

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка  
Кафедра готельно-ресторанної справи

«До захисту в ЕК»

Декан факультету

  
(підпис)

Віта ЦИРУЛЬНІКОВА

(ім'я і прізвище)

«12» лютого 2025 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

  
(підпис)

Лариса ШАРАН

(ім'я і прізвище)

«12» лютого 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»

на тему: «Удосконалення системи управління відносинами з гостями в бутік-готелі»

Виконав: здобувач 5 курсу, групи ЗГС-5-3

Жахалова Катерина Леонідівна

(прізвище, ім'я, по-батькові повністю)

  
(підпис)

Керівник Люлька Олександр Миколайович

(прізвище, ім'я, по-батькові повністю)

  
(підпис)

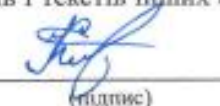
Рецензент Олексій ГУБЕНЯ

(ім'я і прізвище)

  
(підпис)

Я, як здобувачка Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавала і не одержувала незадоволеної допомоги під час виконання цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач

  
(підпис)


Київ – 2025 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка  
Кафедра готельно-ресторанної справи  
Освітній ступінь бакалавр  
Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа  
(код і назва)  
Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»  
(назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри ГРС**

 **Лариса ШАРАН**  
«04» грудня 2024 р.

**ЗАВДАННЯ**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА**

Жахалової Катерини Леонідівни

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи «Удосконалення системи управління відносинами з гостями в бутік-готелі»

керівник роботи Люлька Олександр Миколайович, к.т.н., доцент

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

затверджені наказом закладу вищої освіти від «04» грудня 2024 року №991-КС







2. Термін подання здобувачем роботи 27 січня 2025 року

3. Вихідні дані до роботи системи управління відносинами з гостями в бутік-готелі, бутік-готель «Ермітаж», м. Київ

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ; Розділ 1 Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку готельних підприємств в Шевченківському районі міста Київ; Розділ 2 Сучасні аспекти діяльності бутік-готелю «Ермітаж»; Розділ 3 Удосконалення системи управління відносинами з гостями в бутік-готелі «Ермітаж»; Висновки та пропозиції; Список використаної літератури та інтернет-ресурсів

5. Перелік графічного матеріалу

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Люлька О.М. доцент	 04.12.24	 16.12.24
Розділ 2	Люлька О.М. доцент	 17.12.24	 02.01.25
Розділ 3	Люлька О.М. доцент	 03.01.25	 21.01.25

7. Дата видачі завдання 4 грудня 2024 року

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	<b>ВСТУП РОЗДІЛ 1 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ШЕВЧЕНКІВСЬКОМУ РАЙОНІ МІСТА КИЇВ</b>	04.12. 2024 р.- 16.12.2024 р.	Виконано
2	<b>РОЗДІЛ 2 СУЧАСНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ БУТІК-ГОТЕЛЮ «ЕРМІТАЖ»</b>	17.12.2024 р.-02.01. 2025 р.	Виконано
3	<b>РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВІДНОСИНАМИ З ГОСТЯМИ В БУТІК-ГОТЕЛІ «ЕРМІТАЖ»</b>	03.01.2025 р.- 21.01.2025 р.	Виконано
4	<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ</b>	22.01.2025 р.- 25.01.2025 р.	Виконано
5	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	27.01.2025 р.	Виконано

Здобувач

  
(підпис)

Катерина ЖАХАЛОВА  
(ім'я, прізвище)

Керівник роботи

  
(підпис)

Олександр ЛЮЛЬКА  
(ім'я, прізвище)

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**  
**ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

**Здобувачки:** Жахалової Катерини Леонідівни

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

заочна форма здобуття освіти, спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа,  
освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

**Тема роботи: «Удосконалення системи управління відносинами з гостями в бутік-готелі»**

Керівник работ: Люлька Олександр Миколайович, к.т.н., доцент

Дата захисту « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Робота захищена з оцінкою \_\_\_\_\_

**АНОТАЦІЯ**

Робота присвячена визначенню теоретичних засад та розробці практичних рекомендацій покращенню системи управлінню відносинами із гостями готельного підприємства. Охарактеризовано сучасний стан готельного господарства в місті Київ, а саме в Шевченківському районі, та складено портрет цільового споживача готельних послуг бутік-готелю. Проведено аналіз діяльності готельного підприємства «Ермітаж», проаналізовано його служб, а також наведено різні сегменти його діяльності. Проаналізовано різноманітні CRM-системи, які функціонують у світі, та наведено етапи впровадження цих систем у готельне підприємство. Впровадження системи Cendyn є перспективним, оскільки вона має в собі широкий спектр можливостей системи відносин із гостями.

Кваліфікаційна робота викладена на 38 сторінках комп'ютерного тексту, та містить 9 таблиць, 7 рисунків.

Ключові слова: CRM-система, відносини, гості, готель

## ABSTRACT

The work is devoted to defining theoretical foundations and developing practical recommendations for improving the guest relations management system of a hotel enterprise. The current state of the hotel industry in the city of Kyiv, namely in the Shevchenkivskiy district, is characterized, and a portrait of the target consumer of hotel services of a boutique hotel is drawn up. The activities of the hotel enterprise "Hermitage" are analyzed, its services are analyzed, and various segments of its activity are also presented. Various CRM systems operating in the world are analyzed, and the stages of implementing these systems in a hotel enterprise are presented. The implementation of the Cendyn system is promising, since it has a wide range of capabilities of the guest relations system.

The qualification work is presented on 38 pages of computer text, and contains 9 tables, 7 figures.

Keywords: CRM system, relations, guests, hotel

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	6
<b>РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТ В ШЕВЧЕНКІВСЬКОМУ РАЙОНІ МІСТА КИЇВ</b> .....	8
1.1. Аналіз готельних підприємств Шевченківського району.....	8
1.2. Шевченківський район як центр тяжіння для туристів у м. Києві .....	11
1.3. Портрет цільового споживача послуг butik-готелів.....	12
1.4. Проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу в Шевченківському районі.....	13
<b>РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ БУТІК-ГОТЕЛЮ «ЕРМІТАЖ»</b> .....	15
2.1. Характеристика butik-готелю «Ермітаж» .....	15
2.2. Організаційно-технологічні аспекти діяльності butik-готелю «Ермітаж» .	18
2.2.1. Характеристика послуг засобу розміщення.....	18
2.2.2. Характеристика служб butik-готелю .....	20
2.2.3. Склад та призначення приміщень готельного підприємства .....	21
2.2.4. Особливості менеджменту готельного підприємства.....	22
2.2.5. Характеристика процесу обслуговування споживачів в готелі .....	25
2.3. Ефективність управління відносинами з гостями у готелі «Ермітаж» .....	25
<b>РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВІДНОСИНАМИ З ГОСТЯМИ В БУТІК-ГОТЕЛІ «ЕРМІТАЖ»</b> .....	27
3.1. Аналіз наявних CRM-систем.....	27
3.2. Впровадження CRM-системи Sendyn у butik-готель «Ермітаж».....	31
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b> .....	34
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ</b> .....	36

## ВСТУП

**Актуальність теми:** індустрія гостинності в Україні сьогодні стикається з низкою нових викликів, таких як нестабільне постачання електроенергії, війна та нестача кваліфікованого персоналу. У цих умовах готельні підприємства, особливо butik-готелі змушені адаптувати свої стратегії, щоб надавати якісні послуги навіть в умовах обмежених ресурсів, оскільки їх ресурсна база менша, але при цьому якість повинні надавати на високому рівні. Оскільки ці готелі орієнтовані на індивідуальний підхід до кожного гостя, важливо використовувати інноваційні технології, щоб підтримувати високий рівень задоволеності споживачів, незважаючи на складні умови.

Серед технологій, які стали невід'ємною частиною сучасного готельного менеджменту - автоматизація процесів та використання інформаційних систем. В умовах обмеженого енергопостачання та необхідності швидко реагувати на зовнішні зміни, такі системи значно полегшують роботу готелю, інтегруючи різні аспекти управління та забезпечуючи прозорість процесів. Вони допомагають мінімізувати помилки персоналу та оптимізувати внутрішні процеси навіть у нестабільних ситуаціях.

Системи управління взаємовідносинами з гостями (CRM) використовуються майже в усіх підприємствах готельного бізнесу, але для butik-готелів це особливо важливий аспект.

CRM-система дозволяє їм адаптувати свої послуги до кожного окремого гостя і до потреб різних категорій туристів. Удосконалення таких систем може забезпечити зручність як для гостей, так і для персоналу, що важливо в умовах дефіциту кадрів і необхідності підвищення ефективності.

Інтеграція сучасних технологій дозволяє створювати конкурентоспроможну послугу, яка відповідає вимогам ринку навіть у нестабільних економічних та зовнішніх умовах. Але не менш важливо підтримувати лояльність гостей за допомогою персоналізованого підходу, який допомагає підтримувати постійний потік споживачів.

**Об'єкт дослідження:** управління відносинами в готельному підприємстві.

**Предмет дослідження:** готель «Ермітаж», система та інструменти управління відносинами із гостями

**Мета дослідження:** удосконалення системи управління відносинами із гостями в butik-готелі.

**Завдання дослідження:**

1. Оцінка станку та перспектив розвитку готельного господарства у визначеному районі;
2. Розбір Шевченківського району – як центру тяжіння туристів;
3. Розгляд портрету цільового споживача послуг butik-готелю;
4. Аналіз сервісно-виробничої діяльності засобу розміщення «Ермітаж»;
5. Вивчення системи менеджменту та управління персоналом;
6. Визначення ефективності управління відносинами із гостями в засобі розміщення;
7. Впровадження нових систем управління відносинами (CRM) у готель;

# РОЗДІЛ 1

## АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ШЕВЧЕНКІВСЬКОМУ РАЙОНІ МІСТА КИЇВ

### 1.1. Аналіз готельних підприємств Шевченківського району

Шевченківський район Києва вирізняється своєю готельною інфраструктурою, яка здатна задовольнити потреби як туристів із середнім рівнем доходу, так і гостей, які шукають преміальні умови проживання.

