

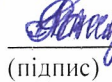
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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

Кафедра готельно-ресторанної справи

«До захисту в ЕК»

Декан факультету



Віта ЦИРУЛЬНІКОВА

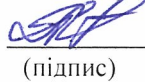
(підпис)

(ім'я і прізвище)

«18» червня 2025 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри



Лариса ШАРАН

(підпис)

(ім'я і прізвище)

«18» червня 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 роботи готелю з корпоративними клієнтами

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ГС-4-5

Грузевич Максим Олександрович

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)



(підпис)

Керівник Цирульнікова Віта Валентинівна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)



(підпис)

Рецензент Ірина МЕЛЬНИК

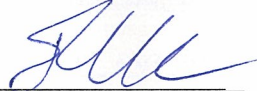
(ім'я і прізвище)



(підпис)

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

Здобувач



(підпис)

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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

Кафедра готельно-ресторанної справи

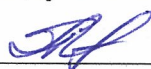
Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ГРС



Лариса ШАРАН

«08» травня 2025 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Грузевича Максима Олександровича

1. Тема роботи: «Удосконалення роботи готелю з корпоративними клієнтами»

керівник роботи: Цирульнікова Віта Валентинівна, к.т.н., доцент

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

затверджені наказом вищого навчального закладу від «08» травня 2025 року № 256-КС

2. Термін подання здобувачем роботи 2 червня 2025 року

3. Вихідні дані до роботи удосконалення роботи з корпоративними клієнтами в готелі

«Дніпро» м. Київ

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

Вступ; Розділ 1 Стан готельного господарства міста Києва та особливості

роботи з корпоративними клієнтами готелів в умовах сьогодення; Розділ 2

Дослідження практики роботи з корпоративними клієнтами в готелі «Дніпро»;

Розділ 3 Напрями вдосконалення роботи з корпоративними клієнтами в готелі

«Дніпро»; 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	Цирульнікова В.В. доцент	<i>mmf</i> 08.05.25 р.	<i>mmf</i> 13.05.25
Розділ 2	Цирульнікова В.В. доцент	<i>mmf</i> 14.05.25 р.	<i>mmf</i> 20.05.25
Розділ 3	Цирульнікова В.В. доцент	<i>mmf</i> 21.05.25 р.	<i>mmf</i> 27.05.25

7. Дата видачі завдання 8 травня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1	ВСТУП РОЗДІЛ 1 СТАН ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА МІСТА КИЄВА ТА ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ З КОРПОРАТИВНИМИ КЛІЄНТАМИ ГОТЕЛЕЙ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	08.05-13.05.2025 р.	Виконано
2	РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ПРАКТИКИ РОБОТИ З КОРПОРАТИВНИМИ КЛІЄНТАМИ В ГОТЕЛІ «ДНІПРО»	14.05-20.05.2025 р.	Виконано
3	РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ З КОРПОРАТИВНИМИ КЛІЄНТАМИ В ГОТЕЛІ «ДНІПРО»	21.05-27.05.2025 р.	Виконано
4	ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ	28.05-31.05.2025 р.	Виконано
5	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	02.06.2025 р.	Виконано

Здобувач

mmf

(підпис)

Максим ГРУЗЕВИЧ

Керівник роботи

mmf

(підпис)

Віта ЦИРУЛЬНІКОВА

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Здобувача: Грузевича Максима Олександровича

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

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

Тема роботи: *«Удосконалення роботи готелю з корпоративними клієнтами»*

Керівник роботи: Цирульнікова Віта Валентинівна, к.т.н, доцент

Дата захисту “.....” червня 2025 р.

Робота захищена з оцінкою _____

АНОТАЦІЯ

Дана кваліфікаційна робота описує сучасний стан та розвиток готельних підприємств в місті Київ та окреслює особливості роботи з корпоративними клієнтами за умов сьогодення. Теоретично розглянуто як організовується обслуговування гостей в готелі та конкретизовано процес обслуговування саме корпоративних клієнтів в готельних підприємствах.

Об’єктом дослідження даної роботи є готель “Дніпро”, що розташований в центрі міста Київ. Розроблено характеристику даного підприємства за його сучасним станом, номерним фондом, асортиментом основних та додаткових послуг, наявною інфраструктурою, організацією управління. Виділено сильні та слабкі сторони підприємства та на основні досліджень складено SWOT-аналіз.

Під кінець дослідження готелю “Дніпро”, було створено практичні інновації для роботи з корпоративними клієнтами для покращення наявного сервісу всередині готелю та розширення наявного асортименту послуг.

Результати кваліфікаційної роботи підтверджують ефективність та перспективність напрямку розвитку роботи з корпоративними клієнтами, які є основними споживачами послуг у наш час в місті Київ. Впровадження інновацій

та покращення роботи з корпоративними клієнтами не тільки дозволить заощаджувати кошти від зменшення комісійних виплат, залучити більше корпоративних клієнтів у майбутньому, але і зробить підприємство більш конкурентоспроможним на ринку послуг, враховуючи близьке розташування прямих конкурентів.

Ключові слова: корпоративні клієнти, готель, обслуговування, послуги, конференц-зал, захід, підвищення якості, співпраця, інноваційні рішення.

ABSTRACT

This qualification work describes the current state and development of hotel enterprises in the city of Kyiv and outlines the features of working with corporate clients in today's conditions. Theoretically, how guest service is organized in a hotel is considered and the process of serving corporate clients in hotel enterprises is specified.

The object of research of this work is the Dnipro hotel, located in the center of Kyiv. A characteristic of this enterprise has been developed according to its current state, room stock, range of basic and additional services, existing infrastructure, and management organization. The strengths and weaknesses of the enterprise have been highlighted and a SWOT analysis has been compiled for the main research.

At the end of the study of the Dnipro hotel, practical innovations were created for working with corporate clients to improve the existing service within the hotel and expand the existing range of services.

The results of the qualification work confirm the effectiveness and prospects of the direction of development of work with corporate clients, who are the main consumers of services in our time in the city of Kyiv. Introducing innovations and improving work with corporate clients will not only save money from reducing commission payments, attract more corporate clients in the future, but will also make the company more competitive in the services market, given the close location of direct competitors.

Keywords: corporate clients, hotel, maintenance, services, conference hall, event, quality improvement, cooperation, innovative solutions.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 СТАН ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА МІСТА КИЄВА ТА ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ З КОРПОРАТИВНИМИ КЛІЄНТАМИ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	9
1.1 Готельні господарства міста Києва та особливості роботи з корпоративними клієнтами в умовах сьогодення.....	9
1.2. Організація обслуговування гостей в готелі.....	17
1.3. Обслуговування корпоративних клієнтів в готелях.....	20
РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ ПРАКТИКИ РОБОТИ З КОРПОРАТИВНИМИ КЛІЄНТАМИ В ГОТЕЛІ «ДНІПРО»	26
2.1. Характеристика організації роботи готелю «Дніпро».....	26
2.2. Оцінка рівня організації обслуговування гостей в готелі «Дніпро».....	40
2.3. Організація роботи з корпоративними клієнтами в готелі «Дніпро».....	46
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ З КОРПОРАТИВНИМИ КЛІЄНТАМИ В ГОТЕЛІ «ДНІПРО»	51
3.1. Перспективи імплементації міжнародного досвіду з організації роботи з корпоративними клієнтами в готелях в практику готелю «Дніпро».....	51
3.2. Шляхи підвищення якості послуг для корпоративних клієнтів в готелі «Дніпро».....	53
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ	68

ВСТУП

Готельне господарство є ключовою складовою туристичної індустрії, зокрема в сегменті бізнес-туризму. Саме готелі забезпечують корпоративних клієнтів сучасними умовами проживання та необхідними побутовими послугами, що є важливою складовою успішного ведення бізнесу під час ділових поїздок.

Ринок готельних послуг в Україні розвивається досить повільно, а рівень якості сервісу значно відстає від показників провідних країн світу. Система сертифікації, що існує, має суттєві недоліки, а питання розробки та дотримання внутрішніх стандартів обслуговування корпоративних клієнтів часто залишається поза увагою. У сучасних умовах глобальної фінансової нестабільності ринок готельного бізнесу в Україні характеризується збільшенням пропозиції готельних послуг на фоні зниження попиту, що спричиняє загострення конкуренції.

Саме тому особливо важливою є розробка та впровадження стратегій, спрямованих на формування конкурентних переваг готелів у роботі з корпоративними клієнтами, а також підвищення якості відповідних послуг. Ринок гостинності, який є відкритим і висококонкурентним, змушує готелі постійно вдосконалювати якість обслуговування бізнес-сегменту, що включає як організацію комфортного проживання, так і надання професійного конференц-сервісу.

Покращення взаємодії з корпоративними клієнтами є одним із ключових чинників підвищення конкурентоспроможності готелів. Головним завданням для готельного бізнесу сьогодні є розробка ефективних методів залучення та утримання корпоративних гостей. Робота з цим сегментом клієнтів вимагає особливого підходу, оскільки бізнес-клієнти мають специфічні вимоги, очікують високого рівня сервісу, гнучкості у наданні послуг та індивідуального ставлення. У сучасних умовах економічної та соціальної нестабільності готельні заклади повинні враховувати ці особливості, розробляти дієві стратегії взаємодії з корпоративними клієнтами, адаптувати свої послуги відповідно до їхніх потреб та

вкладати ресурси у розвиток конференц-сервісу і додаткових сервісів, що забезпечують комфорт і ефективність ділових заходів.

Метою дослідження є розробка рекомендацій та заходів щодо удосконалення роботи готелю «Дніпро» (м. Київ) з корпоративними клієнтами, що сприятимуть підвищенню рівня обслуговування, залученню нових бізнес-клієнтів та зміцненню конкурентних позицій готелю на ринку.

З огляду на сформовану мету в роботі вирішувалися наступні **завдання**:

- охарактеризувати корпоративних клієнтів як окремий сегмент в роботі готелю;
- розглянути організація обслуговування гостей в готелі;
- описати обслуговування корпоративних клієнтів в готелях;
- надати характеристику організації роботи готелю «Дніпро»;
- здійснити оцінку рівня організації обслуговування гостей в готелі «Дніпро»;
- дослідити організацію роботи з корпоративними клієнтами в готелі «Дніпро»;
- окреслити перспективи імплементації міжнародного досвіду з організації роботи з корпоративними клієнтами в готелях в практику готелю «Дніпро»;
- сформувати шляхи підвищення якості послуг для корпоративних клієнтів в готелі «Дніпро».

Об'єкт дослідження: Готель «Дніпро», м. Київ.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти організації обслуговування корпоративних клієнтів у готелі «Дніпро».

Для проведення дослідження було застосовано **комплекс методів**, серед яких загальнонаукові підходи — діалектичний метод пізнання та системний підхід. Методи аналізу та синтезу, а також статистико-економічний аналіз використовувалися для вивчення фінансово-економічних показників діяльності готелю. Крім того, застосовувався метод структурного опису для деталізації процесів обслуговування. У процесі дослідження також використано економічні, статистичні, історичні методи, методи теоретичного узагальнення, порівняння та інші відповідні підходи.

Теоретичною **основою дослідження** стали наукові праці та методичні розробки провідних вітчизняних і зарубіжних фахівців у сфері готельного обслуговування, організації і технології роботи з корпоративними клієнтами, а також матеріали періодичних видань і нормативно-правові акти України.

РОЗДІЛ 1

СТАН ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА МІСТА КИЄВА ТА ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ З КОРПОРАТИВНИМИ КЛІЄНТАМИ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

1.1 Готельні господарства міста Києва та особливості роботи з корпоративними клієнтами в умовах сьогодення

Готельний бізнес є однією з провідних складових сфери послуг, особливо у структурі туристичної індустрії. Попри зростаючу частку сфери послуг в українській економіці, стабільний розвиток готельного бізнесу стримується низкою проблем. Вагомий удар по вітчизняній готельній індустрії завдала пандемія COVID-19 та початок повномасштабної війни. Закриті державні кордони, скасування авіасполучення, обмеження на пересування як усередині країни, так і за її межами, а також загальна ізоляція стали чинниками, що призвели до глибокої кризи у готельному секторі [1].

Готельний ринок міста **Київ** характеризується високим рівнем конкуренції та динамічним розвитком. Столиця України є головним діловим і туристичним центром країни, що сприяє постійному зростанню попиту на якісні готельні послуги. У центральній частині міста, зокрема в урядово-діловому районі, зосереджена значна частина готельних об'єктів середнього та преміального класу.

У часовому проміжку від 2023 до 2025 років відбувалося плавне відродження готельної індустрії Києва, особливо у категорії п'яти- та чотиризіркових готелів. У 2023 році показник заповнюваності п'ятизіркових готелів змінювався в межах 28–40 %, залежно від конкретного кварталу. Згідно з інформацією Hotel Matrix, вже у першому кварталі 2023 року було зафіксовано позитивну динаміку у порівнянні з аналогічним періодом 2022 року (де рівень становив лише 22 %) [11].

У 2024 році тенденція на збільшення показників збереглася для всіх категорій готелів: за результатами перших шести місяців, середній показник загальної заповнюваності готелів сягнув 38%, а впродовж року загалом – 42%. На початку 2025 року цей поступ не зупинився: у січні завантаженість підскочила до 35%, у лютому – до 42%, а у березні – до приблизно 43% [26]. На **рис. 1.1**

відображена динаміка зміни завантаженості готельних підприємств Києва за 2024-2025 роки за перші три місяці (січень, лютий та березень).

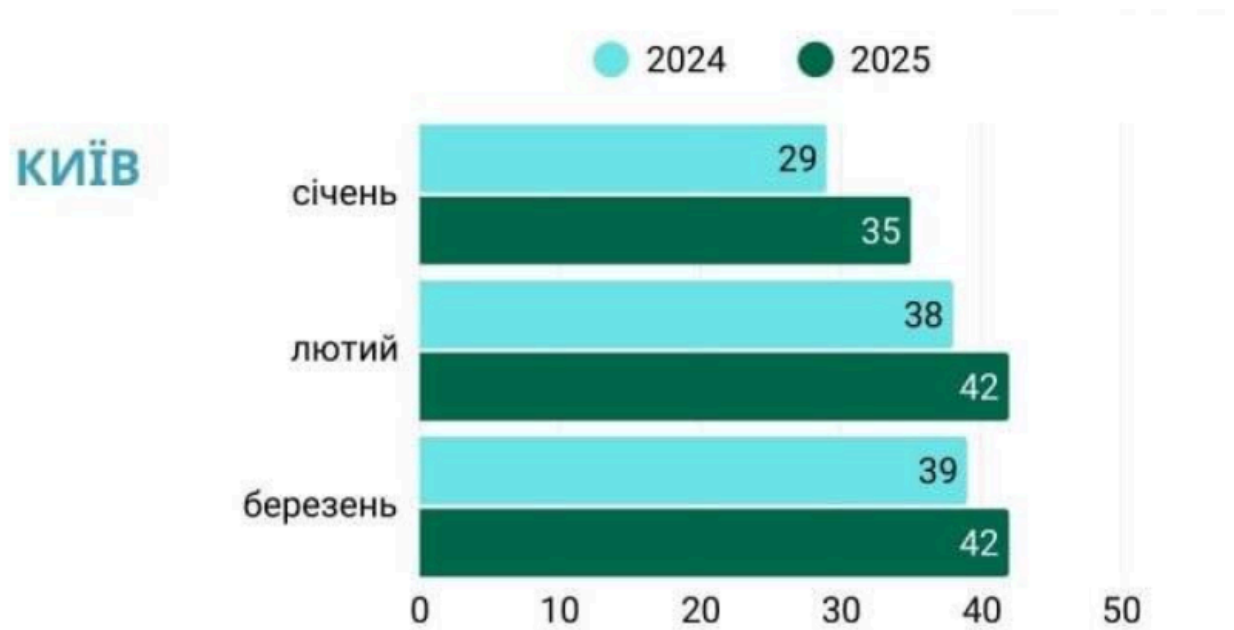


Рис. 1.1 - Середня завантаженість готелів Києва за перші три місяці 2024 року та 2025 року

Джерело: [26]

Серед 4-х зіркових готелів ситуація є кращою у плані завантаженості у порівнянні з 5-ти зірковими готелями. Дана ситуація пояснюється двома пов'язаними причинами. Першопричина - це зниження загальної платоспроможності серед населення. Через економічну кризу та високу інфляцію великій кількості громадян довелося відмовитися від багатьох речей, які вони могли дозволити собі раніше. З іншою стороною населенню довелося задовольняти свої потреби дешевшими аналогами. Крім цього, ціни на всі товари та послуги, включаючи готельні, підвищилися, на **рис. 1.2** можна спостерігати динаміку підвищення вартості середнього денного тарифу за проживання в готелях міста Києва за перші три місяці 2024 та 2025 років.

