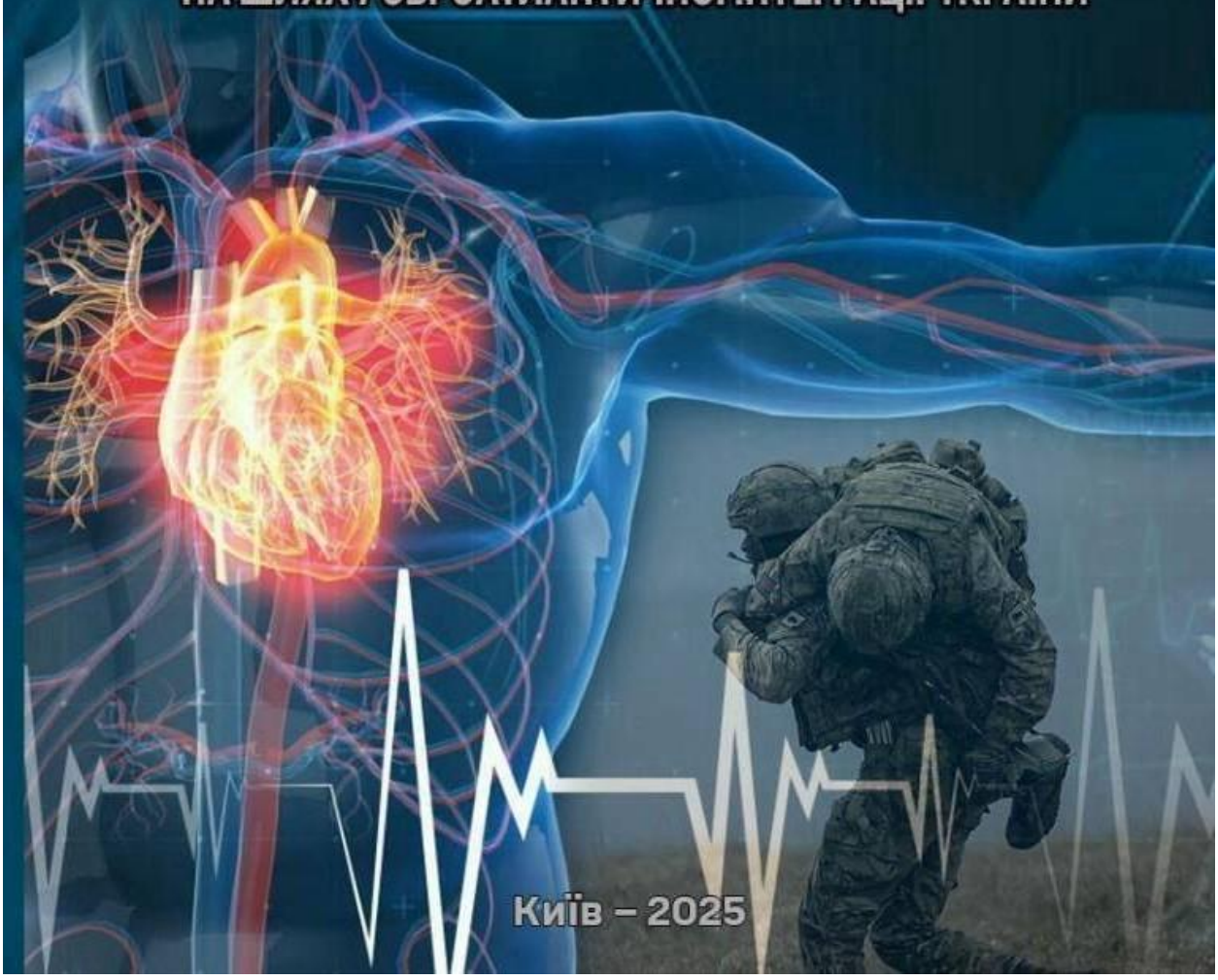
МІНІСТЕРСТВО ОБОРОНИ УКРАЇНИ
Національний університет оборони України
Навчально-науковий інститут фізичної культури та спортивно-оздоровчих технологій

МАТЕРІАЛИ
IX Міжнародної науково-практичної конференції

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІЗИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ТА СПОРТУ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ, ПРАВООХОРОННИХ ОРГАНІВ, РЯТУВАЛЬНИХ ТА ІНШИХ СПЕЦІАЛЬНИХ СЛУЖБ НА ШЛЯХУ ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ



Київ – 2025

безперервності фізичного вдосконалення. Крім того, у процесі формування фізичної культури важливе значення має створення мотиваційного середовища, яке стимулює курсантів до самовдосконалення, участі у спортивних заходах, змаганнях, дотримання здорового способу життя

Література

1. Теорія і методика фізичного виховання : у 2 т. / за ред. Т. Ю. Круцевич. Київ: Олімпійська л-ра, 2008.

