

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Факультет готельно – ресторанного та туристичного бізнесу
імені проф. В.Ф. Доценка
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

«До захисту в ЕК»
Декан факультету
Віта ЦИРУЛЬНІКОВА
(підпис) (прізвище та ініціали)

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри
Ірина МЕЛЬНИК
(підпис) (прізвище та ініціали)

« » _____ 2024р.

« » _____ 2024р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності _____ 242 «Туризм» _____
(код та назва спеціальності)
освітньо-професійної програми _____ «Туризм» _____

на тему: «Професійна етика персоналу підприємства сфери гостинності та шляхи її удосконалення»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТУ-4-10

_____ Юхименко Вікторія Юріївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові повністю) (підпис)

Керівник _____ Сологуб Юрій Іванович _____
(прізвище, ім'я та по батькові повністю) (підпис)

Рецензент _____ Ольга Безпала _____
(прізвище та ініціали) (підпис)

Я як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2024 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) готельно- ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм»

(код і назва)

Освітньо-професійна програма «Туризм»

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач
кафедри туристичного та
готельного бізнесу

Ірина МЕЛЬНИК
“ ” 2024 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Юхименко Вікторія Юріївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Професійна етика персоналу підприємства сфери гостинності та шляхи її удосконалення»

керівник роботи Сологуб Юрій Іванович, к. геогр. н., доц. кафедри ТГБ,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “13” травня 2024 року №348-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 07 червня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи наукова, фахова література, статистичні матеріали з проблематики дослідження, статистична звітність підприємства

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

Специфіка професійної етики в рамках підприємств сфери гостинності;
Особливості госопдарської діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv».

Аналіз професійної етики персоналу в рамках діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv»;

Шляхи удосконалення професійної етики персоналу в рамках діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv»

5. Перелік графічного матеріалу
рисунків – 1 таблиць - 10 додатків- 5.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Сологуб Ю.І. доц. кафедри		
II	Сологуб Ю.І. доц. кафедри		
III	Сологуб Ю.І. доц. кафедри		

7. Дата видачі завдання 10 березня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ З№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	15.01.2024-29.02.2024 рр.	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	01.03.2024-10.03.2024 рр.	виконано
3	ВСТУП РОЗДІЛ 1 Теоретичний	11.03.2024-31.03.2024 рр.	виконано
4	РОЗДІЛ 2 Аналітичний	01.04.2024-21.04.2024 рр.	виконано
5	РОЗДІЛ 3 Рекомендаційний	24.04.2024-05.05.2024 рр.	виконано
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	8.05.2024-24.05.2024 рр.	виконано
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі та попередній захист у комісії	27.05.2024-28.05.2024 рр.	виконано
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	29.05.2024-03.05.2024 рр.	виконано
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедрі	07.06.2024 р.	виконано
11	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	17-18.06.2024 р.	

Здобувач

_____ (підпис)

Юхименко В. Ю.

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Сологуб Ю.І.

_____ (прізвище та ініціали)

РЕЗЮМЕ

**на кваліфікаційну роботу
Юхименко Вікторії Юріївни**

на тему:

**«Професійна етика персоналу підприємства сфери гостинності
та шляхи її удосконалення»**

Кваліфікаційна робота складається зі 60 сторінок. Кількість розділів – 3, рисунків – 1, таблиць – 10, додатків – 5.

Об'єктом дослідження є готельне підприємство «Grand Hotel Lviv».

Предметом кваліфікаційної роботи є професійна етика персоналу підприємства сфери гостинності та шляхи її удосконалення.

Метою роботи є аналізі особливостей професійної етики персоналу підприємства сфери гостинності та окресленні шляхів її удосконалення.

У I розділі розглянуто теоретичні основи професійної етики.

У II розділі проаналізовано особливості господарської діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv».

У III розділі обґрунтовано шляхи удосконалення професійної етики персоналу в рамках діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv».

Ключові слова: сфера гостинності, персонал, професійна етика, удосконалення.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА ПЕРСОНАЛУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ	9
1.1. Професійна етика: сутність та зміст поняття.....	9
1.2. Сучасні напрями професійної етики.....	13
1.3. Професійна етика в рамках підприємств сфери гостинності.....	17
Висновки до розділу 1.....	22
РОЗДІЛ 2. ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА «GRAND HOTEL LVIV».....	24
2.1. Загальна характеристика готельного підприємства «Grand Hotel Lviv».....	24
2.2. Аналіз внутрішнього середовища готельного підприємства «Grand Hotel Lviv».....	25
2.3. Аналіз зовнішнього середовища готелю «Grand Hotel Lviv».....	34
Висновки до розділу 2.....	40
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	42
3.1. Професійна етика персоналу в рамках діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv».....	42
3.2. Шляхи удосконалення професійної етики персоналу в рамках діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv»	50
3.3. Ефективність заходів щодо удосконалення професійної етики персоналу в рамках діяльності готельного підприємства.....	52
Висновки до розділу 3.....	56
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність дослідження. Індустрія гостинності є однією з найбільших галузей світової економіки, що розвиваються нині. Завдяки соціальному, економічному та політичному прогресу за останні кілька років широким верствам населення, для більшої кількості людей сфера туризму стала доступнішою. Готельний компонент є основним у загальній інфраструктурі туризму, а помітний розвиток можна спостерігати у цій сфері у зв'язку зі збільшенням загальної кількості туристів (із розумінням довоєнної ситуації).

Нині з метою підвищення рівня культури ділових відносин приділяється пильна увага вивченню професійної етики, її і принципів. Професійна етика включає широке коло питань, її необхідно враховувати у відносинах усередині однієї організації та між співробітниками інших організацій. Без дотримання норм ділової етики, зовнішньої та внутрішньої культури поведінки більшість співробітників не відчують себе захищеними, діють в умовах дискомфорту, що також може позначатися на виконанні професійного обов'язку.

Актуальність теми полягає в тому, що знання та дотримання основ професійної етики впливає на ефективність роботи готельної організації в цілому, основними складовими будь-якої організації є співробітники, які входять до цієї організації, це – кадри – головний і вирішальний фактор підприємства та ефективності, і від трудового потенціалу кадрів залежить вся його діяльність. Вони створюють і надають руху засоби виробництва, постійно їх удосконалюють. Від кваліфікації працівників, їх знань основ професійної етики значною мірою залежить ефективність роботи підприємства готельного господарства. Будь-який керівник повинен бути стурбований якістю послуг, які надаються.

Якість у готельному бізнесі визначає репутацію, гарантію конкурентоспроможності, стабільності та популярності. А якість водночас досягається шляхом вивчення професійної етики у готельному секторі. У

сучасних ринкових умовах, невідповідна, неетична поведінка працівників може негативно зашкодити прибуткам і розвитку готелю.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. значення професійної етики серед персоналу готельного бізнесу визнається як критично важливе для забезпечення високої якості обслуговування та позитивного клієнтського досвіду. Останні дослідження та публікації акцентують увагу на цій проблематиці, пропонуючи різні шляхи удосконалення професійної етики в готельному бізнесі. Варто виділити праці вчених, зокрема І. Довженко, Й. Ісаєва, С. Ісаєнко, Н. Качуровської, І. Шевченко.

Мета дослідження полягає в аналізі особливостей професійної етики персоналу підприємства сфери гостинності та окресленні шляхів її удосконалення.

Згідно з метою сформовані відповідні **завдання**:

- 1) дослідити сутність і зміст поняття «професійна етика»;
- 2) проаналізувати специфіку професійної етики в рамках підприємств сфери гостинності;
- 3) визначити особливості готельного підприємства «Grand Hotel Lviv», охарактеризувати його внутрішнє та зовнішнє середовище.
- 4) охарактеризувати професійну етику персоналу в рамках діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv»;
- 5) окреслити шляхи удосконалення професійної етики персоналу в рамках діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv»;
- 6) визначити елементи ефективності заходів щодо удосконалення професійної етики персоналу в рамках діяльності готельного підприємства.

Об'єктом дослідження є готельне підприємство «Grand Hotel Lviv».

Предметом – професійна етика персоналу підприємства сфери гостинності та шляхи її удосконалення.

Методи дослідження. Під час написання кваліфікаційної роботи використано метод аналізу та синтезу, статистичний метод, порівняльний метод, метод SWOT-аналізу, метод узагальнення.

Інформаційною базою роботи були посібники, підручники, монографії, статті, аналітичні звіти, фінансова звітність та внутрішні документи готельного підприємства «Grand Hotel Lviv», мережі Інтернет.

Практичне значення роботи полягає у окресленні та обґрунтуванні напрямів удосконалення професійної етики персоналу в рамках діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv».

Апробація результатів дослідження. Накові результати дослідження апробовані шляхом доповіді на тему: «Професійна етика персоналу підприємства сфери гостинності та шляхи її удосконалення» в рамках роботи Всеукраїнської науково практичної конференції з міжнародною участю «Інноваційні технології в готельно ресторанному та туристичному бізнесі», Київ, НУХТ, 21 травня 2024р.

Структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основна частина роботи становить 60 сторінок. В роботі налічується 10 таблиць, 1 рисунок та 5 додатків. Список використаних джерел становить 51 позицію.

РОЗДІЛ 1. ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА ПЕРСОНАЛУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ

1.1. Професійна етика: сутність та зміст поняття

Професійна етика – це саме той механізм, що відображає систему цінностей, на яку персонал може спиратися в критичні моменти, щоб знайти вихід із проблемних ситуацій, які не завжди регламентуються законами, підзаконними актами або внутрішніми корпоративними процедурами. Головне завдання професійної етики полягає у створенні комфортних умов праці, сприятливого психологічного клімату у компанії.

Для забезпечення ефективної та якісної роботи готельного підприємства необхідна згуртована робота колективу, виважене та оперативне вирішення організаційних, фінансових, технічних, інноваційних питань. Ухвалення великого значення проблем етичного характеру сприятливо позначиться на становленні та подальшому розвитку готельної сфери діяльності.

Етика – набір моральних принципів та цінностей, які дозволяють людям бачити різницю між добром і злом. В основі всіх моральних принципів лежить переконання, що головна цінність – права людини, які в жодному разі не повинні зневажатися. Цей принцип у цивілізованому суспільстві повинен бути головним: без нього настає хаос [13].

Загальновідомо, що людина протягом життя входить у ділові відносини з іншими людьми. Одним із регуляторів цих відносин є мораль, у якій виражені наші уявлення про добро і зло, про справедливість та несправедливість. Мораль дає людині можливість оцінити вчинки оточуючих, зрозуміти та осмислити, чи правильно вона живе і чого треба прагнути. Людина може зробити спілкування ефективним, досягти певних цілей, якщо правильно розуміє моральні норми та спирається на них у ділових відносинах. Якщо ж вона не враховує моральних норм у спілкуванні або спотворює їх зміст, то спілкування стає неможливим або викликає труднощі.

Професійна етика, виникнувши спочатку як прояв повсякденної моральної свідомості, потім розвивалася з урахуванням узагальненої практики поведінки представників кожної професійної групи. Ці узагальнення містилися як і писаних, так і в неписаних кодексах поведінки.

Науковий підхід до професійної етики частіше зачіпає категорію «працівник», рідше «керівник», мало уваги приділяється взаємозалежній системі «керівник – працівник». Але саме в цій зв'язці виникає найбільша кількість непорозумінь та конфліктів.

Змістом професійної етики є кодекси поведінки, яким приписують певний тип моральних взаємин між людьми, і способи обґрунтування цих кодексів [36, с. 122].

Виникнення перших професійно-етичних кодексів відноситься до періоду ремісничого поділу праці в умовах становлення середньовічних цехів у XI-XII ст. Саме тоді вперше констатують наявність у цехових статутах низки моральних вимог стосовно професії, характеру праці, співучасників з праці. Однак низка професій, які мають життєво важливе значення для всіх членів суспільства, виникли в давнину, і тому такі професійно-етичні кодекси, як «Клятва Гіппократа», моральні встановлення жерців, які виконували судові функції, відомі набагато раніше.

Появі професійної етики у часі передувало створення наукових етичних навчань, теорій про неї. Повсякденний досвід, необхідність у регулюванні взаємовідносин людей тієї чи іншої професії призводили до усвідомлення та оформлення певних вимог професійної етики.

Професійна етика вивчає [36]:

- відносини трудових колективів та кожного співробітника окремо;
- взаємини усередині колективів;
- особливості професійного виховання;
- етичні якості особистості співробітника.

У процесі праці для людей складаються певні моральні відносини. До сфери послуг суспільство висуває підвищені моральні вимоги. Саме у цій сфері

процес праці потребує узгодженості дій усіх учасників процесу обслуговування. А справжній професіоналізм працівників цієї сфери спирається на такі моральні норми, як обов'язок, чесність, вимогливість до себе, відповідальність за результат роботи [25, с. 41].

Професійна етика обумовлена особливостями деяких професій, корпоративними інтересами, професійною культурою. Люди, які виконують однакові або схожі професійні функції, виробляють специфічні традиції, об'єднуються з урахуванням професійної солідарності, підтримують репутацію своєї соціальної групи.

Зміст професійної етики складається із загального та приватного. Загальні принципи професійної етики, які базуються на загальнолюдських нормах моралі, передбачають [7]:

- професійну солідарність (яка іноді трансформується в корпоративність);
- особливе розуміння обов'язку та честі;
- особливу форму відповідальності, обумовлену предметом та родом діяльності.

Приватні принципи впливають із конкретних умов, змісту та специфіки тієї або іншої професії та виражаються, переважно, у моральних кодексах – вимогах щодо спеціалістів певної сфери діяльності. Професійні етики, зазвичай, стосуються лише тих видів професійної діяльності, в яких існує різна залежність людей від дій професіонала, тобто наслідки або процеси цих дій мають особливий вплив на життя і долі інших людей.

Професійна етика – це сукупність певних обов'язків та норм поведінки, які підтримують моральний престиж професійних груп у суспільстві. У завдання професійної етики входить виявлення моральних і оцінок, суджень і понять, що характеризують людей ролі представників певної професії.

Професійна етика повинна також пояснити мораль і вчити моралі, прищеплювати моральні принципи та уявлення про обов'язок та честь, морально виховувати працівників. Етика покликана виховувати, допомагати людям правильно поводитися з колегами і клієнтами, спілкуватися у виробничому

колективі тощо. Професійна етика вчить слідувати стандартам моральності, прийнятим за норму поведінки людей певної діяльності. На ці зразки працівник має орієнтуватися. Рівняючись на цей стандарт, працівник сервісу повинен виховувати у собі відповідну особистісну якість.