Для комплексного аналізу впливу на сектор гостинності в Києві необхідно враховувати широкий спектр факторів, що визначають розвиток сектору. У таблиці 1.1 наведено детальний огляд основних факторів, що впливають на розвиток.

**Таблиця 1.1 – Фактори зовнішнього впливу на стан та діяльність готельних підприємств в Києві**

Фактор	Тип	Характеристика
За середовищем їх походження	Макросередовище	Конкуренцеспроможність, переваги та недоліки готельного бізнесу, ділова активність, податкове навантаження.
	Мікросередовище	Організаційно-виробнича діяльність, маркетингові та інформаційні аспекти діяльності готелів.
За значенням	Економічні	Рівень життя споживачів, рівень цін на товари та послуги, рівень попиту та пропозиції.
	Культурні	Архітектурно-культурна спадщина регіону.
	Психологічні	Споживча психологія, зосередженість на отриманні задоволення від життя.
	Політичні	Нормативно-правова база, що регулює сферу гостинності.
	Екологічні	Екологічне мислення, вплив діяльності підприємства на навколишнє середовище.
	Індивідуальні	Культура споживання, стиль життя, вподобання та бажання гостей.
	Соціальні	Сімейний стан, вік, стать, освіта та професія.
	Демографічні	Дестинації, місця обслуговування гостей та крос-культурні аспекти.
	Технологічні	Інноваційна діяльність в роботі готельних компаній.
За рівнем впливу на діяльність	Безпекові	Безпекова ситуація в регіоні
	Стимулюючі	Державна підтримка, висока кваліфікація працівників.
	Стримуючі	Пандемія, воєнний стан, податкове навантаження, ризики.

*Джерело: [23]*

Різноманітність готелів дозволяє залучати різні категорії відвідувачів завдяки широкому спектру сервісів і зручному розташуванню. У районі представлені відомі мережеві готелі, такі як *ibis Kyiv City Center*, який орієнтується на ділових туристів і гостей середнього класу. Цей готель пропонує сучасні номери, обладнані відповідно до міжнародних стандартів, що робить його привабливим для тих, хто відвідує Київ у справах або подорожує з обмеженим бюджетом [14].

На противагу цьому, *Khreschatyk Hotel*, розташований ближче до центральної частини району, орієнтований на преміальний сегмент. Його гостям пропонуються елегантно оформлені номери європейського класу з високим рівнем комфорту. Ресторан готелю відомий не лише різноманіттям страв, а й високою якістю обслуговування, що отримує позитивні відгуки від гостей. Готель також пропонує додаткові послуги для бізнес-туристів, такі як конференц-зали й спеціальні умови для організації ділових заходів [14].

Крім великих готелів, Шевченківський район багатий на butik-готелі, які приваблюють гостей своєю унікальністю та індивідуальним підходом. Такі готелі пропонують автентичний досвід проживання в історичному центрі міста, часто акцентуючи увагу на локальному колориті, дизайні й персоналізованому обслуговуванні.

Апарт-готелі також є популярним вибором для туристів, які цінують автономність і зручність. Вони обладнані кухонними куточками та створюють відчуття домашнього затишку, що особливо актуально для сімейних туристів і тих, хто зупиняється на тривалий час. Таким чином, готельний ринок Шевченківського району вирізняється своєю різноманітністю й адаптивністю до потреб сучасного туриста. Наявність як великих мережевих готелів, так і унікальних butik- та апарт-готелів забезпечує конкурентні переваги району в загальній туристичній інфраструктурі Києва. Шевченківський район Києва має широкий вибір готельних закладів, які відповідають різноманітним потребам туристів, від ділових поїздок до культурного відпочинку.

Серед них виділяється butik-готель «Ермітаж», який знаходиться в історичному центрі району. Готель розташований у будівлі початку ХХ століття, що

додає йому атмосферу класичної елегантності. Цей готель гармонійно поєднує сучасний комфорт із традиційною гостинністю, а його унікальне розташування дозволяє гостям насолоджуватися культурними і природними пам'ятками Шевченківського району.

У цілому, в цьому районі готелі здебільшого пропонують сучасні технології, комфорт і зручне розташування, що робить їх привабливими для гостей.

Туристична інфраструктура в Шевченківському районі є добре розвиненою. Розташування біля центрального вокзалу і зручний доступ до транспортної мережі, включаючи метро, роблять цей район привабливим для мандрівників, які хочуть швидко дістатися до важливих туристичних місць. Окрім цього, тут є численні культурні об'єкти, музеї, театри, а також парки, що робить його популярним серед туристів.

Екологічно-географічні фактори також відіграють значну роль у популярності району. Помірний клімат із чітко вираженою сезонністю сприяє збільшенню потоку туристів у весняний та літній періоди. Рельєф місцевості, що включає зручну рівнинну територію, а також близькість зелених зон, парків і скверів, додає району екологічної привабливості.

Соціальна спрямованість готельних підприємств у Шевченківському районі заслуговує окремої уваги. Багато готелів впроваджують інклюзивні послуги, такі як доступні номери для людей з обмеженими можливостями, і орієнтуються на забезпечення комфорту для всіх категорій гостей. Також популярні соціальні ініціативи, спрямовані на підтримку місцевої громади, зокрема організація заходів для жителів міста та благодійні акції.

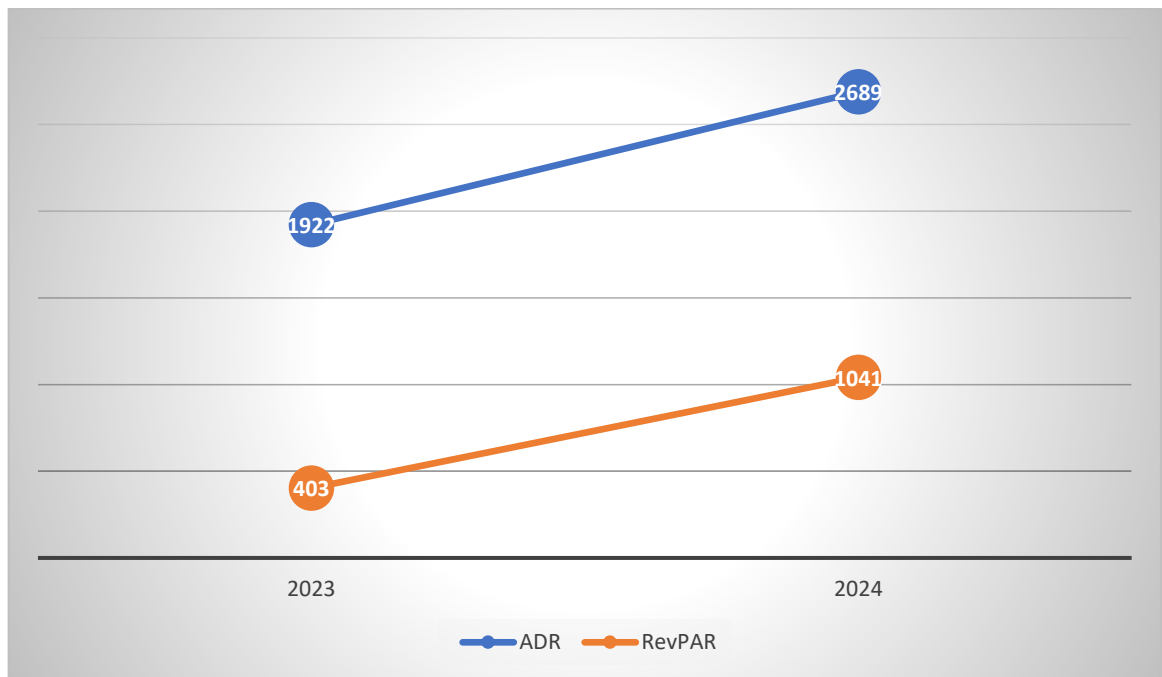
**Таблиця 1.2 – Порівняльна характеристика butik-готелів Шевченківського району**

Готель	Розташування	Ціна	Особливості
Ермітаж	вулиця Симона Петлюри, 6	2400-5000	Розташований у центрі Києва, у будівлі 20 століття, чим і приваблює більшість гостей.
Theatre Boutique Apartments	вулиця Богдана Хмельницького, 10	1650-3200	Також розміщений у центрі Києва, однак має обмежений доступ через зміну власника.

*Джерело: складено автором на основі [14]*

На даний момент, готелі які можна класифікувати саме як «бутік» у Шевченківському районі лише 2 – це Театр Бутік Апартамент та Ермітаж. Всі інші засоби розміщення подібного характеру характеризуються як апартаменти, через відповідну типізацію засобів розміщення.

На травень 2024 року завантаження (Оссурансу) склав 39%, що більше а ніж в 2023 році (21%), середній тариф також зріс з 1922 до 2689, в той час як дохід від продажу номерного фонду, що розподілений на кожен номер який є у продажу зріс з 403 до 1041 [3].



**Рис. 2.1. Зростання показників ADR та RevPAR з 2023 по 2024 в Києві**  
Джерело: розроблено автором на основі [3]

## 1.2. Шевченківський район як центр тяжіння для туристів у м. Києві

Культурний туризм швидко розвивається в районі завдяки численним історичним та культурним пам'яткам. Софіївський собор та Золоті Ворота, які є об'єктами Світової спадщини ЮНЕСКО, вражають своєю архітектурою та історією. Національний оперний театр приваблює любителів мистецтва своїми виставами, а Пейзажна алея є популярним місцем для прогулянок і фотографування [22]. У районі також розміщується Національний музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків, яка має велику колекцію західноєвропейського та азійського мистецтва. Також, тут розміщується багато архітектурних пам'яток, зокрема старі

вулиці Києва, та старовинні будівлі, датовані архітектурою класицистичного періоду 1837-1842 років, який переплітається з неоренесансною початку 20-го століття [23].

