

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет міжнародного туризму та економіки

Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної дипломної роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДІ
ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ DIAMOND RESORT

(назва теми)

Виконала: студентка 4 курсу, групи МТЕ-419
Спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
(код та назва)

Освітня програма (спеціалізація) Готельно-
ресторанна справа

ЮРКОВ М.С.

(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

Керівник БЕЗХЛІБНА А.П.
(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

Рецензент ЗАХАРОВА С.Г.
(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет Міжнародного туризму та економіки

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

(шифр і назва)

Освітня програма (спеціалізація) Готельно-ресторанна справа

(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ТГРБ

В.М. Зайцева

«10» грудня 2022 року

ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Юрков Максим Сергійович

(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи Удосконалення організації обслуговування в закладі готельного бізнесу DIAMOND RESORT

керівник роботи (проекту) БЕЗХЛІБНА А.П., к.е.н., доц.,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від «09» грудня 2022 року № 426/1

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 01.06.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні результати наукових праць вітчизняних та зарубіжних дослідників, вітчизняні нормативно-правові та нормативні документи, статистичні дані, матеріали неурядових вітчизняних та зарубіжних організацій, дані спеціалізованих періодичних видань з питань розвитку організації обслуговування та ресторанних послуг, результати проведеного автором дослідження.

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

Розділ 1. Теоретичні аспекти організації обслуговування в закладах готельного бізнесу.

Розділ 2. Аналіз організації обслуговування в готелі Diamond Resort, Буковель (Івано-Франківська область)

Розділ 3. Шляхи підвищення організації обслуговування в готелі Diamond Resort.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

9 таблиць

6. Консультанти розділів дипломної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	БЕЗХЛІБНА А.П., к.е.н., доц.	10.12.2022	12.12.2022
2	БЕЗХЛІБНА А.П., к.е.н., доц.	23.01.2023	25.01.2023
3	БЕЗХЛІБНА А.П., к.е.н., доц.	16.03.2023	18.03.2023
Нормо-контроль	МАМОТЕНКО Д.Ю., к.е.н., доц.	28.05.2023	

7. Дата видачі завдання 09.12.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	01-20.11.2022	виконано
2	Вивчення літературних джерел	21.11-10.12.2022	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну дипломну роботу	11.12-31.12.2022	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.01-20.05.2023	виконано
5	Виконання першого розділу	13.12.2022-09.01.2023	виконано
6	Виконання другого розділу	10.01-15.02.2023	виконано
7	Виконання третього розділу	16.02-01.03.2023	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	02-22.03.2023	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної дипломної роботи	23.03-15.04.2023	виконано
10	Перевірка роботи керівником	16-30.04.2023	виконано
11	Одержання відгуку та рецензії	01-13.05.2023	виконано
12	Попередній захист кваліфікаційної дипломної роботи	16-31.05.2023	виконано
13	Подання роботи на кафедру	01.06.2023	виконано
14	Захист кваліфікаційної дипломної роботи	05-30.06.2023	виконано

Студентка

_____ (підпис)

ЮРКОВ М.С. (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ БЕЗХЛІБНА А.П.

РЕФЕРАТ

Актуальність теми. У сучасних умовах господарювання особливої актуальності набуває питання обслуговування клієнтів в готельних закладах. Динамічний розвиток готельного бізнесу та жорстка конкуренція на ринку готельних послуг ставлять проблеми підвищення якості обслуговування клієнтів до пріоритетних та актуальних. Забезпечення конкурентної переваги у готельному бізнесі пов'язане із впровадженням інновацій у діяльність готельних підприємств. У готельному бізнесі надання якісних послуг – це процес нерозривний процес створення та впровадження нових, відмінних від стандартних, методів обслуговування, створення незвичайних готельних продуктів, нових способів просування послуг готельного підприємства, а також створення умов, що забезпечують комфортніше проживання гостей. Нові знання в галузі менеджменту, маркетингу дозволяють впроваджувати нові ефективніші методи управління персоналом, програми залучення клієнтів.