Якщо звернутися до міркувань, які походять не від фахівців у сфері (філософської) етики, а від тих, хто займається або популяризацією етичних знань, або розробкою та просуванням власне професійних кодексів моралі, то можна побачити, що вони розуміють професійну етику як систему професійних моральних норм. Так, Р. К. Хорн, фахівець із соціально-правових та етичних проблем страхування, обговорюючи етичні кодекси страхової діяльності, наголошує, що в своїй роботі під «професійною етикою» розуміє «лише те, що люди повинні або не повинні робити в рамках своєї професії» [50, с.71].

Втім, слід взяти до уваги той виняток, що в світовій літературі та академічній (університетській та дослідницькій) практиці протягом останніх тридцяти, а то й більше, років виділилася окрема сфера етичних досліджень, розробок та консультування, пов'язана з професією (професіоналізмом) взагалі. Показовим прикладом тут може бути Центр етики та професій Гарвардського університету (Harvard Center for Ethics and the Professions) та асоційована з ним мережа сестринських центрів та інститутів.

Водночас моральні фактори професійної діяльності можуть досліджуватися і в загальнотеоретичному контексті, поза рамками власне «професійної етики». Дж. Калтген у вступі до книги «Етика і професіоналізм» вказує, що береться всерйоз подивитися на те, що таке професіоналізм і яку роль він відіграє у житті суспільства, які конкретні практики професій та які правила, якими, як передбачається, керуються професіонали. І далі він зазначає: «Я не ставлю своєю метою детально проаналізувати кодекс професійної етики, але швидше прояснити інституційний та ідеологічний контекст тих практик, правил, можливостей та перешкод, якими зумовлена моральна поведінка всередині професії» [51]. Професія (професіоналізм) виявляється предметом окремого дослідження через призму етики, але тут не йдеться про «професійну етику».

Враховуючи ці, а також різноманітні інші теоретичні та літературні дослідження, варто вказати на розуміння професійної етики та її співвідношення з прикладною етикою в науковому дискурсі. Під прикладною етикою розуміється розділ, напрям, а точніше – аспект досліджень моралі, поряд з філософською, нормативною етикою. Предметом прикладної етики є імперативний та ціннісний зміст професійно та/або предметно певних практик; її завданням є етична раціоналізація, тобто осмислення, критика чи обґрунтування тих або інших стратегій, тактик та методів професійно та/або предметно певних практик.

Однак доречно зазначити, що професійна етика не є різновидом прикладної етики або однопорядкове їй знання, а є власне системою моральних норм професійної діяльності або кодексом.

1.2. Сучасні напрями професійної етики

Вибудовування в один ряд нормативно-етичних систем, пов'язаних із різними видами практичної діяльності, спонукає об'єднати їх єдиним поняттям «практична етика» та розглядати останню як сукупність різноманітних систем моральних норм – з різним ступенем систематизованості, раціоналізації, композиції (співвідношення принципів та правил) та інституційної підтримки.

Повертаючись до визначення прикладної етики, можна тепер уточнити її предмет: це аналіз моральної практики – імперативного та ціннісного змісту конкретних видів діяльності, точніше, тих відносин, в які свідомо чи мимоволі вступає людина у процесі здійснення різних конкретних видів діяльності, а також її соціокультурні умови, її етос, нормативний склад і ті соціальні устрої та механізми, з яких забезпечується її дієвість [19, с. 58].

Моральні питання, що мають етико-прикладний характер, виникають у різноманітних сферах практичної діяльності, тому прикладна етика часто сприймається як збірне поняття, що означає сукупність багатьох конкретних етичних кодексів соціальних, професійних груп, корпорацій, міжгрупових та неінституціоналізованих спільностей – біоетики, екологічної етики, етики

бізнесу, політичної етики, етики науки, різних видів професійної етики та ін. [39, с. 115].

Кількість напрямів у прикладній, професійній етиці постійно зростає. Тому можлива дискусія: чи існує насправді потреба у формуванні самостійних напрямів у сфері прикладних етичних досліджень? Наприклад, чи потрібна наноетика? Нанотехнології нові етичні питання не викликають. Тобто етичні проблеми, підняті нанотехнологіями, не мають явної новизни, а є варіаціями традиційної етики і лише інтенсифікують розвиток вже існуючих позицій теорії моралі.

Отже, вони можуть розглядатись у вже існуючих теоріях та концепціях моральної філософії. З іншого боку, якщо нові області прикладної, професійної етики розглядати як додатки загальної теорії, нормативних стандартів і методів, втрачається специфікація, адже загальні моральні стандарти, концепції та методи не є, у прямому розумінні, досить конкретними, чітко сформульованими для їх застосування у тому чи іншому окремому випадку.

«Додатки» часто призводять до ідей та формулювань, які сприяють уточненню існуючих стандартів, теорій та методів. Наприклад, так сталося з біомедичною етикою, де були розроблені більш специфічні, ніж загальні та абстрактні, моральні стандарти та принципи. Філософські та етичні роздуми, пов'язані з конкретними сучасними технологіями (в цьому випадку медичними), вимагали не лише знань, а й взаємодії з відповідними експертами з інших галузей знань: медицини, філософії, психології, права, техніко-технологічних наук, економіки та інших [7].

Безумовно, існують теми, які ілюструють спільні проблеми для різних напрямків професійної етики. Насамперед, це принцип нейтралізму. Крім того, це положення кодексів професійної етики, які спираються на загальноновизнані, універсальні етичні категорії, наприклад, чесність, відповідальність. І все є світ стрімко змінюється. Один із засновників комп'ютерної етики Н. Вінер, ще у 40-50-х роках ХХ ст. вказав на прискорення процесів інтегрування в життя суспільства нових технологій, особливо – інформаційних, і, як наслідок,

перетворення самого суспільства, «настання другої промислової» або інформаційної революції [50, с. 71-72].

Очевидно, цей багатогранний процес триватиме десятиліття і, можливо, радикально змінить усе: економіку, політику, сферу послуг. Професійні спільноти повинні будуть розробляти нові кодекси поведінки для своїх працівників, соціологи та психологи – розуміти та вивчати нові суспільні феномени, а філософи – переосмислити та переглянути існуючі соціальні та етичні поняття.

Тому нові напрями та підходи необхідні. Нині серед прикладних течій, які пов'язані з професійною діяльністю, найінтенсивніше розвиваються комп'ютерна етика, кіберетика або віртуальна етика. Найважливішу роль у їх формуванні зіграли американські вчені та інженери, зайняті розробкою та застосуванням комп'ютерів. Серед першопрохідців комп'ютерної етики, крім М. Вінера, слід назвати У. Менера, Дж. Мура, В. Бетчела, Д. Джонсон та ін. Так, Дебора Джонсон, отримавши грант Ренсселарівського політехнічного інституту, підготувала комплекс навчальних матеріалів (педагогічний модуль) «Комп'ютерна етика».

У 1985 р. її роботу було видано і вона стала першим серйозним підручником з комп'ютерної етики. До кінця ХХ ст. «Комп'ютерна етика» Д. Джонсон була і основою навчальних курсів, і прикладом різноманітних досліджень [51].

Необхідно підкреслити, що нові знання завжди опосередковані соціальними запитамі, які сьогодні викликані наукою, технікою і сучасними комунікативними зв'язками, які активно розвиваються.

Підсумовуючи, слід зазначити:

- помітна тенденція зростання нових підходів та напрямів у сфері етики, особливо прикладної та професійної;

- нині немає точних варіантів ієрархії структурування підсистем етичного знання. Необхідно враховувати, що будь-який напрямок або підсистема моральної філософії спочатку базується на традиційних та універсальних

моральних цінностях, а характер розвитку суспільства доповнює актуальні напрямки в етиці новими тенденціями, проблемами, поняттями та категоріями;

- аналіз проблем прикладної етики, зазвичай, спирається на іноземний, здебільшого американський, досвід осмислення та пов'язаний у тому числі з навчальними програмами.

Сучасні інтенції розуміння сутності професійної етики звернені на широкі дискурси, де вона постає як складна соціальна система, результат (продукт) закономірного процесу професіоналізації, обумовленості діалектичної єдності новітніх інструментальних та моральних вимог до суб'єкта відповідних відносин [24, с. 62]. У своїх розвинених формах професійна етика є єдністю взаємопов'язаних елементів моральної свідомості, моральних відносин і моральної діяльності, де цілісність, відносна самостійність, стійкість формування фокусуються навколо центральної ідеї реалізації суспільного блага у професійній діяльності.

Звідси сучасна парадигма професійної етики може представлятися як концепція реалізації загального блага у професійній діяльності людини за основними гуманістичними підходами цивілізованого розвитку в умовах глобалізації. Сучасний стан інституту професійної етики сприймається як етап її становлення під впливом сукупності соціальних детермінант мега-, макро- і мікросфер, що генерують джерела та механізми трансформаційних процесів за умов суперечливого розвитку соціуму. Загальна спрямованість розвитку професійної етики відповідає конкретно-історичному перебігу подій, задається сучасними станами духовного буття, сукупністю тенденцій розвитку моральності у суспільстві. Моральна свідомість та моральна діяльність суб'єкта відносин ґрунтується професійними особливостями, що отримують конкретизацію у типових службових ситуаціях, що створюють передумови для інституціалізації професійної етики, конституювання та кодифікації моральних вимог до працівників.

Напрямки розвитку професійної етики є процесом, що відображає діалектичний взаємозв'язок суспільних тенденцій і власну логіку її

функціонування, гетерохронність якого зумовлює суперечливий характер взаємодії, наявність точок біфуркації та, як наслідок, нерівноважність системи. Нині професійна етика співробітника будь-якої сфери знаходиться в стані динамічної рівноваги між регресивними та прогресивними векторами змін. Залежно від переважання того або іншого вектора визначаються її соціальні пріоритети та перспективи, здатність реалізувати програму дій, зберігати якісну визначеність, цілісність, ідентичність [48, с. 269].

Водночас, професійні етики здатні самостійно регенерувати моральні основи, які «відмирають» у суспільстві, виконуючи роль вогнищ збереження та розвитку моралі й моральності, привносячи і розвиваючи гуманістичні сенси у життєдіяльність людини.

1.3. Професійна етика в рамках підприємств сфери гостинності

У сучасних умовах сфера гостинності потребує професійної підготовки співробітників, конкурентоспроможних на туристському ринку, компетентних, відповідальних, професіоналів у своєму виді діяльності та суміжних сферах, готових до ефективної роботи в умовах застосування міжнародних стандартів, здатних до безперервного особистісного та професійного зростання, соціальній та професійній мобільності, які прагнуть безперервної освіти і здатні адаптуватися в постійно мінливому зовнішньому середовищі.

До процесу професійної підготовки фахівців сфери туризму та гостинності висуваються такі вимоги:

- вимоги вільного туристичного ринку;
- технологічні вимоги, що передбачають знання та володіння необхідними прийомами та процедурами дії у типових ситуаціях у професійній діяльності;
- вимоги до професійних якостей працівників готельного підприємства, що відповідає специфіці цільової аудиторії готельної послуги;
- вимоги до особистісних якостей фахівця.

У сфері гостинності готельним господарствам необхідно дотримуватись певних правил (професійної етики), які допоможуть найбільш ефективно надавати готельні послуги, що повністю влаштують будь-якого клієнта. Весь спектр готельних послуг спрямовано на задоволення потреб відвідувача, які він повинен отримувати, адже перебуваючи далеко від свого будинку, людина повинна почуватися комфортно [4, с. 53].

Професійна етика зосереджується в етичних кодексах підприємств гостинності. В останні роки кодекси етичної поведінки набули широкого поширення. Багато подібних кодексів мають на меті допомагати працівникам закладу поводитися етично, уточнюючи або пояснюючи, як загальні принципи моралі застосовні до діяльності організації, надання послуг.

Етичний кодекс повинен бути вбудований у систему бізнесу та виступати носієм етичних цінностей компанії та етичних норм, що визначають дії кожного співробітника та шляхи виходу зі складних ситуацій під час виконання професійного обов'язку. Незважаючи на свою назву, вони фактично не є моральними кодексами, оскільки жодна людина чи група людей не можуть у наказовому порядку чинити морально або аморально. Тому кожен кодекс слід належним чином оцінювати з моральної точки зору. Зміст етичного кодексу готельного підприємства визначається, насамперед, його особливостями, структурою, завданнями розвитку, настановами керівників, обраних методів та технік управління персоналом.

Проте кодекси можуть виконувати важливі функції та сприяти вирішенню специфічних проблем, з якими стикаються представники певної професії або працівники всередині підприємства. Якщо, наприклад, у ньому точно встановлено, якого розміру подарунок можна приймати, тоді працівник знає не лише те, що хабарництво аморальне та неприпустиме, а й те, що саме його роботодавець вважає хабарем [14, с. 48].

У разі найвагоміших етичних дилем, які задаються організацією, діяльність співробітників регламентується етичним кодексом, зміст якого здатний надати допомогу співробітнику. Тому найважливіші завдання кодексу

корпоративної етики – встановити пріоритети щодо цільових груп та шляхи узгодження їхніх інтересів.

Кодекс етики може виконувати три основні функції:

- репутаційну;
- управлінську;
- розвитку корпоративної культури.

Репутаційна функція кодексу полягає у формуванні довіри до компанії з боку референтних зовнішніх груп (опис політик, які традиційно закріплюються в міжнародній практиці стосовно клієнтів, постачальників, підрядників тощо). Таким чином, кодекс підвищує інвестиційну привабливість підприємства сфери гостинності.

Наявність кодексу корпоративної етики стає загальносвітовим стандартом ведення такого бізнесу. Управлінська функція кодексу полягає у регламентації поведінки у складних етичних ситуаціях. Підвищення ефективності діяльності працівників здійснюється шляхом [33]:

- регламентації пріоритетів у взаємодії із значними зовнішніми групами;
- визначення порядку ухвалення рішень у складних етичних ситуаціях;
- вказівки на неприйнятні форми поведінки.

Кодекс етики – значний чинник розвитку корпоративної культури підприємства гостинності. Кодекс може транслювати цінності компанії всім співробітникам, орієнтувати співробітників на єдині корпоративні цілі, і тим самим підвищувати корпоративну ідентичність [33].

Корпоративна культура готелів стає механізмом впливу на персонал і включає у собі формальну і неформальну системи цінностей підприємства. Необхідно створити таку корпоративну програму, яка б відображала уявлення про те, яким готель як заклад повинен бути по відношенню до гостей, партнерів, співробітників,.