КИЇВ

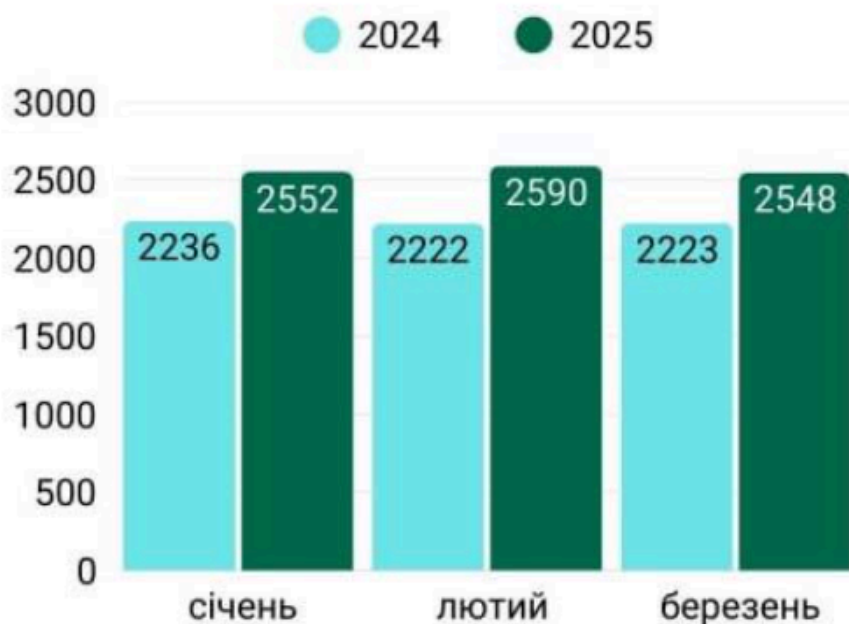


Рис. 1.2 - Середня вартість проживання за добу в готелях міста Києва за перші три місяці 2024 року та 2025 року

Джерело: [33]

На графіку можна простежити зміну в цінах за проживання в 2024 та 2025 роках, і всього в середньому вартість в 2025 році піднялася за перші 3 місяці аж на 15,1% у порівнянні з попереднім роком. Враховуючи всі попередні дані, можна зробити висновок, що частині населення доводиться обирати більше дешеві товари та послуги. У випадку готельних підприємств, це буде стосуватися зміни проживання в 5-ти зіркових готелях на проживання в 4-х зіркових готелях.

Друга причина, чому 4-х зіркові готельні підприємства знаходяться в кращому становищі, ніж 5-ти зіркові напряму пов'язана з першою причиною. За рахунок високого рівня обслуговування, широкого вибору послуг та прийнятної цінової політики готелі з 4-ма зірками виграють на фоні 5-ти зіркових. Звичайно, що готелі найвищої категорії будуть вигравати за якістю надання послуг та рівнем комфорту, але ціна відповідна за це буде дорожче, а в наш час все менше людей можуть собі дозволити щось подібне.

Об'єктом дослідження даної кваліфікаційної роботи є готель "Дніпро", що розташований у самому центрі міста Київ на Європейській площі. У даній частині міста розташовано багато засобів розміщення, які достатньо подібні між собою, що створює дуже конкурентне середовище. Для характеристики готелів, що

розташовані в центрі столиці взято 3 найяскравіших готельних підприємства: “Дніпро”, “Україна” та “Maidan Palace Hotel”. Всі дані засоби розміщення мають 4 зірки та широкий асортимент послуг з доволі розвиненою інфраструктурою. За кількістю номерного фонду в центрі більшість готелів є малими, конкретно “Maidan Palace Hotel” має 135 номерів, а готель “Дніпро” - 107. Однак, готель “Україна” є середнім за числом номерного фонду і має 363 номерів. “Maidan Palace Hotel” нещодавно завершив косметичний ремонт будівлі та став більш сучасним за своїх “сусідів”. Готель ж “Дніпро” та “Україна” є класичними за своїм інтер’єром. Проте, при цьому ціна за проживання відповідно “Maidan Palace Hotel” є дорожчою. Ціна стандартного номеру з великим ліжком в “Maidan Palace Hotel” становить 2236 грн. за добу, в “Дніпро” - 2050 грн. за добу, “Україна” - приблизно 1950 грн. за добу (ціна на сайті подається у євро - 40,80 євро). Ціни доволі чітко розрізняють кожен із засобів розміщення, “Maidan Palace Hotel” є дорожчим за всіх, але при цьому є більш преміальним за рахунок нещодавно закінченого косметичного ремонту. Готель “Україна” має нижчі ціни через свою певні застарілість у порівнянні з конкурентами. Але готель “Дніпро” виділяється тим, що є певною “золотою серединою” у співвідношенні якості та вартості. Саме дана особливість - задовольнити потребу у якості за “розумні” кошти робить готель “Дніпро” більш привабливим для потенційних гостей [3, 4, 5].

Незважаючи на збільшення завантаженості готелів в Києві, по всій Україні панує загальна тенденція на зниження частоти відпочинку під час літа через воєнний стан. На **рис. 1.3** зображено у відсотковому відношенні зміни у звичках українців на відпочинок влітку через воєнний стан.

ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА ЛІТНІЙ ВІДПОЧИНОК

RIBAS
HOTELS
Group



Рис. 1.3 - Вплив воєнного стану на літній відпочинок українців

Джерело: [14]

Дана статистика була також створена групою компаній Ribas Hotels Group за результатами опитування гостей. Через таке зменшення потенційних відпочиваючих туристів готельний бізнес втрачає багато доходів, через що засобам розміщення доводиться адаптуватися до реалій сьогодення та змінювати свою стратегію та підхід до ведення своєї діяльності. Однак, є категорія громадян, для якої готельні послуги навіть сьогодні залишаються актуальними, і це **корпоративні гості**. Звичайно попри зменшення загальної кількості відряджень у компаній та конференцій, бізнес-подорожі продовжують існувати як явище в Україні і при цьому всьому з кожним роком їх кількість дедалі збільшується. А місто Київ до цього ж є діловим центром України, куди приїжджають багато бізнесменів, учасників конференцій та людей у відрядженні.

Бізнес-подорожі традиційно залишаються одним із найпоширеніших видів подорожей у багатьох країнах. Сучасний світ дедалі менше обмежується роботою в межах одного міста чи країни — економічна глобалізація сприяє розширенню ділової активності. Багато компаній відкривають представництва в інших регіонах та країнах, що, у свою чергу, стимулює розвиток ділового туризму.

Основними цілями ділових подорожей є:

- проведення зустрічей і переговорів з партнерами;
- участь у нарадах із керівництвом і колегами;
- інспекція роботи представництв і філій;

- встановлення нових ділових контактів;
- відвідування професійних виставок, конференцій, семінарів;
- підвищення кваліфікації співробітників;
- взаємодія з державними структурами для отримання сертифікатів, ліцензій, дозволів тощо [21].

У сучасній готельній індустрії корпоративні клієнти становлять один із ключових та стратегічно важливих сегментів. Їхня присутність на ринку має стабільний характер і визначається регулярністю поїздок, високим рівнем вимог до сервісу та значним обсягом фінансових витрат на обслуговування. У зв'язку з цим робота з корпоративними гостями набуває особливого значення, оскільки забезпечення їхнього комфорту та задоволеності безпосередньо впливає на конкурентоспроможність готельного підприємства.

Передбачаючи різноманітність потреб гостей, готелі повинні враховувати специфіку кожної категорії клієнтів для ефективного задоволення їхніх вимог. Особливо важливим є розуміння відмінностей між корпоративними клієнтами та індивідуальними туристами, оскільки їхні цілі, очікування та вимоги до сервісу суттєво відрізняються. Це дозволяє створювати більш цілеспрямовані послуги, адаптовані до конкретних запитів, що підвищує рівень задоволення та лояльності гостей. У наступній таблиці наведено порівняльну характеристику основних потреб і вимог корпоративних клієнтів та індивідуальних туристів у готельній індустрії (табл.1.1).

Таблиця 1.1 - Порівняльна характеристика потреб і вимог корпоративних клієнтів та індивідуальних туристів у готелях

Критерій	Корпоративні клієнти	Індивідуальні туристи
Мета подорожі	Ділова поїздка: участь у конференціях, семінарах, переговорах, налагодження бізнес-контактів та виконання завдань	Відпочинок, туризм, знайомство з новими місцями, культура та дозвілля
Частота бронювання	Регулярна, повторювана, часто за договорами на тривалу співпрацю	Нерегулярна, залежить від особистих планів, святкових або сезонних періодів
Очікування від сервісу	Оперативність, точність, гнучкість, швидка допомога, адаптація послуг під потреби	Комфорт, приємна атмосфера, емоційне задоволення, якісне харчування, розваги
Тривалість перебування	Зазвичай короткострокова — від кількох годин до кількох днів	Короткострокова або тривала, залежно від планів туриста

Продовження таблиці 1.1

Пріоритетні послуги	Конференц-зали, стабільний інтернет, трансфер, бізнес-центр, кімнати переговорів	Розважальні послуги, екскурсії, різноманітне харчування, спа, рекреаційні зони
Тип розрахунку	Безготівковий, централізований рахунок, угоди між компаніями і готелем	Готівковий або картковий розрахунок
Додаткові вимоги	Персоналізований супровід, швидкий check-in/check-out, підтримка в організаційних питаннях	Туристична інформація, допомога в організації розваг і екскурсій
Важливість довгострокових угод	Висока — часто укладаються довгострокові контракти, що забезпечують стабільність співпраці	Низька — переважно одноразові бронювання
Вимоги до конфіденційності	Високі — забезпечення безпеки ділових переговорів і інформації	Менш критичні — більше орієнтовані на відкритість і комфорт
Потреба у спеціалізованих зонах	Бізнес-лаунджі, кімнати переговорів, тиха робоча атмосфера	Зони відпочинку, басейни, спа, розважальні простори
Вимоги до гнучкості бронювання	Високі — можливість швидко змінювати або скасовувати бронювання через зміни в робочому графіку	Нижчі — планування заздалегідь, менше потреби у швидких змінах
Очікування по харчуванню	Збалансоване харчування, бізнес-ланчі, швидкі перекуси між зустрічами	Різноманітне меню, національна кухня, тематичні ресторани
Потреби в транспорті	Організований трансфер, паркінг, оренда авто	Туристичні трансфери, транспорт до визначних місць, екскурсійні маршрути
Особливі побажання	Перекладачі, кур'єрські служби, оренда спеціального обладнання	Розважальні програми, сімейні послуги, дитячі анімації, культурні заходи

Розроблено автором за даними [13]

Корпоративні клієнти - це компанії, організації чи установи, які бронюють готельні послуги для своїх працівників з метою службових відряджень, проведення ділових зустрічей, конференцій, тренінгів, корпоративних заходів тощо. У більшості випадків такі гості зупиняються неодноразово, укладаючи з готелем довгострокові угоди про співпрацю, що створює передумови для стабільного доходу та зменшення витрат на залучення нових клієнтів. На відміну

від індивідуальних туристів, корпоративні замовники вимагають чітко окресленого рівня сервісу, надійності, дотримання строків та умов надання послуг, а також гнучкої цінової політики.

Сучасний корпоративний клієнт - це здебільшого професіонал або керівник середньої чи вищої ланки з високим рівнем освіти, який активно бере участь у розвитку бізнесу. Зростає кількість компаній, що розширюють ділові зв'язки за межами країни, організовуючи відрядження з метою укладання нових угод, пошуку партнерів і відкриття перспектив для масштабування бізнесу. Такі поїздки мають стратегічний характер і виходять за рамки участі в окремих заходах, охоплюючи комплексне просування інтересів компанії на міжнародному рівні.

Актуальною тенденцією в сегменті обслуговування корпоративних клієнтів є поява туристичних операторів, що спеціалізуються виключно на ділових подорожах - організовуючи участь у міжнародних виставках, конференціях, тренінгах та семінарах.

Представники корпоративного сектору надають перевагу проживанню в бізнес-готелях, що відповідають сучасним стандартам і пропонують інфраструктуру для ефективного ведення справ - конференц-зали з технічним оснащенням, бізнес-центри, швидкісні канали зв'язку та додаткові послуги. Це створює необхідність для готельних операторів постійно вдосконалювати сервіс і технічне оснащення, аби відповідати очікуванням ділових клієнтів. Із зростанням значення корпоративного туризму прогнозується подальше підвищення попиту на готелі бізнес-класу та персоналізовані послуги для компаній.

Взаємодія з корпоративним сегментом ґрунтується на побудові партнерських відносин і персоналізації послуг. Готелі, які працюють з бізнес-клієнтами, розробляють спеціальні програми лояльності, надають знижки за обсяг бронювання, забезпечують пріоритетне обслуговування, індивідуальне меню, розширений доступ до конференц-сервісу, послуг секретаря, трансферу та інших додаткових зручностей. Крім того, враховується потреба в гнучких умовах оплати, можливість здійснення безготівкових розрахунків, відтермінування платежів або централізованого виставлення рахунків за весь період обслуговування.

Особливістю роботи з корпоративними клієнтами є необхідність професійного менеджменту, чіткої комунікації та постійного аналізу задоволеності. Успішні готелі, орієнтовані на цей сегмент, створюють спеціальні відділи з корпоративного обслуговування, які забезпечують індивідуальний супровід замовлень, координацію послуг, а також вирішення поточних питань у найкоротші терміни. Такий підхід дозволяє будувати довгострокові відносини з клієнтами, які згодом можуть стати постійними партнерами готелю.

Зростаюча глобалізація бізнесу, збільшення кількості міжнародних ділових контактів, активізація внутрішніх і транскордонних поїздок стимулюють розвиток даного сегменту. У перспективі корпоративні клієнти залишатимуться пріоритетною цільовою аудиторією для багатьох готелів, особливо в умовах послаблення туристичних потоків або сезонних коливань. Їхнє стратегічне значення полягає не лише в економічному ефекті, а й у можливості сформувати позитивний імідж готелю на ринку ділових послуг.

Таким чином, корпоративні клієнти є важливим сегментом готельної аудиторії, що вимагає особливого підходу до обслуговування, адаптації продуктів і послуг, а також постійного вдосконалення бізнес-моделі готелю відповідно до потреб сучасного ділового світу. Від ефективності роботи з цим сегментом залежить не лише фінансова стабільність закладу, а й його здатність займати провідні позиції на ринку.

1.2. Організація обслуговування гостей в готелі

Впровадження ефективної системи сервісного обслуговування є ключовим чинником формування позитивного іміджу готелю, особливо в сегменті корпоративних клієнтів. Від моменту зустрічі гостя на ресепшені до завершення його перебування, кожен етап обслуговування має бути чітко структурований і продуманий із урахуванням специфіки бізнес-потреб клієнтів.

Конкурентоспроможність готельного закладу значною мірою залежить від організованої та скоординованої системи надання послуг, що відповідає високим стандартам якості та оперативності. В умовах зростаючої глобалізації і розвитку ділового туризму гостинність, швидкість і професіоналізм обслуговування

набувають особливої ваги для бізнес-гостей, які цінують зручність, персоналізацію і надійність сервісу. Готелі, що пропонують гнучкі рішення для корпоративних клієнтів і враховують їхні індивідуальні вимоги, мають значну перевагу на ринку, сприяючи формуванню довготривалих партнерських відносин.

Послуги готелів поділяються на основні та додаткові. До основних входять сервіси, пов'язані з комфортним проживанням і харчуванням, які є фундаментом для задоволення базових потреб гостя. Додаткові послуги орієнтовані на підвищення рівня комфорту, створення сприятливої атмосфери для роботи і відпочинку, а також надання ексклюзивних можливостей для бізнес-клієнтів.

Основною складовою основних послуг для корпоративних гостей є якісне проживання, що забезпечує комфортні умови для відпочинку та роботи. Від стандартних номерів до преміальних люксів та апартаментів — готель пропонує широкий вибір варіантів, які відповідають різним бізнес-потребам і бюджету. У номерах передбачені всі необхідні умови: зручні робочі простори, високошвидкісний інтернет, ергономічні меблі, а також сучасні комунікаційні засоби.

Харчування в готелі також відіграє важливу роль у сервісі для бізнес-клієнтів. Готельні ресторани, кафе та бари пропонують різноманітні варіанти харчування — від швидких ділових сніданків до вишуканих вечерь. Крім того, гнучкі рішення у форматі обслуговування в номер або організації банкетів і кейтерингу дозволяють врахувати індивідуальні вимоги корпоративних заходів.

Процес надання основних послуг включає кілька ключових етапів, кожен з яких має бути виконаний на найвищому рівні, щоб забезпечити максимальний комфорт і задоволення гостей.

Перший етап — це детальне інформування клієнта про всі доступні послуги, умови проживання, конфігурації номерів і корпоративні пропозиції. Важливо підкреслити унікальні переваги готелю, зручне розташування поряд із діловими центрами та транспортною інфраструктурою, а також можливості для проведення конференцій, зустрічей та інших корпоративних заходів.

Другий етап — це організація бронювання. Для корпоративних клієнтів важливо мати зручні та швидкі канали бронювання: онлайн-системи, персональні

менеджери, які можуть врахувати специфічні побажання гостей і забезпечити резервування номерів і конференц-залів на вигідних умовах.

Реалізація послуг на місці включає професійну зустріч гостей, швидку реєстрацію та супровід до номерів. Персонал готелю повинен бути налаштований на надання індивідуальної уваги кожному бізнес-клієнту, допомагати з багажем і оперативно вирішувати всі поточні питання. Важливо забезпечити високий рівень обслуговування під час перебування — це може бути оперативна підтримка в організації робочих зустрічей, надання додаткового обладнання, харчування під час конференцій, а також послуги трансферу та іншої логістичної підтримки.

Завершальним етапом є комфортний виїзд, що передбачає швидке оформлення рахунків, допомогу з багажем і організацію трансферу або таксі до наступного пункту призначення. Високий рівень сервісу на цьому етапі створює у гостей позитивне остаточне враження від перебування.

