарубіжний досвід у регулюванні туризму: довідник. К., 2015. Вип. 1. 200–207 с.
32. Сиченко В. Г., Ткаченко О. П. Управління якістю продукції : монографія /за ред. В. Г. Сиченка. К.: Віче, 2014. 576 с.
33. Скибінський С.В. Маркетинг готельних послуг / за ред. С.В. Скибінський, Л.О. Іванова, О.Ф. Моргун. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2009. 246 с.
34. Сорокіна А.В. Організація обслуговування в готелях та туристичних комплексах: навч. посібн. М.: Альфа, 2006. 304 с.
35. Роглев Х.И. Основи готельного менеджменту: навч.посіб. К.: Кондор, 2009. 408 с.

36. Папірян Г. А. Менеджмент в індустрії гостинності / за ред. Г. А. Папірян. М. : Економіка, 2010. 207 с.

37. Ремеслова О. Л. Готельне господарство як об'єкт дослідження в умовах ринкової економіки. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені М. Туган Барановського. Сер. Економіка*. 2009. Вип. 3. 167-175 с.

38. Роглев Х.Й., Маркелов В.М. Організація обслуговування в готельних комплексах: довідник. К.: КУТЕП, 2009. 174 с.

39. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: comm@UNWTO.org. (дата звернення 19.04.2023)

40. Офіційний сайт Асоціації Лідерів туристичного бізнесу України. URL: <http://www.altu.com.ua/News/> (дата звернення 21.04.2023)