Корпоративна культура (corporate culture) – це загальний стиль компанії, відчуття, яке вона передає. Корпоративна культура виражається через те, як працівники ставляться один до одного та до своєї роботи. Кожна з великих

корпорацій має свою культуру, деякі наголошують на ній більше, інші – менше, але призначення одне – згуртувати величезний колектив навколо спільних цінностей, створити власний стиль [25, с. 110].

Робота готелю безпосередньо залежить від діяльності його службовців. Тому для індустрії гостинності особливо важливо, щоб кожен співробітник поділяв принципи корпоративної культури, прийняті на його підприємстві. Для всіх компаній, які працюють у сфері обслуговування, пріоритетом номер один є співробітники, орієнтовані працювати з клієнтами. Посмішка, ввічливе обслуговування, професійне знання всіх бізнес-процесів у готелі – ось той золотий стандарт, який необхідно культивувати. Сучасною тенденцією розвитку індустрії гостинності загалом є турбота про своїх співробітників – людей, які, власне, і створюють цю індустрію [3, с. 108].

Відсутність норм професійної етики та корпоративної культури в тому чи іншому готелі означає, що між співробітниками та керівництвом готелю, а також між його рядовими працівниками немає порозуміння.

У такому готелі панує атмосфера недовіри та підозрливості, взаємодопомога виключається. Увага персоналу більше зайнята інтригами, ніж обслуговуванням клієнтів, які стають заручниками внутрішніх розбирань колективу. Неважко припустити, що на насиченому ринку готельних послуг таке підприємство буде життєздатним. На українському готельному ринку ще залишаються організації, які нехтують створенням здорового виробничого клімату.

Говорячи про культуру поведінки працівників сфери готельного сервісу, виділяють дві сторони: контакти з клієнтом та контакти з персоналом, які передбачають насамперед організацію проживання та найголовніше – спілкування з клієнтом. Незалежно від інтер'єру та умов проживання в готелі вкрай важливим залишається рівень обслуговування та спілкування з клієнтом.

Готель є підприємством, діяльність якого спрямована на обслуговування вітчизняних та іноземних гостей. Тому неухильним правилом для персоналу є поважне ставлення до будь-яких культурних традицій та способу мислення, а також готовність до спілкування без забобонів з усіма відвідувачами. Гордістю

будь-якого готелю є персонал, здатний говорити різними мовами та справляти гарне враження на гостей рівнем своїх знань, культурою та гнучкістю спілкування [11].

Таким чином, високі стандарти обслуговування клієнтів, які формуються професійною етикою, є найважливішим завданням для керівництва готельного підприємства, тому що кілька років тому пріоритети були дещо іншими (наприклад, оперативне управління виробництвом). Для підтримки іміджу та конкурентоспроможності на ринку послуг підприємству необхідно виробляти нові підходи та ставити інші цілі, оскільки успіх готельного підприємства безпосередньо пов'язаний з іміджем готелю.

Варто виокремити загальні принципи професійної етики готельного бізнесу, такі як питання особистої та професійної чесності, толерантності, стандарти грамотних поважних відносин із клієнтами та колегами.

Як загальні риси професійної етики можна відзначити:

1. Толерантне поважне ставлення до будь-яких культурних традицій та способу мислення, а також готовність спілкуватися з усіма клієнтами без національних та расових забобонів.

2. Високі професійні вимоги до працівників готельної промисловості, де діяльність всього персоналу повинна бути націлена на успішний результат. Велике значення приділяється вмінню діяти у стресових ситуаціях, бути компетентним у різних питаннях, оперативно впоратися з позаштатними ситуаціями, на вміння працювати у команді.

3. Виходячи з практичного досвіду, працівники готельного сервісу повинні мати наступний набір якостей: діловитість і організованість, ввічливість і уважність, коректність і толерантність, врівноваженість і стресостійкість, тактовність і, що найголовніше, гостинність.

4. Націленість на збереження здоров'я своїх співробітників та на гарантовану охорону їхньої праці.

5. Створення відкритої дружньої атмосфери, побудованої на взаємній повазі, чесності та довірі.

6. Проведення активної соціально-орієнтованої сприятливої політики.

7. Відкритість до змін, готовність змінювати існуючу практику та розвиватися.

Перелічені нами аспекти і становлять основи професійної етики працівників підприємств сфери гостинності.

Нині зростає значення професійної етики у регулюванні різних видів праці. Це пов'язано з прагненням постійно удосконалювати професійні норми стосовно суспільних відносин, які постійно змінюються.

Висновки до розділу 1

Подвійність визначення професійної етики, виділення її в структурі кількох взаємозалежних аспектів пов'язані з виділенням теоретичного і нормативного рівнів професійної етики як науки. З одного боку, професійна етика є зведенням норм і правил професійної моралі, тобто професійні кодекси поведінки. Сучасна парадигма професійної етики може представлятися як концепція реалізації загального блага у професійній діяльності людини за основними гуманістичними підходами цивілізованого розвитку в умовах глобалізації.

Причому у цьому сенсі вживається термін «професійна етика» не лише у повсякденному сприйнятті, а й у спеціальній літературі. Для такого повсякденного слововживання є певні підстави. На відміну від загальних вимог моральності, які спочатку склалися стихійно, норми професійної моралі створювалися та створюються під сильним впливом самих спеціалістів-практиків та вчених-теоретиків. Саме тому в нормах професійної моралі міститься більший, порівняно із загальними моральними вимогами, компонент раціонального обґрунтування їхньої істинності та необхідності, що визначає нормативний характер професійних кодексів.

З другого боку, професійна етика – це наука про професійні особливості тієї або іншої трудової діяльності, – і в цьому сенсі предметне поле поняття

«професійна етика» значно розширюється. До нього крім самих професійних кодексів включаються проблеми специфіки того чи іншого виду професійної діяльності, а також весь комплекс проблем, пов'язаних із визначенням місця професійної етики як науки в системі сучасного соціального та гуманітарного знання. Невід'ємним компонентом сучасної професійно-етичної теорії є дослідження професіоналізму як соціального і культурного явища.

Отже, теоретичний рівень професійної етики передбачає вирішення загальнотеоретичних проблем, пов'язаних із особливостями професійної моралі загалом, тоді як нормативний рівень визначає раціональне осмислення професійних кодексів поведінки фахівців у різних сферах праці людини, зокрема – в сфері гостинності.

Відсутність норм професійної етики та корпоративної культури в тому чи іншому готелі означає, що між співробітниками та керівництвом готелю, а також між його рядовими працівниками немає порозуміння.

РОЗДІЛ 2. ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА «GRAND HOTEL LVIV»

2.1. Загальна характеристика готельного підприємства «Grand Hotel Lviv»

Юридична особа ТОВ «ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ», код ЄДРПОУ 45130330, було зареєстровано 23.02.2023. Розмір статутного капіталу юридичної особи складає 5 000 000,00. На момент останнього оновлення даних 15.06.2024 статус юридичної особи - Не перебуває в процесі завершення.

Форма власності: приватне підприємство

Район та місце розташування: «Grand Hotel Lviv» розташований в центральній частині Львова, на проспекті Свободи, 13. Це одна з центральних вулиць міста, що робить готель легко доступним для туристів та ділових гостей.

Основні послуги: надання номерів для проживання, обслуговування в ресторанах та барах готелю.

Додаткові послуги: конференц-зали, SPA-процедури, фітнес-центр, послуги трансферу, організація екскурсій та інших заходів.

Загальна потужність, рівень завантаженості, сезонність завантаження:

Загальна потужність - має 121 номер.

Рівень завантаженості змінюється в залежності від сезону. В туристичний сезон літо та свята завантаженість є значно вищою, ніж в інші періоди.

Сезонність навантажень також залежить від проведення великих подій у місті, наприклад, фестивалів чи конференцій.

«Grand Hotel Lviv» є одним із найстаріших готелів Львова. Зведений він 1893 року. Заклад поєднує вишукану атмосферу XIX ст. і сучасні технологічні тренди. Готель розташований на місці двоповерхового будинку в імперському стилі, в якому з 1836 по 1848 роки містилася львівська поліційна дільниця, яку очолював Леопольд фон Захер, батько письменника Леопольда фон Захер-Мазоха. Пізніше будівля використовувалася як казино Франца Вайгля.

Чотири поверхи «Grand Hotel Lviv» збудовані у 1892-1893 роках у стилі необароко. Будівля зведена на замовлення Єфроніма Гаусмана за проектом архітектора Еразма Германіка; після смерті Еразма Германіка у 1893 році будівництво продовжив архітектор Зигмунт Кедзерський. Зображення атлантів над головним входом – авторства Леонарда Марконі.

У радянські часи готель був відомий як «Львів», а після 1964 року – як «Верховина». У 1990-1992 роках готель відреставровано, щоб максимально відтворити його вигляд кінця XIX століття.

За радянських часів на першому поверсі працювало популярне кафе «Львів'янка». Після останньої реконструкції будівля стала частиною готельно-ресторанного комплексу «Гранд Готель».

Сьогодні готель також об'єднаний із сусіднім будинком №11, збудованим у 1882-1884 роках як готель «Центральний» (за проектом архітектора Еммануїла Галля), перший поверх якого використовується як ресторан. Вестибюль готелю прикрашає вітраж «Галичина» (автор – Григорій Комський, 1992 р.) [30].

Повна назва закладу – «Grand Hotel Lviv Luxury & Spa». За свою історію готель пережив різні періоди. Були злети і падіння. У 2018 році «Гранд Готель» розпочав нове життя. Тоді відбулося відкриття реконструйованої будівлі. Цей день став важливою подією в житті міста. Львів'яни із задоволенням спостерігали за відомими гостями (співаками Дзідзьом, Марією Яремчук, Златою Огневич, телеведучими Катєю Осадчою, Юрієм Горбуновим та футболістом Артемом Федецьким) на червоній килимовій доріжці. «Родзинкою» став приїзд голлівудської зірки Періс Хілтон.

2.2. Аналіз внутрішнього середовища готельного підприємства «Grand Hotel Lviv»

«Grand Hotel Lviv» розташований за 7 км від міжнародного аеропорту Львова і має критий басейн з підігрівом (працює всі сезони роки), сонячну

терасу, цілодобову стійку реєстрації, терасу та багатомовний ресторан (українська, польська та англійська мови).

Готель має 121 номер, оснащений сучасною технікою та всіма зручностями.

Структура номерного фонду закладу наступна (табл. 2.1):

- стандартний номер King/Twin (кількість – 58);
- номер Суперіор King /Twin (36);
- напівлюкс (15);
- люкс (10);
- тематичні апартаменти (1);
- президентські апартаменти (1).

Таблиця 2.1

Структура номерного фонду готелю «Grand Hotel Lviv»

Номерний фонд	Кількість місць	Площа номера, м ²
Стандартний номер King/Twin	116	35
Номер Суперіор King /Twin	60	38
Апартаменти Напівлюкс	35	70
Апартаменти Люкс	35	105
Тематичні Апартаменти	5	140
Президентські Апартаменти	5	140

Джерело: [49].

Вартість проживання в номерах готелю змінюється залежно від сезону та кількості гостей. Ціни також варіюються в залежності від категорії номера та тривалості перебування в ньому. Варто наголосити, що у вартість проживання у «Grand Hotel Lviv» входить не лише проживання, але й сніданок «шведського столу», Wi-Fi, користування SPA-центром (басейн, джакузі, 6 саун, сінна кімната та тренажерний зал).

«Grand Hotel Lviv» працює під брендом «Grand Hotel Lviv Luxury and Spa». Ціни на послуги з розміщення в 2024 році представлено в табл. 2.2.

Ціни на послуги з розміщення в 2024 році в готелі

«Grand Hotel Lviv»

Категорія номеру	Вартість за добу
Стандартний номер King/Twin	5600 грн
Номер Суперіор King /Twin	6200-6900 грн
Апартаменти Напівлюкс	8500 грн
Апартаменти Люкс	10200-15800 грн
Тематичні Апартаменти	23000 грн
Президентські Апартаменти	63000 грн

Джерело: [49].

Якщо гості бажають організувати конференцію, тренінг, ділову зустріч або семінар, «Grand Hotel Lviv» пропонує конференц-сервіс, адаптований до індивідуальних потреб. Працівники готелю допомагають організувати заходи до 200 осіб у конференц-залі готелю.

Для спеціалізованих заходів (зокрема – приватних), наприклад, доступний VIP-зал на 20-25 осіб. Якщо необхідно провести переговори, у «Grand Hotel Lviv» є спеціально зарезервовані для цього кімнати. Конференц-зал може комфортно розмістити 10 осіб.

Ресторани «Grand Hotel Lviv» – це повністю обладнані заклади громадського харчування з випічкою та різноманітними напоями. Меню включає страви з категорії високої кухні.

Готель, як саморозвиваючийся об'єкт, визначає свою успішність і характер діяльності перш за все через внутрішнє середовище. Для досягнення успіху в готельній справі критично враховувати фактори, які в найближчому майбутньому можуть найбільше вплинути на його розвиток. Це особливо важливо, оскільки кожне підприємство має свої позитивні і негативні аспекти, а також стикається з можливими загрозами та ризиками, включаючи нинішній воєнний стан в Україні.

Основне завдання полягає в здатності знаходити оптимальні рішення в будь-яких обставинах і успішно конкурувати на ринку готельних послуг. Ця проблематика є актуальною для готельного бізнесу, який має свої власні

особливості. Важливо уникати помилок при організації внутрішнього середовища підприємства, щоб убезпечити його від ризику втрати конкурентоспроможності на ринку.

Зазначимо деякі з них:

1. Одночасність процесів споживання та виробництва. Надання готельних послуг в «Grand Hotel Lviv» потребує активної взаємодії як споживача, так і закладу, причому реалізація відбувається на території готелю. Персонал, який здійснює послуги, безпосередньо контактує зі споживачем, і останній розглядає його як невід'ємну частину самої послуги. Саме з поведінки персоналу більшою мірою і оцінюється гостем якість, запропонованих готелем послуг.

2. Невідчутність. Готельний продукт не відчутний. Послуги існують лише в процесі надання та споживання, вони нематеріальні, тому вони не можуть бути оцінені до того, як буде виконано послугу. Послуга постає як певна обіцянка і передбачається висока довіра до того, хто її надає, оскільки її не можна оглянути перед використанням.

3. Неможливість виробництва готельного продукту про запас, складування, зберігання. Готельний продукт, розрахований задоволення реальних потреб, наявних нині, може бути заготовлений у майбутнє. Потенційний дохід готелю може бути втрачений та не заповнений, якщо послуга не надається якісно та вчасно.