Метою кваліфікаційної дипломної роботи є розробка практичних рекомендацій щодо підвищення рівня обслуговування на підприємстві готельного господарства «Diamand Resort». Виходячи з поставленої мети, виконано такі **завдання**: розглянуто теоретичні аспекти обслуговування клієнтів в готельних закладах; проаналізовано рівень обслуговування клієнтів в готельному закладі «Diamand Resort»; розроблено заходи щодо підвищення рівня обслуговування клієнтів в готельному закладі «Diamand Resort», в тому числі за рахунок підвищення якості послуг та обслуговування вір-гостей.

Об'єктом дослідження є обслуговування гостей в готельному закладі.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти вдосконалення організації обслуговування гостей в готельному закладі «Diamand Resort», Буковель (Івано-Франківська область).

Методи дослідження: описовий, аналітичний, дедукції та індукції, метод логічного і порівняльного аналізу.

Інформаційну базу дослідження становлять наукові праці вітчизняних і

зарубіжних учених із зазначеної проблеми, законодавчі та нормативні акти України, аналітична інформація про підприємство, спеціалізовані періодичні видання та наукові публікації, матеріали про методи оцінки рівня обслуговування в готельних закладах.

Практичне значення. Теоретичні положення, які представлені в кваліфікаційній дипломній роботі стосуються вдосконалення організації обслуговування гостей в готельному закладі, потребують практичного впровадження в роботі діючого підприємства «Diamand Resort». Запропоновані теоретичні положення щодо організації обслуговування гостей в готельному закладі можуть бути використані в навчальному процесі в Національному університеті «Запорізька політехніка» під час підготовки методичного забезпечення та викладання дисципліни «Організація готельного господарства».

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. Основні результати, викладені в кваліфікаційній дипломній роботі, доповідалися й обговорювалися на науково-практичній конференції «Тиждень науки-2023. Факультет міжнародного туризму та економіки» (24 – 28 квітня 2023 р.), за результатами яких опубліковано тези доповіді.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (35 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 68 сторінки, основний зміст роботи викладено на 62 сторінці. Робота містить 9 таблиць.

АНОТАЦІЯ

Юрков М.С. Удосконалення організації обслуговування в закладі готельного бізнесу Diamond Resort

У роботі розглянуто теоретичні аспекти обслуговування клієнтів в готельних закладах, в тому числі його етапи; надано організаційно-економічну характеристику готельному закладу «Diamond Resort», що знаходиться в Буковелі (Івано-Франківська область); проаналізовано рівень обслуговування клієнтів, рівень їх задоволеності наданими послугами розміщення в готельному закладі «Diamond Resort» та цінову політику готелів Буковель; розроблено заходи щодо підвищення рівня обслуговування клієнтів в готельному закладі «Diamond Resort», в тому числі за рахунок підвищення якості послуг та обслуговування вір-гостей.

Ключові слова: готельне господарство, обслуговування, гість, етапи обслуговування, якість, побутові послуги, оцінювання якості.

ANNOTATION

Yurkov M.S. Improving the organization of service in the hotel business establishment Diamond Resort

The theoretical aspects of service of customers are in-process considered in hotel establishments, including his stages; organizationally-economic description is given to hotel establishment of «Diamond Resort», that is in Bukovel (Ivano-Frankivsk region); the level of service of customers is analysed, level of their satisfaction by the rendered services of placing in hotel establishment of «Diamond Resort» and price politics of hotels of Bukovel; measures are worked out in relation to the increase of level of service of customers in hotel establishment of «Diamond Resort», including due to upgrading of services and service.

Keywords: hotel industry, service, guest, stages of service, quality, consumer services, quality assessment.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

див. – дивись

ДСТУ – Державний стандарт України

грн. – гривня

ін. – інше

кг – кілограм

км – кілометр

млн. – мільйон

пр-т – проспект

р. – рік

рис. – рисунок

ст. – стаття

т.д. – так далі

табл. – таблиця

тис. – тисяча

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	12
1.1. Готельні підприємства та їх послуги	12
1.2. Підходи до організації обслуговування в закладах готельного бізнесу	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ DIAMOND RESORT, БУКОВЕЛЬ (ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ)	28
2.1 Характеристика готелю Diamond Resort	28
2.2 Аналіз організації обслуговування в готелі Diamond Resort	34
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ DIAMOND RESORT	45
3.1 Особливості роботи з VIP-клієнтами готелю Diamond Resort	45
3.2. Рекомендації з підвищення якості послуг в готелі Diamand Resor	55
ВИСНОВКИ	62
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	63