2. Зубко В. В., Черевичко О. Г., Смірнов К. М. Фізкультурно-спортивна діяльність в освітньому середовищі ЗВО. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2022. Вип. 147. С. 162–166.

3. Левчук В.О. Проведення фізичної підготовки військовослужбовців під час ведення бойових дій. *Фізична підготовка особового складу Збройних сил, інших військових формувань та правоохоронних органів України: досвід, сучасність, проблеми та перспективи розвитку*: матеріали наук.-метод. конф. 26–28 листоп. 2014 р. Київ: МОУ, 2014. С. 19–22.

4. Анісімов Д. О., Антипова А. К. Фізична підготовка курсантів як необхідна складова нормальної діяльності правоохоронних органів. *Молодий вчений*. 2022. № 7 (107). С. 5–8.

Skalski D. W.
Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu im. Jędrzeja Śniadeckiego, m. Gdańsk, Polska
[2]Narodowy Uniwersytet Gospodarki Wodnej i Wykorzystania Zasobów Naturalnych w Równem, m. Równe, Ukraina
Tsyhanovska N.
Charkowska Państwowa Akademia Kultury, m. Charków, Ukraina
Kindzer B.
Lwowski Państwowy Uniwersytet Kultury Fizycznej im. Iwana Boberskiego

STRESZCZENIE JAKOŚĆ ZARZĄDZANIA W USŁUGACH HOTELARSKICH I USPRAWNIENIE POBYTU DLA GOŚCI

Zazwyczaj w firmach, także hotelarskich za jakość usług i produktów odpowiadają ludzie. Docelowo wpływa to także na zadowolenie i tym samym usprawnienie klientów. Z tego wynika także przekonanie, że inwestowanie w rozwój pracowników się opłaca i może pomóc w tym, by dana firma miała na rynku lepszą pozycję. Współczesne zmiany w ramach jakości zarządzania związane są nie tylko ze sferą wewnętrzną, ale także zależnością między tą dziedziną działalności jednostki a pozostałymi funkcjami. Zmiany wewnętrzne dotyczą przede wszystkim wzrostu kompetencji komórki personalnej w firmie, a także rozwoju metod zarządzania zasobami ludzkimi. Usystematyzowanie zasad odpowiedzialności za życie i zdrowie pracowników, zasad ich przyjmowania i zwalniania, wynagradzania, nagradzania i karania jest bezwzględnie kluczowym elementem składającym się na jakość zarządzania. Świadomość jak bardzo kapitał ludzki jest istotny, doprowadziła do tego, że zaczęto się zastanawiać nad tym, jak efektywnie można nim zarządzać. W

ten sposób początkowo pojawiło się pojęcie zarządzania personelem, które następnie przekształciło się w zarządzanie zasobami ludzkimi. Trzeba jednak zauważyć, że te pojęcia różnią się od siebie. Zarządzanie personelem polega na tym, by realizować wcześniej zaplanowane działania za pośrednictwem pracowników. Za główny cel w tym przypadku przyjmuje się osiągnięcie jak najlepszych wyników pracy. Natomiast zarządzanie zasobami ludzkimi pojawiło się na skutek szybkiego rozwoju organizacji i zmian w nich zachodzących. Obejmuje nieco szerszy obszar niż zarządzanie personelem. Dotyczy to procesu zarządzania ludźmi w organizacji, na które składa się formowanie zachowań, podsycanie motywacji czy dbanie o wyniki pracy pracowników. Można więc dostrzec definicyjne podobieństwa między tymi zagadnieniami, ale nie można powiedzieć, że są one tożsame.

Summary

Usually, in companies, including hotel companies, people are responsible for the quality of services and products. Ultimately, this also affects customer satisfaction and thus improvement. This also results in the belief that investing in employee development pays off and can help a given company have a better position on the market. Contemporary changes in the quality of management are related not only to the internal sphere, but also to the relationship between this area of the entity's activity and other functions. The internal changes primarily concern the increase in the competences of the HR unit in the company, as well as the development of human resources management methods. Systematizing the rules of responsibility for the life and health of employees, the rules of their hiring and dismissal, remuneration, rewarding and punishing is an absolutely key element that makes up the quality of management. The awareness of how important human capital is has led to the fact that people have begun to think about how effectively it can be managed. Thus, the concept of personnel management initially emerged, which then evolved into human resource management. However, it should be noted that these concepts differ from each other. Personnel management is about carrying out pre-planned activities through employees. The main goal in this case is to achieve the best possible work results. On the other hand, human resource management has emerged as a result of the rapid development of organizations and the changes taking place in them. It covers a slightly wider area than personnel management. This applies to the process of managing people in an organization, which consists of forming behavior, fueling motivation or taking care of employees' results. Thus, one can see definitional similarities between these issues, but it cannot be said that they are identical.