4. Непостійність якості. Послуги сфери гостинності відрізняються мінливістю, їхня якість залежить від того, хто їх надає і за яких умов. Вплинути на якість послуги може стан наданої послуги в момент її виробництва. Одна і й та ж людина може чудово обслуговувати клієнта сьогодні і значно гірше наступного дня з різноманітних причин.

5. Мінливість і коливання в якості надання послуг є головними причинами невдоволення, що висловлюється постійними клієнтами на адресу індустрії гостинності.

6. Сезонний характер попиту. Значним сезонним коливанням піддаються готельні послуги. Попит на готельний продукт може коливатися залежно від дня,

тижня або сезону. Наприклад, попит на послуги готелю у літні місяці значно зростає, оскільки більшість туристів відпочиває у цей період, особливо – в Західній Україні.

7. Взаємозалежність мети подорожі та готельних послуг. Значний вплив на реалізацію готельного продукту мають дії турагентів та туроператорів, адже готельний бізнес дуже тісно пов'язаний саме з туристичною діяльністю.

Ці особливості співвідносяться з організаційною структурою внутрішнього середовища підприємства (рис. 2.1).

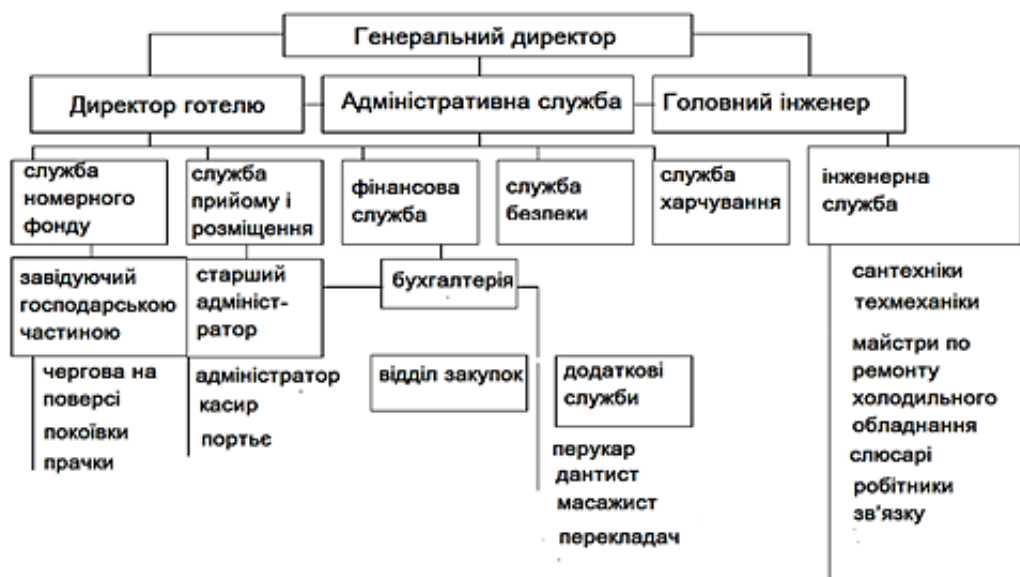


Рис. 2.1 Організаційна структура «Grand Hotel Lviv»

Як бачимо, це типова лінійно-функціональна структура що має свої переваги та недоліки.

До переваг варто віднести: кращу підготовку рішень і планів для спеціалізації працівників; звільнення головного лінійного менеджера від ретельної оцінки проблем та можливість залучення експертів і консультантів. До недоліків: відсутність тісної взаємодії та взаємодії на горизонтальному рівні між відділеннями виробництва; не достатньо чітка відповідальність; надмірна централізація вертикальної системи зв'язків.

Для більш ефективної роботи готелю необхідно знати, на що насамперед звертатиме увагу споживач при досягненні максимально комфортних умов відпочинку.

Серед таких умов можна виокремити, по-перше, місце розташування готелю у Львові. Від нього залежать доступність готелю та привабливість його оточення для гостя, що багато в чому визначається метою відвідування. По-друге, зручність обслуговування, що визначається доступністю для гостей та класифікацією за типами, розмірами та цінами номерів, ресторанів, барів тощо.

Служба управління персоналом готелю повинна чітко визначати потреби у співробітниках як для загальної роботи в готелі відповідно до стандартів обслуговування та корпоративних цінностей, так і для кожної конкретної посади. Важливо брати до уваги як професійні компетенції співробітників, так і їх особистісні якості, що є важливими для успішної роботи в різних підрозділах «Grand Hotel Lviv».

Принципи раціональності та оптимізації є основними принципами будь-якого бізнесу, оскільки немає значення, скільки ресурсів у компанії, якщо вона не вміє їх правильно використовувати. Персонал і інтелектуальний потенціал, які потребують постійного управління, є найважливішими ресурсами підприємства.

Більшість факторів, які впливають на «ціну» компанії, залежать від того, наскільки добре працює система управління персоналом і наскільки добре вона побудована. Також потрібно ураховувати можливість ефективної роботи під керівництвом конкретного менеджера, за умови, що не передбачається заміна самого менеджера готелю.

Вдосконалення системи навчання персоналу також важливий аспект. Перехід від групових до індивідуальних програм навчання та проведення навчання в невеликих групах може сприяти зменшенню розривів у компетенціях окремих співробітників і покращенню їх професійних навичок у «Grand Hotel Lviv».

Таблиця 2.3

Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства тис. грн.

Показники	2022 рік	2023 рік	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне, %
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	254960	221400	-33560	-13,2
Собівартість реалізованої продукції	242720	218980	-23740	-9,8
Валовий прибуток	12240	2420	-9820	-80,3
Інші операційні доходи	4832	4702	-130	2,7
Адміністративні витрати	799	1056	257	32,2
Витрати на збут	673	156	-517	-76,8
Інші операційні витрати	13045	3568	-9477	-72,7
Фінансові результати від операційної діяльності	2555	2342	-213	-8,3
Фінансові результати від звичайної діяльності	2477	2291	-186	-7,5
Податок на прибуток від звичайної діяльності	1072	813	-259	-24,2
Чистий прибуток	1405	1478	73	5,2

Джерело: складено автором

Аналізуючи показники за роками 2022 і 2023 років, можна зробити наступні узагальнення:

Зниження доходу на 13.5 (абсолютне зменшення на 41460 тис. грн) свідчить про можливе зниження обсягів продажів або середньої ціни на товари/послуги.

Зменшення податку на прибуток на 15.1 (абсолютне зменшення на 7900 тис. грн) може вказувати на зменшення обсягів оподаткування або зміни в ставках податку.

Зменшення чистого доходу на 13.2 (абсолютне зменшення на 33560 тис. грн) вказує на зниження прибутковості бізнесу.

Зменшення собівартості на 9.8 (абсолютне зменшення на 23740 тис. грн) може свідчити про оптимізацію виробничих процесів або зниження витрат на виробництво.

Зменшення валового прибутку на 80.3 (абсолютне зменшення на 9820 тис. грн) свідчить про значне зниження ефективності виробництва або збуту.

Збільшення адміністративних витрат на 32.2 (абсолютне збільшення на 257 тис. грн) може вказувати на рост адміністративних витрат, що потребують уваги і контролю.

Зменшення витрат на збут на 76.8 (абсолютне зменшення на 517 тис. грн) може бути результатом оптимізації процесів у відділі збуту або зміни у стратегії збуту.

Зменшення інших операційних витрат на 72.7 (абсолютне зменшення на 9477 тис. грн) вказує на ефективне управління операційними витратами або зменшення неефективних витрат.

Зменшення фінансових результатів на 8.3 (абсолютне зменшення на 213 тис. грн) може свідчити про зміни в умовах фінансування або різні фінансові стратегії компанії.

Зменшення фінансових результатів на 7.5 (абсолютне зменшення на 186 тис. грн) також може бути пов'язане з фінансовими змінами в компанії.

Зменшення податку на прибуток на 24.2 (абсолютне зменшення на 259 тис. грн) вказує на зниження прибутковості діяльності або зміну податкової політики.

Збільшення чистого прибутку на 5.2 (абсолютне збільшення на 73 тис. грн) свідчить про певне поліпшення фінансових результатів компанії, хоча це зростання є помірним.

На підвищення прибутковості та збільшення ресурсів впливає низка специфічних зовнішніх і внутрішніх факторів, а також фактори, які безпосередньо залежать від підприємства та фактори, які не залежать від нього.

Таблиця 2.4

Аналіз динаміки показників рентабельності підприємства

Показники	Формула для розрахунку	Норматив	Значення за роками		Відхилення (+), (-)
			2022	2023	
1	2	3	4	5	6
<i>Показники рентабельності</i>					
Рентабельність продажів, %	$K_{pn} = \frac{ЧП}{B} \times 100\%$	>0	0,6	0,7	0,1
Рентабельність діяльності, %	$K_{ск} = \frac{ЧП}{B} \times 100\%$	>0	9,7	30,9	21,2

Джерело: складено автором

Відбулося незначне покращення показника рентабельності продажів на 0,1. Хоча позитивна динаміка присутня, показник залишається на низькому рівні, що вказує на потребу подальшої оптимізації процесів продажів та зниження витрат. Щодо рентабельності діяльності, то спостерігаємо суттєве покращення показника на 21,2, що свідчить про значний прогрес в операційній ефективності підприємства. Це може бути результатом успішного впровадження більш ефективних управлінських рішень, оптимізації витрат або збільшення доходів.

Таблиця 2.5

Аналіз кадрового потенціалу досліджуваного підприємства

Показники	2022 рік	2023 рік	Відхилення	
			Абсолютне, (+-)	Відносне, (°)
Чисельність працівників	150	160	10	6,7
Звільнено	20	15	-5	-25
Прийнято	30	25	-5	-16,6
Коефіцієнт з вибуття (Ков)	13,33	9,38	-3,95	-29,6
Коефіцієнт обороту кадрів по прийому (Коп)	20,00	15,63	4,37	21,85
Коефіцієнт плинності кадрів (Кпл)	13,33	9,38	-3,95	-29,6

Джерело: складено автором

Відбулося зростання чисельності працівників на 10 осіб або на 6,7. Це свідчить про розширення персоналу підприємства, що може бути пов'язано з розвитком його діяльності та збільшенням обсягів робіт.

Кількість звільнень зменшилася на 5 осіб або на 25. Це позитивна динаміка, яка може свідчити про покращення умов праці та стабільність робочих місць на підприємстві.

Кількість прийнятих працівників зменшилася на 5 осіб або на 16,6. Це може бути пов'язано з оптимізацією персоналу або завершенням найму додаткових працівників після розширення.

Відбулося зниження коефіцієнта з вибуття на 3,95 або на 29,6, що свідчить про зменшення плинності кадрів та більш стабільну кадрову ситуацію на підприємстві.

Також спостерігається зниження коефіцієнта плинності на 4,17 або на 25, що вказує на зниження кількості звільнень відносно загальної чисельності працівників та підвищення стабільності кадрового складу.

2.3. Аналіз зовнішнього середовища готелю «Grand Hotel Lviv»

Для підвищення конкурентоспроможності фахівці готелю повинні вміти грамотно оцінювати своє становище на готельному ринку та проводити аналіз факторів, що впливають на діяльність підприємства, які умовно можна класифікувати так: фактори загального оточення (зовнішні фактори); фактори, характерні для туристичної галузі (галузеві фактори); внутрішні чинники (характерні для готелю).

Зовнішні чинники загального оточення – зовнішнього середовища – відбивають залежність готельної промисловості від змін і різноманітних подій, які відбуваються не лише у країні, а й у світі загалом. Готель не може впливати на ці фактори, але з метою підвищення своєї конкурентоспроможності він має їх враховувати та гнучко реагувати на зміни.

Таблиця 2.6

Аналіз факторів макросередовища підприємства

Сфера макросередовища	Назва фактора	Оцінка впливу факторів макросередовища за 10-ю шкалою
1. Міжнародна	1.1. Зовнішня політика і міжнародні відносини	7
	1.2. Міжнародні туристичні тенденції	8
	1.3. Візова політика і правила в'їзду для туристів	6
	1.4. Військові дії	10
2. Політична	2.1. Політична нестабільність у країні	9
	2.2. Законодавство у сфері туризму та готельного бізнесу	7
	2.3. Військовий стан	10
3. Економічна	3.1. Економічна стагнація країни	7
	3.2. Валютний курс	5
	3.3. Рівень інфляції	6
4. Соціально - демографічна	4.1. Демографічні зміни	8
	4.2. Соціальні тренди та звички туристів	
5. Технологічні	5.1. Розвиток інформаційних технологій	7
	5.2. Інновації в готельній сфері	5
6. Екологічна	6.1. Стан навколишнього середовища	6

Джерело: складено автором

Таблиця показує, що найбільший вплив на діяльність підприємства мають такі фактори, як військові дії та військовий стан (оцінка 10), політична нестабільність (9), міжнародні туристичні тенденції (8) та демографічні зміни (8). Ці фактори мають критичне значення для успішного функціонування готельного бізнесу. Врахування та адаптація до цих факторів дозволить підприємству підвищити свою конкурентоспроможність та забезпечити стабільний розвиток у мінливому середовищі.

Таблиця 2.7

Бальна оцінка позицій підприємства серед головних конкурентів

Показники	«Grand Hotel Lviv»	«Hotel Leopoldis»	«Nobilis Hotel»
Місце розташування	10	9	8
Середній рівень завантаженості	8	7	8
Популярність серед населення	9	8	7
Рівень професіоналізму персоналу	9	8	9
Якість основних послуг	9	8	9

Продовження таблиці 2.7

Асортимент додаткових послуг	<u>8</u>	<u>7</u>	<u>8</u>
Якість рекламних засобів	7	8	7
Цінова політика	7	8	7
Разом (або усереднена оцінка)	8,375	7,875	7,875

Джерело: складено автором

Найвища оцінка вказує на найкраще місце розташування «Grand Hotel Lviv» у порівнянні з конкурентами. «Grand Hotel Lviv» та «Nobilis Hotel» мають однаковий високий рівень завантаженості, що вказує на стабільний потік клієнтів. «Grand Hotel Lviv» є найбільш популярним серед населення, що є важливим показником для залучення нових клієнтів. «Grand Hotel Lviv» та «Nobilis Hotel» мають найвищий рівень професіоналізму персоналу, що забезпечує високу якість обслуговування. Висока якість основних послуг є характерною рисою «Grand Hotel Lviv» та «Nobilis Hotel».