Шевченківський район є важливим діловим центром Києва. Сучасні офісні будівлі та бізнес-центри забезпечують ідеальні умови для проведення конференцій, семінарів та ділових зустрічей. Зручне транспортне сполучення, включаючи кілька станцій метро, забезпечує легкий доступ до всіх частин міста, що є важливим фактором для ділових гостей.

Бутік-готелі в районі часто розташовані в історичних або культурних центрах, що забезпечує гостям легкий доступ до головних визначних пам'яток міста. Завдяки розвиненій транспортній інфраструктурі міста, гості можуть легко дістатися в будь-яку точку Києва.

### 1.3. Портрет цільового споживача послуг бутік-готелів

Портрет цільового споживача - це узагальнене уявлення про людей, які готові купити послугу [25].

Критерії цільового портрету є: вік, місце проживання, сімейний статус, вид діяльності, рівень доходів, та де споживач найчастіше проводить час (в яких соц. мережах).

У таблиці 1.3 наведено портрет цільового споживача послуг бутік-готелю.

**Таблиця 1.3 – Портрет цільового споживача послуг бутік-готелю**

Критерій	Характеристика
Вік	Переважно це люди віком в 25 до 45 років, які обирають бутік-готелі через високий рівень обслуговування.
Місце проживання	Здебільшого це гості – внутрішні туристи з великих міст України, які приїжджають до столиць, проте також є і іноземні туристи, зокрема з країн Європи, Північної Америки та Азії, які бувають у Києві з туристичними цілями.
Сімейний статус	Оскільки бутік-готель має обмежену кількість місць, то як правило це самотні споживачі, пари без дітей а також ділові гості.
Рівень доходів, вид діяльності	Високий рівень доходів, зазвичай бізнес-туристи або одинокі люди, які вирішили відпочити
Канали просування	Instagram, Facebook
Мотивація	Відпочинок з високими стандартами обслуговування
Вимоги споживача	Високі стандарти обслуговування та високий рівень сервісу, номери повинні бути обладнані всім необхідним для проживання з високим комфортом.

*Джерело: розроблено автором на основі [26]*

#### **1.4. Проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу в Шевченківському районі**

Шевченківський район у Києві є одним із найважливіших адміністративних і культурних центрів міста. Це район, який поєднує в собі історичні пам'ятки, культурні установи, а також бізнесові можливості для розвитку готельного та туристичного сектору. Як одна з найбільш відвідуваних частин міста [22].

Шевченківський район має великий потенціал для розвитку готельного бізнесу. Тут розташовані основні туристичні об'єкти Києва, такі як Майдан Незалежності, Софіївський собор, Київська оперета, численні музеї та парки. Враховуючи цю культурну та історичну значимість району, Шевченківський район міг би стати важливим туристичним центром.

Однак для розвитку готельного бізнесу у Шевченківському районі необхідно подолати кілька викликів. У Шевченківському районі Києва, як і в інших частинах міста, однією з головних проблем готельного бізнесу є застаріле готельне господарство. Велика кількість готелів потребують реконструкції, що є важливою перешкодою для розвитку галузі. Зокрема, у цьому районі зосереджена значна частина туристичних об'єктів, застарілі будівлі потребують оновлення для забезпечення високих стандартів сервісу.

Реконструкція вимагатиме значних фінансових вкладень, а оскільки банки не завжди зацікавлені в фінансуванні таких проектів через нестабільну економічну ситуацію, знаходження інвесторів стає серйозною проблемою. Проблеми з фінансуванням ремонту часто виникають через недостатню підтримку з боку фінансових установ. Вони бояться вкладати кошти в готельний сектор, оскільки ситуація в країні залишається непередбачуваною [6].

Крім того, значна частина інвесторів не має бажання фінансувати реконструкцію старих готелів через високі ризики та низький потенціал для швидкого повернення інвестицій [6].

Відсутність достатньої інфраструктурної підтримки та політичної стабільності також знижує інтерес до таких проектів [5, 9]. Зважаючи на це, для того, щоб оживити готельний бізнес, необхідно залучити інвесторів через державні програми підтримки, створювати стимулюючі умови для реконструкції готелів, зокрема через зниження податків на реставраційні роботи та надання пільгових кредитів для малого і середнього бізнесу.

Крім того, важливо розробити стратегії, які дозволяють отримати фінансування від міжнародних фінансових організацій або через публічно-приватні партнерства, що дозволить залучити додаткові інвестиції для модернізації готельної інфраструктури в Шевченківському районі [14].

Іншою проблемою є високий рівень оподаткування, що, на жаль, також впливає на розвиток готельного сектору. Високі податки можуть обмежувати можливості для інвестування в готельну інфраструктуру та підвищувати ціни для туристів, що, в свою чергу, знижує попит на послуги готелів. цю ситуацію можна покращити шляхом зниження податкового навантаження на підприємства готельного бізнесу, що стимулювало б розвиток цього сектору.

Додатково, важливим фактором є кадровий дефіцит, зокрема у висококваліфікованих працівниках готельного бізнесу. Відсутність кваліфікованого персоналу може уповільнити розвиток готельної індустрії, але для вирішення цієї проблеми можна проводити тренінги для працівників, підтримувати програми підвищення кваліфікації і залучати іноземних фахівців. Зростання попиту на різні види туризму, включаючи екстремальний, гастрономічний та культурний туризм, може стати рушійною силою для готельного бізнесу в Шевченківському районі [14, 17, 24].

Після відновлення стабільності в країні, ймовірно, збільшиться кількість туристів, що зацікавляться відвідуванням Києва, особливо в такі важливі історичні райони, як Шевченківський. Таким чином, цей район має великий потенціал для розвитку готельного бізнесу, але для цього необхідно подолати існуючі проблеми, такі як оновлення інфраструктури, зниження податкового навантаження та підвищення кваліфікації працівників.

## РОЗДІЛ 2

### СУЧАСНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ БУТІК-ГОТЕЛЮ «ЕРМІТАЖ»

#### 2.1. Характеристика бутік-готелю «Ермітаж»

Бутік-готель «Ермітаж» розташований у центрі Києва, на вулиці Симона Петлюри 6, в історичному центрі. Він дуже зручно розташований поруч із Володимирським собором, Ботанічним садом, парком Тараса Шевченка та іншими основними культурними пам'ятками. Залізничний вокзал розташований неподалік від готелю, а станції метро «Університет» і «Вокзальна» також неподалік.

**Таблиця 2.1 – Характеристика номерів бутік-готелю «Ермітаж»**

Тип номеру	Ціна, грн/ніч	Площа номеру, м кв.	Характеристика
1	2	3	4
Класичний двомісний номер	2311	18	Просторі номери вишукано оформлені та оснащені всіма зручностями, необхідними для комфортного проживання. У номерах є душова кабіна, ванна або душ, фен, рушники, безкоштовні туалетно-косметичні засоби. номери оснащені кондиціонерами. Вікна звукоізолювані. Є сейф, капці, письмовий стіл, приладдя для прасування, шафа та кошик для сміття. Серед засобів масової інформації - телевізори з плоским. Постільна білизна включає гіпоалергенні подушки та свіжу постільну.
Двомісний номер Делюкс	2901	27	Номери площею 27 м <sup>2</sup> елегантно мебльовані та обладнані всіма зручностями. До послуг гостей сучасна душова кабіна з душовою кабіною, ванна, а також фен, рушники та безкоштовні туалетно-косметичні засоби. Серед зручностей - кондиціонер та звукоізолювані вікна для спокою. До послуг гостей сейф, капці, письмовий стіл, та зона відпочинку. У наявності постільна білизна, гіпоалергенні подушки. Також в наявності номери типу Double.
Люкс	3061	34	Номери площею 34 м <sup>2</sup> елегантно мебльовані в сучасному стилі та комфорті. У ванних кімнатах є душова кабіна, фен, рушники, безкоштовні туалетно-косметичні засоби, біде та туалет. Для додаткової зручності на звукоізолюваних вікнах встановлені москітні сітки, та кондиціонер. З балкона відкривається приємний вид та зона відпочинку з м'якими кріслами. номери оснащені телевізором з плоским екраном, письмовим столом, сейфом для цінних речей, приладдям для прасування та шафою для особистих речей. Для комфорту також надаються капці та халати. Є кавоварка, холодильник, скляний посуд і вода в пляшках. Постільна білизна включає гіпоалергенні подушки та постільну білизну, а також можна замовити дитяче ліжечко.

*Джерело: розроблено автором на основі [16]*

«Ермітаж» - це 3-зірковий butik-готель, що працює цілий рік, розташований на другому поверсі багатоквартирного будинку, де є лише один вільний поверх. Він має 19 номерів з місткістю 38 місць.

Butik-готель «Ермітаж» пропонує номери з сучасним декором і безкоштовним Wi-Fi. Номери елегантно оформлені в теплих бежевих і кремових тонах [16].

Butik-готель «Ермітаж» дотримуються певних умов розміщення та певних правил для зручності та комфорту гостей.

Заселення відбувається з 14:00 до 00:00. При заселенні, персонал потребує документ, який підтверджує особу з фотографією. Це стандартна практика для забезпечення безпеки та гарантії бронювання. Виселення відбувається о 12:00. Правила скасування та передоплати можуть відрізнятись залежно від типу обраної операції. Тому важливо перевіряти умови під час бронювання [24].

Butik-готель «Ермітаж» також надає можливість проживання для гостей, які подорожують з дітьми. Однак розміщення з домашніми тваринами не дозволяється, аби забезпечити комфорт для гостей з алергіями.