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах господарювання особливої актуальності набуває питання обслуговування клієнтів в готельних закладах. Динамічний розвиток готельного бізнесу та жорстка конкуренція на ринку готельних послуг ставлять проблеми підвищення якості обслуговування клієнтів до пріоритетних та актуальних. Забезпечення конкурентної переваги у готельному бізнесі пов'язане із впровадженням інновацій у діяльність готельних підприємств. У готельному бізнесі надання якісних послуг – це процес нерозривний процес створення та впровадження нових, відмінних від стандартних, методів обслуговування, створення незвичайних готельних продуктів, нових способів просування послуг готельного підприємства, а також створення умов, що забезпечують комфортніше проживання гостей. Нові знання в галузі менеджменту, маркетингу дозволяють впроваджувати нові ефективніші методи управління персоналом, програми залучення клієнтів.

Туристична індустрія є однією з найбільш високоприбуткових і динамічних галузей світової економіки. Туризм, відповідно до державних програм економічного та соціального розвитку України, визнано однією з пріоритетних галузей народного господарства, завдяки яким наша країна має досягнути сталого економічного зростання та наздогнати за короткий час передові країни світу за рівнем економічного розвитку. Розвивати туризм неможливо без готельної індустрії. Саме відсутність позитивних змін у цій ланці часто є головною причиною відсутності позитивних змін у туризмі загалом.

Соціально-економічним та організаційно-правовим проблемам ринкової економіки в сфері готельного господарства і туризму присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних вчених: Давидова О. Ю., Мальська М. П., Нечаюк Л. І., Д'яконова А. К., Безхлібна А. П., Віндюк А. В., Журавлева С. М., Зайцева В. М., Кукліна Т. С.

Основними напрямками підвищення якісних показників конкурентоспроможності готелю є запровадження міжнародних стандартів

обслуговування, які у готельному бізнесі; впровадження сучасних інформаційних технологій, що розширюють доступність готельних послуг; удосконалення організації всіх циклів обслуговування споживачів готельного підприємства; підвищення кваліфікації персоналу, безпосередньо пов'язаного з організацією основних та додаткових послуг та інші. Наукова і практична важливість указаних питань обумовили вибір теми кваліфікаційної дипломної роботи.

Метою кваліфікаційної дипломної роботи є розробка практичних рекомендацій щодо підвищення рівня обслуговування на підприємстві готельного господарства «Diamand Resort». Виходячи з поставленої мети, виконано такі **завдання**: розглянуто теоретичні аспекти обслуговування клієнтів в готельних закладах; проаналізовано рівень обслуговування клієнтів в готельному закладі «Diamand Resort»; розроблено заходи щодо підвищення рівня обслуговування клієнтів в готельному закладі «Diamand Resort», в тому числі за рахунок підвищення якості послуг та обслуговування vip-гостей.

Об'єктом дослідження є обслуговування гостей в готельному закладі.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти вдосконалення організації обслуговування гостей в готельному закладі «Diamand Resort», Буковель (Івано-Франківська область).

Методи дослідження: описовий, аналітичний, дедукції та індукції, метод логічного і порівняльного аналізу.

Інформаційну базу дослідження становлять наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених із зазначеної проблеми, законодавчі та нормативні акти України, аналітична інформація про підприємство, спеціалізовані періодичні видання та наукові публікації, матеріали про методи оцінки рівня обслуговування в готельних закладах.

Практичне значення. Теоретичні положення, які представлені в кваліфікаційній дипломній роботі стосуються вдосконалення організації обслуговування гостей в готельному закладі, потребують практичного впровадження в роботі діючого підприємства «Diamand Resort». Запропоновані теоретичні положення щодо організації обслуговування гостей в готельному

закладі можуть бути використані в навчальному процесі в Національному університеті «Запорізька політехніка» під час підготовки методичного забезпечення та викладання дисципліни «Організація готельного господарства».