«Grand Hotel Lviv» та «Nobilis Hotel» мають широкий асортимент додаткових послуг забезпечує зручність для клієнтів і створює додаткові можливості для збільшення доходу. «Hotel Leopoldis» відзначається найвищою якістю рекламних засобів, що допомагає ефективно просувати послуги. Також «Hotel Leopoldis» має більш конкурентоспроможну цінову політику, що може привабити цінових чутливих клієнтів.

Для визначення сильних та слабких сторін готельних підприємств Львова проведено SWOT-аналіз – найефективніший стратегічний інструмент, який допомагає виявити конкурентні переваги, що відрізняють готель від інших готельних підприємств на ринку. Послуги, які наявні на ринку і не мають суттєвих позитивних відмінностей, не забезпечують максимальної ефективності. Виявлення унікальних послуг, які забезпечують прогресивний розвиток, потребує сучасних методів стратегічного аналізу.

Перша частина SWOT-аналізу є найважливішою. Складаючи список сильних сторін, можна визначити переваги, які можна перетворити на конкурентні. Слабкі сторони – це перешкоди на шляху стратегічного розвитку,

які необхідно визнати та усунути. Можливості та загрози – це фактори поза контролем готелю, які впливають на успіх і не піддаються контролю, але їх можна передбачити та оптимізувати.

У другій частині аналізу окремі компоненти групи факторів, що розглядаються при подальшій розробці стратегії готельного підприємства, можуть утворювати зони перетину.

Функціонування підприємств та організацій у конкурентному середовищі Львова вимагає, щоб середовище постійно змінювалося. У зв'язку з цим важливими є наступні дії: ідентифікувати та мінімізувати можливі зміни середовища. Із цією метою застосовуємо SWOT-аналіз для визначення зовнішніх стратегічних факторів, які, ймовірно, будуть діяти і впливатимуть на роботу, продажі та прибуток готельного бізнесу в довгостроковій перспективі.

SWOT-аналіз показує, що найважливішими проблемами, які перешкоджають зростанню сектору гостинності у Львові, є безпекові, економічні, політичні та соціальні чинники. Особливо в економічній площині, доларизація та високі відсоткові кредитні ставки.

У підсумку, для оцінки факторів зовнішнього середовища та їхнього впливу на функціонування львівського сектору гостинності використано методологію експертних оцінок.

Найбільш впливовими факторами на інвестиційний клімат є нестабільна політична і безпекова ситуація в країні, значні законодавчі зміни та корупція. Позитивним політичним фактором вважається запровадження безвізового режиму, однак небагато іноземців приїждять в Україну в умовах російської воєнної агресії. На функціонування сфери гостинності у Львові впливають також соціально-демографічні фактори, такі як спроможність споживачів купувати послуги та якість обслуговування, що надається готелями.

Із розвитком сучасних технологій використання інноваційних технологій у повсякденному житті споживачів підвищило очікування високих стандартів обслуговування. Водночас, використання інновацій в організації прискорює бізнес-процеси та допомагає мінімізувати витрати.

Велика кількість природних та рекреаційних ресурсів є позитивним екологічним фактором для Львова. Адже клієнти середнього та вищого класу зацікавлені в таких факторах, як екологічність, органічні продукти та природні ресурси, довкілля.

Згідно з результатами аналізу, найбільш ефективними заходами для готельного бізнесу у Львові було б запровадження нових послуг або поліпшення існуючих послуг. Проекти, що пропонуються до реалізації, повинні відповідати наступним критеріям: інноваційність, затребуваність на ринку послуг, наявність цільових груп споживачів, рентабельність інвестицій та можливість залучення необхідного капіталу. При цьому слід звернути увагу на сфери бюджетних готелів, міні-готелів та приватних апартаментів.

У Львові небагато готелів класу «люкс» (4 і 5 зірок), до яких належить «Grand Hotel Lviv». І їх послуги користуються високим попитом.

Таблиця 2.8

Матриця SWOT-аналізу готелю «Grand Hotel Lviv»

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
	Зручне розташування Невисокі порівняно з конкурентами ціни на послуги. Репутація надійного партнера Наявний власний сайт готелю. Постійна клієнтська база. Надання додаткових туристичних послуг. Наявність конференц-залів та бізнес- центру.	Висока сезонна залежність Обмеженість фінансових та кадрових ресурсів Плинність кадрів Низька продуктивність Відсутність реальних конкурентних переваг Пасивна рекламна діяльність Відсутність ефективних маркетингових досліджень
Можливості (O)	SO-стратегії	WO-стратегії
Люди не перестануть подорожувати	Періодична розсилка пропозицій клієнтській базі	Удосконалення наявних послуг відповідно до конкурентних переваг
Підвищення глобалізації, що привело до більшої кількості міжнародних мандрівників та туристів, особливо з країн, що розвиваються.	Співпраця з підприємствами та організаціями на постійній основі	Розвиток послуг спрямованих на місцеве населення
Сприятливий мікроклімат, створений місцевими органами самоврядування		Активна маркетингова діяльність у міжсезонний період. Співпраця з програмами міста

Продовження таблиці 2.8

Загрози (Т)	ST-стратегії	WT-стратегії
Несприятлива економіко-політична ситуація в державі, пов'язана з російською війною в Україні. Несприятливий інвестиційний клімат Зміна нормативно-правової Бази. Відсутність Належного кваліфікованого персоналу. Зниження бюджету витрат Людей.	Прозора фінансова політика для ключових стейкхолдерів Створення бізнес-плану з детальним обґрунтуванням цілей	Залучення кадрів, зацікавлених у довготривалому працевлаштуванні Прозора маркетингова політика, орієнтована на важких стейкхолдерів Оновлення спектру послуг відповідно до затребуваності ринку Оновлення матеріальної-технічної бази відповідно до затребуваності ринку.

Джерело: складено автором

«Grand Hotel Lviv» має кілька значних переваг. По-перше, його зручне розташування робить готель привабливим для туристів і бізнес-туристів. Невисокі порівняно з конкурентами ціни на послуги надають додаткову конкурентну перевагу, дозволяючи залучати більшу кількість клієнтів. Готель має репутацію надійного партнера, що сприяє формуванню постійної клієнтської бази.

Однак, «Grand Hotel Lviv» також має деякі недоліки. Висока сезонна залежність впливає на доходи готелю в різні сезони, що може створювати фінансові труднощі. Обмеженість фінансових та кадрових ресурсів ускладнює реалізацію великих проектів та інвестицій. Крім того, готель стикається з плінністю кадрів, що негативно впливає на стабільність обслуговування та загальну продуктивність.

Готель має значні можливості для подальшого розвитку. По-перше, люди не перестануть подорожувати, що забезпечує стабільний попит на готельні послуги. Підвищення глобалізації призводить до більшої кількості міжнародних туристів, особливо з країн, що розвиваються. Сприятливий мікроклімат, створений місцевими органами самоврядування, надає додаткові можливості для розвитку бізнесу.

Проте, існують і значні загрози. Несприятлива економіко-політична ситуація в Україні, пов'язана з російською війною, негативно впливає на туристичний потік та інвестиційний клімат. Зміни нормативно-правової бази можуть ускладнити ведення бізнесу. Відсутність належного кваліфікованого персоналу та зниження бюджету витрат людей також є серйозними викликами для готелю.

Висновки до розділу 2

«Grand Hotel Lviv» (повна назва – «Grand Hotel Lviv Luxury & Spa») розташований за 7 км від міжнародного аеропорту Львова і має критий басейн з підігрівом (працює всі сезони роки), сонячну терасу, цілодобову стійку реєстрації, терасу та багатомовний ресторан (українська, польська та англійська мови).

Готель має 121 сучасний номер, вартість проживання в номерах готелю змінюється залежно від сезону та кількості гостей. Ціни також варіюються в залежності від категорії номера та тривалості перебування в ньому.

SWOT-аналіз показує, що найважливішими проблемами, які перешкоджають зростанню сектору гостинності у Львові, є безпекові, економічні, політичні та соціальні чинники. Особливо в економічній площині, доларизація та високі відсоткові кредитні ставки. За результатами аналізу, найбільш ефективними заходами для готельного бізнесу у Львові було б запровадження нових послуг або поліпшення існуючих послуг.

Кадровий потенціал є важливим аспектом успішного функціонування будь-якого готельного підприємства. Ефективне управління персоналом вимагає системного аналізу різних аспектів, включаючи чисельність працівників, текучість кадрів, продуктивність праці та інші показники, що відображають здатність організації залучати, утримувати та розвивати свій персонал.

Чисельність працівників та їх розподіл. За останній період наш готель збільшив середньооблікову чисельність персоналу на 10 осіб. Це свідчить про

наші стратегічні плани щодо розширення обслуговування та покращення якості послуг. Крім того, варто зазначити, що розподіл працівників у різних підрозділах готелю відповідає нашим оптимізаційним стратегіям, спрямованим на підвищення ефективності роботи.

Продуктивність праці. Один з ключових показників ефективності нашого персоналу - це продуктивність праці. За звітний період ми спостерігали значний ріст продуктивності в вартісному виразі. Це досягнення свідчить не лише про зростання обсягів роботи, але й про вдосконалення методів та процесів, які дозволяють нашим працівникам досягати більших результатів за менший час.

Плинність кадрів. Ще одним важливим аспектом є керування текучістю кадрів. За останній рік ми успішно зменшили коефіцієнт вибуття та обороту кадрів, що свідчить про ефективність наших заходів утримання персоналу та поліпшення умов праці.

Аналіз кадрового потенціалу показує, що наш готель досягає позитивних результатів у використанні трудових ресурсів. Проте, для подальшого зростання і успішності важливо продовжувати вдосконалювати системи управління персоналом, розвивати кадровий резерв, підвищувати кваліфікацію та мотивацію працівників. Це дозволить зберегти лідерські позиції на ринку та забезпечити високу якість обслуговування наших клієнтів.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

3.1. Професійна етика персоналу в рамках діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv»

Принципи створення хорошої організації були сформульовані класиком менеджменту Анрі Файоля в наступному вигляді:

1. Єдність управління. Незалежно від структури організації, ступеня розосередження та розподілу повноважень необхідно нести повну відповідальність за діяльність всього підприємства має одна людина.

2. Єдність підпорядкування. У будь-якого підлеглого може і повинен бути лише один керівник.

3. Принцип відповідності. Рівень відповідальності повинен відповідати дорученим повноваженням. Якщо на особу покладаються певні обов'язки, її необхідно наділити і відповідними повноваженнями, які необхідні для виконання цих обов'язків.

4. Комунікації, система зв'язку. Повинні бути встановлені як формальні, так і неформальні лінії зв'язку, які, водночас, повинні постійно підтримуватися.

5. Скалярний спосіб передачі повноважень. Повна та абсолютна відповідальність означає право не лише керувати, а й передавати частину повноважень іншим особам по лінії керівництва.

6. Гнучкість. Структура організації повинна включати можливість вносити корективи у зв'язку з мінливими методами, завданнями, цілями, масштабами комерційної діяльності, появою нових технологій та ресурсів.

7. Доступність усіх рівнів організації. Будь-який співробітник організації повинен мати право та можливість подати скаргу, висловити зауваження або подати скаргу відповідному керівнику [34].

Забезпечення досягнення завдань, які стоять перед готелем, є головною метою організаційної структури, але для цього необхідно, щоб проектування структури базувалося на стратегічних планах готелю.

Загальні цінності, які розділяються в «Grand Hotel Lviv», які лежать в основі етики допомагають регулювати відносини між партнерами, співробітниками, клієнтами.

Система цінностей ґрунтується на таких принципах, як:

- не вимагати від співробітників зробити те, що менеджер не може зробити сам і пояснити, як це зробити;
- виявляти толерантність до етнічних, національних, культурно-релігійних відмінностей;
- не допускати стосовно підлеглих, керівництва, колег і гостей таких вчинків і слів, з якими не хотілося б зіштовхнутися стосовно себе;
- прагнути до справедливого розподілу ресурсів (грошовими, сировинними, матеріальними та ін.);
- виправляти етичне порушення незалежно від того, коли і ким воно було допущено;
- дотримуватися правила: службова поведінка та дії співробітника визнаються етичними, якщо вони сприяють розвитку готелю (або його структури) або, хоча б не суперечать місії, стратегії та цілям закладу з моральної точки зору;
- керуватися загальноприйнятими нормами етичної поведінки з позицій здорового глузду та людської гідності;
- гармонізувати особисті та суспільні інтереси;
- відстоювати власну думку, аргументуючи її, під час обговорення проблемних питань. Коли рішення ухвалено, слідувати йому, навіть якщо воно не збігається з раніше висловленою позицією службових питань;
- систематичність у зусиллях щодо впровадження та підтримання етичних відносин в готелі;

- керівникам подавати особистий приклад етичної поведінки підлеглим;
- про конкурентів або нічого не говорити, або говорити добре.

Конкурентами можуть бути не лише інші готелі, їх керівники та персонал, але й колеги.

Зазначені принципи можуть і повинні бути підставою для формування співробітниками власної етичної системи. Ці принципи є основою формування корпоративної культури готельного підприємства. Сформулювавши такі принципи, можна звести їх до так званого етичного кодексу «Grand Hotel Lviv».

Робота готелю залежить від діяльності його всіх працівників. Тому для індустрії гостинності особливо важливо, щоб кожен співробітник поділяв принципи корпоративної культури. Посмішка, ввічливе обслуговування, професійне знання всіх процесів та об'єктів у готельному середовищі – ось той професійний стандарт, який культивується фахівцями та управлінцями в структурі готелю.

Готель «Grand Hotel Lviv» є організацією, діяльність якої спрямована на обслуговування вітчизняних та іноземних гостей. Тому неухильним правилом для персоналу є поважне ставлення до будь-яких культурних традицій та способу мислення, а також готовність до спілкування без забобонів з усіма. Гордістю цього готелю є персонал, здатний говорити різними мовами та виробляти гарне враження на гостей рівнем своїх знань та гнучкістю спілкування.