Додаткові послуги в готелі відіграють важливу роль у задоволенні широкого спектра потреб і очікувань гостей. Одним із ключових принципів їх надання є створення можливості вибору, що дозволяє клієнтам обирати ті послуги, які найкраще відповідають їхнім індивідуальним вимогам. Це забезпечує персоналізований підхід до обслуговування та сприяє підвищенню рівня задоволеності гостей.

Такі послуги також створюють додаткові можливості для відпочинку, розваг, релаксації та саморозвитку. Зокрема, готелі можуть пропонувати розважальні програми, екскурсії, культурні заходи, спортивні активності та інші форми дозвілля, що роблять перебування гостей приємним і насиченим.

Надання додаткових послуг свідчить про орієнтацію готелю на високоякісне обслуговування та створення позитивного й незабутнього враження. Це також сприяє підвищенню конкурентоспроможності готельного закладу, оскільки широкий спектр якісних послуг здатен привабити нових клієнтів і втримати постійних.

З метою кращої організації процесу обслуговування додаткові послуги в готелі класифікують за різними критеріями відповідно до потреб гостей. Основні групи таких послуг наведено в табл. 1.2.

Таблиця 1.2 - Класифікація додаткових послуг у готелі

Групи послуг	Приклади послуг
Послуги, що створюють комфорт для гостей під час їх перебування в готелі та місцевості поблизу	<ul style="list-style-type: none"> - Інформаційні послуги (надання відомостей про послуги готелю, транспортне обслуговування, культурні пам'ятки, торгові точки тощо) - Комунально-побутові послуги (прання, прасування, ремонт одягу, взуття, багажу, годинників тощо) - Посередницькі послуги (бронювання місць у закладах культури, замовлення квитків тощо) - Автотранспортні послуги (гараж, стоянка, дрібний ремонт авто) - Продаж товарів, преси, сувенірів - Оренда спортивного, пляжного інвентарю, авто - Зберігання кореспонденції та цінностей
Послуги, пов'язані з інформуванням про місце перебування	<ul style="list-style-type: none"> - Організація екскурсій, зустрічей - Проведення культурних заходів - Показ фільмів - Участь у святкуванні національних подій
Послуги, спрямовані на підвищення комфорту у номері	<ul style="list-style-type: none"> - Харчування в номері - Встановлення додаткового обладнання (фен, праска тощо) - Доставка додаткових меблів
Послуги, що задовольняють особливі побажання гостей з різних галузей	<ul style="list-style-type: none"> - Оренда музичних інструментів - Надання персональних екскурсоводів, перекладачів - Доступ до зв'язку (телекс, супутниковий зв'язок) - Надання комп'ютерного обладнання

Розроблено автором за даними [1, 20]

Таким чином, готелі, які інвестують у створення комплексної, високоякісної системи обслуговування корпоративних клієнтів, отримують не лише лояльних постійних клієнтів, а й посилюють свою позицію на конкурентному ринку ділового туризму.

1.3. Обслуговування корпоративних клієнтів в готелях

У контексті глобалізації та активного розвитку міжнаціонального співробітництва ділові поїздки стали невід'ємною частиною корпоративного життя. Сучасний бізнес прагне до мобільності, оперативності та ефективності, що робить обслуговування бізнес-мандрівників ключовим фактором у сфері готельного сервісу. Компанії, які регулярно відправляють своїх співробітників у відрядження, висувають до готелів особливі вимоги, які виходять далеко за межі стандартного проживання.

Бізнес-гості суттєво відрізняються від звичайних туристів, адже основною метою їхнього перебування є не відпочинок, а виконання професійних обов'язків. Як правило, вони зупиняються в готелях на короткий термін – від однієї до трьох ночей – і очікують бездоганного сервісу з мінімальними затримками. Їх цікавить насамперед можливість швидко адаптуватися до нового простору, організувати роботу з комфортом і без перешкод. Частота подорожей, необхідність конфіденційності, орієнтація на результативність – ці фактори формують високі стандарти щодо якості готельних послуг.

Корпоративні клієнти очікують, що їхній номер буде не просто місцем для ночівлі, а повноцінною робочою зоною. Важливими є наявність зручного письмового столу з якісним освітленням, ергономічного крісла, достатньої кількості розеток і високошвидкісного інтернету. Окреме значення має акустичний комфорт – звукоізоляція номерів дозволяє зосередитися на роботі або відпочити після інтенсивного дня. Усе це доповнюється доступом до бізнес-центрів із необхідною технікою – принтерами, сканерами, комп'ютерами, що дозволяє готелям виступати не тільки як житло, а як справжня база для ділової активності.

Інфраструктура для ділових заходів – фактор конкурентної переваги. Велике значення для бізнес-клієнтів мають якісно організовані конференц-зони. Готелі, які прагнуть залучати корпоративну аудиторію, повинні пропонувати гнучкі за розмірами конференц-зали з сучасним мультимедійним обладнанням – проєкторами, аудіосистемами, екранами, системами відеозв'язку. Присутність технічного персоналу для супроводу заходів, організація кава-брейків і кейтерингових послуг, гнучке планування приміщень – усе це свідчить про професійний підхід до проведення ділових подій. Технологічні інновації, зокрема мобільні додатки для організації зустрічей, інтерактивні панелі та можливість гібридних конференцій, також відіграють важливу роль у виборі готелю.

Гнучкі умови бронювання, зокрема можливість змін без штрафів, ранній заїзд або пізній виїзд, індивідуальні тарифи для корпоративних клієнтів, безготівковий розрахунок і попереднє погодження витрат – усе це формує зручну систему взаємодії між готелем і компанією. Особливо важливою є персоналізація сервісу, яка включає врахування попередніх уподобань гостя, автоматичне надання

потрібних послуг або знижок, участь у програмах лояльності. Постійні клієнти очікують стабільної якості, а готелі, які вміють налагодити тривалу співпрацю, отримують надійне джерело доходу.

Успішне обслуговування корпоративних гостей базується не лише на матеріальній базі, а й на кваліфікації персоналу. Співробітники готелю повинні володіти не лише іноземними мовами, а й навичками ділового етикету, вміти швидко вирішувати нестандартні ситуації, бути тактовними і водночас рішучими. Знання особливостей обслуговування різних національностей, чітке розуміння пріоритетів бізнес-клієнтів, готовність надати конфіденційну допомогу — усе це формує позитивне враження і сприяє повторному вибору готелю.

Попри робочий характер візиту, бізнес-мандрівники також потребують часу для відновлення. Тому сучасні готелі доповнюють робоче середовище зонами релаксу: фітнес-центрами, сауною, масажними кабінетами, лаунж-зонами. Ресторани повинні пропонувати збалансоване меню, бізнес-ланчі, а також можливість замовлення їжі до номеру. Важливо створити спокійне середовище, у якому гість зможе зняти стрес після важкого дня.

Сучасні готелі, орієнтовані на обслуговування корпоративних клієнтів, прагнуть запропонувати максимально зручні, функціональні та персоналізовані умови перебування для бізнес-гостей. Однією з ефективних форм роботи з цим сегментом є формування спеціалізованих пакетів послуг, які враховують потреби різних груп ділових мандрівників — від індивідуальних гостей до корпоративних делегацій. Такі пакети дозволяють готелю оптимізувати обслуговування, підвищити рівень задоволеності гостей, а також створити конкурентні переваги на ринку. У табл. 1.3 нижче представлено типові приклади пакетів послуг, що можуть бути запропоновані корпоративним клієнтам готелю.

Таблиця 1.3 - Типові пакети послуг для корпоративних клієнтів у**готелях**

Назва пакету	Вміст пакету	Призначення
Business Start	Проживання, сніданок, доступ до Wi-Fi, ранковий трансфер до бізнес-центру	Для коротких ділових візитів
Conference Pro	Оренда конференц-зали, мультимедійне обладнання, кава-брейки, допомога техніка	Для організації конференцій, семінарів
Executive Comfort	Проживання у покращеному номері, персональний check-in, бізнес-лаунж	Для VIP-гостей або керівного складу
Team Stay	Групове розміщення, знижки на проживання, організація тимбілдинг-заходів	Для корпоративних груп
Remote Office	Номер з обладнаним робочим місцем, принтером, швидкісним інтернетом	Для віддаленої роботи під час відрядження
Long-Term Deal	Знижки за умов тривалого проживання, харчування, прибирання, звітні документи	Для довготривалих проектів

Розроблено автором за даними [2]

Корпоративні клієнти очікують високого рівня безпеки як фізичної, так і інформаційної. Система відеоспостереження в громадських місцях, електронні замки, контроль доступу до поверхів, а також захист персональних даних та конфіденційної інформації мають бути базовими елементами готельного середовища. Надійність і конфіденційність – ключові чинники, що формують довіру до готельного бренду.

Одним із ключових завдань для сучасних готелів є ефективно залучення та утримання корпоративних клієнтів. Це завдання є досить складним, зважаючи на специфіку потреб бізнес-туристів. У сучасних умовах нестабільної економіки та високої конкуренції готелі повинні звертати особливу увагу на особливості обслуговування ділових гостей (табл.1.4).

Таблиця 1.4 - Основні інструменти залучення та утримання корпоративних клієнтів

№	Інструмент / Підхід	Розширений опис
1	Індивідуальний підхід та програми лояльності	Один із найефективніших способів утримання корпоративного клієнта — це індивідуалізація сервісу. Готелі пропонують гнучкий підхід, враховуючи особливі потреби компаній та їх працівників. Серед популярних заходів — знижки на проживання, безкоштовний ранній заїзд або пізній виїзд, програми лояльності з накопиченням балів, бонусами чи безкоштовними ночами. Додатковим плюсом стають невеликі презенти — брендovanі сувеніри, безкоштовна вода, фрукти або компліменти у номер.

Продовження таблиці 1.4

2	Онлайн-платформ, travel-агентства, preferred-готелі	Готелі активно використовують сайти-агрегатори (Booking, Expedia тощо) та пошукові системи для просування своїх послуг. Однак великі компанії рідко бронюють напряму. Частіше це робить внутрішній відділ подорожей або туристичне агентство-партнер. Багато компаній мають перелік "preferred-готелів", тобто пріоритетних об'єктів розміщення. Потрапити до цього списку — велика перевага для готелю, адже він отримує постійний потік гостей. Серед чинників — зручне розташування, хороша ціна, надійний сервіс, позитивні відгуки, корпоративна історія або персональні контакти.
3	Гнучка цінова політика (знижки, демпінг)	Для залучення корпоративних клієнтів готелі іноді надають дуже привабливі (демпінгові) ціни. Це може бути вигідно в низький сезон, коли заповнюваність низька. Надання мінімальної ціни дозволяє отримати постійного клієнта, що виправдовує короткострокові збитки. У довгостроковій перспективі готель розраховує на підвищення лояльності та збільшення бронювань. Така політика також допомагає створити позитивний імідж доступного та надійного партнера.
4	Безкоштовні вранішні заїзди або пізні виїзди	Бізнес-мандрівники часто мають гнучкий або щільний графік, тому стандартний час заїзду або виїзду не завжди зручний. Готелі, що дозволяють заїхати раніше чи виїхати пізніше без додаткової плати, отримують значну перевагу. Це покращує клієнтський досвід і створює відчуття турботи про комфорт гостей. Незначні фінансові втрати компенсуються підвищенням задоволеності та повторними бронюваннями.
5	PR-заходи для формування іміджу готелю	Репутація готелю відіграє ключову роль у прийнятті рішень корпоративними клієнтами. Готелі організують публічні заходи: концерти, виставки, благодійні акції, бізнес-форуми. Важливо, щоб ці події були висвітлені в медіа, соціальних мережах або профільних платформах. Це не тільки зміцнює імідж, але й формує асоціацію з активним, соціально відповідальним брендом, що створює цінність у довгостроковій перспективі.
6	Гнучкість у вирішенні проблем, привітність персоналу	Важливою рисою, яку високо цінують корпоративні клієнти, є здатність швидко реагувати на проблеми, гнучко адаптуватися до нових умов або змін у планах поїздки. Також важлива якість спілкування персоналу: доброзичливість, щирість, бажання допомогти. Навіть дрібниці, як усмішка адміністратора чи запитання про подорож, можуть позитивно вплинути на враження. Турбота про деталі створює атмосферу гостинності.
7	Проведення MICE-заходів (Meetings, Incentives, Conferences, Events)	MICE-сектор охоплює організацію заходів для корпоративних клієнтів — конференцій, тренінгів, зустрічей, семінарів. Для цього готелі мають надавати конференц-зали з відповідним обладнанням, кейтерингом, техпідтримкою. Важливими факторами є гнучка цінова політика, швидке підтвердження бронювання, можливість слідкувати за статусом броні в реальному часі. Зазвичай замовляються двомісні номери з окремими ліжками. Готелі, що ефективно працюють у цьому сегменті, отримують великі замовлення з високим середнім чеком.

Розроблено автором за даними [10]

Обслуговування корпоративних клієнтів вимагає комплексного підходу, що включає як технічне, так і організаційне забезпечення. Успішний готель повинен гнучко адаптуватися до змін на ринку, впроваджувати інновації, підтримувати високий рівень сервісу та вибудовувати довгострокові відносини з діловими партнерами. Здатність забезпечити поєднання комфорту, функціональності, швидкості та безпеки є основою конкурентоспроможності готелю у сфері бізнес-туризму.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРАКТИКИ РОБОТИ З КОРПОРАТИВНИМИ КЛІЄНТАМИ В ГОТЕЛІ «ДНІПРО»

2.1. Характеристика організації роботи готелю «Дніпро»

Готель «Дніпро» розташований у Печерському районі — серці історичного та ділового Києва. Завдяки вигідному розташуванню та багаторічному досвіду (понад 60 років роботи), заклад користується великою популярністю серед мандрівників, які цінують комфорт і зручність у столиці України. Гості можуть милуватися мальовничими панорамами міста з вікон номерів, а також швидко дістатися до головних туристичних атракцій, культурних пам'яток і розважальних центрів, що знаходяться поруч.

Проект готелю було створено в період з 1956 по 1959 рік спеціалістами інституту «Київпроект». Над архітектурною концепцією працювали Віктор Єлізаров, Володимир Заболотний, Наталія Чмутіна та інші. Будівля є прикладом київського модернізму. Зведення завершили у 1963 році, а вже наступного року готель прийняв перших гостей і продовжує працювати до сьогодні. Протягом своєї історії він змінив назву з «Інтурист» на «Дніпро» (за інформацією The Village Україна).

Юридична адреса компанії: Україна, 01001, місто Київ, вулиця Хрещатик, 1/2.

Організаційно-правова форма — приватне акціонерне товариство (ПрАТ). ПрАТ «Готель «Дніпро» не має філій, представництв або інших відокремлених структурних одиниць.

Підприємство здійснює діяльність відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД). Основними напрямками є:

55.10 — Надання послуг готелями та іншими місцями тимчасового проживання;

49.39 — Інші види пасажирських перевезень наземним транспортом, не класифіковані в інших рубриках;

56.10 — Робота ресторанів і кейтеринг мобільного харчування;

56.21 — Організація доставки готових страв для проведення заходів;

56.29 — Постачання інших видів готової їжі;

56.30 — Надання послуг із подачі напоїв.

Готельний фонд налічує 107 комфортабельних номерів. До послуг гостей пропонуються: ресторан з авторською кухнею, бари, конференц-зал, кімната для переговорів, платна охоронювана автостоянка, трансфер до аеропорту та вокзалу, цілодобова рецепція та консьєрж-сервіс, можливість замовлення таксі, авіа- та залізничних квитків, а також інші сервіси для зручності клієнтів.

Основною метою діяльності товариства є отримання максимального прибутку, який у подальшому розподіляється між корпоративними фондами та акціонерами згідно з виконаними виробничими, комерційними, посередницькими та іншими функціями, відповідно до чинного законодавства України та внутрішніх установчих документів підприємства.

Обсяг реалізованої продукції (товарів, робіт чи послуг) виступає важливим індикатором ефективності підприємства, оскільки відображає масштаби його діяльності та рівень конкурентоспроможності на ринку. Динамічне зростання цього показника свідчить про ефективно обрану стратегію розвитку, успішне впровадження нових послуг або розширення сфери діяльності. Така тенденція демонструє стабільний фінансовий стан підприємства та його спроможність інвестувати у власний розвиток.

Аналіз реалізаційних обсягів дає змогу об'єктивно оцінити попит на готельні послуги та ступінь відповідності очікуванням і запитам клієнтів. Крім того, даний показник є важливим інструментом у формуванні маркетингових стратегій, удосконаленні операційних процесів і підвищенні рівня обслуговування.

З метою оцінки ефективності діяльності ПрАТ «Готель «Дніпро» було здійснено аналіз основних техніко-економічних показників за 2023–2024 роки, результати якого наведено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1 - Ключові техніко-економічні показники діяльності ПрАТ «Готель «Дніпро» у 2023–2024 роках

№ з/п	Показники	Од. виміру	2023	2024	Відхилення +/-	Зміна, %
1	Чистий дохід від реалізації продукції	тис. грн	52837	58686	+5 849	11,1
2	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн	45071	47164	+2 093	4,6
3	Валовий прибуток	тис. грн	7766	11522	+3 756	48,4
4	Фінансовий результат від операційної діяльності	тис. грн	113	207	+94	83,2
5	Фінансовий результат до оподаткування	тис. грн	142	161	+19	13,4
6	Чистий фінансовий результат	тис. грн	116	132	+16	13,8
7	Статутний капітал	тис. грн	80923,4	80923,4	-	-

Розроблено автором за даними [23, 24]

У 2024 році чистий дохід від реалізації продукції зріс до 58 686 тис. грн, що на 11,1% перевищує показник 2023 року. Це зростання вказує на розширення обсягів продажів і загальну позитивну динаміку розвитку підприємства.