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. Основні результати, викладені в кваліфікаційній дипломній роботі, доповідалися й обговорювалися на науково-практичній конференції «Тиждень науки-2023. Факультет міжнародного туризму та економіки» (24–28 квітня 2023 р.), за результатами яких опубліковано тези доповіді.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (35 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 68 сторінки, основний зміст роботи викладено на 62 сторінці. Робота містить 9 таблиць.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

1.1. Готельні підприємства та їх послуги

Загалом сучасна філософія розвитку бізнесу та туризму орієнтована на туристів, гостей і споживачів та задоволення їхніх потреб і бажань. Сучасна гостинність відрізняється від інших суміжних видів діяльності у сфері надання послуг з розміщення шляхом постійного підтримання якості послуг та впровадження нових видів послуг, не характерних для готельного бізнесу, з метою підвищення якості основних послуг з розміщення та задоволення потреб сучасних споживачів (клієнтів). Виживання готельної індустрії на вимогливому і динамічному ринку та підвищення рівня конкурентоспроможності залежить від підвищення якості готельних продуктів і послуг. Готельні підприємства, які орієнтуються на якість, а отже, на задоволеності своїх гостей, можуть бути успішними на вимогливому туристичному ринку.

Поняття сучасної готельної індустрії охоплює всі суб'єкти туристичної діяльності, які надають послуги з розміщення гостей та інші послуги для туристичного споживання, і організовані в різноманітних формах компаній, які ведуть бізнес з метою задоволення потреб і побажань споживача (клієнта) та досягнення поставлених економічних цілей і найкращих результатів господарювання. Готельне господарство в ринкових умовах господарювання з метою досягнення комерційного ефекту пропонує послуги з розміщення та інші послуги готельної гостинності, які воно використовує для задоволення потреб і мотивів гостей та відвідувачів, а також для забезпечення рівня життя свого персоналу та керівництва.

Під час тимчасового перебування в готелях в обраному місці призначення готельна індустрія пропонує туристам відпочинок і релаксацію, дає можливість діловим людям налагодити ділові контакти, створює сприятливі умови для учасників конференцій, семінарів та інших професійних, наукових і політичних

зустрічей, дає можливість відвідувачам ознайомитися з природними і культурними пам'ятками та історичними пам'ятками, а також надає послуги харчування і напоїв для місцевого населення, а також різноманітні розважальні заклади.

Готельне господарство, як і сучасна економічна діяльність, є надзвичайно важливим рушієм економічного розвитку, особливо в нерозвинених країнах та країнах, що розвиваються. Виконуючи свої функції, готельна індустрія пов'язана з багатьма іншими економічними діяльностями (торгівлею, транспортом, промисловістю, туристичними агентствами...), і відрізняється від інших галузей тим, що надає свої послуги в конкретних приміщеннях.

Тенденції, що переважають на вимогливому туристичному ринку, визначають тенденції в сучасній готельній індустрії, які можна узагальнити в таких загальних тенденціях: зміна потреб споживачів, умов праці та життя, подовження тривалості життя, зростання рівня інформатизації та комп'ютеризації, більша потреба у збереженні здоров'я (велнес, спа, екологічно чисті продукти харчування), акцент на екологію та здорову їжу, перебування на чистій природі, зростаючий попит на пригодницькі послуги та гострі відчуття, відвідування значущих подій (спортивних, культурних, релігійних, ділових і т.д.), а також нові туристичні мотивації. Готельна пропозиція повинна постійно вивчати ці тенденції та адаптуватися до запитів, побажань і потреб сучасних споживачів (клієнтів).

У широкому розумінні готель – це керована будівля або заклад, який надає гостям місце для ночівлі – на короткостроковій основі – в обмін на гроші. Конкретні характеристики та послуги, що надаються гостям, можуть досить сильно відрізнятися в різних готелях, і власники готелів, як правило, прагнуть залучити певний тип клієнтів через свою цінову модель і маркетингову стратегію або через спектр послуг, які вони пропонують.

Далі важливо відповісти на питання: що таке готельна індустрія? Простіше кажучи, готельна індустрія – це сектор індустрії послуг, який займається розміщенням гостей або наданням житла. За більшістю визначень, готельна індустрія стосується не лише готелів, але й багатьох інших форм ночівлі,

включаючи хостели, мотелі, заїжджі двори та гостьові будинки. Однак, як правило, вона не включає в себе довгострокові або постійні форми розміщення.