Найважливішими атрибутами професійної етики в «Grand Hotel Lviv» можна виокремити наступне:

- толерантне поважне ставлення до будь-яких культурних традицій та способу мислення, а також готовність спілкуватися з усіма без національних та расових забобонів;
- високі професійні вимоги до працівників готельної індустрії, де діяльність всього персоналу націлена на успішний результат. Велике значення приділяється вмінню діяти у стресових ситуаціях, бути компетентним у різних питаннях, оперативно справлятися із позаштатними ситуаціями, на вміння працювати самотужки й в команді;

- виходячи з практичного досвіду, працівники готельного сервісу повинні володіти наступним набором якостей: діловитість і організованість, ввічливість і уважність, коректність і толерантність, врівноваженість та стресостійкість, тактовність і, що найголовніше, гостинність;
- націленість на збереження здоров'я своїх співробітників та на гарантовану охорону їхньої праці;
- створення відкритої дружньої атмосфери, побудованої на взаємній повазі, чесності та довірі;
- проведення активної соціально-орієнтованої благодійної політики;
- відкритість змінам, готовність змінювати існуючу практику та розвиватися.

Перелічені аспекти становлять основу професійної етики працівника «Grand Hotel Lviv», які ґрунтуються на чітко визначеному списку стандартів обслуговування. Елементи професійної етики впливають на мотивованість персоналу.

До основних завдань мотивації працівників «Grand Hotel Lviv» належать:

- спонукання працівників до ефективної праці;
- формування позитивного настрою у працівників;
- реалізація базових потреб персоналу;
- зниження рівня витрат;
- зниження плинності кадрів до мінімуму;
- підвищення рівня лояльності персоналу до підприємства.

Створення можливостей для зростання кар'єри співробітників готелю – важливе завдання для служби управління персоналом. Можливість утримати високопотенційного співробітника в компанії виникає, якщо співробітник може уявити можливості розвитку для себе саме в готельному підприємстві, особливо якщо новий рівень зростання супроводжується підвищенням рівня заробітної плати. Для сприяння зростанню працівників готелю необхідно створювати програми розвитку персоналу та програми підвищення кваліфікації, які б розвивали або закріплювали необхідні професійні та персональні навички. Ці

програми необхідно складати для кожної окремої служби готелю. Найчастіше в практиці такі програми проходять без відриву від виробничої діяльності, зокрема – після завершення основної роботи. Беручи участь у програмах, працівники готелю підтверджують особистий інтерес у підвищенні рівня свого професіоналізму. Керівництву готелю необхідно застосовувати методи матеріальної стимуляції, наприклад підвищуючи заробітну плату відповідно до нової посади.

В рамках діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv» застосовуються декілька програм, спрямованих на розвиток персоналу, підвищення його професійної кваліфікації та мотивації. Нижче наведено приклади таких програм.

- 1) Програми розвитку та підвищення кваліфікації в «Grand Hotel Lviv»
- 2) Програма адаптації нових співробітників.

Мета: допомогти новим співробітникам швидко адаптуватися до роботи в готелі.

Зміст: введення в курс справи, ознайомлення з корпоративною культурою та етичними стандартами готелю, проходження тренінгів з основних професійних навичок.

Програма внутрішнього навчання:

Мета: постійне підвищення кваліфікації персоналу.

Зміст: регулярні тренінги та семінари з професійних навичок (обслуговування клієнтів, робота з ПЗ, іноземні мови), лекції від провідних експертів галузі, обмін досвідом між підрозділами.

Програма розвитку лідерських якостей:

Мета: підготовка майбутніх керівників та розвиток управлінських навичок у працівників.

Зміст: тренінги з лідерства, управління командою, прийняття рішень, стратегічного мислення.

Програма матеріального стимулювання:

Мета: мотивація персоналу до високоефективної роботи.

Зміст: система бонусів та премій за досягнення високих результатів, регулярний перегляд заробітної плати, нагородження за видатні досягнення.

Програма кар'єрного зростання:

Мета: забезпечити можливості для професійного та кар'єрного зростання співробітників.

Зміст: чітка кар'єрна структура з визначеними критеріями просування, внутрішні конкурси на підвищення, індивідуальні плани розвитку для кожного співробітника.

Програма обміну досвідом з іншими готелями:

Мета: впровадження кращих практик індустрії гостинності.

Зміст: стажування та обмін співробітниками з іншими готелями, участь у професійних конференціях та виставках, співпраця з міжнародними готельними мережами.

Програма соціальних ініціатив:

Мета: підвищення рівня соціальної відповідальності та залучення співробітників до соціально важливих проектів.

Зміст: участь у благодійних акціях, підтримка екологічних ініціатив, організація волонтерських проектів.

Відчуття постійного контролю, повної уваги до роботи, чіткого розуміння напрямів у роботі та розвитку створює відчуття впевненості у завтрашньому дні в умовах готелю.

Грошові заохочення за відмінну роботу – результат якісно та своєчасно наданих послуг клієнтам. Водночас, є абсолютна впевненість, за що буде покарання, пропорційно тяжкості етичної «провини». Закривати очі на проблеми, не доводити результати перевірок до керівництва або відкрито порушувати правила на очах у здивованих працівників – тяжкі порушення професійної етики, які знижують якість наданих послуг.

Лояльні співробітники використовують усі свої знання та можливості з метою досягти максимально можливого результату в рамках діяльності «Grand

Hotel Lviv». Якщо в компанії є лояльні співробітники, то від них виходитиме ініціатива, інноваційні пропозиції, за допомогою яких можна вирішити проблеми, що виникли. Збереження секретної інформації, толерантність до витрат організації діяльності, дотримання дисципліни, готовність до навчання та розвитку – це наслідок вірності компанії та відчуття єдності для лояльних співробітників, а не наслідок страхів втрати місця роботи, грошей, покарання.

Корпоративна культура готелю «Grand Hotel Lviv» є наріжним каменем, на якому будується весь бізнес. Це не просто набір правил та норм, це сукупність цінностей, переконань і поведінкових стандартів, що визначають взаємини між співробітниками, гостями та партнерами. Від цієї культури залежить успіх готелю, його репутація та здатність адаптуватися до змін у туристичній галузі.

Місія та цінності.

Місія «Grand Hotel Lviv» полягає в забезпеченні високого рівня комфорту та сервісу для кожного гостя, створюючи незабутні враження і відчуття домашнього затишку. Цінності готелю включають професіоналізм, гостинність, відповідальність, інноваційність, етичність, взаємоповагу та толерантність. Кожен працівник розуміє, що їхня роль не просто виконувати свої обов'язки, а бути частиною великої місії, спрямованої на покращення досвіду гостей.

Професійна етика.

У «Grand Hotel Lviv» особлива увага приділяється професійній етиці. Від співробітників очікується дотримання високих стандартів етичної поведінки. Вони виявляють толерантність до культурних, національних та релігійних відмінностей, завжди готові надати допомогу та підтримку. Кожен працівник усвідомлює, що їхні дії та слова мають значення, тому ставляться до всіх з повагою і розумінням.

Організаційна структура.

Чітка ієрархія та розподіл повноважень забезпечують ефективне управління готелем. Принципи єдності управління та підпорядкування, а також відповідність рівня відповідальності та повноважень, гарантують, що кожне

завдання буде виконано на найвищому рівні. Така структура дозволяє зберігати організованість і злагодженість у роботі всіх відділів готелю.

Професійний розвиток та навчання.

«Grand Hotel Lviv» постійно інвестує в професійний розвиток своїх співробітників. Регулярні програми внутрішнього навчання, тренінги з обслуговування клієнтів та розвиток лідерських якостей дозволяють працівникам покращувати свої навички та знання. Крім того, готель підтримує кар'єрне зростання через внутрішні конкурси та обмін досвідом з іншими готелями. Це стимулює співробітників до самовдосконалення та створює можливості для професійного зростання.

Комунікація та взаємодія.

Ефективна комунікація є ключовим елементом корпоративної культури готелю. В «Grand Hotel Lviv» встановлені як формальні, так і неформальні лінії зв'язку, що забезпечують оперативний обмін інформацією між усіма рівнями організації. Керівництво завжди відкрите до обговорення проблемних питань, висловлення зауважень та пропозицій, що створює атмосферу довіри та взаємоповаги.

Соціальна відповідальність.

«Grand Hotel Lviv» активно бере участь у благодійних акціях, підтримує екологічні ініціативи та волонтерські проекти. Соціальна відповідальність є важливим аспектом корпоративної культури готелю. Створення дружньої та підтримуючої атмосфери в колективі, турбота про здоров'я та безпеку працівників – все це сприяє формуванню позитивного іміджу готелю як відповідального та дбайливого роботодавця.

Інноваційність та гнучкість.

У сучасному світі індустрія гостинності постійно змінюється, і «Grand Hotel Lviv» завжди готовий до нових викликів. Постійне вдосконалення послуг та процесів, впровадження нових технологій та методик для підвищення якості обслуговування є невід'ємною частиною корпоративної культури готелю.

Гнучкість та готовність до змін дозволяють готелю залишатися конкурентоспроможним і відповідати найвищим стандартам індустрії.

3.2. Шляхи удосконалення професійної етики персоналу в рамках діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv»

Виконання стандартів професійної етики, зазвичай, не гарантує стабільність якісних показників: не може бути «поганою чи хорошою» зміна офіціантів, портьє, покоївок, все і завжди виконується стандартно та професійно. Консьєрж, водій, охоронець, адміністратор або офіціант – кожен із них повинен знати, розуміти та неухильно дотримуватись професійних стандартів.

До проблем ділової етики менеджера у готельній корпоративній культурі можна віднести:

- менеджер не повинен перебувати «надто високо»;
- менеджер не має права втомитися, перестати хотіти працювати;
- менеджер не має права обирати улюбленців;
- менеджер не має права заохочувати поширення чуток, утворення коаліцій, публічних та негласних знущань і переслідувань членів трудового колективу;
- менеджер не має права не виконувати обіцянки, а також забувати про плани, зустрічі;
- менеджер не має права перевищувати свої повноваження, незалежно від характеру ситуації;
- зміни – важке випробування для всього колективу готелю;
- не можна переносити свій емоційний стан на колег, проявляти особисту ворожість.

Таким чином, перелічені вище проблеми можуть вкрай негативно позначитися на діяльності та діловій репутації «Grand Hotel Lviv», оскільки з клієнтами контактують професійні носії ділової етики.

Виявлені проблеми та методи їх вирішення в «Grand Hotel Lviv» можна звести разом у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Проблеми професійної етики менеджерів готелю та шляхи їх вирішення

Проблема	Шляхи вирішення	Очікувані результати
Менеджери надто відсторонені від колективу	Менеджерам варто пройти тренінги та провести кілька колективних заходів разом зі співробітниками	Поліпшення репутації менеджера та зростання довіри до нього
Знижена мотивація працювати	Запропонувати менеджеру відпустку або зниження навантаження шляхом делегування повноважень	Підвищення ступеня зацікавленості менеджера до роботи, покращення ділової репутації готелю
Дружні стосунки менеджера з кимось із співробітників	Передача справи керівництву готелю, проходження менеджером тренінгу з ділових комунікацій	Неупереджене та справедливе ставлення до співробітників і оцінка їх роботи за заздалегідь створеними нормативами
Бездіяльність менеджера у разі утворення коаліцій, публічних та негласних злуцань, переслідувань співробітників	Притягнення менеджера до відповідальності через звернення до правоохоронних органів або ради директорів	Припинення публічних та негласних злуцань, а також покарання винних
Менеджер не доводить зміни до їхнього логічного завершення	Часткове зняття обов'язків з менеджера, передача їх іншій особі	Доведення розпочатих справ до кінця та зростання темпів розвитку організації
Професійний розвиток і кар'єрні можливості	Залучення молодих спеціалістів	Підвищення престижу готелю як привабливого роботодавця
Присутність халатності у роботі менеджера	Проходження тренінгів щодо підвищення кваліфікації або звільнення	Зміна менеджера або підвищення якості його роботи
Зрив емоцій менеджера на підлеглих	Проходження тренінгів з ділового етикету	Оздоровлення відносин усередині колективу

Джерело: розроблено автором

Всі перераховані вище проблеми є першочерговими за вагомістю, оскільки кожна з них виявляється у безпосередньому контакту з клієнтом.

Для підтримки та розвитку стратегії готелю необхідно регулярно розглядати, підтримувати та розвивати атрибути менеджменту, у тому числі етичну та ділову культури, удосконалюючи та не допускаючи негативних станів.

Формування та вдосконалення навичок та компетентності менеджерів та всіх працівників, підтримання працездатності колективу, завдяки якому готель надає послуги високого стандарту, займає верхні позиції на місцевому ринку, ефективно функціонує та успішно розвивається у тактичному та стратегічному періодах.

3.3. Ефективність заходів щодо удосконалення професійної етики персоналу в рамках діяльності готельного підприємства

Модернізація існуючих стандартів та зразків етики поведінки, діяльності та комунікацій у «Grand Hotel Lviv» можлива лише за допомогою розробки, обговорення та запровадження нових технологій менеджменту або покращення існуючої технології управління, яка складається з чотирьох типових етапів: підготовки, проведення, фінішних операцій та моніторингу.

Ефективність заходів щодо удосконалення професійної етики персоналу в рамках діяльності готелю залежить від впровадження технології поліпшення процесу використання професійної етики в «Grand Hotel Lviv».

1. Технологія поліпшення процесу використання професійної етики в «Grand Hotel Lviv».

Представимо поетапність застосування технології:

Підготовка.

- прийняття рішення про поліпшення професійної етики працівників готелю;
- визначення стратегії поліпшення професійної етики;
- визначення задач поліпшення професійної етики готелю;
- залучення фахівця для розробки програми поліпшення професійної етики;
- визначення затрат для реалізації інновацій в професійній етиці;

- формування анкет щодо пропозицій в професійній етиці;
- збір пропозицій щодо поліпшення професійної етики;
- розгляд пропозицій;
- визначення пріоритетів реалізації щодо поліпшення професійної етики;
- вибір пропозицій щодо поліпшення професійної етики;
- визначення очікуваного рівня розвитку професійної етики;
- формування команди для поліпшення професійної етики.

Проведення.

- перевірка готовності осіб, відповідальних за розробку проєкту;
- визначення засобів реалізації пропозицій поліпшення професійної етики розвитку готелю;
- визначення очікуваних результатів від поліпшення професійної етики;
- придбання засобів реалізації пропозицій;
- підготовка фахівців із експлуатації поліпшення професійної етики працівників готелю;
- апробація пропозицій;
- попередня оцінка фактичних результатів;
- порівняння з фактичних результатів із очікуваними в роботі готелю;
- прийняття рішення про передачу пропозицій для реалізації в роботі готелю.

Технологія розроблена з урахуванням необхідних вимог щодо впровадження формування, підтримки та розвитку нормативів та стандартів у тестовому режимі, тобто створення так званої тестової моделі, яка б допомогла уникнути появи нових протиріч, труднощів і невідповідностей при введенні нових норм у повсякденне життя готелю.