Збільшення собівартості реалізованої продукції на 4,6% (до 47 164 тис. грн) може свідчити про зростання витрат на виробничі процеси, закупівлі ресурсів або інші фактори, що впливають на формування собівартості.

Валовий прибуток компанії за рік зріс майже на 3,8 млн грн (на 48,4%), що є свідченням підвищення операційної ефективності та прибутковості діяльності.

Фінансовий результат від операційної діяльності збільшився на 83,2%, досягнувши 207 тис. грн, що вказує на ефективніше використання ресурсів і оптимізацію бізнес-процесів.

Фінансовий результат до оподаткування у 2024 році становив 161 тис. грн, що на 13,4% більше, ніж у попередньому році. Це може свідчити про результативне управління витратами й податковими зобов'язаннями.

Чистий прибуток після сплати податків також зріс на 13,8%, досягнувши 132 тис. грн, що демонструє стабільну фінансову позицію підприємства.

Таким чином, аналіз техніко-економічних показників підтверджує загальне фінансове зростання ПрАТ «Готель «Дніпро» у 2024 році. Зростання обсягів реалізації, валового прибутку та чистого фінансового результату вказує на

ефективне управління підприємством і здатність забезпечувати високий рівень рентабельності.

Готель «Дніпро» – ідеальний вибір для поціновувачів елегантності, комфорту та історичної атмосфери в самому серці столиці. Заклад, що вже десятиліттями зберігає популярність серед гостей. Його розташування в центрі Києва забезпечує зручний доступ до основних пам'яток і пропонує стильні номери з мальовничим видом на Дніпро.

Цей чотиризірковий готель офіційно класифікований відповідно до Закону України «Про туризм». Попри відсутність реальних санкцій за порушення цієї вимоги, готелі, що проходять і підтверджують категоризацію, демонструють вищий рівень послуг та підвищують свою конкурентоспроможність. Крім того, наявність високої категорії впливає на вартість розміщення — престижні готелі, як правило, встановлюють вищі ціни.

Після приватизації готелю новий власник, Олександр Кохановський, анонсував масштабні зміни. Планувалося трансформувати готель у сучасний кіберспортивний центр зі збереженням функцій закладу розміщення та високим рівнем сервісу. Завдяки стратегічному розташуванню проєкт мав стати унікальним хабом для міжнародних турнірів і тренувальних баз для кіберспортивних команд з усього світу.

Проте пандемія COVID-19 та повномасштабне вторгнення росії в Україну у 2022 році стали серйозними перешкодами для реалізації цієї ідеї. З огляду на складну ситуацію, проєкт було тимчасово призупинено, а готель продовжив функціонувати у звичному форматі.

Готель налічує 107 номерів різних типів: від одномісних стандартів (12 кв. м) до просторих люксів (53 кв. м), включаючи номери для некурців. Номери розміщені з 4-го по 12-й поверхи, але 5-й поверх для заселення не використовується. Більшість з них мають вид на Хрещатик або Європейську площу, що додає особливого шарму для туристів і ділових гостей.



Усього готель пропонує 7 типів номерів:




- Одномісний стандарт;



- Двомісний стандарт з двоспальним ліжком/ з двома односпальними ліжками;
- Двомісний економ з двоспальним ліжком/ з двома односпальними ліжками;
- Малий напівлюкс;
- Напівлюкс;
- Люкс;
- Панорама.

Усі типи номерів з рисунками, площею та місткістю наведені в табл. 2.2 - Види номерів.

Таблиця 2.2 - Види номерів та їх площа з місткістю

Тип кімнати	Рисунок	Місткість	Площа
Одномісний стандарт		1	12 м ²
Двомісний стандарт з двоспальним ліжком/ з двома односпальними ліжками		2	20 м ²

<p>Двомісний економ з двоспальним ліжком/ з двома односпальними ліжками</p>		2	20 м ²
<p>Малий напівлюкс</p>		2	27 м ²
<p>Напівлюкс</p>		3	35 м ²

Люкс		2	53 м ²
Панорама		2	25-27 м ²

Джерело: Розроблено автором за даними [3]

Усього готель “Дніпро” має 25 Одномісних стандартів, 12 Двомісних стандартів з роздільними ліжками, 12 Двомісних економів з роздільними ліжками, 14 Двомісних стандартів з великим ліжком, 3 Двомісних економів з великим ліжком, 11 Малих напівлюксів, 14 Напівлюксів, 10 Люксів, 6 Панорам.

Всі номери розміщені вздовж довгих коридорів по обидві сторони. На кожному житловому поверсі є невеликі вестибюлі, які фактично з’єднують вихід з ліфтів та центральну частину коридорів, де безпосередньо вже розташовані номери.

Безпека на об’єкті забезпечується відеоспостереженням, охороною, системами сигналізації та доступом за електронними картками. У кожному номері є всі необхідні зручності: телевізор, кондиціонер, сейф, гігієнічні засоби, халат і капці. Щоденне прибирання та зміна білизни гарантують належний рівень чистоти.

Щодо умов розміщення: заїзд можливий з 14:00, а виїзд до 12:00. Ранній заїзд до 7:00 сплачується повністю, а з 7:00 до 14:00 — половину добової вартості, за умови наявності вільного номеру. Безкоштовне скасування бронювання

можливе до 18:00 напередодні. Готель також дозволяє розміщення з домашніми улюбленцями (до 10 кг) за попереднім погодженням, вартість — 700 грн/доба.

Послуги харчування надаються у ресторані класу "люкс", що знаходиться на дванадцятому поверсі готелю та носить назву "Panorama Club". Цей заклад працює від восьмої години ранку до десятої години вечора. Харчування є обов'язковим для гостей, які обрали "Континентальний" тариф. Проте, можливо забронювати номер і без сніданку в тарифі. Сніданки в ресторані сервіруються з восьмої ранку до одинадцятої. Формат обслуговування на сніданках безпосередньо залежить від кількості гостей, які вже сплатили за сніданок. Якщо наступного дня очікується менше десяти сніданків, то пропонується "Континентальний" варіант на вибір. Про формат сніданку гостей завжди інформують заздалегідь. Але, переважно в "Panorama Club" планують більше десяти сніданків. У такому випадку накривають "Шведський стіл". Готель та ресторан також пропонують зручну опцію для тих, хто забронював сніданок, але не може на нього прийти наступного дня. Для таких гостей готують ланч-бокс з легким перекусом, фруктами, напоєм та десертом, який замінює сніданок.

Послуги харчування надаються у ресторані вищого класу, що знаходиться на дванадцятому поверсі готелю та носить назву "Panorama Club". Цей заклад працює від восьмої години ранку до десятої години вечора. Харчування є основною послугою для гостей, які обрали "Континентальний" тариф. Проте, можливо забронювати номер і без сніданку в тарифі. Сніданки в ресторані сервіруються з восьмої ранку до одинадцятої. Формат обслуговування на сніданках безпосередньо залежить від кількості гостей, які вже сплатили за сніданок. Якщо наступного дня очікується менше десяти сніданків, то пропонується "Континентальний" варіант на вибір. Про формат сніданку гостей завжди інформують заздалегідь. Але, переважно в "Panorama Club" планують більше десяти сніданків. У такому випадку організують "Шведський стіл". Готель та ресторан також пропонують зручну опцію для тих, хто забронював сніданок, але не може на нього прийти наступного дня. Для таких гостей готують ланч-бокс з легким перекусом, фруктами, напоєм та десертом, який замінює сніданок.

Для готелю категорії 4 зірки потрібно мати певний перелік додаткових послуг. Серед додаткових послуг готель “Дніпро” надає:

- **Транспортні послуги.** Готель “Дніпро” має не криту парковку перед самим головним входом в засіб розміщення. Всього на парковці числиться 53 місця. Варто зазначити що парковка відчинена не лише для проживаючих, але і для простих відвідувачів. Хоча для гостей послуга паркування дешевше - 100 грн. за добу. Для пільгових категорій громадян як учасники бойових дій та людей з певним ступенем інвалідності послуга паркування є безкоштовною. Також, транспортні послуги надаються у вигляді замовлення таксі для гостей, як від готелю, так і до готелю. Однак оплату за дану послугу приймають саме водії служби “Еліт таксі” з якими співпрацює готель “Дніпро”.
- **Послуги зв’язку та інформації.** Засіб розміщення надає доступ до безкоштовного Wi-Fi по всьому готелю та пропонує послугу “будильник”, щоб розбудити гостя у будь-яку потрібну годину. Однак дані послуги є безкоштовними, тому більш доречним є віднести дані послуги до основних.
- **Побутові послуги.** Готель пропонує послуги прання та прасування одягу та речей гостей. У кожному номері знаходиться спеціальна форма-бланк з розцінками на кожен вид одягу та його вартість за 1 шт. Дана форма заповнюється або самим гостем, або костеляншою, яка залишає гостю копію з сумою до оплати за послуги. Послуги прання та прасування сплачуються на рецепції улюбий зручний час для гостя до часу виїзду.
- **Банківські послуги** в готелі представлені пунктом обміну валют, що розташований неподалік рецепції та банкомат, який знаходиться навпроти стійки реєстрації.
- **Послуги ділової діяльності.** Дана категорія послуг включає в себе оренду залів та інвентарю для проведення заходів різних форматів. Усього готель “Дніпро” має три зали: “Камелія”, “Пектораль” та зал для переговорів. Крім цього засіб розміщення орендує різне обладнання таке як: колонки, проектор, ТВ, екран, фліп чарти.

- **Оздоровчо-лікувальні послуги.** На території готелю розташований СПА-центр на -1-ому поверсі. Однак, на момент воєнного стану по всій країні “Дніпро” було змушене зачинити СПА-центр і наразі дане приміщення використовується як укриття під час повітряних тривог для гостей та персоналу. Проте до початку повномасштабної війни на карантину СПА-центр готелю пропонував послуги надання масажу, користування вібро-саунами та фінськими лазнями з басейном.
- **Послуги спортивно-оздоровчі.** Готель “Дніпро” і структурі СПА-центру тако має невелику спортивну залу з різним обладнанням для заняття спортом. Але так само, на жаль, дана послуга на сьогоднішній момент не є актуальною. Спортзал теж є тимчасово зачиненим через воєнний стан.

Головним показником при наданні послуг у готелі «Дніпро» є якість обслуговування, адже саме вона формує загальне враження гостей і впливає на їхнє бажання повертатися. Під час перебування в готелі особлива увага приділяється побутовому обслуговуванню, що має максимально задовольнити потреби та очікування клієнтів.

Для того, щоб підтримувати свою роботу та надавати весь перелік послуг, що був перерахований вище готель “Дніпро” має окремі служби поділені за своїми обов’язками та сектором відповідальності. У готелі "Дніпро" проглядаються багато аспектів, притаманних функціональній структурі управління. У цьому закладі послуг розрізнено служби, кожна з яких очолює власний керівник. Разом з тим, усі управлінці та рядові співробітники підпорядковуються генеральному директорові. На рис. 2.1 відображена структура управління готелю “Дніпро” зі всіма службами на сьогоднішній день.

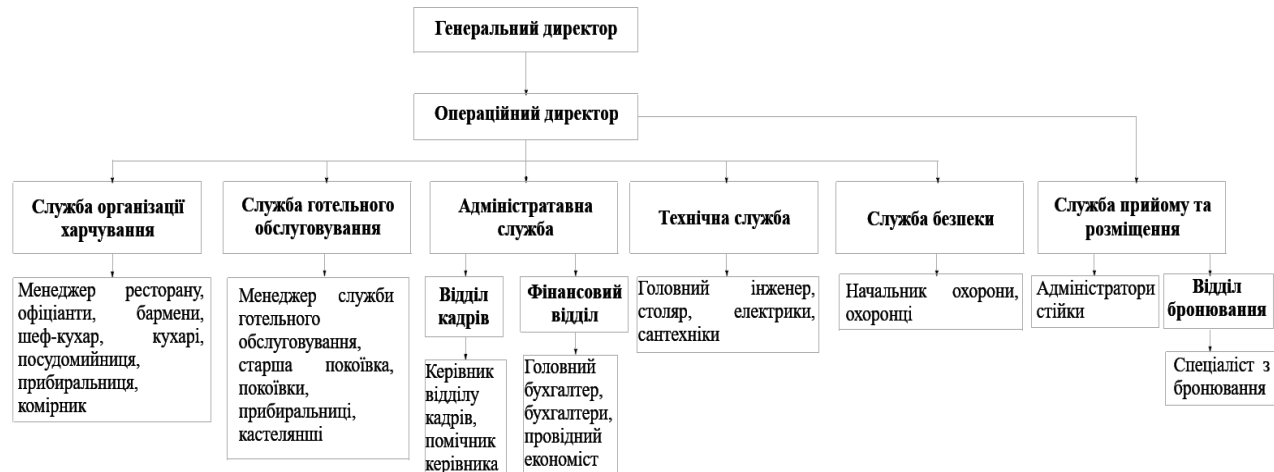


Рис. 2.1 - Функціональна структура управління готелю «Дніпро» зі всіма службами

Розроблено автором

Управлінням усіма підрозділами готелю, врегулювання фінансових аспектів та питаннями з персоналом, створення сприятливих умов праці для співробітників готелю “Дніпро” – все це покладено на адміністративну службу. На чолі цієї служби, як і всього готелю, знаходиться генеральний директор. Безпосереднім заступником директора є операційний директор. Окремо від цього в адміністративній службі функціонує фінансовий відділ та відділ кадрів. Фінансовим відділом керує безпосередньо головний бухгалтер, а до самої служби належать бухгалтери та провідний економіст. Відділ кадрів складається лише з керівника відділу кадрів та його працівників.

Однією з ключових служб готелю є служба прийому та розміщення. Цей підрозділ відповідає за обробку всіх бронювань, заселення гостей, прийняття платежів за проживання і додаткові сервіси, а також за безпосереднє спілкування з клієнтами готелю. Першою відмінністю готелю “Дніпро” є те, що керівником служби є операційний директор, який безпосередньо координує роботу всіх працівників і, по суті, є менеджером служби прийому та поселення. Другою особливістю є те, що операційний директор також виконує функції конференц-менеджера, відповідаючи за організацію та проведення заходів у конференц-залах готелю. Окрім цього, нещодавно в готелі знову запрацював відділ бронювання, що спеціалізується на створенні всіх бронювань для гостей. До складу служби входять також адміністратори стійки, або адміністратори

служби прийому та розміщення, що займаються розміщенням гостей та прийняттям оплати за проживання і додаткові послуги.

Далі йде служба готельного господарства, що піклується про чистоту й лад в усіх зонах готелю та в номерах гостей, прасує постіль та, якщо є потреба, одяг гостей, які звертаються з таким зверненням. Безпосередньо керує службою менеджер служби готельного обслуговування, котрий має заступник у вигляді старшої покоївки. Керування відбувається безпосередньо на співробітників служби, тобто на покоївок, кастелянш та прибиральниць.

Інженерна або технічна служба гарантує та підтримує безперебійне функціонування всіх систем кондиціонування, енерго-, водо- та теплопостачання. Ця служба залучена до виконання ремонтних робіт і відповідає за коректну роботу телебачення, зв'язку, електротехнічного обладнання та санітарно-технічного обладнання. Технічна служба в готелі "Дніпро" включає в себе головного інженера, його заступника (столяра), електриків та сантехніків.

Для гарантування спокою гостей та збереження їхніх речей у готелі "Дніпро" функціонує служба безпеки. Ця служба працює безпосередньо для охорони всіх, хто перебуває в готелі – гостей, співробітників та персоналу інших служб. Його мета – захист самого готелю та прилеглої території, а також створення для гостей відчуття безпеки та комфорту, що особливо важливо в сучасних реаліях. Служба безпеки очолюється начальником охорони, під його керівництвом працюють штатні охоронці, кожен з яких займає певну позицію, наприклад: кілька охоронців чергують у холі, частина стежить за ситуацією на пульті спостереження, інші знаходяться на контрольно-пропускних пунктах (для працівників та на виїзді з паркінгу).

Найбільшою структурою в готелі є служба забезпечення харчування. До неї належить весь персонал ресторану "Panorama Club", що функціонує безпосередньо в готелі. Усім цим підрозділом управляє менеджер служби організації харчування. Ця людина керує кожним етапом роботи закладу харчування: від складання графіка для працівників до нагляду за якістю сервісу. В її обов'язки входить фінансове планування, взаємодія з постачальниками, розробка рекламних кампаній та забезпечення відповідності нормам і вимогам

ресторанного бізнесу. Крім того, менеджер займається організацією конференцій для гостей.

Обслуговуванням відвідувачів у залі, прийняттям замовлень, видачею страв і розрахунком з гостями, приготуванням напоїв та коктейлів, натиранням посуду та обслуговуванням гостей у номерах займаються офіціанти. Проте, на них також покладено обов'язок обслуговувати відвідувачів у конференц-залах під час проведення різних заходів. Безпосереднім приготуванням страв займаються працівники цехів ресторану “Panorama Club”. Усіма кухарями керує шеф-кухар, котрий відповідає за створення та оновлення меню, підбір персоналу, бере участь у закупівлі продуктів, планує та організовує роботу цехів. Однією з особливостей функціонування ресторану в готелі є те, що шеф-кухар виконує обов'язки завідувача виробництвом.