Słowa kluczowe: sztuka zarządzania, usługi dla klientów, marketing, jakość

Keywords: the art of management, customer service, marketing, quality

Wstęp

W zarządzaniu zasobami ludzkimi najważniejsza jest organizacja. Dlatego

kluczowe jest takie pokierowanie pracownikami, by efekty pracy udało się zmaksymalizować. Dział zarządzania zasobami ludzkimi nazywany również działem personalnym (HR) powinien prowadzić szkolenia, poddawać pracowników okresowej ocenie, rekrutować, ale też zwalniać pracowników, którzy są nieefektywni. Zarządzanie personelem natomiast odnosi się bardziej do samych pracowników oraz tego, na ile dobrze wykonują swoją pracę, więc obejmuje nieco węższe pole działania [1]. Zarządzanie zasobami ludzkimi powiązane jest z zarządzaniem strategicznym. Dział HR musi określać długookresowe cele, a także motywować oraz kontrolować pracowników. To sposób zarządzania, który bazuje na ogólnym i długoterminowym podejściu. Z kolei w zarządzaniu personelem kluczowe jest zarządzanie operacyjne, w którym bazuje się raczej na krótszym planowaniu. Głównym zadaniem jest tu realizowanie celów i zadań zaplanowanych na poszczególne dni z uwzględnieniem tak zwanej sezonowości (jako kulminacji) w usługach hotelarskich. W każdej organizacji najważniejszym zasobem są jej pracownicy. Sprawność organizacji zależy od wielu składowych – zasobów rzeczowych, finansowych, ludzkich – jednak wszystkie te czynniki, ich sposób zdobywania i wykorzystywania, warunkowane są właśnie zatrudnianymi pracownikami [2].

Cel badań

Zbadanie w jakim stopniu poziom jakości zarządzania w usługach hotelarskich, ma wpływ na zadowolenie i uprawnienie pobytu gości hotelowych. Pilotażowe badania przeprowadzone zostały na grupie 100-tu osób w wieku od 20 do 60 lat. Badania zostały przeprowadzone wśród osób zajmujących się zawodowo branżą turystyczno-hotelarską. Badanym regionem, jego części są wybrane powiaty (rejony) województwa pomorskiego w Polsce.

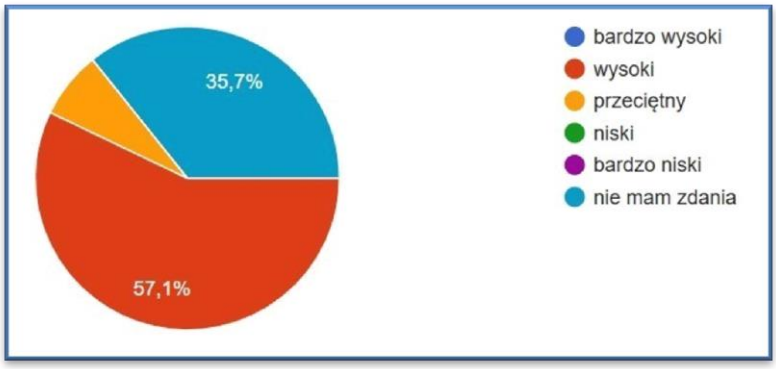
Metody

Do przeprowadzenia badań użyto sondażu diagnostycznego. Rodzaj takiego badania jest z definicji uznawany jako proces badania opinii publiczności i pozwala na ich poznanie w celu zidentyfikowania badanych aspektów. Metoda badawcza jaką użyto jest autorska ankieta.

Wyniki

Ważnym aspektem atrakcyjności badanych rejonów w usługach hotelarskich i rekreacyjnych jest sukcesywne zarządzanie. Więc ocena poziomu zarządzania w hotelach i pensjonatach jest bardzo istotna. Wyniki przeprowadzonych badań stanowią wytyczne w sztuce zarządzania w wprowadzeniu pewnych wniosków w celu ewentualnej poprawy jakości zarządzania. Poziom zarządzania respondenci ocenili jako wysoki, aż 57,1% ankietowanych osób, co świadczy o dobrym kierunku rozwoju obiektów. Najmniejszy procent bo 7,2%, oceniło zarządzanie w badanych rejonach jako przeciętne, możemy podejrzewać, że są to głosy poszczególnych osób ze złymi doświadczeniami w usługach noclegowych podczas swojej wizyty w

regionie. Pozostali - 35,7% nie wyraziło swojego zdania na ten temat co może oznaczać brak doświadczeń z ofertami w przeszłości.