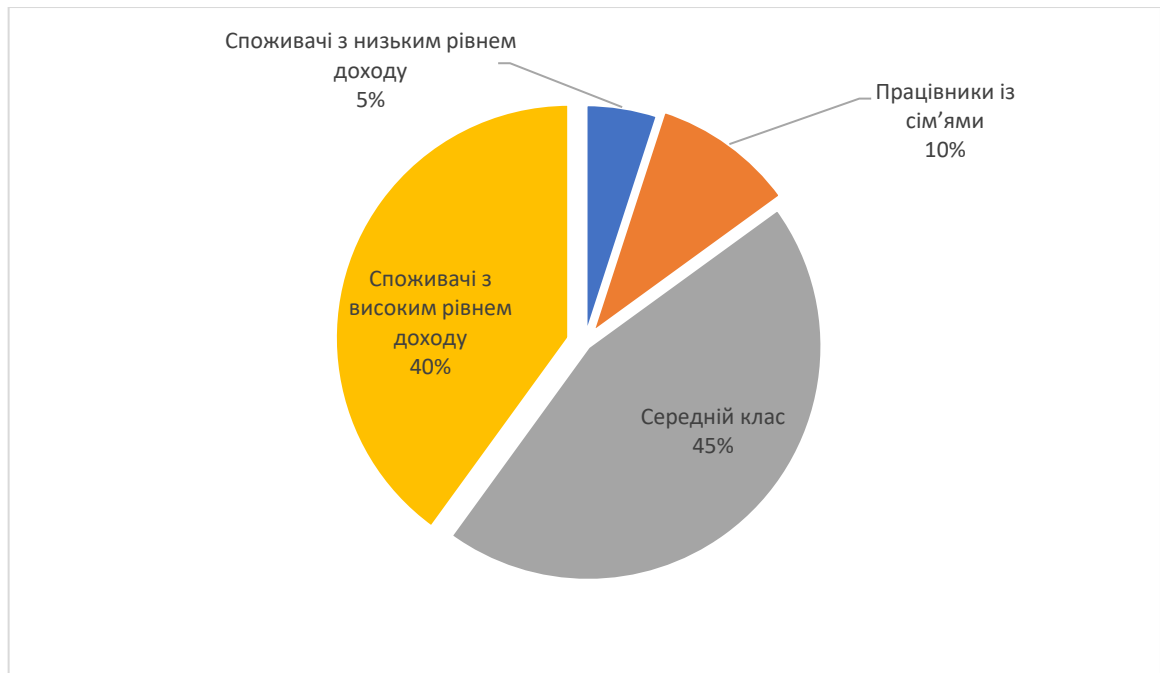
Контингент споживачів складається з гостей, які прибувають на зустрічі, переговори та ділові переговори, а також туристів, які подорожують до столиці з діловими цілями, оглядом визначних пам'яток та відпочинком. Через воєнний стан і комендантську годину більшість гостей використовують готель переважно для ночівлі. У таблиці 2.2 наведено сегментацію споживачів готельних послуг «Ермітажу» [24].

**Таблиця 2.2 – Сегментація споживачів butik-готелю «Ермітаж»**

Назва сегменту	Частка, %	Склад сегменту
Споживачі з низьким рівнем доходу	5	Безробітні (зареєстровані та незареєстровані), пенсіонери, люди з обмеженими можливостями, студенти та мешканці сільської місцевості.
Працівники із сім'ями	10	Ті, хто працює в різних секторах, подорожують своїми сім'ями.
Середній клас	45	Спеціалісти в різних галузях, власники малого бізнесу.
Споживачі з високим рівнем доходу	40	Високопосадовці зі своїми сім'ями, власники великих підприємств та бізнесу

*Джерело: [24]*

Виходячи з цього (з табл. 2.2), можна створити діаграму сегментації, аби побачити наочно який сектор переважає.



**Рис. 2.2. Сегментація споживачів послуг готелю «Ермітаж»**

*Джерело: розроблено автором на основі [24]*

Аналізуючи сегменти готелю, можна зрозуміти, на які групи споживачів орієнтуються і як це впливає на пропозиції послуг та маркетингові стратегії.

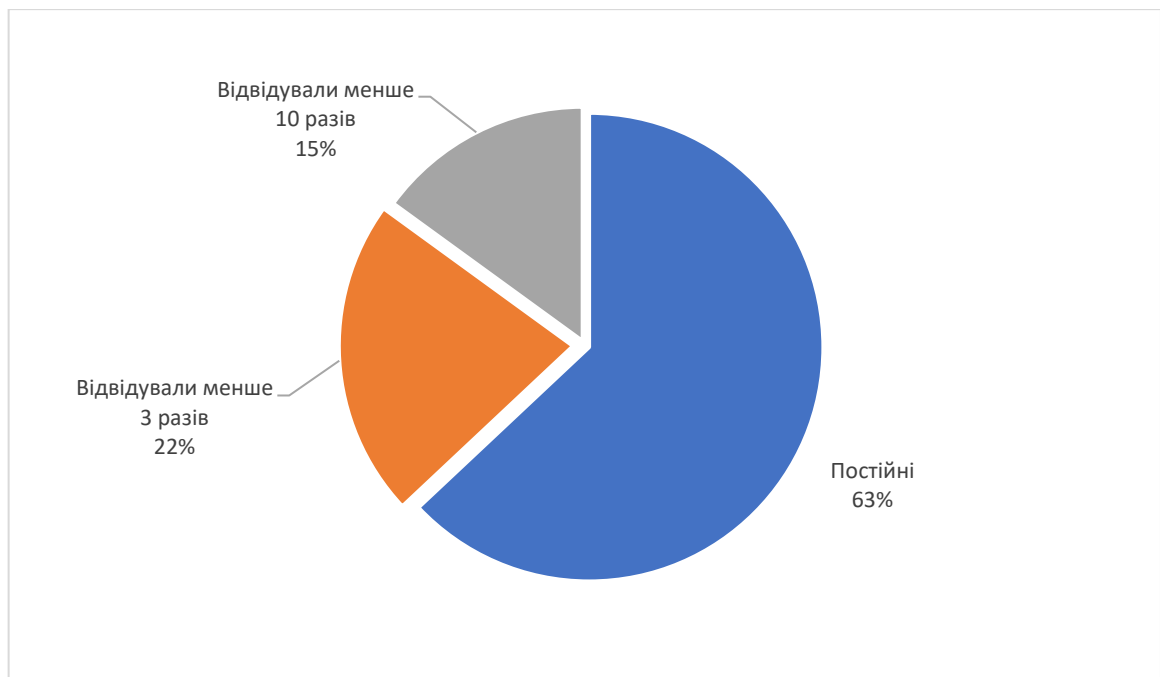
Люди з низьким рівнем доходу складають лише 5 відсотків усіх гостей готелю. Це невелика група, яка включає безробітних (зареєстрованих і незареєстрованих), пенсіонерів, людей з обмеженими можливостями, студентів і тих, хто проживає в сільській місцевості.

Сімейні працівники, які складають 10% подорожують зі своїми сім'ями в пошуках комфортного житла. Ця група, як правило, орієнтується на доступне і зручне житло, яке відповідає їхнім потребам під час сімейних подорожей.

Найпоширенішою групою гостей є середній клас, що становить 45% від загальної кількості гостей. Цей сегмент складається з професіоналів у різних галузях та власників малого бізнесу, які шукають баланс між ціною та якістю. Обслуговуючи цей сегмент, пропонується комфортні умови за помірну ціну. Чисті та сучасні номери, які мають всі необхідні зручності, включаючи Wi-Fi, кондиціонер та зручне робоче місце.

Останній сегмент - це група з високим рівнем доходу, на яку припадає 40 відсотків усіх гостей. До цього сегменту належать високопоставлені чиновники, керівники великих. Для цього сегменту пропонуються розкішні номери, персоналізовану увагу та високий рівень обслуговування кожному споживачеві.

У 2023 році butik-готель також мав дуже високий відсоток постійних гостей, що свідчить про високу якість персоналу та ефективність послуг, які надаються [24].



**Рис. 2.3. Розподіл споживачів butik-готелю «Ермітаж»**

*Джерело: [24]*

## 2.2. Організаційно-технологічні аспекти діяльності butik-готелю «Ермітаж»

### 2.2.1. Характеристика послуг засобу розміщення

Butik-готель «Ермітаж» пропонує розміщення в елегантно оформлених номерах.

Не маючи певних послуг, таких як ресторан або додаткових, як спа-центр, готель зосереджується на тому, щоб зробити перебування гостей максимально комфортним.

Поруч із готелем розташовано декілька закладів ресторанного господарства, до яких гості можуть піти для поїсти. Через те, що вони розташовані в декількох хвилинах, у Ермітажа немає із ними договорів про поставку їх продукції у готель.

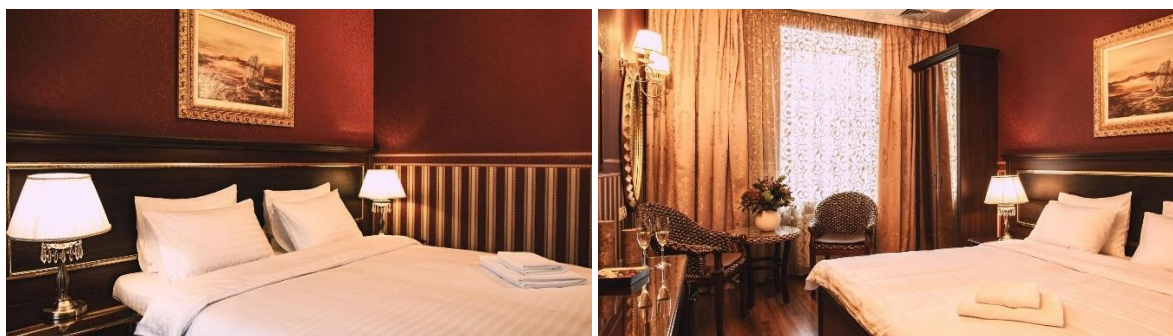
Так само і Ермітаж не надає послуги доставки їжі у номер, і при бронюванні чітко зазначається, що у сіх номерах не передбачено сніданок у ціну.