Для того, щоб об'єктивно оцінити сильні та слабкі сторони готелю «Дніпро», а також визначити можливості для розвитку та потенційні загрози, доцільним є застосування SWOT-аналізу. Цей метод допомагає систематизувати наявну інформацію, отримати цілісну картину стану готелю і приймати обґрунтовані управлінські рішення, які сприятимуть покращенню якості сервісу та ефективності діяльності.

Аналізуючи зовнішні чинники, слід враховувати всі умови, що перебувають поза контролем готелю «Дніпро», але суттєво впливають на його роботу — як у позитивному, так і в негативному ключі. Особливу увагу потрібно звернути на макросередовище — економічні, соціальні, технологічні та політичні фактори, які визначають поточні тренди та виклики в туристичній індустрії України.

Водночас, за умови однакових ресурсів і можливостей, стратегія розвитку готелю «Дніпро» має будуватися на максимальному використанні його сильних сторін для компенсації виявлених слабких, а також на зниженні ризиків, пов'язаних із зовнішніми загрозами. Внутрішній аналіз включає вивчення всіх функціональних зон готелю — від прийому і розміщення гостей до організації додаткових послуг та маркетингової діяльності.

Перевага SWOT-аналізу полягає у його універсальності — він дозволяє сформулювати комплексну картину стану готелю «Дніпро» відповідно до

поставлених цілей: підвищення рівня обслуговування, вдосконалення управлінських процесів або підвищення конкурентоспроможності на ринку.

На основі проведеного аналізу можна чітко визначити, якими можливостями варто скористатися, опираючись на сильні сторони готелю, а також ідентифікувати основні загрози, посилені існуючими слабкостями, які потребують особливої уваги та коригуючих дій.

Приклад SWOT-аналізу готелю «Дніпро» наведено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 - SWOT-аналіз готелю «Дніпро»

1. Сильні сторони	2. Слабкі сторони
1) Вигідне розташування у центрі міста з легким доступом до основних ділових та туристичних об'єктів. 2) Різноманітність номерного фонду, що дозволяє приймати гостей з різним рівнем доходу. 3) Висококваліфікований і ввічливий персонал, орієнтований на якісне обслуговування. 4) Наявність конференц-залів та бізнес-центру для проведення ділових заходів. 5) Широкий спектр додаткових послуг (трансфер, харчування, організація заходів).	1) Вплив воєнного стану в країні, що суттєво знизив потік бізнес-туристів та гостей. 2) Існування готелів-конкурентів із більш привабливими цінами або сучаснішим сервісом. 3) Недостатньо ефективна маркетингова стратегія та обмежена присутність у цифрових каналах. 4) Відсутність гнучкої системи лояльності та знижок для корпоративних клієнтів. 5) Економічна нестабільність у регіоні та зниження платоспроможності клієнтів. 6) Недостатня активність у соціальних мережах та на власному вебсайті.
3. Можливості	4. Загрози
1) Розширення асортименту додаткових послуг та персоналізованих пропозицій. 2) Впровадження сучасних цифрових технологій для онлайн-бронювання та маркетингу. 3) Покращення сервісу та навчання персоналу для підвищення рівня обслуговування. 4) Активне використання соціальних мереж і платформ для залучення нових клієнтів.	1) Зростання конкуренції через відкриття нових готелів у регіоні. 2) Коливання цін на ринку готельних послуг, що може вплинути на доходи. 3) Нестабільна політична та економічна ситуація, що впливає на туристичний потік.

Розроблено автором

З проведеного SWOT-аналізу видно, що готель «Дніпро» має ряд сильних сторін, таких як зручне розташування, кваліфікований персонал та можливості для обслуговування ділових клієнтів. Проте, війна в Україні і економічна криза наклали суттєвий відбиток на діяльність готелю, зменшивши потік корпоративних та індивідуальних туристів.

Для подолання цих викликів та стабілізації роботи «Дніпро» необхідно зосередитись на модернізації маркетингової стратегії, активному впровадженні

цифрових технологій, а також розвитку системи лояльності та покращенні сервісу. Це допоможе зміцнити конкурентні позиції готелю, підвищити привабливість для корпоративних клієнтів і забезпечити стабільний розвиток у майбутньому.

2.2. Оцінка рівня організації обслуговування гостей в готелі «Дніпро»

Корпоративні клієнти з кожним роком займають дедалі вагомішу частку серед усіх відвідувачів готелю «Дніпро». Сьогодні серед цього сегмента можна виокремити кілька основних категорій: індивідуальні та групові ділові поїздки, інсентив-тури (мотивувальні подорожі, що організуються компаніями для стимулювання працівників), участь у виставках, форумах, симпозіумах, конгресах, тренінгах, презентаціях, а також ділові візити до партнерських організацій та підприємств.

Корпоративні мандрівники зазвичай належать до найбільш вимогливої та професійної аудиторії, що пред'являє до готельного сервісу підвищені вимоги. Вони цінують можливість ефективно працювати безпосередньо в номері, а також наявність повного спектру ділових послуг. Такий підхід формує окрему нішу на ринку – готелі бізнес-класу.

Готель «Дніпро» орієнтований саме на таку цільову аудиторію. Усі сервіси та інфраструктура готелю поступово адаптуються відповідно до потреб корпоративного сегмента. Основні пріоритети в роботі готелю — це вибудовування сталих партнерських зв'язків із компаніями та формування стабільної клієнтської бази. Постійні клієнти — запорука успішної діяльності готелю «Дніпро», тож випадкових гостей або пересічних туристів серед відвідувачів практично не буває.

Керівництво готелю «Дніпро» перш за все орієнтується на залучення корпоративних клієнтів. Готель має зручне транспортне сполучення з вокзалами, аеропортом, виставковими центрами та основними районами ділової активності міста. Однією з причин високої вартості ділових поїздок є те, що представники бізнесу надають перевагу проживанню у престижних готелях, що підкреслює імідж їхньої компанії як стабільної та успішної.

Важливою перевагою готелю «Дніпро», особливо для іноземних гостей, є наявність персоналу, який володіє кількома іноземними мовами. Для корпоративних клієнтів передбачені послуги секретаря, який також виконує функції перекладача та організовує бронювання квитків у театри, ресторани та інші заклади.

Готель «Дніпро» під час поїздок для ділових гостей фактично замінює офіс, надаючи у користування факс, комп'ютер, ксерокс та інші необхідні засоби. В наявності є бізнес-центр, де можна отримати послуги для ведення бізнесу або працювати на власному ноутбучі.

З поширенням сучасних інтернет-технологій вимоги корпоративних клієнтів до умов проживання значно зросли. Номери готелю «Дніпро» оснащені високошвидкісним інтернетом, що повністю відповідає потребам бізнес-гостей. Серед стандартів майбутнього — забезпечення можливості проведення відеоконференцій, конференц-дзвінків та швидкого обміну даними безпосередньо з номерів.

Корпоративні клієнти, які бронюють номери в готелі «Дніпро», очікують, що всі їхні потреби будуть враховані. Найчастіше саме зручність транспортного сполучення та наявність необхідного комплекту офісної техніки в номерах допомагає діловим гостям зробити вибір на користь нашого готелю. Для зручності клієнтів готель забезпечує доступ до офісів компаній експрес-доставки, таких як UPS або FedEx, а також табло з актуальними біржовими котируваннями.

Важливим фактором для корпоративних клієнтів є можливість орендувати у готелі «Дніпро» зали для проведення нарад і конференцій. Багато компаній обирають наш готель не лише як місце проживання співробітників, а й як майданчик для організації корпоративних заходів. Для таких цілей у готелі доступні різні за розміром приміщення — від великих конгрес-залів, спеціально облаштованих для масштабних подій, до конференц-залів середнього розміру.

Проте більшість заходів різного рівня найчастіше проводиться саме в конференц-залах готелю «Дніпро», які забезпечують максимально комфортні умови для роботи делегатів та їхнього розміщення. Конференц-зали оснащені

сучасним аудіовізуальним обладнанням, системами багатомовного синхронного перекладу, звуковим підсиленням та проекційною технікою.

Готель «Дніпро» пропонує сучасні конференц-зали в бізнес-центрі Києва для проведення форумів, конференцій, семінарів, тренінгів, презентацій, ділових зустрічей та культурних заходів. **Табл. 2.4** відображає характеристику всіх приміщень в готелі «Дніпро», де проводяться різноманітні заходи.

Таблиця 2.4 - Основні конференц-зали готелю «Дніпро»

Назва залу	Площа (м ²)	Максимальна місткість	Формат заходів	Обладнання та послуги
Конференц-зал «Пектораль»	230	до 100 осіб	Конференції, весілля, корпоративи	Wi-Fi, проектор Acer X1328WHK (1920x1200 WUXGA, 3D), екран 3x2 м, телевізор Samsung 65", мікрофон, фліпчарт, адаптація освітлення, 7 колонок у стелі, розетки 380V, укриття, парковка
Ресторан «Panorama Club»	100	до 50 осіб	Презентації, банкетні заходи	Wi-Fi, проектор, телевізор, екран, фліпчарт, ресторан з видом, кейтеринг, окремий вхід, укриття, парковка
Конференц-зал «Камелія»	45	до 40 осіб	Невеликі наради, тренінги	Стандартне обладнання, комфортне меблювання
Зал переговорів	30	до 10 осіб	Переговори, робочі зустрічі	Меблі під переговори, базове технічне оснащення

Розроблено автором за даними [3]

Для учасників заходів доступне банкетне обслуговування: кава-брейки, фуршети, прийоми з комплексним меню.

При виборі готелю «Дніпро» як майданчика для проведення форумів та інших масштабних заходів враховується комплекс різних чинників: зручність розташування (близькість до аеропорту та транспортних вузлів), якість сервісу, цінова політика, рівень безпеки гостей, доступність медичного обслуговування, наявність сучасних конференц-залів з повним технічним оснащенням, якість харчування, а також інфраструктура навколо готелю — туристичні атракції, служба підтримки інформації, зручність міського транспорту і можливості для відпочинку й налагодження нових контактів. Важливу роль відіграють також митні процедури, краєвиди навколишньої території, наявність виставкових просторів.

Додатково враховуються такі аспекти, як комфортність конференц-залів, організація супровідної документації, реклама подій, соціальна інфраструктура — зокрема, умови для проживання місцевого населення, організація дитячого дозвілля, а також близькість спортивних комплексів.

Розуміючи очікування та мотивацію учасників заходів, керівництво готелю «Дніпро» активно комунікує з потенційними клієнтами, підкреслюючи переваги саме їхнього закладу, що є ключовими при виборі місця проведення конференцій та форумів.

Відмінна координація роботи служб, високий рівень сервісу, а також сучасна інфраструктура для проведення конференцій, банкетів і виставок — це важливі складові конкурентоспроможної пропозиції готелю «Дніпро» на динамічному ринку бізнес-послуг.

Корпоративні клієнти з кожним роком набувають все більшої ваги в загальному туристичному потоці готелю «Дніпро». Сьогодні готель приймає різні типи корпоративних клієнтів: індивідуальні ділові поїздки, інсентив-тури (організовані компаніями для мотивації співробітників і підтримки корпоративного духу), поїздки для участі в конференціях, семінарах, тренінгах, виставках та інших професійних заходах.

Корпоративні клієнти є найбільш освіченими та вимогливими гостями, які мають свої переваги у виборі готелів і висувають конкретні вимоги. Вони очікують не лише комфортного проживання, але й широкого спектру ділових послуг, що формує особливий сегмент ринку — бізнес-готелі.

Готель «Дніпро» орієнтується саме на цю цільову групу, пропонуючи весь комплекс послуг, який відповідає потребам корпоративних клієнтів. Важливими пріоритетами для готелю є налагодження партнерських відносин з компаніями та підтримка стабільної бази корпоративних гостей. Постійні клієнти є основою процвітання готелю, тому випадкових відвідувачів серед корпоративних клієнтів практично немає.

У готелі «Дніпро» також укладають корпоративні угоди з компаніями та фірмами на обслуговування їх співробітників. Готель надає компаніям спеціальні умови та знижки, що особливо вигідно під час пікових періодів, коли зростає

потреба у додаткових номерах. Наявність такого договору дозволяє бронювати додаткові номери без зайвих труднощів, що значно полегшує організацію проживання персоналу компаній.

Всіх корпоративних споживачів послуг готелю «Дніпро» можна поділити на наступні групи (табл. 2.5):

Таблиця 2.5 - Характеристика корпоративних клієнтів готелю «Дніпро»

Групи споживачів	Коротка характеристика	Особливості роботи з ними
Перша група	Представництва великих міжнародних компаній	Працюють за чіткими регламентами, мають тендерні процедури і високі вимоги до підрядників. Партнерство потребує часу і результатів.
Друга група	Великі вітчизняні компанії, які прагнуть відповідати міжнародним стандартам	Не завжди суворо дотримуються процедур, але оцінюють якість і надійність послуг та чітко формулюють свої очікування.
Третя група	Вітчизняний середній бізнес	Рішення приймає керівник, який не завжди має повну владу щодо бюджету.
Четверта група	Приватні замовлення і дрібний бізнес (організація весіль, днів народження, невеликих заходів)	Складні клієнти, часто незнайомі з діловою етикою, платять власними коштами.

Розроблено автором за даними [23, 24]

Обсяг різних груп споживачів в загальному обсязі продажів наведено на рис.

2.2.

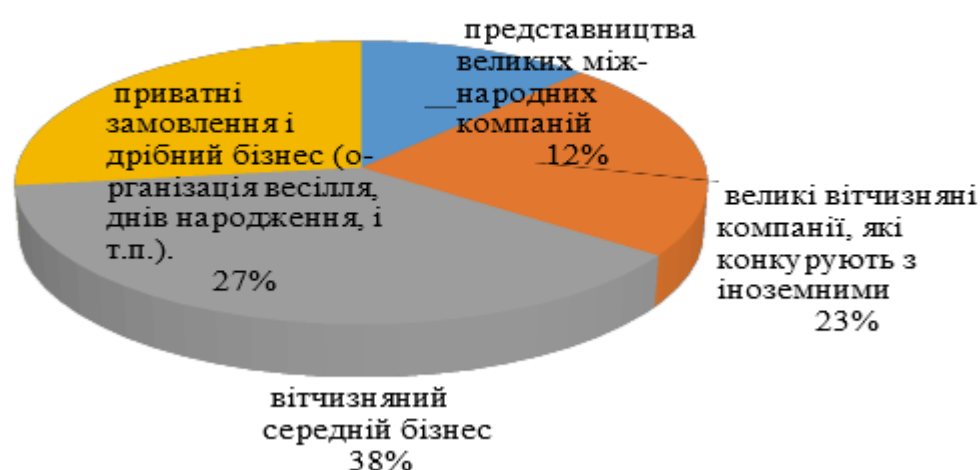


Рис. 2.2 - Структура корпоративних клієнтів готелю «Дніпро»

Розроблено автором

Залежно від попиту на послуги досліджуваного підприємства зростає або зменшуються обсяги реалізації, тому доцільним буде провести характеристику

попиту на основні та додаткові послуги для корпоративних клієнтів, що надає готель «Дніпро», результати якої наведені в табл. 2.6.

Таблиця 2.6 - Аналіз попиту на основні та додаткові послуги корпоративним клієнтам готелю «Дніпро»

Особливості попиту	В чому проявляється значення характеристика	Вплив на діяльність підприємства
1. Характеристика основних споживачів	Основними споживачами є корпоративні клієнти — компанії різних масштабів, що організують проживання, конференції, банкетне обслуговування для своїх співробітників та партнерів. Також серед клієнтів — приватні особи, які замовляють організацію заходів (весілля, дні народження).	Необхідно розробляти гнучкі тарифні пропозиції, диференційовані пакети послуг, знижки для постійних корпоративних клієнтів та окремі пропозиції для приватних замовлень.
2. Наявність споживачів з високим рівнем доходу	Корпоративні клієнти часто мають високий бюджет на організацію заходів, що сприяє запиту на преміальні послуги та високий рівень обслуговування.	Важливо підтримувати високий стандарт сервісу, пропонувати ексклюзивні пакети, підвищувати імідж готелю як бізнес-простору преміум-класу.
3. Ефект високої ціни послуг	Корпоративні клієнти оцінюють співвідношення ціни і якості, при цьому висока ціна асоціюється з відповідним рівнем сервісу та престижем.	Потрібно підкреслювати унікальні переваги готелю — сучасне обладнання, професіоналізм персоналу, зручне розташування, а також пропонувати гнучкі умови співпраці, щоб знизити вагання клієнтів.
4. Ефект витрат на зміну постачальника послуг	Для корпоративних клієнтів важливо уникати зайвих ризиків і витрат при зміні готелю або організатора заходу. Вони цінують надійність і стабільність.	Потрібно будувати довгострокові партнерські відносини, пропонувати вигідні умови контрактів, високий рівень підтримки, щоб утримати клієнтів і зробити зміну готелю менш привабливою.
5. Надійність каналів комунікації та бронювання	Корпоративні клієнти очікують зручність бронювання, швидкий зворотній зв'язок, гнучкість у змінах замовлень.	Важливо впроваджувати сучасні системи бронювання, цілодобову підтримку, оперативну технічну допомогу, а також професійну консультаційну підтримку.
6. Прихильність клієнтів	Формування довіри і лояльності корпоративних клієнтів через якісний сервіс, індивідуальний підхід і унікальні умови співпраці.	Необхідно впроваджувати програми лояльності, підтримувати постійний контакт з клієнтами, регулярно аналізувати їхні потреби та оновлювати пропозиції відповідно до очікувань.