Wykres 1. Poziom zarządzania w badanych rejonach

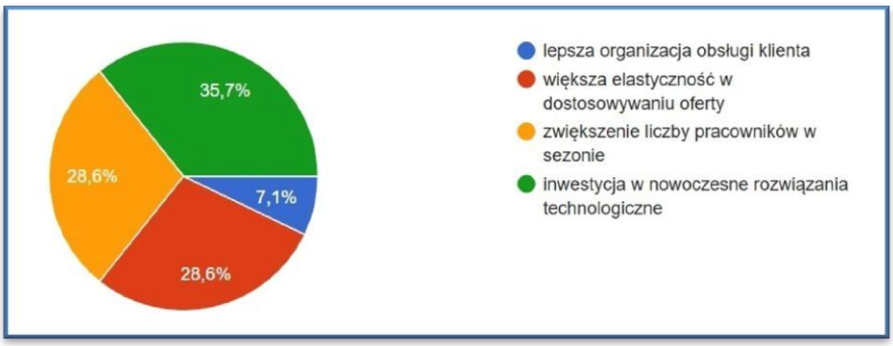
Zarządzanie w usługach hotelarskich jest skomplikowanym procesem i składa się z aspektów strategicznych i operacyjnych. Działania te mają wpływ na doświadczenia i odczucia turystów odwiedzających badane rejony, tak samo jak wybór obiektów noclegowych. Więc aż 74,1% stawia przede wszystkim na standard pokoi w tym estetykę, czystość, wyposażenie i udogodnienia i oczekuje wysokiej jakości zakwaterowania. Kolejne 74,1% twierdzi, że cena jest najważniejszym wyznacznikiem na rynku turystycznym. Właściwe zarządzanie polityką cenową staję się kluczowe w dobie popularności rezerwacji online i *porównywarek*, jako serwisów internetowych, które agregują oferty z różnych sklepów i pozwalają na porównanie cen tego samego produktu w różnych e-sklepach. Na rozbudowaną ofertę usług dodatkowych takich jak spa, wellness, animacje dla dzieci, sprzęt rekreacyjny stawia 57,1% respondentów. Zróżnicowana oferta obiektu pozwala zaspokoić wszelkie potrzeby gości. Natomiast 50% respondentów zwraca szczególną uwagę na jakość obsługi w obiektach turystycznych. Ten czynnik wywiera jedno z pierwszych wrażeń na odwiedzających obiekt i może decydować o lojalności klienta.



Wykres 2. Wybrane aspekty w zakresie atrakcyjności badanych rejonów

Największy wpływ na atrakcyjność obiektów oferujących usługi turystyczne mają głównie cena oraz komfort pobytu i również podejście kadry do potencjalnego gościa. Oprócz dobrego powodzenia pod kątem powyższych czynników, nie można

zapominać o elementach takich jak dobra atmosfera. Ponadto istotny wpływ mają czynniki, które mogą poprawić komfort pobytu w obiektach noclegowych. Do takich czynników można zaliczyć możliwość rozwoju pod kątem nowoczesnych technologii, które będą w stanie usprawnić obsługę gości hotelowych oraz ich komfort pobytu (badania wykazały, że aż 35,7% respondentów ma takie zdanie). Ponadto aż 28,6% wnioskuję o spersonalizowanie i zwiększenie liczby ofert proponowanych przez obiekty turystyczne, np. turystyka aktywna, pobyt rodzin z dziećmi, oferty dla osób starszych. Kolejne 28,6% twierdzi, iż zwiększenie liczebności obsługi usprawniłoby i polepszyło jakość usług oraz pozostałe 7,1% stawia na polepszenie organizacji, komunikacji oraz dostępności personelu w sezonie letnim.