Освоєння нових співробітників у готелі є індикатором успішності роботи з пошуку, відбору та найму персоналу. У процесі адаптації працівник проходить через кілька етапів:

- загальне ознайомлення із ситуацією;
- пристосування (звикання, засвоєння стереотипів);

- асиміляція (повне пристосування);
- ідентифікація (тотожнення особистих цілей з цілями колективу).

Можливий порядок адаптації виглядає так: знайомство з готелем та його особливостями, з внутрішнім трудовим розпорядком, представлення нового співробітника колективу, ознайомлення з робочим місцем, бесіда з керівником, знайомство з корпоративною культурою та традиціями, ознайомлення з соціальними пільгами та стимулами, інструктаж з пожежної безпеки та техніки безпеки, проходження первинного навчання, робота на своєму робочому місці.

Саме в процесі адаптації повинно бути досягнуто почуття причетності до справ готелю, правильне розуміння своїх завдань, посадових обов'язків, розвиток навички виконання своїх обов'язків, високий рівень мотивації до праці, зацікавленість у покращенні справ у готелі, розуміння своєї ролі в успіху підприємства, зокрема шляхом дотримання професійної етики.

2. *Введення в штат готельного підприємства посади адаптивного менеджера.*

Таблиця 3.2

Витрати на організацію робочого місця адаптивного менеджера в готельному підприємстві «Grand Hotel Lviv»

№	Категорія витрат	Вартість, грн
1	Заробітна плата в місяць	23000
2	Персональний ноутбук	20000
3	Стіл та стілець	6500
4	Принтер з сканером	7000
5	Канцелярське приладдя	1000
6	Всього	57500

Джерело: розроблено автором

Таким чином, стартові витрати на організацію нового робочого місця адаптивного менеджера складуть 57500 грн, щомісячна заробітна плата нового працівника складе 23000 грн. що є середнім значення окладу менеджера з персоналу в Україні.

Введення в структуру підприємства даної вакансії матиме позитивний вплив на рівень злагоженості та професійності працівників готельного комплексу та призведе до таких переваг:

- покращення підбору персоналу та оцінки їх навиків;
- оптимізація процесу адаптації нових співробітників;
- покращення системи мотивації персоналу;
- підвищення комунікативних навичок співробітників;
- розвиток корпоративної культури;
- функціональне розвантаження менеджера з персоналу.

Для розвитку професійної етики проведено дослідження найважливіших аспектів діяльності «Grand Hotel Lviv», дана його коротка характеристика та проаналізовано становище готелю на ринку.

Дослідження розуміння поняття «професійна етика» як вагомого атрибуту сучасного менеджменту дозволило виявити та розглянути основні його основні характеристики. На основі виявлених протиріч, бар'єрів та глухих кутів складено список рекомендацій щодо поліпшення правил і норм ділової етики, і навіть розроблено докладну технологію із запровадження нових правил у повсякденне життя готелю. Технологія покращення використання професійної етики є покроковою послідовністю операцій з формування, випробування та впровадження нових норм ділової етики.

Таким чином, для підтримки та розвитку стратегії організації готельних необхідно постійно розглядати, підтримувати та розвивати атрибути менеджменту, у тому числі сучасну етичну культуру, удосконалюючи її та запобігаючи негативним її станам. Формування та вдосконалення навички і компетентність фахівців та менеджерів, підтримання стабільного та згуртованого колективу, завдяки якому готельне підприємства зможе надавати якісні послуги та займати високі позиції на готельному ринку Львова і області, дозволять йому ефективно функціонувати та розвинутися у найближчій перспективі та користуватися успіхом.

Конкретизація пропозицій щодо розвитку та покращення стратегій організації готельного підприємства, ось деякі конкретні рекомендації та економічні аспекти, які можуть бути враховані:

3. Профільні тренінги з роботи з персоналом (Тренінги побудови етичних взаємовідносин менеджера з іншими членами організації).

Введення спеціалізованих тренінгів для менеджерів з розроблення комунікативних навичок, управлінських стратегій та ведення конфліктів. Це допоможе підвищити ефективність управління персоналом і підтримати високий рівень задоволеності клієнтів.

На сьогодні, тренінгм такого типу розраховуються на 6 (тривалість 2-3 години) модулів і можуть проводитися як в онлайн- так і оф-лайн режимі. Вартість становить від 11500 до 14000 грн. за курс.

Структура курсів містить: теоретичну частину з практичними прикладами від тренера; розбір практичних кейсів учасників; домашнє завдання для учасників.

Висновки до розділу 3

Професійна етика персоналу в рамках діяльності готельного підприємства «Grand Hotel Lviv» базується на загальних принципах і цінностях, які розділяються в «Grand Hotel Lviv», які лежать в основі етики допомагають регулювати відносини між партнерами, співробітниками, клієнтам. Робота готелю залежить від діяльності його всіх працівників. Тому для індустрії гостинності особливо важливо, щоб кожен співробітник поділяв принципи корпоративної культури. Посмішка, ввічливе обслуговування, професійне знання всіх процесів та об'єктів у готельному середовищі – ось той професійний стандарт, який культивується фахівцями та управлінцями в структурі готелю.

Готель «Grand Hotel Lviv» є організацією, діяльність якої спрямована на обслуговування вітчизняних та іноземних гостей. Перелічені в дослідженні аспекти становлять основу професійної етики працівника «Grand Hotel Lviv», які

ґрунтуються на чітко визначеному списку стандартів обслуговування. Елементи професійної етики впливають на мотивованість персоналу.

Лояльні співробітники використовують усі свої знання та можливості з метою досягти максимально можливого результату в рамках діяльності «Grand Hotel Lviv». Для підтримки та розвитку стратегії готелю необхідно регулярно розглядати, підтримувати та розвивати атрибути менеджменту, у тому числі етичну та ділову культури, удосконалюючи та не допускаючи негативних станів.

Формування та вдосконалення навичок та компетентності менеджерів та всіх працівників, підтримання працездатності колективу, завдяки якому готель надає послуги високого стандарту, займає верхні позиції на місцевому ринку, ефективно функціонує та успішно розвивається у тактичному та стратегічному періодах.

Для аналізу та перспектив розвитку професійної етики проведено дослідження найважливіших аспектів діяльності «Grand Hotel Lviv», дана його коротка характеристика та проаналізовано становище готелю на ринку. Проаналізована технологія покращення використання професійної етики є покроковою послідовністю операцій з формування, випробування та впровадження нових норм ділової етики.

ВИСНОВКИ

Таким чином, проведені дослідження професійної етики персоналу підприємства сфери гостинності «Grand Hotel Lviv» дозволяють зробити наступні висновки:

1. Професійна етика, виникнувши спочатку як прояв повсякденної моральної свідомості, потім розвивалася з урахуванням узагальненої практики поведінки представників кожної професійної групи. Ці узагальнення містилися як і писаних, так і в неписаних кодексах поведінки. Науковий підхід до професійної етики частіше зачіпає категорію «працівник», рідше «керівник», мало уваги приділяється взаємозалежній системі «керівник – працівник». Але саме в цій зв'язці виникає найбільша кількість непорозумінь та конфліктів.

Змістом професійної етики є кодекси поведінки, яким приписують певний тип моральних взаємин між людьми, і способи обґрунтування цих кодексів. Професійна етика обумовлена особливостями деяких професій, корпоративними інтересами, професійною культурою. Люди, які виконують однакові або схожі професійні функції, виробляють специфічні традиції, об'єднуються з урахуванням професійної солідарності, підтримують репутацію своєї соціальної групи. Кількість напрямів у прикладній, професійній етиці постійно зростає. Нанотехнології нові етичні питання не викликають. Тобто етичні проблеми, підняті нанотехнологіями, не мають явної новизни, а є варіаціями традиційної етики і лише інтенсифікують розвиток вже існуючих позицій теорії моралі. Отже, вони можуть розглядатись у вже існуючих теоріях та концепціях моральної філософії.

2. У готельній галузі виконання професійної етики є ключовим для забезпечення найвищої якості обслуговування клієнтів. Готелі зобов'язані гарантувати комфорт та задоволення кожного відвідувача, надаючи широкий спектр послуг. Створення корпоративного кодексу етики є нормою в цій галузі, що регулює поведінку у складних ситуаціях. Ефективність готельного бізнесу напряму залежить від професіоналізму його персоналу. Усі працівники повинні

ділитися загальними цінностями корпоративної культури, що сприяє успішній роботі з клієнтами. Головним пріоритетом для всіх обслуговуючих компаній є вміння персоналу ефективно взаємодіяти з гостями, надаючи їм відчуття затишку та професійного обслуговування.

3. «Grand Hotel Lviv» є одним із найстаріших готелів Львова. Закладом управляє ТОВ «Холдинг «Гранд Готель». Вартість проживання в номерах готелю змінюється залежно від сезону та кількості гостей. Ціни також варіюються в залежності від категорії номера та тривалості перебування в ньому. Ресторани «Grand Hotel Lviv» – це повністю обладнані заклади громадського харчування з випічкою та різноманітними напоями. Меню включає страви з категорії високої кухні. Оскільки готель можна розглядати також як об'єкт, що самоорганізується і саморозвивається, то саме внутрішнє середовище насамперед визначає характер і успішність діяльності підприємства.

4. Готель «Grand Hotel Lviv» визначається своєю виразною корпоративною культурою, яка покладається на кілька ключових принципів. Одним з них є принцип «прикладом і поясненням», що підкреслює важливість менеджерів як прикладу для співробітників, не лише вимагаючи від них виконання завдань, але й пояснюючи, як саме це потрібно зробити. Важливим аспектом є також толерантність до етнічних, національних та культурно-релігійних відмінностей, що відображається у відкритому й уважному ставленні до гостей та співробітників. Крім того, в готелі панує нульовий толеранс до неетичної поведінки, що включає будь-які прояви нешанобливого ставлення до колег, керівництва чи гостей. Цей підхід покликаний забезпечити гармонійне та поважне спілкування всередині команди та з клієнтами. Зазначений підхід до культурних аспектів і спілкування, спираючись на гнучкість мовного рівня та професійних знань персоналу, є важливим елементом, який відзначає «Grand Hotel Lviv». Така стратегія дозволяє готелю успішно виконувати своє покликання — забезпечувати комфорт та задоволення усіх гостей, незалежно від їхнього культурного тла чи мови спілкування.

5. Виконання стандартів професійної етики, зазвичай, не гарантує стабільність якісних показників: не може бути «поганою чи хорошою» зміна офіціантів, портьє, покоївок, все і завжди виконується стандартно та професійно. Консьєрж, водій, охоронець, адміністратор або офіціант – кожен із них повинен знати, розуміти та неухильно дотримуватись професійних стандартів. Для підтримки та розвитку стратегії реалізації професійної етики готелю необхідно регулярно розглядати, підтримувати та розвивати атрибути менеджменту, у тому числі етичну та ділову культури, удосконалюючи та не допускаючи негативних станів.

6. Модернізація існуючих стандартів та зразків етики поведінки, діяльності та комунікацій у «Grand Hotel Lviv» можлива лише за допомогою розробки, обговорення та запровадження нових технологій менеджменту або покращення існуючої технології управління, яка складається з чотирьох типових етапів: підготовки, проведення, фінішних операцій та моніторингу. Представлена у дослідженні технологія розроблена з урахуванням необхідних вимог щодо впровадження формування, підтримки та розвитку нормативів та стандартів у тестовому режимі, тобто створення так званої тестової моделі, яка б допомогла уникнути появи нових протиріч, труднощів і невідповідностей при введенні нових норм у повсякденне життя готелю.

Для розвитку професійної етики проведено дослідження найважливіших аспектів діяльності «Grand Hotel Lviv», дана його коротка характеристика та проаналізовано становище готелю на ринку й представлено ефективність заходів щодо удосконалення професійної етики персоналу в рамках діяльності готельного підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрющенко Я. Е., Тищенко С. І. Комунікативні процеси в управлінні готельним господарством. *Actual trends of modern scientific research: V International Scientific and Practical Conference, Munich, 8-10 November 2020*, С. 527–531.
2. Асоціація готельних об'єднань та готелів міст України. URL: <http://www.hotelinua.com/index.php/home> (дата звернення 16.05.24).
3. Байлик С. І. Готельне господарство: організація, управління, обслуговування. Київ: «Дакор», 2008. 288 с.
4. Бізнес-етика в індустрії гостинності: конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «Бакалавр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної форми навчання / уклад.: Я. Е. Андрющенко, Т. Я. Іваненко. Миколаїв: МНАУ, 2021. 140 с.
5. Білоусов О. М. Менеджмент туристичної галузі. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. 535 с.
6. Борецька Н. П. Основні шляхи підвищення професійної етики персоналу підприємств у сфері гостинності. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. Київ: Випуск 5-1 (54) 2019. С.100–106.
7. Бралатан В. П., Гуцаленко Л. В., Здирко Н. Г. Професійна етика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 252 с.
8. Брич В. Я., Гугул О. Я. Теоретичні аспекти розвитку персоналу. *Вісник Хмельницького національного університету*. № 5. 2016. Т. 2. С. 13–16.
9. Безручко Л., Жук Ю. Сучасний стан та перспективи розвитку готельних мереж у світі та Україні. *Вісник Львівського університету*. Серія міжнародні відносини. 2018. Випуск 45. С. 273–280.
10. Безуглий І. В. Інноваційна основа формування національних готельних мереж України. *Економіка та управління національним господарством*. 2018. Випуск 22. С. 136–141.