Розроблено автором

2.3. Організація роботи з корпоративними клієнтами в готелі «Дніпро»

Готель «Дніпро» позиціонує себе як заклад преміального рівня, який готовий організувати корпоративний захід будь-якої складності та масштабу - від невеликих нарад до масштабних конференцій, презентацій і корпоративних свят.

При цьому варто зазначити, що з ростом кількості учасників середній чек за івент-послуги може знижуватись, а зберегти високий рівень обслуговування для великих заходів — це виклик, який готель успішно долає за рахунок чіткого планування та індивідуального підходу.

В сегменті корпоративних послуг готель «Дніпро» виділяє спеціальні проекти, що відповідають концепції «високого преміуму». Ринок таких послуг є досить вузьким, але попит на них стабільний та зростаючий, особливо серед компаній, що цінують імідж і якість.

Типові корпоративні заходи преміум-класу включають конференції, тренінги, бізнес-сніданки, презентації, банкетні вечори, корпоративні святкування з чисельністю від 50 до 400 осіб.

Для забезпечення бездоганного рівня обслуговування готель має:

- Сучасне аудіо- та відеообладнання, яке дозволяє організувати ефективні презентації, відеоконференції та інтерактивні сесії;
- Власний відділ декору та флористики, що забезпечує стильне та тематичне оформлення залів з урахуванням побажань замовника;
- Розробку кожного заходу у форматі «під ключ» з урахуванням корпоративного стилю клієнта, специфіки події та очікувань гостей.

Основні принципи роботи менеджерів готелю «Дніпро» з корпоративними клієнтами:

1. Детальне узгодження вимог: замовлення приймаються лише після повного вивчення цілей заходу, формату, очікуваної кількості гостей і технічних вимог, що дозволяє підготувати максимально якісну комерційну пропозицію;

2. Професійне консультування: менеджери надають поради щодо організаційних і технічних аспектів, зважають на можливі ризики, допомагають оптимізувати бюджет без втрати якості;

3. Увага до деталей: готель забезпечує оперативне вирішення будь-яких неочікуваних ситуацій, наприклад, швидко доставку додаткових страв або обладнання;

4. Командна робота: на великих заходах виділяється кілька менеджерів — один відповідає за роботу залу, інший контролює технічний супровід, що дозволяє швидко реагувати на потреби клієнтів і підтримувати бездоганний сервіс.

Для корпоративних заходів готель «Дніпро» залучає висококласного шеф-кухаря, який особисто контролює приготування кожної страви, що подається гостям. Меню формується індивідуально з урахуванням побажань замовника, включаючи можливі дієтичні обмеження та кулінарні тренди.

Професійна команда офіціантів забезпечує високий рівень обслуговування, оперативно реагуючи на потреби гостей, створюючи атмосферу комфорту і уваги до кожного.

Додаткові переваги для корпоративних клієнтів:

Гнучкі пакети послуг: можливість вибору оптимального набору сервісів — від базового орендування залу до повного комплексу організаційних та технічних рішень;

Інноваційні рішення: використання сучасних технологій для проведення гібридних заходів з онлайн-трансляціями, що дозволяє залучати учасників з різних регіонів;

Зручне розташування та інфраструктура: розміщення гостей у комфортних номерах преміум-класу з доступом до всіх необхідних зручностей, що підвищує рівень комфорту під час ділових подій;

Індивідуальний менеджер проєкту: призначення персонального менеджера, який супроводжує клієнта від початку планування до завершення заходу, забезпечуючи безперервний зв'язок та оперативне вирішення питань.

Послуги готелю «Дніпро» з організації корпоративних заходів охоплюють повний цикл підготовки та проведення подій, орієнтованих на потреби бізнес-клієнтів. Фахівці готелю розробляють детальний сценарій заходу, враховуючи всі організаційні нюанси, прораховують меню та пов'язані витрати, а

також організують ефективно використання простору залів, зокрема планують розстановку меблів та створюють схеми руху для гостей і персоналу. На кожному етапі підготовки корпоративних заходів клієнти отримують професійні консультації для максимального врахування їх побажань.

Щодо харчового забезпечення, «Дніпро» пропонує індивідуальне формування банкетного меню, яке відповідає концепції заходу та смакам замовника. Особлива увага приділяється підбору асортименту напоїв із розрахунком оптимальної кількості, а також сервіруванню столів, що відповідає високим стандартам корпоративного сервісу.

Для зручності клієнтів готель забезпечує повне транспортне супроводження — доставку необхідного обладнання, інвентарю і продуктів безпосередньо до місця проведення заходу, а також організує трансфер персоналу. Важливим аспектом є надання меблів, технічного обладнання та декору, що включає в себе посуд, текстиль, флористичне оформлення і елементи декору, які створюють відповідну атмосферу для проведення ділових зустрічей, конференцій чи корпоративних свят.

Під час проведення заходів «Дніпро» гарантує присутність кваліфікованого персоналу, що включає сервіс-менеджера, офіціантів, кухарів, барменів і технічних працівників, які забезпечують бездоганний сервіс і швидке реагування на будь-які потреби клієнтів.

Готель також пропонує додаткові послуги, серед яких прибирання після заходу та організація безкоштовної доставки невикористаної продукції замовнику. Для корпоративних клієнтів доступний широкий спектр опцій: індивідуальний підбір майданчиків, розробка меню з урахуванням формату і стилю заходу, святкові торти, послуги сомельє, майстер-класи, подарункові набори для учасників, музичний супровід, організація феєрверків, оформлення залу та інші варіанти, що допомагають зробити подію унікальною та незабутньою.

Для готелю «Дніпро» особливо важливо виправдати очікування корпоративних клієнтів, оскільки успіх проведеного заходу значною мірою впливає на довіру та подальшу співпрацю. Компанії, які обирають «Дніпро», цінують не лише якість сервісу, а й комфорт та зручність у роботі з професійною

командою, що забезпечує бездоганне виконання всіх побажань клієнтів навіть у найскладніших проектах.

Ділові заходи в готелі «Дніпро» - це не лише сучасні приміщення, але й команда професіоналів, які глибоко розуміють потреби корпоративних клієнтів і здатні організувати подію, що повністю відповідає високим стандартам та індивідуальним вимогам кожного замовника. Завдяки впровадженим технологіям і злагодженій роботі сервісу, процес планування заходів стає максимально простим і зручним. Клієнти можуть розраховувати на оперативний зворотний зв'язок, прозоре формування вартості, а також використання сучасного обладнання, включно з віртуальними турами і інтерактивними планами приміщень, які можна адаптувати під конкретний формат події.

Готель «Дніпро» є ідеальним місцем для проведення будь-яких корпоративних заходів — від невеликих робочих нарад до великих конференцій, ексклюзивних вечірок чи урочистих банкетів. Просторі, комфортабельні конференц-зали, оснащені сучасною технікою, а також команда з індивідуальним підходом гарантують високий рівень організації та комфорт для кожного учасника. Для зручності гостей на всій території готелю надається безкоштовний високошвидкісний бездротовий Інтернет.

Для корпоративних клієнтів готелю «Дніпро» харчування є важливою складовою якісного обслуговування під час ділових зустрічей, конференцій та інших заходів. Готель пропонує відвідати ресторан «Panorama Club», лобі-бар «Європейський» та бар «Мюнхен», кожен із яких має свої особливості і забезпечує високий рівень сервісу та широкий вибір вишуканих страв і напоїв.

Ресторан «Panorama Club», розташований на 12 поверсі з панорамними вікнами, відкриває захоплюючий краєвид на місто, що робить його ідеальним місцем для ділових обідів і вечерь. Тут пропонують авторське меню від шеф-кухаря з унікальними стравами європейської, середземноморської та української кухонь, а також винну карту. Атмосферу ресторану доповнює жива інструментальна музика, що створює особливий настрій для спілкування в неформальній, але водночас престижній обстановці.

Лобі-бар «Європейський», розташований у правому крилі готелю, є оптимальним варіантом для проведення ділових переговорів, коротких зустрічей або неформального спілкування з колегами. В його меню – широкий вибір напоїв від класичної кави до оригінальних коктейлів, що задовольняє різні смаки і побажання корпоративних гостей.

Бар «Мюнхен» пропонує багатий асортимент напоїв, включаючи різноманітні коктейлі, вина, пиво, а також легкі закуски, що робить його чудовим місцем для відпочинку після робочого дня або організації невеликих корпоративних заходів у затишній та елегантній атмосфері.

Ресторани і бари готелю пропонують широкий вибір вишуканих страв європейської, французької, азійської та української кухонь. Учасники заходів мають можливість насолодитися приголомшливою панорамою історичного центру міста з тераси лаунж-бару, що створює особливу атмосферу для відпочинку і спілкування.

Щодо можливостей для відновлення сил, оздоровчий центр готелю, розташований на першому поверсі, включає басейн, дві фінські сауни з регульованою температурою, масажний кабінет і тренажерний зал. Через воєнний стан спа-центр наразі тимчасово не працює, однак гості, які проживають у готелі, мають можливість безкоштовно користуватися тренажерним залом, басейном і сауною, що сприяє підтримці гарного фізичного стану та зняттю напруги після ділових зустрічей.

РОЗДІЛ 3

НАПЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ З КОРПОРАТИВНИМИ КЛІЄНТАМИ В ГОТЕЛІ «ДНІПРО»

3.1. Перспективи імплементації міжнародного досвіду з організації роботи з корпоративними клієнтами в готелях в практику готелю «Дніпро»

Найкращі практики роботи з корпоративними клієнтами в міжнародних готельних мережах ґрунтуються на комплексному підході, що охоплює не лише високий рівень сервісу, а й інноваційні технології, персоналізацію та гнучкість у співпраці. Вони спрямовані на максимальне задоволення потреб бізнес-сегмента, підвищення лояльності клієнтів і створення довгострокових партнерських відносин.

Однією з ключових практик є персоналізація обслуговування, яку активно впроваджує мережа Marriott International. Завдяки сучасним CRM-системам готелі збирають детальну інформацію про переваги корпоративних клієнтів, їхні попередні бронювання, особливі побажання та специфіку діяльності компаній. Це дозволяє пропонувати індивідуальні бізнес-пакети, адаптовані під конкретні потреби, надавати персональних менеджерів, які супроводжують клієнтів на всіх етапах співпраці. Такий підхід сприяє підвищенню рівня довіри і лояльності, що у свою чергу збільшує повторні замовлення та обсяги бронювань [36].

Важливим елементом є також розвинена інфраструктура для ділових заходів, яку демонструє мережа Hilton Hotels & Resorts. У їхніх готелях передбачені сучасні конференц-зали, обладнані новітніми аудіо- та відеотехнічними засобами, які забезпечують якісне проведення презентацій, семінарів і тренінгів. Крім того, Hilton пропонує зони для неформального спілкування, де учасники можуть обмінюватися думками у невимушеній атмосфері, що підвищує ефективність ділових зустрічей. Технічний супровід подій виконується кваліфікованими спеціалістами, які оперативно вирішують усі питання, пов'язані з роботою обладнання [32].

Однією з конкурентних переваг є гнучкість у наданні послуг і умов співпраці, яку пропонує мережа Assor. Вони розробили адаптивні бізнес-пакети,

які дозволяють корпоративним клієнтам обирати необхідний набір послуг — від розміщення та харчування до організації трансферів і додаткових бізнес-сервісів. При цьому можливі різні варіанти оплати — як безготівковий розрахунок, так і централізовані рахунки для компаній, що значно спрощує ведення бухгалтерії і фінансового контролю [31].

В умовах цифрової трансформації готельні мережі активно впроваджують інноваційні технологічні рішення. Так, Hyatt Hotels Corporation створила мобільні додатки, що дозволяють бізнес-клієнтам зручно бронювати номери, редагувати замовлення, отримувати електронні чеки і документи, а також керувати своїм перебуванням дистанційно. Особливістю є і можливість віртуальних турів по конференц-залах, що дає змогу клієнтам оцінити простір і планувати заходи без необхідності фізичного візиту. Це значно економить час і підвищує рівень комфорту для зайнятих бізнесменів [37].

Для заохочення корпоративних клієнтів міжнародні готельні мережі створюють спеціальні програми лояльності. Наприклад, InterContinental Hotels Group (IHG) пропонує бонуси у вигляді знижок на довгострокові бронювання, безкоштовних оновлень номерів, доступу до VIP-зон і пріоритетного обслуговування. Це стимулює компанії обирати саме цю мережу для регулярних бізнес-поїздок, а також збільшує ймовірність повторних замовлень [34].

Також слід відзначити орієнтацію на сталий розвиток і соціальну відповідальність, що набуває все більшого значення в сучасному бізнес-середовищі. Мережі Marriott International та Accor активно впроваджують екологічні ініціативи, такі як використання енергоефективних систем, зменшення споживання пластику та води, застосування екологічно чистих матеріалів у готельних інтер'єрах. Це не тільки позитивно впливає на довкілля, а й відповідає очікуванням відповідальних корпоративних клієнтів, що звертають увагу на екологічну політику партнерів.

Неможливо переоцінити роль професійного персоналу в наданні якісних бізнес-послуг. У мережі Hilton регулярно проводяться тренінги для співробітників, спрямовані на підвищення рівня сервісу, навчання роботі з корпоративними клієнтами, а також швидке реагування на їхні запити і потреби.

Це допомагає не лише підтримувати високі стандарти обслуговування, а й створює комфортну атмосферу для проведення ділових зустрічей і переговорів.

Таким чином, інтеграція в практику готелю «Дніпро» міжнародного досвіду, зокрема систем персоналізації, сучасної інфраструктури для конференцій, цифрових рішень, програм лояльності та екологічних ініціатив, стане вагомим кроком для підвищення конкурентоспроможності та залучення нових корпоративних клієнтів. Впровадження таких підходів допоможе забезпечити високу якість сервісу, гнучкість у співпраці та створити умови для довготривалих партнерських відносин у сегменті бізнес-туризму.

3.2. Шляхи підвищення якості послуг для корпоративних клієнтів в готелі «Дніпро»

Для того, щоб утримувати свою наявну клієнтську базу та залучати нових корпоративних клієнтів готелю потрібно постійно йти у ногу з часом та адаптуватися до сучасних реалій у світі та рамках своєї країни. Корпоративні клієнти є дуже вимогливими, а їхні запити можуть відрізнятися в залежності від заходів, що проводяться поруч та від самого спрямування діяльності певної компанії. Готельне підприємство можливо не може до кінця догодити певним компаніям на фоні інших засобів розміщення, але на основні своїх переваг та недоліків можна визначити конкретних корпоративних клієнтів та сферу їх діяльності з якими готель вже співпрацює і з ким він бажає працювати у майбутньому.

Одним із методів підвищення якості послуг для корпоративних клієнтів та дієвим способом приманювання нових гостей для готелю є пропонування гнучких та вигідних тарифів на проживання. Така тактика дуже поширена для всіх засобів розміщення, коли відбувається конкретна подія або готелю бажає “заманити” на свою сторону певних корпоративних клієнтів.

Однак, готель “Дніпро” вже використовує дану тактику для утримання та примноження своїх корпоративних гостей. Умовно готель надає своїм та потенційним партнерам знижку від 20% до 25% від ціни стійки в готелі. Для прикладу можна взяти ціну найпопулярнішого номеру - двомісний стандарт з

великим ліжком за 2400 грн./доба. Окрема ціна сніданку становить 390 грн., тобто разом 2790 грн./доба. Зі знижкою ціна зі сніданком становитиме 2310 грн. при 20 % та 2190 грн.. Це середня знижка, яку надає готель на поселення працівникам різних підприємств. Бувають і випадки більших знижок у конкретний період з певними підприємствами, однак на даний момент це не так важливо, хоча для найбільш бажаних корпоративних гостей “Дніпро” готовий запропонувати номери і за дуже дешеві ціни. Ціна зі знижкою у 20-25 % є дуже вигідною для готельного підприємству з декількох причин. Перша причина криється у тому, що підприємствам очевидно вигідніше відправляти своїх працівників у готелі, де будуть задоволені всі побажання гостей та який надає вигідні ціни. Знижені ціни приваблюють гостей до готелю на фоні його конкурентів, бо як не як ціна є одним з найбільш вирішальних факторів при виборі засобу розміщення. Однак, варто пам'ятати що однією низькою ціною гостей не вдасться втримати.

Друга - економічна причина пов'язана з онлайн ресурсами. Номер в готелі “Дніпро” можна забронювати різними способами, і дуже поширеним з них є бронювання через онлайн джерела, а саме: веб сайт готелю, Booking.com, Expedia, Hotels24. Коли людина бронюється через цих операторів, у кінці місяця засіб розміщення повинен сплатити певні комісійні виплати. Наприклад для Booking.com комісія за добу проживання становить 18% від вартості номеру. Для даного онлайн джерела існує також поняття як Genius Rate, що в залежності від рівня дає знижки на проживання. Тим більше готель “Дніпро” сам може надавати невеликі знижки на проживання. На даний момент вартість проживання за добу в готелі “Дніпро” в номері двомісний стандарт становить без сніданку 2154 грн. Тобто за такий номер готелю потрібно буде заплатити комісійні у розмірі 387,72 грн., “на руках” у готелю залишається 1 766,28 грн.. Проте, коли поселяється гість від компанії зі знижкою, то готель залишає собі всю суму, тобто без сніданку 1920 з 20% та 1800 з 25 %. У висновку корпоративним гостям дешевше забронювати номер напряму зі знижкою, а готель менше втрачає коштів, бо не платить нікому комісію.