Найближчим закладом є Primriviera – заклад італійської кухні. Тут реалізується велика кількість морепродуктів, а також страви на грилі [21].

Напроти Primriviera, розміщується кафе Very Tasty. Він також орієнтований на італійські страви, однак не направлений лише морську кухню і має широкий вибір страв як м'ясних, так і рибних та хлібобулочних виробів [10].

Номери варіюються від класичних двомісних номерів до розкішних люксів, кожен з яких має все необхідне для комфортного проживання.

Класичний двомісний номер має площу 18 м<sup>2</sup> і обладнаний всім необхідним для комфортного проживання. Двомісні номери Делюкс площею 27 м<sup>2</sup> пропонують більше простору та стильний декор. Цей вид номерів також має тип розміщення «Double». В такому випадку номер розділений на 2 кімнати, при цьому має таку ж вартість та площу. Люкси площею 34 м<sup>2</sup> - найрозкішніший варіант для гостей, які прагнуть абсолютного комфорту. Окрім стандартних зручностей, вони мають просторий балкон з видом та м'якими кріслами для відпочинку. Також до послуг гостей кавоварка, холодильник, скляний посуд і вода в пляшках [16].



**Рис. 2.3. Номер стандарт двомісний в готелі «Ермітаж»**

*Джерело: [16]*

Хоча в готелі немає спа-центру чи ресторану, він пропонує цілий ряд послуг, важливих для приємного відпочинку. До них відносяться:

- Щоденне прибирання номерів
- Персоналізоване обслуговування.
- Зручності для сімей з дітьми
- Безпека (наявність сейфів).

У разі непередбачуваних обставин, таких як відключення електроенергії або нестача персоналу, готель має плани щодо забезпечення гостей безперебійним обслуговуванням.

Перебої в електропостачанні компенсуються наявністю генератора, який може підтримувати рівень комфорту навіть під час відключення електроенергії певний час.

У разі нестачі персоналу не виникає значних перебоїв у наданні послуг завдяки невеликому розміру та організації роботи готелю.

### 2.2.2. Характеристика служб бутік-готелю

Бутік-готель «Ермітаж» має під керівництвом 3 служби, зокрема, прийому, розміщення, інженерно-технічна та номерного фонду.

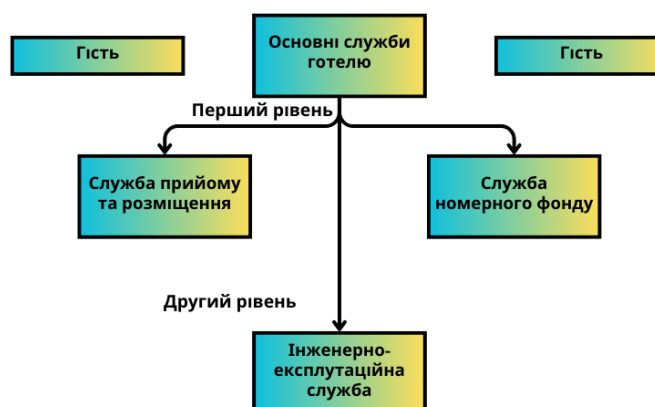
У таблиці 2.3 наведено основні характеристики служб.

**Таблиця 2.3 – Коротка характеристика служб готелю «Ермітаж»**

Служба	Завдання
Прийому та розміщення	Реєстрація прибуття та вибуття гостей, персоналізована увага, оперативне вирішення питань
Номерного фонду	Прибирання номерів, зміна постільної білизни
Інженерно-технічна служба	Обслуговування водопостачання, опалення, електрики: забезпечення стабільності роботи технічних систем

*Джерело: розроблено на основі [24]*

На рисунку 2.4 наведено блок-схему служб готелю.



**Рис. 2.4. Розподіл служб готелю від ступеня контакту з гостями**

*Джерело: розроблено автором на основі [24]*

Служба прийому та розміщення є першою точкою контакту з гостями готелю, і її основним завданням є ефективна реєстрація прибуття та вибуття гостей. Оскільки в готелі працює невелика кількість персоналу, працівники рецепції можуть приділити індивідуальну увагу кожному гостю, надати персоналізовану інформацію та відповіді на запитання, а також швидко вирішити проблеми, пов'язані з проживанням. Навіть у воєнний час служба прийому та розміщення залишається на передньому краї забезпечення безпеки гостей та організації їхнього перебування в готелі.

Служба номерного фонду передбачає регулярне обслуговування номерів, включаючи прибирання, зміну постільної білизни та надання необхідних зручностей (наприклад, рушників, туалетно-косметичних засобів) для комфортного проживання.

Інженерно-технічна служба готелю відповідає за обслуговування всіх систем готелю, включаючи водопостачання, опалення, кондиціонування, електричні та комунікаційні системи. Інженерний відділ має на меті забезпечити безперебійну роботу всіх систем у разі непередбачуваних подій, таких як відключення електроенергії або технічні збої. Готель також має резервні джерела живлення, щоб забезпечити стабільну роботу основних технічних систем у разі відключення електроенергії. Крім того, проводиться регулярний огляд і технічне обслуговування обладнання для підвищення безпеки готелю і підтримки технічних стандартів.

### ***2.2.3. Склад та призначення приміщень готельного підприємства***

Бутік-готель «Ермітаж» характеризується компактністю та функціональністю, що ідеально відповідає концепції сучасного бутік-готелю. Оскільки сам готель розміщується лише на одному поверсі житлової будівлі, він не має багато різноманітних приміщень, зосереджуючись лише на основних потребах бутік-готелю.

У готелі присутня приймально-вестибюльна група приміщень. Це по суті хол готелю та ресепшн, на якому приймають бронювання а також

заселяють/виселяють гостей. Також тут є невелика зона очікування для гостей, у разі якщо вони зарано приїхали або навпаки – чекають виїзду.

Основним елементом просторової структури готелю є номерний фонд, який складається з трьох категорій номерів: класичні двомісні номери, номери Делюкс та люкси. Всі номери оформлені у вишуканому та сучасному стилі відповідно до концепції комфорту та елегантності. Між номерами також присутні коридори, проте без ліфтів.

Інженерно-технічне оснащення забезпечує безперебійну роботу всіх систем готелю. До них відносяться:

- системи водопостачання та каналізації
- системи опалення та кондиціонування
- електричні мережі та резервне електропостачання.

Для виконання певних видів послуг, існують кімнати побутового обслуговування, де зберігаються постільна білизна, мийні засоби, а також технічне приміщення для обслуговування обладнання та зв'язку. Ці приміщення забезпечують належне зберігання та обслуговування всіх необхідних матеріалів для щоденного прибирання, зміни постільної білизни та підтримання чистоти інвентарю в номерах.

#### ***2.2.4. Особливості менеджменту готельного підприємства***

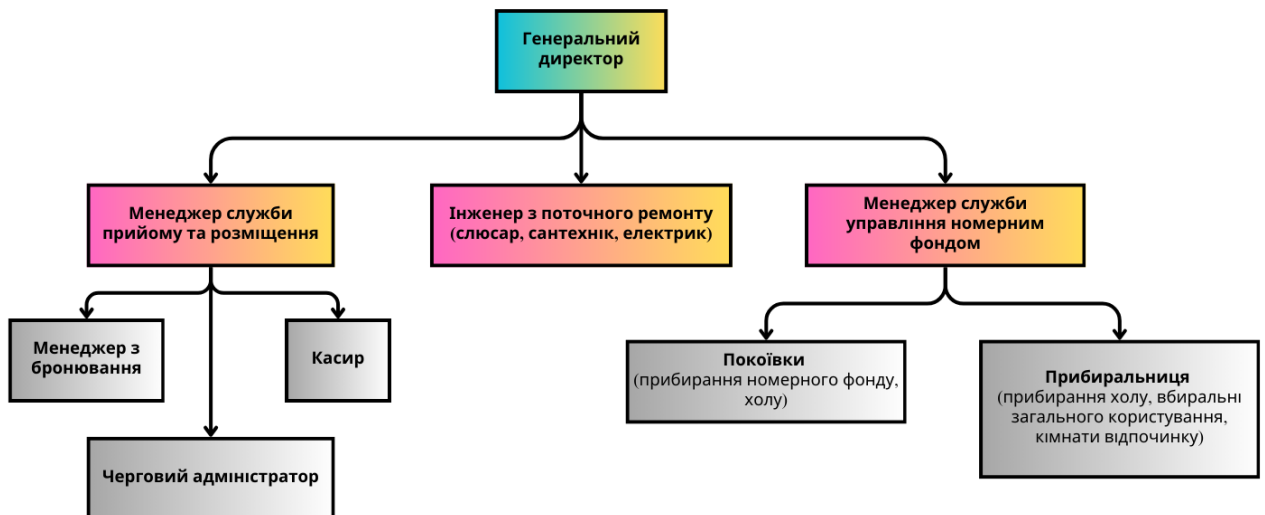
Готель «Ермітаж» працює як бутик-готель, орієнтований на надання гостям високого рівня комфорту та приватності. Відсутність додаткових послуг, таких як ресторан і спа-центр, дозволяє готелю зосередитися на оптимізації основних процесів обслуговування та підтримці функціональності номерного фонду.

Управління готелем характеризується компактністю і чітким розподілом обов'язків, що гарантує ефективність управлінських рішень навіть в умовах обмежених ресурсів або в надзвичайних ситуаціях.

В основі управління готелем «Ермітаж» лежить лінійно-функціональна структура, яка забезпечує підзвітність, чітку ієрархію і розподіл обов'язків між

підрозділами. Цю структуру очолює генеральний директор, який координує роботу всіх служб і відповідає за стратегічне планування та загальний розвиток готелю.