- 11.Влащенко Н. М. Інноваційні технології в готельному господарстві. Конспект лекцій. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 89 с.
- 12.Ганич Н. Готельне господарство Львівської області: сучасний стан та шляхи оптимізації розвитку. *Вісник Львівського університету*. Серія міжнародні відносини. 2012. Вип. 29. Ч. 1. Львів: ВЦ ЛНУ імені Івана Франка, 2012. С. 24–30.
- 13.Гах Й. М. Етика ділового спілкування: навч. посібник. Київ: Центр навч. літератури, 2005. 160 с.
- 14.Глінковська Б., Чеботарьов Є., Чеботарьов В. Крос-культурні підприємницькі комунікації: навч.-метод. посіб. для магістрантів. Старобільськ, 2018. 120 с.
- 15.Якименко-Терещенко, Н. В., Жадан, Т. А., Мардус, Н. Ю., Мелень, О. В., Побережна, Н. М. Готельно-ресторанна справа. Харків: Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», 2019. 404 с.
- 16.Грицай А. М. Теоретико-методичні засади формування кадрової політики підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2019. № 1. С. 148–155.
- 17.Діловий етикет. Етика ділового спілкування. 3-є вид., перероб. та доп. Київ: Альтерпрес, 2009. 368 с.
- 18.Ільницька-Гикавчук Г. Я. Стан та перспективи розвитку готельного господарства Львівської області. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2020. №1. С. 39–42.
- 19.Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: навч. посібник. 2-е вид., перероб. і доп. Київ: Центр навч. літератури, 2005. 224 с.
- 20.Йонас Г. Принцип відповідальності. У пошуках етики для технологічної цивілізації / пер. з нім. Київ: Лібра, 2001. 400 с.
- 21.Король О. Д., Крачило М. П. Менеджмент туризму: Навчальний посібник. Київ: Знання, 2009. 248 с.
- 22.Клапчук М. В., Несп'як В. І. Інноваційний потенціал бізнес-готелів Львівщини. *Стратегія розвитку туризму в XXI столітті у контексті сталого розвитку*: Зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 31 березня

- 2016 р.) / МОН України, Львівський інститут економіки і туризму. Львів: ЛІЕТ, 2016. С. 233–238.
23. Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом. Видання друге, перероблене й доповнене. Київ: «Кондор». 2005. 308 с.
24. Лихолат С. М., Гапій І. Б. Етика бізнесу: навч. посіб. Київ: Знання, 2013. 245 с.
25. Малахов В. Г. Етика: курс лекцій. Київ: Либідь, 2000. 304 с.
26. Малюк Л. П., Варипаєва Л. М. Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі: навч. посібник. Харків: ХДУХТ, 2016. 146 с.
27. Малюк Л. П., Кононенко Т. П., Постяна Н. В. та ін. Концептуальні принципи формування стандартів сервісу в ресторанному бізнесі: монографія. Харків: ХДУХТ, 2011. 73 с.
28. Мальська М. П., Бордун О. Ю., Жук І. З. Управління персоналом в туризмі: теорія та практика. Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2013. 232 с.
29. Машир Н. П. Сучасний етикет та секрети гостинності: навч. посібник. Київ: Кондор, 2010. 214 с.
30. Мельник І. Краківське передмістя західної околиці Королівського столичного міста Львова. Львів: Центр Європи, 2011. 288 с.
31. Мамотенко Д. Ю. Розробка кадрової стратегії організації в сучасних умовах. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2019. Вип. 14. Ч. 3. С. 49–52.
32. Мица В. П. Кадрова політика на підприємстві: проблеми і перспективи. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. № 6. С. 165–168.
33. Мурашко М. І. Менеджмент персоналу: Навчально-методичний посібник. Київ: Знання, 2002. 311 с.
34. Остаповський І. Є., Остаповська Т. П. Актуальність ідей Анрі Файоля в умовах сьогодення. *Формування професійної культури керівника навчального закладу в сучасному освітньому середовищі*: зб. матеріалів / укл. М. О. Стащенко. Луцьк: ВІППО, 2015. С. 82–86.

- 35.Палеха Ю. І. Ділова етика: навч.-методичний посібник. Київ: ЄУФІМБ, 2000. 250 с.
- 36.Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: навч. посібник. Київ: Кондор, 2008. 356 с.
- 37.Пандяк І. Готельне господарство Львова: історичні передумови, сучасний стан, тенденції розвитку. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2014. № 47. С. 209–215.
- 38.Петрова І. Л. Стратегічне управління персоналом: реалії та перспективи. *Формування ринкової економіки*. Т. 2: Управління персоналом в організаціях. Київ: Вид-во КНЕУ, 2018. С. 214–223.
- 39.Романовський О. Г. Ділова етика. Харків: НТУ «ХП», 2006. 364 с.
- 40.Руденко Л. А. Актуалізація формування комунікативної культури фахівців сфери послуг. *Концептуальні засади професійного розвитку особистості в умовах євроінтеграційних процесів: зб. наук. статей / за ред. В. Г. Кременя, М. Ф. Дмитриченка, Н. Г. Ничкало*. Київ: НТУ, 2015. С. 368–376.
- 41.Руденко Л. А. До питання формування комунікативної культури фахівців сфери обслуговування. *Методичний вісник*. 2012. № 1. С. 12–20.
- 42.Русавська В. А. Гостинність в українській традиційній культурі: навч. пос. Київ: «Видавництво Ліра-К», 2016. 280 с.
- 43.Скібіцький. О. М. Стратегічний менеджмент. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2006. 312 с.
- 44.Снітинський В. В., Завальницька Н. Б., Брух О. О. Діловий етикет у міжнародному бізнесі: навч. посіб. Львів: Магнолія-2006, 2009. 300 с.
- 45.Львівське обласне управління статистики. Статистика Львівської області. Вилучено з <http://www.lv.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 25.05.24).
- 46.Червінська Л. П. Управління інноваційною діяльністю персоналу: монографія. Київ: КНЕУ, 2016. 194 с.
- 47.Чудаєва І. Б., Миленський В. Д. Управління персоналом (Кадровий менеджмент). Черкаси: ЧДТУ, 2019. 119 с.

- 48.Шеломенцев В. М. Етикет і сучасна культура спілкування. Навчальний посібник. Київ: Лібра, 2003. 416 с.
- 49.Grand Hotel Lviv. Історія готелю. Вилучено з <https://grand-hotel.com.ua/about-history>
- 50.Horn R. C. On Professions, Professionals, and Professional Ethics. Malvern, Pn: American Institute for Property and Liability Underwriters, 1978. 114 p.
- 51.Kultgen J. Ethics and Professionalism. Philadelphia University of Pennsylvania Press, 1988. 408 p.

ДОДАТКИ

Додаток А.

Матеріали XIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Інноваційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі», присвяченої 140-річчю НУХТ, 21 травня 2024 р. – К.: НУХТ, 2024 р. – 265 с.

УДК 331.08

ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ

Юхименко В.Ю., здобувач,

Сологуб Ю.І., к. геогр. н.

*Національний університет харчових технологій
(НУХТ), м. Київ*

Вступ. Професійна етика в сфері гостинності є важливим аспектом успішної діяльності будь-якого підприємства. Вона визначає якість обслуговування, взаємовідносини з клієнтами та колегами, а також впливає на репутацію та прибутковість компанії. У зв'язку зі зростанням конкуренції та змінами в очікуваннях споживачів, удосконалення професійної етики стає важливим завданням для підприємств галузі гостинності.

Матеріали та методи. Під час дослідження професійної етики в сфері гостинності використовувалися різноманітні матеріали та методи для отримання якісної та об'єктивної інформації.

Опитування клієнтів та співробітників: Проведення опитувань серед клієнтів та співробітників підприємств галузі гостинності дозволило зібрати враження, думки та відгуки стосовно професійної етики.

Аналіз корпоративної політики підприємств: Вивчення внутрішніх політик та процедур підприємств дозволило оцінити наявність та дотримання етичних стандартів серед персоналу.

Результат та обговорення. Сьогоднішні споживачі все більше цінують якість обслуговування та етичні стандарти у сфері гостинності. Невідповідність цим вимогам може призвести до втрати клієнтів та зниження прибутковості підприємства. Крім того, сучасні технології і соціальні мережі роблять комунікацію між клієнтами ще більш прозорою, що підвищує важливість етичної поведінки для збереження репутації.

Результати досліджень показали, що існують певні проблеми з професійною етикою в сфері гостинності, зокрема:

- неодноразові випадки невічливого обслуговування,
- порушення конфіденційності клієнтської інформації,
- нечесні практики в управлінні.

Однак було виявлено, що підприємства, які активно працюють над вдосконаленням своєї професійної етики, зазвичай мають більш задоволених клієнтів та успішну репутацію.

Висновок. На підставі отриманих результатів можна зробити висновок, що удосконалення професійної етики в сфері гостинності є критичним завданням для підприємств. Застосування етичних стандартів у всіх аспектах діяльності може допомогти підприємствам покращити якість обслуговування, зберегти та залучити клієнтів та підвищити їхню прибутковість у довгостроковій перспективі.

Додаток Б.

Анкета ТОВ "ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ"

Юридична особа ТОВ "ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ", код ЄДРПОУ 45130330, було зареєстровано 23.02.2023. Розмір статутного капіталу юридичної особи складає 5 000 000,00. На момент останнього оновлення даних 16.06.2024 статус юридичної особи - Не перебуває в процесі припинення.

Уповноваженою особою юридичної особи ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ" є НОВОСАД АНДРІЙ ОЛЕГОВИЧ.

Організаційно-правова форма юридичної особи ТОВ "ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ" - ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ. Основний вид діяльності (КВЕД) – 55.10 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування.

Також ви можете подивитись судові рішення, в яких згадується юридична особа ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ", і стан розгляду справ.

Контактні дані юридичної особи ТОВ "ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ"

Телефон: +380673136525

Юридична особа ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ" зареєстрована за юридичною адресою Україна, **7, Львівська обл., місто Львів, пр.Свободи, будинок **.

Також ми надаємо історію всіх змін у реєстраційних документах юридичної особи, стан розгляду справ, судові рішення та фінансову звітність щодо юридичної особи ТОВ "ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ".

Повне найменування юридичної особи
(станом на 16.06.2024)

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ

Скорочена назва

ТОВ "ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ"

Назва англійською

LIMITED LIABILITY COMPANY «GRAND HOTEL LVIV» (LLC «GRAND HOTEL LVIV»)

Код ЄДРПОУ

45130330

Дата реєстрації

23.02.2023 (1 рік 3 місяці)

Уповноважені особи

НОВОСАД АНДРІЙ ОЛЕГОВИЧ

Розмір статутного капіталу

5 000 000,00 грн.

Організаційно-правова форма

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Види діяльності

Основний:

55.10 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування

Контактна інформація

Місцезнаходження юридичної
особи:

Україна, **7, Львівська обл., місто Львів,
пр.Свободи, будинок **

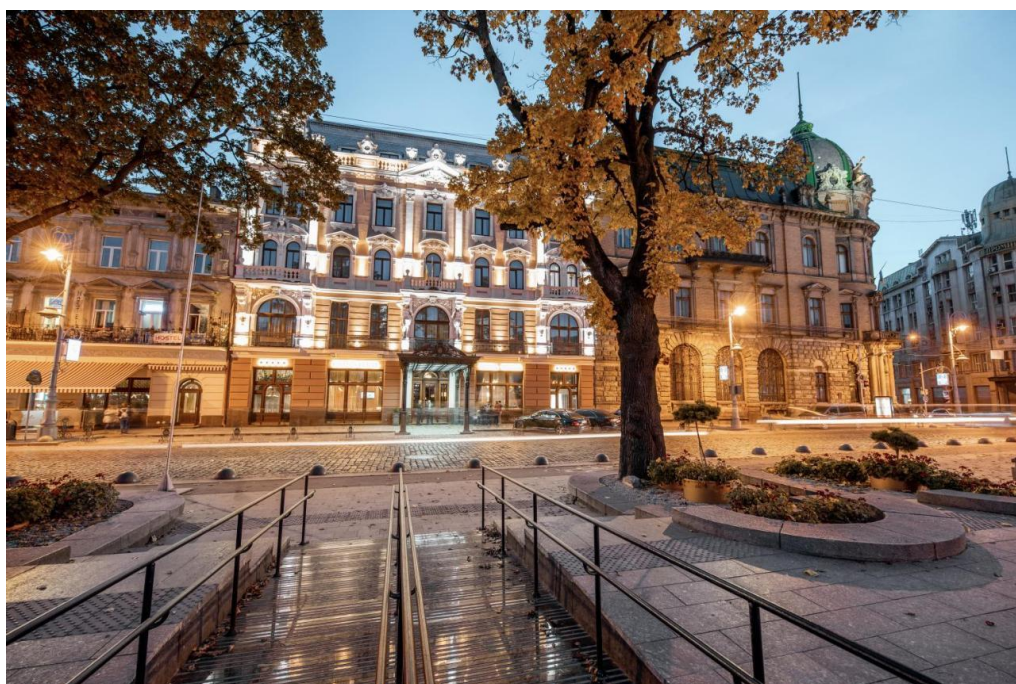
Телефон:

+380673136525

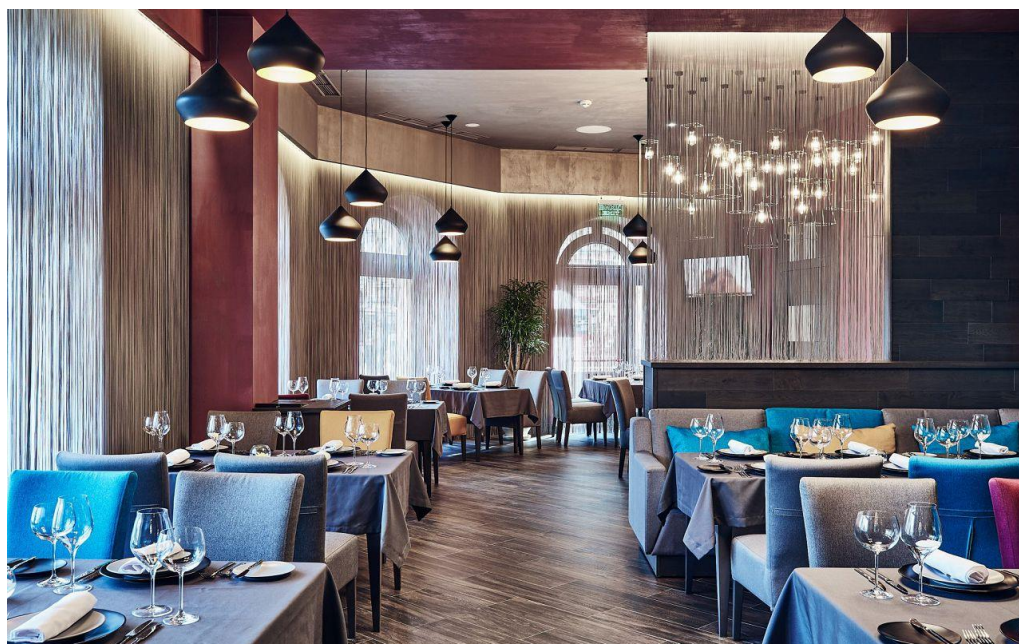
Номерний фонд ТОВ "ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ"

*Рисунок 1**Рисунок 2*

Екстер'єр ТОВ "ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ"

*Рисунок 1**Рисунок 2*

Заклади харчування ТОВ "ГРАНД ГОТЕЛЬ ЛЬВІВ"

*Рисунок 1**Рисунок 2*