Через природу готельних послуг він тісно пов'язаний з індустрією подорожей і туризму.

Однією з поширених причин плутанини є різниця між готельним господарством та індустрією гостинності, оскільки багато людей помилково вважають, що ці два терміни позначають одне й те саме. Однак, незважаючи на те, що ці поняття перетинаються, різниця полягає в тому, що індустрія гостинності ширша за обсягом і включає в себе кілька різних секторів.

Готельне господарство займається виключно наданням послуг з розміщення гостей та супутніх послуг. На противагу цьому, індустрія гостинності займається організацією дозвілля в більш широкому сенсі. Як наслідок, вона охоплює розміщення, ресторани, бари, кафе, нічні розважальні заклади, а також низку послуг у сфері подорожей і туризму.

Важливо розуміти, що готельна індустрія – це загальний термін, який використовується для опису послуг, пов'язаних з розміщенням гостей. З огляду на це, варто зазначити, що існує безліч різних типів розміщення, які підпадають під цей загальний термін. Деякі з основних типів описані більш детально нижче.

Найпоширеніший тип розміщення в готельній індустрії, готель визначається як заклад, що пропонує ночівлю, харчування та інші послуги. Вони в основному орієнтовані на мандрівників або туристів, хоча місцеві жителі також можуть ними користуватися. Готелі надають окремі номери, які майже завжди мають окремі ванні кімнати.

У готельному бізнесі для оцінки якості готелів використовують зіркові рейтинги. Хоча не існує міжнародного стандарту для визначення того, що насправді означає зірковий рейтинг, найпопулярніша версія цієї системи пов'язана з путівником Forbes Travel Guide, де готелі оцінюються на основі встановлених критеріїв.

Зіркові рейтинги мають величезне значення в готельній індустрії, оскільки багато клієнтів витрачають час на вивчення готелів перед тим, як зробити

бронювання. Хоча сарафанне радіо та відгуки інших клієнтів є важливими, зіркові рейтинги можуть мати додаткову вагу, оскільки оцінювачі мають досвід роботи з багатьма різними об'єктами нерухомості.

Значення зірковості готелів ще більше підкреслюється кроками, які роблять представники готельної індустрії для досягнення більш високих рейтингів, і на це є вагомі причини. Підвищення рейтингу може допомогти готелям генерувати більше бронювань і встановлювати вищі ціни, тоді як зниження рейтингу може мати прямо протилежний ефект.

Готельний маркетинг відіграє вирішальну роль у допомозі власникам готелів максимізувати бронювання та доходи. Зрештою, це основний спосіб, за допомогою якого представники готельної індустрії можуть достукатися до потенційних гостей, донести свою унікальну торгову пропозицію, цінності бренду та причини, чому гості повинні зупинитися саме у них. Управління доходами готелю дозволяє власникам прогнозувати рівень попиту та оптимізувати такі речі, як дистрибуція та ціноутворення, щоб максимізувати фінансові результати. За останні роки готельні технології розвинулися семимильними кроками. Мало того, що «розумні» системи стали повсюдно поширеними, так ще й гості можуть розраховувати на більшу кількість інтерактивних можливостей, ніж будь-коли раніше.

Розрізняють такі типи готельних підприємств:

- приватний готель типу «ніч і сніданок» (B&B) – тип готелів, що набув широкого поширення в США. Це готель малої, іноді середньої місткості, розташований у передмісті чи сільській місцевості. В обслуговування, як правило, входять сніданок і рання легка вечеря у домашній обстановці. Клієнти – комерсанти та маршрутні туристи, які прагнуть домашнього затишку;

- пансіон – підприємство з простим стандартом та обмеженим спектром послуг. Тут надаються сніданки, обіди та вечері (повний пансіон), які можуть отримати тільки клієнти, які постійно проживають тут. Пансіон широко поширений у світовій практиці. Проживання в пансіоні коштує набагато дешевше, ніж у звичайних готелях. Він підпадає під категорію зірковості, оскільки має

відповідати стандартам. Традиційний пансіон відрізняється невеликою кількістю кімнат і зазвичай розрахований на проживання 10-20 осіб (іноді кількість місць сягає 50). Найчастіше він належить одній сім'ї, яка обслуговує постояльців.