Служба прийому та розміщення відіграє ключову роль у взаємодії з гостями та управлінні бронюванням. Менеджер на стійці реєстрації відповідає за нагляд за процесами реєстрації, виселення та розміщення гостей. Менеджер з бронювання відповідає за обробку запитів, управління бронюванням і координацію інформації про наявність вільних номерів. Касир відповідає за фінансові процеси, такі як оплата номерів, виставлення рахунків та ведення фінансової документації. Черговий адміністратор швидко вирішує питання гостей, координує роботу з іншими службами та виконує наглядову функцію під час зміни.



**Рис. 2.5 Організаційна структура управління готелю «Ермітаж»**

*Джерело: [24]*

У готелі є окремий відділ, який відповідає за обслуговування технічного забезпечення. Інженер з поточного ремонту виконує функції електрика, сантехніка та слюсаря. До його обов'язків входить підтримка цілісності електромережі, водопроводу, системи опалення та обладнання в номерах

Служба номерного фонду відповідає за підтримання чистоти та порядку в номерах і громадських приміщеннях готелю та керується менеджером, який координує роботу обслуговуючого персоналу, контролює якість прибирання та слідкує за наявністю інвентарю. Покоївки працюють у денну зміну (10:00-16:30) і

прибирають номери та хол готелю. Вони змінюють постільну білизну та рушники, поповнюють запаси та доглядають за меблями. Прибиральниці працюють у нічну зміну (17:00-9:30) і відповідають за прибирання місць загального користування, таких як лобі, громадські вбиральні та кімната відпочинку. Вони також прибирають кімнати для гостей, коли це необхідно, якщо немає покоївок на зміні [24].

Керівництво готелю «Ермітаж» враховує можливі зовнішні ризики, такі як військові ситуації, відключення електроенергії та нестача персоналу.

У разі відключення електроенергії інженерний відділ відповідає за підтримку резервних систем електро- та водопостачання.

Організаційна структура готелю «Ермітаж» створена з урахуванням особливостей невеликого бутік-готелю, з пріоритетом на якість обслуговування та комфорт гостей. Чіткий розподіл обов'язків між відділами забезпечує безперебійну роботу навіть [24].

У таблиці 2.4 наведено SWOT-аналіз бутік-готелю «Ермітаж», який дозволяє розглянути сильні та слабкі сторони.

**Таблиця 2.4 – SWOT-аналіз бутік-готелю «Ермітаж»**

<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Зручне розташування в центрі Києва</li> <li>• Високий рівень звукоізоляції в номерах</li> <li>• Компактність готелю</li> <li>• Номерний фонд відповідає міжнародним вимогам бутік-готелів</li> <li>• Високий рівень кваліфікації персоналу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Відсутність ЗРГ</li> <li>• Слабка рекламна кампанія</li> <li>• Обмеженість ресурсів</li> <li>• Дефіцит кваліфікованих кадрів</li> <li>• Потреба в оновленні інженерних систем готелю</li> </ul>
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Розвиток партнерських програм із місцевими ЗРГ</li> <li>• Розширення готельної мережі шляхом оренди інших приміщень чи готелів</li> <li>• Розвиток спеціальних пропозицій і пакетів для довготривалих гостей та бізнес-мандрівників</li> <li>• Розвиток CRM-систем готелю</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Загострення економічної та політичної нестабільності</li> <li>• Конкуренція з боку великих міжнародних мереж</li> <li>• Непередбачувані ситуації</li> <li>• Збільшення витрат на енергоносії та комунальні послуги</li> <li>• Відсутність розвиненої системи управління відносинами із гостями</li> </ul>

*Джерело: розроблено автором на основі [24]*

В цілому, провівши SWOT-аналіз готелю, можна побачити, що готель має низку сильних сторін, так і певні труднощі. Серед загроз можна побачити дуже багато зовнішніх факторів, з якими зараз стикається весь готельно-ресторанний

бізнес. Серед можливостей можна розглянути можливість розвитку CRM-системи, аби відсутність певних послуг не давалась взнаки на відгуках та задоволеності гостей.

### **2.2.5. Характеристика процесу обслуговування споживачів в готелі**

Готель «Ермітаж» надає гостям якісний сервіс від реєстрації до виїзду.

Гостей просять виселитися до 12:00. Перед від'їздом, слід зв'язатися зі ресепшеном готелю, щоб вирішити будь-які фінансові питання, отримати рахунки та за потреби замовити таксі. Співробітники рецепції також допоможуть з багажем і зможуть відповісти на будь-які питання, які можуть виникнути у вас під час виїзду.

Прибирання відбувається у денний період покоївками і прибиральницями, в той час як в нічне прибирання, лежить повністю на прибиральницях.

Слід зазначити, що навіть за відсутності додаткових послуг спа-центру, фітнес залу, конференц залів та інших або послуги харчування, бутік-готель «Ермітаж» сконцентрований на якості своєї послуги а також на створенні унікального досвіду, шляхом проживання у вишуканих номерах.

### **2.3. Ефективність управління відносинами з гостями у готелі «Ермітаж»**

Система управління взаємовідносинами з гостями в готелі Ермітаж заснована на безпосередній взаємодії між персоналом і гостями. Основна увага приділяється персоналізованому підходу, коли кожен гість отримує індивідуальні послуги, засновані на його потребах і побажаннях. Співробітники активно спілкуються з гостями під час їхнього перебування та збирають зворотній зв'язок через особисті зустрічі, телефонні дзвінки та електронну пошту. Такий підхід забезпечує швидке реагування на запити та високу задоволеність споживачів.

**Таблиця 2.5 – Аналіз системи управління відносинами з гостями**

<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Високий рівень персоналізованого обслуговування</li> <li>• Використання різноманітних каналів комутації з гостями</li> <li>• Збір та аналіз зворотного зв'язку</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Відсутність інтегрованої CRM-системи</li> <li>• Обмежені ресурсів для швидкого реагування на всі запити</li> <li>• Недостатня кваліфікація персоналу в певних питаннях</li> </ul>

*Джерело: розроблено автором на основі [24]*

Відсутність інтегрованої CRM-системи створює певні труднощі в управлінні інформацією про гостей. Дані зберігаються в різних форматах, що ускладнює їх аналіз та використання для покращення сервісу.

Крім того, обмеженість ресурсів може затримувати відповіді на запити, особливо у високий сезон. Незважаючи на високу кваліфікацію персоналу, відсутність централізованої системи управління інформацією може стати бар'єром для подальшого розвитку та вдосконалення послуг.

## РОЗДІЛ 3

### УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВІДНОСИНАМИ З ГОСТЯМИ В БУТІК-ГОТЕЛІ «ЕРМІТАЖ»

#### 3.1. Аналіз наявних CRM-систем

Удосконалення системи управління відносинами з гостями є важливим компонентом підвищення якості обслуговування в готельному підприємстві. Сучасний підхід передбачає активне впровадження CRM (Customer Relationship Management) систем для створення персоналізованих та ефективних комунікацій із клієнтами.

Незважаючи на існуючу систему, є місце для вдосконалення. Одним з основних напрямків вдосконалення є впровадження сучасної CRM-системи, яка може більш ефективно управляти інформацією про гостей, їх уподобаннями та історією взаємодії, можна використовувати методикою RICE (Reach, Impact, Confidence and Effort), вона може бути використана для визначення пріоритетності завдань щодо вдосконалення системи управління взаємовідносинами з гостями.

**Таблиця 3.1 – Аналіз за допомогою методикою RICE**

<b>Завдання</b>	<b>Охоплення</b>	<b>Вплив</b>	<b>Впевненість</b>	<b>Зусилля</b>
Впровадження нової CRM-системи	Велика кількість гостей	Середній	Висока	Середні
Проведення тренінгів для персоналу	Велика кількість гостей	Низький	Дуже висока	Низькі
Розробка програми лояльності	Середня кількість гостей	Низький	Висока	Середні
Оптимізація каналів комунікації	Середня кількість гостей	Низький	Висока	Низькі

*Джерело: розроблено автором*

Завдання впровадження нової CRM-системи стосується великої кількості гостей, має середній вплив на результати, високий ступінь впевненості в досягненні цілей і середні зусилля для реалізації. Навчання персоналу має низький вплив, але вимагає дуже високої впевненості в успішному виконанні та низьких зусиль. Розробка програм лояльності має середнє охоплення та низький вплив, але вимагає

високої впевненості в досягненні результату та помірних зусиль. Оптимізація каналів комунікації також характеризується середнім охопленням, низьким впливом і високим рівнем довіри.

Тому впровадженню CRM-системи слід надавати найвищий пріоритет, тоді як інші заходи, такі як навчання персоналу, слід впроваджувати паралельно або як доповнення до основної стратегії.

Пропонуємо розглянути п'ять CRM-систем, що використовуються в готельному бізнесі: Revinate, dailypoint, Cendyn, Salesforce та Experience CRM.

Revinate – ця система надає інструменти для збору та аналізу даних про гостей, їхні вподобання та поведінку. Система дозволяє створювати персоналізовані маркетингові кампанії, автоматизувати комунікацію з гостями та аналізувати відгуки. Система проста у використанні, прискорює маркетингову діяльність і підвищує ефективність обслуговування гостей [12].

dailypoint позиціонується як центральна платформа управління даними (CDM) для готелів. Система забезпечує автоматизацію маркетингу, управління зворотним зв'язком та аналітику, що допомагає покращити клієнтський досвід та підвищити лояльність [12].