Готель “Дніпро” активно співпрацює на даний момент з працівниками ПриватБанку, з атомними електростанціями, різними нафтогазовими

підприємствами, посольствами різних країн як Великобританія, Мексика, Корея та з різним благодійними фондами. Однак, готельне підприємство не бажає зупинятися на цьому списку. Одним із претендентів на майбутнього корпоративного клієнта для готелю є Райффайзен Банк. Сам “Дніпро” вже активно працює з цим підприємством, але поки лише на рівні бухгалтерії. Переманити до себе працівників цього банку є доволі очевидним, враховуючи що між підприємствами вже існує певний “фундамент” для розбудови відносин. Друга компанія, а точніше категорія підприємств - це посольства різних країн. У готелі часто зупиняються індивідуальні гості - працівники посольств Франції, Польщі, Литви, і так далі. Ну і звичайно готельному підприємству хотілося б приймати часто таких поважних гостей. Однак, працівники посольств є доволі вибагливими і тому одними лише знижками на проживання привабити гостей не вдасться.

Продовживши тематику корпоративних знижок, готель “Дніпро” може безкоштовно покращити категорію номерів для гостей. Такі невеликі сюрпризи залишають приємне враження у гостей та підштовхують до бронювання знову в тому самому готелі, де раніше особисто їм був зроблений комплімент у вигляді покращення категорії. Таким чином готель для певних гостей може почати виділятися серед інших на фоні такого індивідуального підходу до своїх корпоративних клієнтів.

Використання сучасних наукових досягнень на новітніх технологій є актуальним не лише у питаннях співпраці з корпоративним клієнтами, але й для загального функціонування кожного готельного підприємства. Одним із найвідоміших досягнень людства на сьогодні є штучний інтелект, який може доволі швидко аналізувати різні дані, приймати рішення у багатьох сферах діяльності, автоматизувати процеси, генерувати рішення з ідеями з приводу любого питання. Тому не дивно, що різні компанії по світу почали інтегрувати штучний інтелект у свою діяльність. Технології штучного інтелекту так само можуть використовуватися в готельній сфері. Інтеграція AI може забезпечити персоналізацію сервісу, а саме: аналізувати уподобання корпоративних гостей по по категорії номерів, поверховості, харчуванню та багатьох інших додаткових моментах, яких гість хоче бачити під час свого проживання. З використанням

таких технологій підприємство витрачає менше часу на додаткову роботу, при цьому не зіпсувавши якості сервісу по відношенню до корпоративних клієнтів.

Ще однією пропозицією для удосконалення послуг є організація простору для проведення відеоконференцій. Індивідуальні бізнес-подорожуючі не завжди можуть чи хочуть бути на зустрічах в номері, а надають перевагу іншим місцям. Іноді гості взагалі можуть забути свій пристрій (ноутбук чи планшет) для підключення на зустріч. Але поки готель “Дніпро” не має тихого та безлюдного простору, де можна усамітнитися та ізолювати себе від зовнішніх поміх. Поруч з рецепцією готель має невикористану невелику площу (15 м²), яка навіть обладнана комп’ютерами, але не використовується. Це приміщення можна використати для проведення відеоконференцій чи онлайн-нарад. Так, як готель вже має необхідну техніку, витрати для обладнання кімнати будуть мінімальними. Дана послуга буде додатковою та коштуватиме 300 грн. за 1 годину користування, за 2 години - 550 грн. Розширення діапазону послуг дозволяє підприємству залучити до себе більше гостей та зробити більш конкурентоспроможним у порівнянні з іншими готелями.

Якщо говорити про відеоконференції, то для конференц-залів буде доречним надання можливості проводити великі відеоконференції. З часів карантину формат онлайн-зустрічей став дуже популярним по світу, і не зважаючи на відміну всіх обмежень пов’язаних з COVID-19, люди продовжують використовувати формат відеоконференцій. Нерідко буває, коли партнери певних фірм не мають змоги зустрітися особисто вживу через різні обставини. До цього ж додається факт воєнного часу, через що люди часто переносять або взагалі відмінюються свої поїздки, особливо це стосується іноземців. До готелю “Дніпро” раніше приходили запити від різних благодійних фондів з участю іноземців, що активно підтримують Україну. Але через обстріли бувало так, що заходи організатором доводилося відмінати або переносити через потенційну зарозу учасників, незвикших до реалій війни. Формат відеоконференції для заходу міг легко вирішити це питання, тим більше що готель вже частково має необхідне обладнання (проектори, мікрофони, звукова система).

У реаліях війни безпека гостей виступає на перше місце. Готель “Дніпро” має на мінус першому поверсі укриття, однак у ньому, немає зручних місць, де корпоративні клієнти можуть працювати. Готель має на цокольному поверсі не використані приміщення, які можуть бути обладнані для організації коворкінгу серед корпоративних гостей. Надання можливості працювати у безпечному місці під час повітряної тривоги є неймовірно важливим для готелів в сучасних реаліях. Звичайно можна відмітити високу тенденцію серед українців ігнорування та нехтування безпекою під час тривоги. Але готель “Дніпро” приймає достатньо багато іноземців для яких реалії воєнного часу є новими та незнайомими.

До питання безпеки можна додати Push-повідомлення для гостей про початок та відбій тривоги. У засобі розміщення вже існує система оповіщення про пожежну тривогу. Тому залишається лише зробити необхідні два записи про оповіщення тривоги. У більшості українців на телефонах є додатки, які сповіщають про початок повітряної тривоги по регіонах. У багатьох іноземців же з іншої сторони немає способів дізнатись про стан повітряної тривоги країни. Звичайно деякі почують сирени на вулиці, але про відбій дізнатись часто може бути складнішим. Турбота готелю про безпеку своїх гостей піднімає їхнє ставлення у хорошу сторону про засіб розміщення.

Наступна інновація більше пов’язана саме з конференц-сервісом, а саме створення заготовлених пакетів послуг для заходу з урахуванням кількості учасників, типу заходу, харчування, тощо. Заготовані варіанти з порахованою ціною та навіть приблизним графіком може сильно прискорити процес прийому заявки на проведення заходу. Звичайно при цьому засіб розміщення не повинен втрачати гнучкості у редагуванні та форматуванні своїх готових пакетів послуг під потреби замовника.

На даний момент готель “Дніпро” не має подібних ніяк програм для тренінгу свого персоналу. Однак, навчання персоналу та підвищення його кваліфікації - це пряма інвестиція в покращення загального рівня обслуговування гостей. Враховуючи, що готель спрямований саме на корпоративних клієнтів, то і тематика тренінгів буде відповідна. Спеціалізовані курси, що включають особливості роботи з бізнес-гостями, швидким реагуванням на їхні запити,

вирішення всіх проблемних ситуацій та робота з претензіями. У даний перелік варто додати розвиток комунікативних навичок за допомогою рольових ігор та воркшопів, які допомагатимуть вирішувати конфліктні ситуації та правильно спілкуватися навіть з найвимогливішими гостями. З допомогою подібних тренувань співробітники будуть краще розуміти потреби корпоративних клієнтів, швидко реагувати на запити та створювати позитивний досвід. Ну і звичайно якісний сервіс веде до збільшення корпоративних клієнтів, підвищення середнього чека та зростання прибутковості готелю.

Для корпоративних клієнтів готелю «Дніпро» сьогодні успіх у сегменті організації ділових заходів залежить не лише від задоволення базових потреб замовника, а перш за все від здатності запропонувати найефективніші інструменти для проведення успішного івенту. Готель, орієнтуючись на сучасні тенденції бізнесу, може не просто відповідати очікуванням клієнтів, а й перевищувати їх, забезпечуючи собі стабільне джерело прибутку та лояльних партнерів.

Запропонована стратегія розвитку для готелю полягає у пошуку принципово нових продуктів та впровадженні передових технологій обслуговування. Це дозволить не лише стимулювати збут послуг, а й випередити конкурентів, зайнявши лідерські позиції на ринку. Впровадження систематичного інноваційного підходу вимагає постійного аналізу джерел нововведень та оптимізації процесів.

Одним із ключових кроків стане впровадження автоматизованих інформаційних систем управління операціями готелю, що значно підвищить ефективність роботи, забезпечить оперативний контроль, повний аналіз ситуації і підвищить якість обслуговування клієнтів, зокрема у фронт-офісі.

Для покращення комунікації між гостями та персоналом пропонується використовувати спеціальні пристрої зі вбудованим синхронним перекладачем. Вони дозволять спілкуватися на рідній мові клієнта, автоматично транслюючи розмову з будь-якою службою готелю, що суттєво підвищить комфорт і оперативність обслуговування.

Інноваційним рішенням стане оновлення готельних телевізорів новими моделями із старт-картами, які надають доступ до HDTV, платних каналів, відео за

запитом та онлайн-новин із частотою оновлення стрічки кожні 15 хвилин. Такі технології дозволять гостям бути в курсі подій навіть під час перебування в готелі, одночасно знижуючи енергоспоживання.

Важливим напрямком розвитку є впровадження нового формату організації бізнес-зустрічей. Це передбачає не лише вдосконалення робочого простору переговорних кімнат, а й комплексний підхід до харчування та забезпечення онлайн-зв'язку з будь-якої точки. Сучасний, простий у використанні сервіс бронювання івентів з інтерактивними 3D-планами приміщень на сайті готелю зробить підготовку заходів максимально зручною і прозорою.

Особливу увагу варто приділити створенню інноваційної переговорної кімнати, де атмосфера сприятиме креативності та продуктивній роботі. Меблі у вигляді лаундж-крісел і подушок, які можна легко переставляти за бажанням учасників, а також інтерактивні елементи, наприклад, м'які м'ячики для обміну думками, підвищать ефективність командної роботи та допоможуть розкрити потенціал кожного учасника.

Таким чином, впровадження таких інноваційних рішень у сфері івент-менеджменту дозволить готелю «Дніпро» закріпити позиції на корпоративному ринку, підвищити рівень сервісу та зміцнити довіру корпоративних клієнтів.

При цьому кімнати мають бути оснащені регульованими системами освітлення та спеціальними інструментами, наприклад, стінами або дошками з оргскла, на яких можна записувати ідеї.

За необхідності інноваційна конференц-зала легко трансформуватиметься в традиційну переговорну.

З кожним роком технології стрімко розвиваються, стаючи не лише швидшими, але й більш доступними — від мобільних пристроїв до програмних додатків, які їх підтримують. Ігнорування сучасних технологічних трендів в індустрії гостинності фактично означає відставання та втрату конкурентоспроможності. Хоча в США спостерігається нове відродження QR-кодів, які дають змогу гостям миттєво завантажувати інформацію з візиток чи інших джерел, в Україні ця технологія поки що не набрала масового поширення.

Причина криється у тому, що не всі мобільні пристрої мають вбудовані сканери QR, а частота їх використання залишається недостатньою.

Для готелю «Дніпро», орієнтованого на корпоративний сегмент, доцільним є впровадження мобільних додатків, спеціально розроблених для конкретних подій, особливо якщо захід є масовим або проходить регулярно. Головна функція таких додатків - спростити доступ учасникам до матеріалів конференцій або семінарів, надавши можливість завантажувати презентації, інформацію про спікерів та інші корисні дані для подальшого ознайомлення. Окрім цього, ці додатки можуть стати платформою для налагодження комунікації між учасниками, обміну контактами і думками, що відповідає сучасним бізнес-трендам і демонструє стабільне зростання популярності.

Водночас, готель «Дніпро», який позиціонує себе як простір для бізнес-заходів, має гарантувати швидкий та надійний гостьовий доступ до інтернету, що є ключовою умовою для завантаження таких мобільних додатків і комфортної роботи під час заходів.

Крім того, для бізнес-сегменту важливо забезпечити можливість якісної відеотрансляції заходів. Це потребує стабільного WiFi з високою швидкістю передачі даних та відповідного технічного оснащення для зйомки — зокрема, належного освітлення, оптимального розташування камер і професійної підтримки персоналу. Співробітники готелю повинні володіти знаннями щодо організації зйомок, розміщення відео- та аудіоапаратури, щоб трансляції проходили безперебійно і з найкращою якістю, що стане важливою перевагою для корпоративних клієнтів, які прагнуть максимального охоплення своїх подій.

Оскільки готель «Дніпро» активно працює у сегменті організації бізнес-заходів, варто звернути увагу на можливість придбання сучасного технічного обладнання, яке можна використовувати не лише для власних потреб, а й пропонувати в оренду, створюючи додаткові джерела доходу або ж унікальні пропозиції для стимулювання продажів івент-послуг. У готелі регулярно проходять тренінги, семінари та конференції, на яких збирається велика кількість учасників — частина з них проживає безпосередньо в готелі, інші приїжджають лише на час проведення заходу. Практично всі вони використовують сучасні

мобільні пристрої — телефони, планшети або ноутбуки, які в умовах насиченого робочого графіку потребують постійної підзарядки. Забезпечуючи зручні та швидкі можливості для заряджання, готель «Дніпро» зможе значно підвищити привабливість своїх послуг для корпоративних клієнтів, адже якість організації бізнес-заходів — це турбота не лише про гостей, а й про комфорт їхніх партнерів і колег.

Для досягнення максимального ефекту від проведення івент-заходів важливо створювати комфортну і функціональну обстановку, що відповідає меті події та очікуванням корпоративних клієнтів. Таким чином готель «Дніпро» зможе зміцнити свої позиції на ринку ділового туризму, підвищити рівень задоволеності корпоративних клієнтів і отримати стабільне джерело прибутку від розвитку івент-сегмента.

Щоб мати змогу правильно та чітко надавати послуги корпоративним клієнтам, важливо мати чітку організацію приміщень. На рис. 3.1 зображено складові правильної організації приміщень під корпоративні послуги.

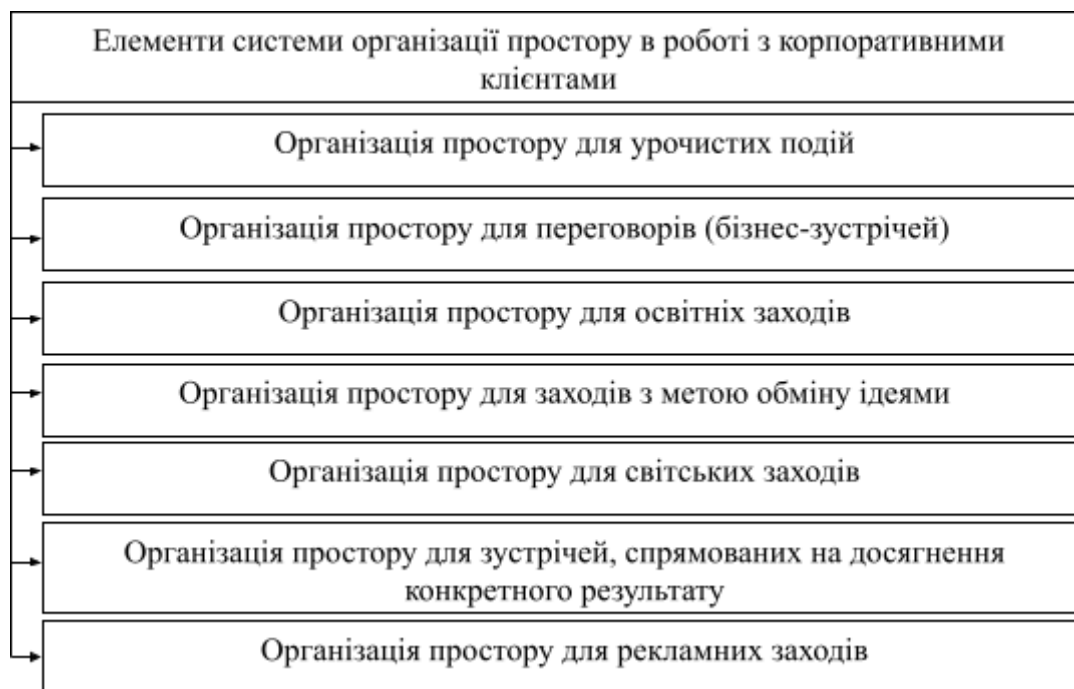


Рис. 3.1 - Складові правильної організації приміщень під корпоративні послуги

Розроблено автором за даними [25]

Крім технологічного аспекту, важливо звернути увагу на оптимізацію операційних процесів взаємодії між готелем і організаторами заходів — як на

стадії укладання угод, так і під час безпосереднього проведення подій. З огляду на зростаючу популярність моделей часткової економіки, можна розглядати варіанти спільного використання ресурсів між різними організаторами, які проводять заходи одночасно на одній локації. Це дозволить знизити витрати на загальну інфраструктуру — наприклад, послуги з кава-брейків, реєстрації, онлайн-трансляцій чи синхронного перекладу — та зробити пропозицію готелю ще більш конкурентоспроможною. Готель «Дніпро» має бути готовим запропонувати подібні рішення, особливо для корпоративних клієнтів із обмеженим бюджетом, які прагнуть отримати якісний сервіс за розумною ціною.

Також можна запропонувати спільну роботу над BTL-маркетингом, наприклад, через корпоративні сувеніри з подвійним брендуванням — готелю та організатора заходу. Популярними подарунками серед учасників бізнес-подій залишаються USB-накопичувачі, зручні сумки для конференцій та багаторазові термоси, які підкреслюють турботу про екологію і зручність.