Wykres 3. Usprawnienia w zarządzaniu, które mogą poprawić komfort pobytu

Podsumowanie i wnioski

Zarządzanie w hotelarstwie w badanych rejonach utrzymuje swój poziom dość dobrze. Świadczyć o tym mogą stale rozwijająca się infrastruktura hotelowa i rekreacyjna, udział nowoczesnych technologii oraz profesjonalne szkolenia kadry. Tak wysoka ocena pozytywnie wpływa na budowanie wizerunku i atrakcyjności obiektów hotelowych. Dla osób, które nie były w stanie wyrazić zdania na badany temat z powodu braku doświadczenia z regionem możemy zauważyć potrzebę poprawy komunikacji marketingowej. Na podstawie przeprowadzonych badań zostały wypracowane następujące wnioski:

- Rozwiązania nowoczesnych technologii, które były najczęściej wskazywane zdecydowanie usprawniłyby pracę hoteli. Opcje takie jak automatyzacja procesu zameldowania i wymeldowania, bądź możliwość kontrolowania i sterowania pokojami np. temperaturą również mogą podnieść komfort i jakość pobytu.
- Goście odwiedzający badane rejony oczekują często spersonalizowania oferty pobytu co wynika z odpowiedzi powyżej. Odwiedzający czują się bardziej komfortowo, kiedy mogą dostosować usługi pod swoje potrzeby, nawet jeżeli są to dodatkowe atrakcje lub długość pobytu.
- Najważniejszymi czterema czynnikami wpływającymi pozytywnie na

poziom zarządzania oraz komfort gości są nowoczesne technologie, elastyczność oferty, wykfalifikowana kadra oraz profesjonalna obsługa.

Bibliografia

1. Tsyhanovska N. / Цигановська Н., Skalski D. W. / Скальскі Д. В., Kindzer B. / Кіндзер Б. (Redakcja naukowa / Наукове редагування), (2025), *Kultura fizyczna i bezpieczeństwo - wybrane zagadnienia współczesnej komunikacji. Monografia / Фізична культура та безпека - вибрані питання сучасної комунікації. Монографія,* Pomorska Szkoła Wyższa, m. Starogard Gdański *przy udziale:* Charkowskiej Państwowej Akademii Kultury, m. Charków *i* Lwowskiego Państwowego Uniwersytetu Kultury Fizycznej im. Ivana Boberskiego, m. Lwów / Поморська Школа Вища, м. Старогард Гданський *за участю:* Харківської державної академії культури, м. Харків *і* Львівського державного університету фізичної культури Івана Боберського, м. Львів, Starogard Gdański - Charków – Lwów / Старогард Гданський - Харків – Львів, 2025, ISBN 978-83-965575-8-2, s. 41.

2. Tsyhanovska N. / Цигановська Н., Skalski D. W. / Скальскі Д. В., Czarnecki D. / Чарнецькі Д. (2025), *Zarządzanie i elementy socjologii w kulturze fizycznej. Wybrane zagadnienia. Monografia / Менеджмент та елементи соціології у фізичній культурі. Вибрані питання. Монографія,* Pomorska Szkoła Wyższa, m. Starogard Gdański *przy udziale:* Charkowskiej Państwowej Akademii Kultury, m. Charków / Поморська Школа Вища, м. Старогард Гданський *за участю:* Харківської державної академії культури, м. Харків, Starogard Gdański - Charków /Старогард Гданський - Харків 2025, ISBN 978-83-965575-6-8, s. 47.

Tsyhanovska N.
Charkowska Państwowa Akademia Kultury, m. Charków, Ukraina
Skalski D. W.
Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu im. Jędrzeja Śniadeckiego
m. Gdańsk, Polska
Chruściński G.
Narodowy Uniwersytet Gospodarki Wodnej i Wykorzystania Zasobów Naturalnych

WSPÓŁCZESNY WIZERUNEK REGIONU W ZAKRESIE USŁUG HOTELARSKICH

Streszczenie

Wizerunek to obraz, na który składają się: wiarygodność, zasięg działania, udział w rynku, poziom cen produktów, solidność, niezawodność, etyka oraz poczucie społecznej odpowiedzialności upowszechniane za pomocą promocji i public relations. W planowaniu dobrego wizerunku w zakresie usług, także usług hotelarskich jest budowanie i realizacja strategii oraz planów bieżących działań, analiza potrzeb i możliwości partnerów zewnętrznych oraz wewnętrznych oraz określenie zasad wdrożenia. A co za tym idzie to także opracowanie stosownego programu, współczesnego harmonogramu działań, kryteriów oceny i jak zawsze przygotowanie stosownego budżetu w zakresie wydatków na promocję (działania marketingowe). Nieustanne pozyskiwanie wiedzy i odbywanie szkoleń kadry w temacie marketingu cyfrowego dają możliwości rozpoznawalności względem innych obiektów, a także budują konkurencyjność marki na terenie badanych rejonów. Promowanie ofert i usług obiektów hotelowych nie tylko zwiększa zyski, lecz także stworzy pozytywny wizerunek całego regionu na rynku turystycznym. Marketing w sektorze hotelowym odgrywa ogromną rolę. To właśnie od odpowiednio dobranej promocji i reklamy oferty możliwe jest zdobycie docelowych grup klientów.