Cendyn - це хмарне програмне рішення для індустрії гостинності. Це провідний постачальник хмарних програмних рішень для індустрії гостинності, що фокусується на інтегрованих стратегіях управління CRM, продажами та доходами. Вона об'єднує дані з різних джерел для створення єдиного профілю гостя, що дозволяє готелям пропонувати високий ступінь персоналізації. Крім того, система допомагає готелям збирати та аналізувати дані про гостей, автоматизувати маркетингові кампанії та покращувати гостьовий досвід. Вона також надає інструменти для управління відгуками та впровадження програм лояльності, допомагаючи підвищити рівень задоволеності гостей і збільшити доходи [2].

Salesforce є глобальним лідером у сфері CRM, пропонуючи хмарні рішення. Їхня платформа дозволяє готелям управляти взаємодією з гостями через продажі, обслуговування гостей та маркетинг, забезпечуючи єдиний погляд на споживача. Система надає інструменти для автоматизації процесів, аналізу даних та створення

персоналізованого досвіду для гостей, що сприяє підвищенню їхньої лояльності та покращенню операційної ефективності [5, 8].

Experience CRM. Система надає інструменти для збору та аналізу даних про гостей, автоматизації комунікацій та управління зворотним зв'язком. Experience CRM допомагає готелям створювати персоналізовані пропозиції та покращувати свої послуги, сприяючи підвищенню задоволеності та лояльності гостей [1, 8].

Якщо розглядати ці CRM-системи, то здебільшого вони всі здаються однаковими. Тому для того аби розібратися в цьому всьому, пропонується розглянути 5 критеріїв, які слід розглянути при впровадженні CRM-систем:

1. CRM-система повинна дозволяти збирати й обробляти детальну інформацію про кожного гостя (історія перебування, уподобання, частота візитів, запити тощо). Це дає змогу пропонувати персоналізовані послуги та акції, що відповідають інтересам кожного гостя, підвищуючи лояльність та рівень задоволеності.

2. Для забезпечення безперебійної роботи та автоматизації процесів, CRM повинна інтегруватися з іншими готельними системами, такими як система управління номерним фондом (PMS), канали онлайн-бронювання та точками продажу (POS). Це забезпечить єдину базу даних та спрощення управління всіма аспектами готельного бізнесу.

3. Система повинна надавати можливість комунікації з гостями через мобільні додатки або інші канали зв'язку, що дозволяє здійснювати бронювання, замовлення послуг та взаємодію в режимі реального часу.

4. CRM-система повинна мати функціонал для автоматичного запуску маркетингових кампаній, сегментації клієнтів і управління програмами лояльності. Це допомагає готелям ефективно взаємодіяти з постійними та потенційними клієнтами, стимулюючи їх до повторних візитів.

5. Система повинна мати потужні інструменти для збору, аналізу та візуалізації даних про гостей, їх уподобання та історію взаємодії з готелем. Це дасть змогу приймати стратегічні рішення на основі фактичних даних, оптимізуючи процеси обслуговування та маркетингу.

При оцінюванні CRM-систем також відштовхувались від того, що вона повинна застосовуватись саме у butik-готелі.

**Таблиця 3.2 – Порівняльна характеристика CRM-систем**

<b>Критерії</b>	<b>Revinatе</b>	<b>dayilpoint</b>	<b>Cendyn</b>	<b>Salesforce</b>	<b>Expіrіence CRM</b>
1. Збір та обробка інформації про гостей	5	4	5	4	4
2. Інтеграція з іншими готельними системами	3	5	4	5	3
3. Комунікація з гостями через мобільна додатки чи інші канали зв'язку	3	3	4	4	5
4. Автоматизація маркетингових кампаній лояльності	3	4	5	4	3
5. Інструменти для збору та аналізу даних про гостей	4	4	5	4	4
Середня оцінка	3,6	4	4,6	4,2	3,8

*Джерело: розроблено автором на основі [1, 2, 5, 8, 12]*

Revinatе має хорошу репутацію у сфері персоналізації та збору даних. Підходить для невеликих готелів завдяки легкій інтеграції та фокусу на маркетингу, але інтеграція з іншими системами та мобільними додатками досить проблемна і спірна, оскільки не з усіма вона має зв'язок.

Dailypoint має сильну інтеграція з іншими системами, важлива для невеликих готелів, але більше зосереджена на більш складних процесах автоматизації та аналізу даних. може бути непотрібною для невеликих готелів, оскільки вона більше зосереджена на більш складних процесах автоматизації та аналізу даних.

Cendyn – це хмарна платформа, що ідеально підходить для невеликих butik-готелів, просте у використанні та потужне з точки зору персоналізації та автоматизації.

Salesforce є чудовою платформою для великих готелів і мереж, але занадто складна і дорога для невеликих готелів.

Expіrіence CRM фокусується на покращенні гостьового досвіду та створенні персоналізованих пропозицій, що важливо для невеликих готелів. Однак у ньому мало можливостей для інтеграції або автоматизації з іншими системами, що може створити проблеми для готелів, які зростають.

### 3.2. Впровадження CRM-системи Cendyn у butik-готель «Ермітаж»

Впровадження CRM-системи Cendyn в butik-готель «Ермітаж» може стати важливим фактором отримання конкурентної переваги на ринку гостинності. Cendyn - це потужна платформа, призначена для індустрії гостинності, яка надає готелям можливості для збору та аналізу даних про гостей, автоматизації маркетингу, управління програмами лояльності та інструменти для збільшення доходів. Впровадження такої системи для «Ермітажу» - це можливість суттєво покращити якість обслуговування гостей та підвищити їхню лояльність. Оскільки готель фокусується на індивідуальному підході до кожного гостя, Cendyn дозволяє створювати персоналізовані пропозиції на основі аналізу вподобань та історії відвідування гостей. Завдяки детальним профілям споживачів система не тільки запам'ятовує їхні запити, але й створює персоналізовані акції, спеціальні пропозиції та привілеї, підвищуючи рівень задоволеності та заохочуючи до повторних візитів [2].

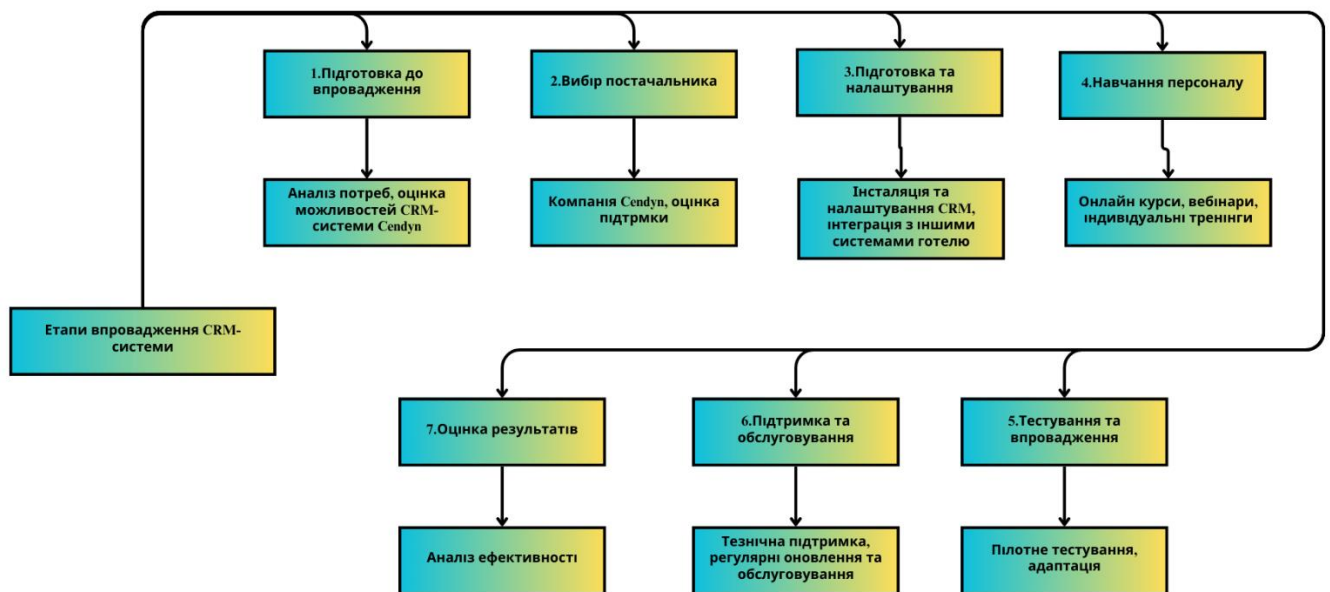


Рис. 3.1 Етапи впровадження системи Cendyn

*Джерело: розроблено автором*

Однією з головних переваг впровадження Cendyn в готелі «Ермітаж» є автоматизація маркетингових кампаній. У SWOT-аналізі (див. табл 2.4) вказано про слабку рекламну кампанію. Ця система може цю слабку сторону перетворити в сильну. Замість того, щоб вручну планувати та надсилати рекламні електронні

листи, готель може створювати автоматизовані кампанії, орієнтовані на інтереси гостей та їхню поведінку в минулому. Це не лише економить час персоналу, але й забезпечує більш точні та ефективні результати, оскільки взаємодія з клієнтами відбувається саме тоді, коли вони цього потребують [2].

Управління програмами лояльності - ще один важливий аспект для butik-готелів, і Cendyn пропонує можливість створювати та підтримувати програми лояльності, які можна адаптувати до конкретних потреб гостей готелю. Залежно від частоти перебування та відгуків, є можливість пропонувати знижки, особливі умови та спеціальні пропозиції, будуючи стійкі відносини та заохочуючи гостей повертатися

Ще однією важливою особливістю Cendyn є її інтеграція з іншими системами. Інтеграція з іншими готельними програмами, такою як система управління номерним фондом (PMS).

Ця інтеграція централізує всі дані про гостей, бронювання та фінансові операції. Вся необхідна інформація збирається в єдиній системі і може бути використана для швидкого аналізу та прийняття рішень, що робить роботу співробітників готелю більш зручною.