Не існує інтер'єру, який ідеально підійде для будь-якого заходу, потрібно максимально ефективно використовувати простір готелю.

Простір, в якому проходить захід, має бути організовано таким чином, щоб учасники змогли домогтися поставлених цілей, легко засвоювали інформацію і спілкувалися з іншими гостями. Кожен захід унікальний по-своєму, і обстановка повинна відображати цю унікальність. Потрібно обрати мету івент-заходу і знайти ідеї для натхнення, щоб створити унікальну обстановку, яка підвищить ефективність роботи.

1. Організація простору для урочистих заходів.

Пропоную побудувати незвичайну сцену або подіум (місце, де будуть представляти і вшановувати переможців), які стануть центром на урочистому заході. Варто переконатися, що всі декорації розставлені з урахуванням місць для сидіння і не ускладняють пересування учасників, переможців та фотографів.

2. Організація простору для переговорів

Тут варто віддати перевагу типу розсадження «по периметру», щоб уникнути ефекту «глави столу», налагодити зоровий контакт між усіма учасниками і створити більш невимушену атмосферу. Організувати простір за

межами столу переговорів або за межами залу потрібно так, щоб учасники могли перемовлятися і спілкуватися один з одним.

3. Організація простору для освітніх заходів.

При проведенні тренінгу або навчального семінару варто запропонувати різні варіанти місць для сидіння: високі столи, м'які крісла і традиційні столи і стільці підійдуть для різних стилів навчання і полегшать співпрацю, проведення дискусій і обмін досвідом. Важливу роль в організації такого простору грає правильна інтеграція технологій.

4. Організація простору для заходів з метою обміну ідеями.

При плануванні заходів, спрямованих на обмін ідеями, пропонуємо вибирати нестандартні варіанти, включаючи пересувні меблі, підлогові подушки, пуфи і лавки, і передбачити порожній простір для того, щоб зафіксувати процес формування ідей (наприклад, дошки, білі стіни, на які можна кріпити записки, і столи, покриті папером, на якій можна робити записи). Доцільно розділити простір на зони, щоб учасники могли одночасно проводити обговорення і мозкові штурми.

5. Організація простору для світських заходів.

Щоб створити атмосферу, що розташовує до спілкування, пропонуємо розставити столи і організувати зону відпочинку. Вітрини з їжею і напоями повинні направляти рух гостей і бути центром тяжіння.

Щоб створити сприятливі умови для неформального спілкування на заходах, які переслідують іншу мету, пропонуємо організувати невеликі зони за межами конференц-залів, де гості можуть продовжити розмову.

6. Організація простору для заходів, спрямованих на досягнення конкретного результату.

Простір для заходів, спрямованих на досягнення результатів, має бути організовано таким чином, щоб учасники могли працювати як індивідуально, так і в групах, приділяючи особливу увагу продуктивності. Варто обирати пристрої (ноутбуки, екрани або проста дошка), за допомогою яких учасники можуть стежити за ходом і результатами зустрічі.

7. Організація простору для рекламних заходів.

В готелі мають запропонувати гостям різні місця для сидіння: дивани, високі столи і класичні стільці, і стежте за тим, щоб новий продукт залишався в центрі передньої частини залу. Вітрина, на якій виставлено продукт, може являти собою подіум, незвичайну сцену, обгороджену зону, де учасники можуть його протестувати, або великий екран, на якому всі учасники можуть подивитися фотографії і відео.

Організатори заходів можуть проявити креативність, використовуючи сучасні тренди, такі як встановлення фото-атрактантів — конструкцій із хештегами та логотипами компанії, «живих скульптур», ретро-ігрових автоматів або кабінок для селфі. Важливою складовою продуктивної роботи учасників є рух, тому варто інтегрувати його в ділові зустрічі, додаючи елементи розваг. Невеликим групам можна запропонувати «прогулянки для мозкового штурму», а під час перерв — ігри в міні-гольф чи на приставках. Працівники готелю «Дніпро» повинні бути готові до розміщення подібних конструкцій, враховуючи час на підготовку та прибирання приміщень.

Не менш важливо, щоб готель не лише надавав стандартні послуги, а й активно допомагав у просуванні заходів замовника, сприяв пошуку суміжних послуг, постачальників і учасників. Це може стати вирішальним фактором при виборі місця проведення. Формування партнерської бази, яка включає послуги з дизайну, транспорту, безпеки, анімації тощо, допоможе задовольнити будь-які потреби заходу, що не покриваються безпосередньо готелем. Підхід «Think out of the box» стане вагомою перевагою і дозволить успішно конкурувати на динамічному ринку.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У результаті виконання дипломної роботи на тему «Удосконалення роботи готелю з корпоративними клієнтами (за матеріалами готелю «Дніпро», м. Київ)» було вирішено комплекс завдань, що дозволив всебічно дослідити організацію обслуговування корпоративних клієнтів і розробити рекомендації щодо підвищення ефективності цієї діяльності.

1. Корпоративні клієнти були розглянуті як окремий сегмент готельного ринку, який має особливі потреби й очікування. Було виявлено, що бізнес-клієнти пред'являють підвищені вимоги до рівня обслуговування, зокрема – щодо якості номерного фонду, швидкості та надійності обслуговування, наявності конференц-залів, технічного забезпечення, зручного бронювання, безпеки, індивідуального підходу та програм лояльності. Визначено, що для залучення й утримання такого сегмента необхідно створювати спеціалізовані пропозиції й постійно вдосконалювати сервіс.

2. Проаналізовано сучасні підходи до організації обслуговування гостей у готелях. Було встановлено, що загальні принципи готельного сервісу мають бути адаптовані до запитів окремих сегментів. Надання якісних основних і додаткових послуг, чітка організація процесів, професіоналізм персоналу та інноваційні технології є основою задоволення очікувань гостей, включаючи бізнес-клієнтів.

3. Описано специфіку обслуговування корпоративних клієнтів у готельному бізнесі. Визначено, що однією з ключових умов ефективної роботи з таким сегментом є надання комплексу бізнес-послуг (конференц-сервіс, бізнес-центр, трансфери, кейтеринг, корпоративне харчування, тощо), а також індивідуалізація підходу, гнучкість у ціноутворенні та стратегічне партнерство з компаніями. Підкреслено роль івент-менеджменту як інструменту залучення корпоративних замовників.

4. Надано характеристику організації діяльності готелю «Дніпро». Вивчено його матеріально-технічну базу, організаційну структуру, кадрове забезпечення, спектр послуг, клієнтську аудиторію. З'ясовано, що готель має високий потенціал до обслуговування бізнес-клієнтів, зокрема завдяки

центральному розташуванню, історичному іміджу, конференц-залам і ресторанній інфраструктурі.

5. Здійснено оцінку рівня обслуговування гостей у готелі «Дніпро». Було проведено аналіз якості основних і додаткових послуг, технічного забезпечення, зручності для бізнес-мандрівників, що дало змогу виявити сильні сторони та недоліки. Встановлено, що готель займає друге місце серед основних конкурентів у Києві за якістю обслуговування корпоративних клієнтів, однак має потенціал для вдосконалення.

З огляду на цінову політику та комплексність надання основних і додаткових послуг, готель «Дніпро» орієнтується на клієнтів із середнім і вищим рівнем доходу, а також на бізнес-туристів, які цінують якість, комфорт і унікальність обслуговування.

Як заклад готельного господарства категорії чотири зірки, «Дніпро» прагне максимально відповідати вимогам своїх гостей, забезпечуючи комфортне проживання у номерах різних категорій — від стандарту до люксу. Різноманітність додаткових послуг гарантує вирішення будь-яких потреб і питань гостей під час перебування в готелі.

6. Проаналізовано організацію роботи з корпоративними клієнтами в готелі «Дніпро». Було встановлено, що співпраця з корпоративним сегментом ведеться, однак не на повну силу: існує потреба в активнішому використанні CRM-систем, персоналізації обслуговування, розширенні бізнес-послуг, впровадженні гнучкої системи лояльності та розробці спеціальних пакетів.

У готелі «Дніпро» гостям пропонуються послуги конференц-сервісу, що включають сучасний конференц-зал площею 45 кв.м із місткістю до 40 осіб, а також зал для переговорів площею 30 кв.м, розрахований на 10 учасників. Крім того, гості мають можливість користуватися бізнес-центром готелю. Обидва зали оснащені всім необхідним обладнанням для проведення презентацій, конференцій, семінарів та інших заходів. У вартість оренди включено фліпчарт, проектор, мікрофон і екран.

Завдяки сучасній техніці та професійному персоналу готель «Дніпро» забезпечує високий рівень організації заходів будь-якого масштабу. Окрім

базового набору послуг, гостям доступні кейтеринг, технічна підтримка, організація кава-брейків та бізнес-ланчів, що створює комфортні умови для успішної реалізації корпоративних подій та ефективного обміну ідеями.

7. Окреслено перспективи впровадження міжнародного досвіду в практику готелю «Дніпро». Проаналізовано підходи провідних готельних мереж, що успішно працюють з бізнес-клієнтами. Запропоновано імплементацію цифрових інструментів бронювання, мобільних додатків для обслуговування, використання big data для персоналізації, гейміфікації в програмах лояльності, а також регулярну взаємодію з ключовими клієнтами.

8. Запропоновано напрями вдосконалення роботи з корпоративними клієнтами. Розроблено конкретні заходи з підвищення якості обслуговування: безкоштовне покращення категорії номерів, інтеграція ШІ для персоналізації сервісу, організація простору для проведення відеоконференцій, організація робочих місць в укритті, PUSH-повідомлення для гостей про статус повітряної тривоги в місті, створення заготованих пакетів послуг, тренінги для персоналу, покращення технічного оснащення конференц-залів, впровадження системи знижок і бонусів для постійних клієнтів, підвищення кваліфікації персоналу, автоматизація обліку і бронювання, створення спеціалізованих маркетингових програм.

Таким чином, дипломна робота підтвердила актуальність удосконалення роботи готелю з корпоративними клієнтами. Запропоновані заходи можуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності готелю «Дніпро» на ринку ділового туризму та забезпечити сталий розвиток цього напрямку в умовах зростаючої конкуренції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

1. Брич В. Я. Організація готельно-ресторанної справи: навч. посіб.: для закладів вищої освіти. Київ: Видавництво Ліра-К, 2021. 484 с.
2. Галасюк С.С. Бізнес-готелі на ринку ділового туризму Одеського регіону. Інфраструктура ринку. 2017. Вип. 5. С. 139–145
3. Готель "Дніпро" - Офіційний сайт готелю "Дніпро" - Dnipro hotel. URL: <https://dniprohotel.ua/>
4. Готель «Україна» - Офіційний сайт готелю чотири зірки в самому центрі Києва. URL: <https://ukraine-hotel.kiev.ua/>
5. Готель «Maidan Palace Hotel» - Офіційний сайт готелю "Maidan Palace Hotel". URL: <https://www.maidanpalace-hotel.com/>
6. Даниліна С.О., Коцюрубенко Г.М., Шикіна О.В. Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі. Причорноморські економічні студії. 2023. № 52 (1). С. 29–34.
7. Державний пакет акцій розміром 100 % статутного капіталу ПрАТ «Готель «Дніпро». Фонд державного майна України. URL: <https://privatization.gov.ua/product/derzhavnyj-paket-aktsij-rozmirom-100-statutnogo-kapitalu-prat-gotel-dnipro/>
8. Дрьоміна Я.Є. Застосування в готелях сучасних методів обслуговування гостей. Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Актуальні проблеми, пріоритетні напрямки та стратегії розвитку України». Київ, 2021. С. 996–999.
9. ДСТУ 9004-2001. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності.: Держстандарт України, 2001. 44 с
10. Дубодєлова А.В. Система управління якістю готельних послуг: методологічні аспекти. Проблеми економіки та управління. Львів: Вид-во Нац.ун-ту Львів. Політехніка», 2018. №611. С.130-134.
11. Економічна правда. Кількість гостей у п'ятизіркових готелях зростає попри війну. Чому?. Економічна правда. URL: <https://epravda.com.ua/publications/2023/06/13/701093/>

12. Загнибіда Р.П., Глібко І.І. Удосконалення якості послуг у готельно-ресторанному господарстві. Матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. «Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку», 2020. URL: <https://turizmliol.wordpress.com/2020/05/14/удосконалення-якості-послуг-уготель/>.

13. Круль Г., Заячук О. К. Організація і технологія надання послуг гостинності: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці: Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.

14. Літній відпочинок в Україні 2025: прогноз Ribas Hotels Group. Ribas Hotels Group Готельна керуюча компанія. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/opytuvannya-ta-prognoz-litnogo-vidpochynku-v-ukrayini-2025-rik/>

15. Медвідь І. М. Шидловська О. Б., Іщенко Т. І. Індустрія гостинності в умовах пандемії Covid-19: проблеми та напрями антикризового розвитку. Стратегії сталого розвитку в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: можливості і проблеми запровадження в Україні : колективна монографія. Черкаси : ЧДТУ, 2024. С. 72–78.

16. Музиченко К. Особливості зарубіжних систем управління якістю послуг готельного бізнесу і створення системи конкурентних позицій туристичного сектору України. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/1806/1/Osoblivosti_zarubizhnikh_sistem_upravlinnya_yak.pdf

17. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л. Визначення найважливіших закономірностей стабільного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства. Галицький економічний вісник. 2020. №3 (64). С. 174-184. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32489/2/GEB_2020v64n3_Nahorniak_HDetermination_of_the_174-184.pdf.

18. Негода Г.А. Аналіз зарубіжного досвіду розвитку підприємств готельного господарства. Економічний часопис – XII. 2021. №9-10. С. 64 – 66.

19. Ніколайчук О.А., Приймак Н.С., Сімакова О.А. та ін. "Готельно-ресторанний бізнес": навч. посіб. Кривий Ріг: Вид.ДонНУЕТ, 2022. – 250с.
20. Павлова С.І. Особливості та рівні стандартизації готельних послуг. 2020. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/384.pdf>.
21. Петлін І., Кальмук В. «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку».м. Старобільськ, 16-17 листопада, 2021.С. 74–76.
22. Прейскурант «Оздоровчого центру» ПрАТ «Готель «Дніпро». 2021. Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг : Наказ Держ. турист. адмін. України від 16.03.2004 р. № 19 : станом на 12 листоп. 2010 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04#Text>
23. Річний фінансовий звіт ПрАТ «Готель «Дніпро». 2023. 18 с. URL: https://clarity-project.info/edr/02573547/yearly-finances?current_year=2023
24. Річний фінансовий звіт ПрАТ «Готель «Дніпро». 2024. 18 с. URL: https://clarity-project.info/edr/02573547/yearly-finances?current_year=2024
25. Соколовський В.А., Щоголева І.В. Технологія гостинності: навчальний посібник. Кропивницький: Вид-во ЛАНАУ, 2023. 353 с.
26. Соловчук Л. Заповнюваність готелів у Львові різко зросла, на Буковелі - впала – Delo.ua. Останні новини України та світу онлайн – delo.ua. URL: <https://delo.ua/news/zapovnyuvanist-goteliv-u-lvovi-rizko-zroslo-na-bukoveli-vpala-445084/>
27. Статут приватного акціонерного товариства Готель «Дніпро». 2020. 46 с.
28. Стойко І.І., Шерстюк Р.П. Управління конкурентоспроможністю (Програма, курс лекцій, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальні завдання, термінологічний словник, тести). Навч.-метод. посібник. Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2021. 156 с.

29. Томаля Т.С., Щипанова Я.І. Управління якістю в готельно-ресторанному бізнесі. Економіка. Управління. Інновації. 2022. №2 (12). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_56.

30. Я працюю в готелі «Дніпро», який купили за мільярд. The Village Україна. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/business/wherework/301859-gotel-dnipro-de-ti-pratsyuesh>

31. Chang K., Reid G. AccorHotels launches AccorHotels Business Solution to simplify travel policy management for SMEs and SMIs. Mynewsdesk. URL: <https://www.mynewsdesk.com/sg/accorhotels/pressreleases/accorhotels-launches-accorhotels-business-solution-to-simplify-travel-policy-management-for-smes-and-smis-1230981>

32. Hilton improves meeting experiences with new tech tools. Stories From Hilton. URL: <https://stories.hilton.com/releases/hilton-improves-meeting-experiences-with-new-tech-tools>

33. HotelMatrix. ADR готелів України у 2025: рекордне зростання чи міжсезонна пастка?. *Facebook*. 29.04.2025. URL: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1171924904944327&set=a.487326773404147>.

34. IHG Hotels & Resorts | IHG One Rewards Benefits Chart. IHG. URL: <https://www.ihg.com/content/us/en/customer-care/member-tc/2nd-page>

35. Roeschke L. When It Comes to Travel, Blended Is the New Business. *Morning Consult*. 2022. URL: <https://morningconsult.com/2022/03/03/when-it-comes-to-travel-blended-isthe-new-business/>

36. Sweeney E. Marriott, Salesforce partnership personalizes customer experience. *Marketing Dive*. URL: <https://www.marketingdive.com/news/marriott-salesforce-partnership-personalizes-customer-experience/522300/>

37. S&P Capital IQ. Hyatt Hotels Corporation Announces Redesigned World of Hyatt Mobile App with New Features. *MarketScreener*. URL: <https://www.marketscreener.com/quote/stock/HYATT-HOTELS-CORPORATION-5685>

450/news/Hyatt-Hotels-Corporation-Announces-Redesigned-World-of-Hyatt-Mobile-App-with-New-Features-34208847/