Завдяки Cendyn готель «Ермітаж» може зберігати і обробляти дані про кожного гостя, що є важливим елементом персоналізованого обслуговування. Cendyn дозволяє вивчати поведінку, звички та вподобання гостей, допомагаючи їм надавати більш точний і відповідний сервіс, особливо при бронюванні номерів або замовленні додаткових послуг. Це, в свою чергу, може значно підвищити ефективність обслуговування та задоволеність гостей [2].

Для впровадження такої системи потрібні відповідні налаштування. Оскільки Cendyn є хмарною системою, її замовлення є безпосередньо у самої компанії, яка розповсюджує на території України. Крім того важливим аспектом є матеріально-технічна база. Слід подбати про інтернет-з'єднання а також про забезпеченням відповідного комп'ютерного обладнання.

Що до навчання персоналу – оскільки він не багаточисленний, можна розробити на базі підприємства індивідуальні тренінги. Таким чином навчання може пройти більш ефективно на практичному досвіді.

Впровадження CRM-системи в готелі «Ермітаж» оптимізує роботу персоналу, покращить управління бронюваннями та персоналізацію послуг, підвищуючи рівень задоволеності гостей. Використання хмарної системи Sendyn дозволить зменшити витрати, підсилити маркетингові стратегії та сприятиме зростанню доходів і лояльності клієнтів.

Однак при впровадженні CRM-системи можуть виникнути певні труднощі, такі як навчання персоналу та необхідність інтеграції нової системи з існуючою платформою готелю або ж її повною заміною. Враховуючи обмеженість бюджету, необхідно також враховувати витрати, пов'язані з придбанням та встановленням системи. Однак ці витрати повинні бути виправдані з огляду на величезний потенціал для поліпшення якості обслуговування і збільшення доходів [2].

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Київ – столиця України. Вона приваблює туристів як внутрішньо-переміщених, які подорожують по країні, так і зовнішніх, зацікавлюючи культурою іноземних туристів.

Шевченківський район є один із центральних районів Києва, в якому зібрані не лише новітні споруди, але й старовинні будівлі, маючи унікальний дизайн старого міста. Це сильно зацікавлює гостей міста відвідати його та побачити які були архітектурні рішення раніше. Крім того, Шевченківський район – є один із ділових центрів міста. Тут розміщено все для ділового туризму: велика кількість офісів, урядові установи та розгалуженість транспортної системи, починаючи від автобусів і закінчуючи метрополітенем.

Бутік-готель «Ермітаж» розташований саме в Шевченківському районі міста, має унікальне розміщення, в житловій будівлі на одному поверсі. Крім того сама будівля має архітектуру старого міста, що відзначилось і на дизайні номерів. Бутік-готелі мають перевагу завдяки своїм компактним розмірам. Завдяки цьому, готель «Ермітаж» має всього лише 19 номерів та 38 місць, невеликий персонал для обслуговування, проте завдяки невеликій місткості, можна надавати персоналізоване обслуговування кожному гостеві.

Проте готель не залишився без недоліків. Так в ньому відсутні певні послуги, до яких гості звикли в звичайних готелях, такі як ресторан, СПА чи фітнес-зал. Крім того, кількість гостей зменшилась, через зовнішні впливи COVID-19 та комендантської години через війну. Тому зараз більшість гостей тут залишаються лише для ночівлі, що обмежує їх перебування. Тому основна кількість гостей це ті хто подорожують з якимись візитами до міста.

Крім того готель має певні сильні сторони в системі управління відносинами із гостями. Головною перевагою є високий рівень персоналізованого обслуговування, в умовах коли гість очікує індивідуальних підхід. Однак слабкі сторони досить серйозні, і їх слід доопрацьовувати, якщо готельне підприємство прагне залишатися конкурентоспроможним. За допомогою методології RICE було визначено, чому саме CRM-система є важливою частиною для покращення.

CRM-система готелю – є дуже важливою складовою, тому її використання в готелі «Ермітаж» є одним із провідних факторів утримання конкурентоспроможності на ринку готельних послуг.

Для butik-готелів особливо важким є обрання CRM-систем. Через обмеженість ресурсів та невеликий розмір, складна система яка буде вимагати велику купу ресурсів зробить додаткове навантаження на персонал, фінансовий стан на підприємство. Хмарні системи – більш оптимальні, оскільки вони не потребують додаткових ресурсів для утримання їх у своїй базі, оскільки вся інформація зберігається в хмарі. Саме тому Cendyn – хмарна система, є ідеальним варіантом для butik-готелю.

Ця система орієнтована як раз на локальні готелі, а не на мережеві, що робить її досить гнучкою у використанні. Така система не вимагає багато ресурсів, при цьому надаючи великий спектр для її використання у готелі.

Використання цієї системи дозволить зекономити наявні ресурси, і крім того покращити персоналізовані послуги для гостей, оскільки Cendyn використовує декілька потоків інформації про гостя і про його вподобання, аби створити карту гостя.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

1. Experience CRM | Hotel & Restaurant CRM Solution. Experience CRM. URL: <https://experience-crm.fr/en/>
2. Global CRM & Guest Data Management Survey. URL: [https://www.cendyn.com/wp-content/uploads/2019/10/h2c-Cendyn\\_CRM\\_White\\_Paper.pdf](https://www.cendyn.com/wp-content/uploads/2019/10/h2c-Cendyn_CRM_White_Paper.pdf)
3. HotelMatrix. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/hotelmatrixglobal/>
4. Hoteltechreport Comparision Page. Hotel Tech Report. URL: <https://hoteltechreport.com/compare/revinate-marketing-vs-dailypoint-data-management>
5. Orchestrate guest journeys. Salesforce. URL: <https://www.salesforce.com/travel-hospitality-transportation/hospitality/>
6. Oshchypok I. M. Perspective of investment activity in Ukraine's hotel business. Herald of Lviv University of Trade and Economics. Economic sciences. 2019. No. 57. P. 26–32. URL: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-04>
7. Revinate vs Cendyn. Revinate. URL: <https://www.revinate.com/revinate-vs-cendyn/>
8. Top 7 Hotel CRM Software Solutions in Hospitality for 2024 | Book4Time. Book4Time. URL: <https://book4time.com/hotel-crm-software-solutions-in-hospitality/>
9. verytastycafe. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/verytastycafe/>
10. Абдулаева Р. Бабин Яр, телевежа та мечеть: чим цікавий Шевченківський район Києва. РБК-Україна. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/realty/-babi-y-r-telebashnya-mechet-interesen-shevchenkovskiy-1642286753.html>
11. Бурачек, І., Горшкова, Л., & Ярмолюк, Д. (2023). Проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні. Економіка та суспільство, (58). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-23>
12. Важливість оцінки задоволеності гостей у готельному бізнесі: методи та інструменти. Хотел Солюшин. URL: <https://hotel-solution.com.ua/news/the->

importance-of-measuring-guest-satisfaction-in-the-hotel-business-methods-and-tools  
(дата звернення: 13.12.2024).

13. Використання CRM-систем у готельно-ресторанному бізнесі. Факультет готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. URL: <https://fgritb.knukim.edu.ua/home/news/vykorystannya-crm-system-u-hotelno-restorannomu-biznesi.html>

14. Готелі в район Шевченківський, Київ. Booking [Електронний ресурс]: <https://www.booking.com/district/ua/kyiv/shevchenkivskyj.uk.html>

15. Готельна справа : Навчальний посібник / О. В. Арпуль, А. Г. Абрамова, Ю. А. Мирошник, О. В. Собін. - К. : Видавничий дім «Кондор», 2021. - 300 с.

16. Ермітаж Бутік-Готель - Київ. Hotelmix.com.ua. URL: <https://hermitage-boutique-hotel-kyiv.hotelmix.com.ua/>

17. Інформаційні технології в готельній індустрії України: реалії та перспективи / В. Доценко та ін. Економічна наука. 2020. Т. 1. С. 51–57. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/1\\_2020/10.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/1_2020/10.pdf).

18. Лисюк, Т., Терешук, О., & Пасічник, М. (2022). Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві Економіка та суспільство, (40). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>

19. Матвійчук Л., Лепкий М., Молнар-Бабіля Дж. Регіональний аналіз розвитку готельного господарства в Україні. Економіка та суспільство. 2021. № 31. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-68>

20. Подаков, Є. (2024). Сучасний стан, інвестиційна привабливість та перспективи подальшого розвитку готельного бізнесу в Україні. Економічний простір, (191), 321-325. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-53>

21. Прімавера. Tripadvisor. URL: [https://www.tripadvisor.ru/Restaurant\\_Review-g294474-d3977852-Reviews-Primavera-Kyiv.html](https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g294474-d3977852-Reviews-Primavera-Kyiv.html).

22. Топ місця Києва: Кращі локації та пам'ятки. Оренда автомобілів в Україні | Авто на прокат PAYLESS. URL: [https://payless.com.ua/blog/vidkryvayemo-vyznachni-mistsya-kyyeva?utm\\_source=chatgpt.com](https://payless.com.ua/blog/vidkryvayemo-vyznachni-mistsya-kyyeva?utm_source=chatgpt.com)

23. Учасники проектів Вікімедіа. Архітектура Києва – Вікіпедія. Вікіпедія.  
URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Архітектура\\_Києва](https://uk.wikipedia.org/wiki/Архітектура_Києва)
24. Ущатовський, А. О. Особливості роботи готелю «Hermitage Boutique-Hotel» в умовах сьогодення та шляхи його удосконалення / А. О. Ущатовський, О. М. Кирпіченкова // ScientificWorldJournal. – 2023. – Issue 19 – Pp. 113–118
25. Як скласти портрет цільової аудиторії. Блог *Admixer Academy*.  
URL: <https://blog.admixer.academy/ua/portret-kliyenta-hayd-zi-skladannyyu-portreta-tsilovoyi-audytoriyi/>