- бунгало – невелика будова з легких матеріалів, яка використовується для розміщення туристів. Набув широкого поширення у міжнародних молодіжних туристичних центрах;

- кемпінг – табір для авто-, мото-, велотуристів, який зазвичай розташований у заміській місцевості, іноді неподалік мотелю. Туристам надаються місця для ночівлі, часто в наметах чи літніх будиночках, обладнаних кухнями для індивідуального приготування їжі та деякими елементарними зручностями;

- ротель – пересувний готель, що є вагоном з одно- або двомісними номерами (спальними відсіками), в яких розташовані спальні крісла. Є відсік для перевдягання, загальна кухня, холодильник, туалет;

- флайтель — надзвичайно дорогий та нечисленний вид готелів. Обладнаний посадковим майданчиком та системою зв'язку з метеослужбами;

- ботель – невеликий готель на воді, як який використовується відповідним чином обладнане судно;

- акватель – стаціонарний корабель, вилучений з експлуатації як транспортний засіб і використовуваний як готель

Світ рухається швидше, ніж будь-коли, оскільки зміна суспільних настроїв, нові технології, економічні та демографічні зміни спричиняють сейсмічні зрушення в тому, як ми живемо, ведемо бізнес і працюємо. Ніде це не проявляється так очевидно, як у трендах готельної індустрії. Деякі тенденції готельної індустрії можуть з'являтися і зникати, в той час як інші стають стійкими. Життєво важливо залишатися на вершині трендів, щоб отримати прибуток від їх раннього впровадження.

Готельна індустрія - одна з найбільш швидкозростаючих галузей у 21 столітті. Управління готелем відіграє життєво важливу роль у цій індустрії, і такий бізнес пов'язаний з великою відповідальністю. Тільки найкваліфікованіші

люди можуть обіймати такі посади.

Сучасна готельна індустрія, тобто широта асортименту готельних послуг, обумовлена категорією готельного об'єкта, розміром готельного об'єкта, місцем розташування готелю, погодними умовами ведення готельного бізнесу, складністю організаційної структури готелю та діловою політикою на ринку. Сучасні готельні послуги можна класифікувати на:

- послуги розміщення – надаються в готельних одиницях розміщення - апартаментах і номерах;
- послуги харчування – залежно від типу та категорії готелю, надаються в їдальнях, банкетних залах, холах, залах для сніданків, гриль-залах, кав'ярнях, коктейль-барах., а також можуть бути доставлені в номер (room service);
- послуги відпочинку та спорту – гості мають доступ до басейнів, тенісних кортів та полів для гольфу, різних видів кортів, тренажерних залів, боулінгу, пішохідних та бігових доріжок, а також можуть бути організовані різноманітні заходи (наприклад, відкритого типу – без квитків) тощо;
- культурно-розважальні послуги – готелі часто організовують концерти класичної музики, або приймають популярних артистів, виставки, мають бібліотеку, конференц-зали для розваг та ігор, особливо під час поганої погоди, гостям пропонують спеціально підготовлені розважальні програми (анімацію);
- торговельні послуги – гостям пропонується можливість придбати сувеніри, газети, різні предмети особистого вжитку, аж до бутіків високої моди тощо;
- ремесла та послуги – готельні заклади часто пропонують перукарні, косметологічні та манікюрні салони, послуги фотографів, годинників тощо; медичні та інші послуги – готелі пропонують гостям можливість діагностики, лікування, реабілітації тощо.

Послуги, що надаються в готельному господарстві, за певними характеристиками суттєво відрізняються від послуг в інших секторах. Можна виділити чотири фундаментальні особливості сучасних готельних послуг: ‘

- нематеріальність (впливає з того, що готельну послугу неможливо

побачити, спробувати на смак, відчути, почути або понюхати до того, як вона буде куплена. Через засоби масової інформації клієнт може ознайомитися з пропозицією засобів розміщення, ресторанів, культурних та історичних пам'яток і т.д., але неможливо передати атмосферу місця та обслуговування, яке він відчує)

- неподільність (виникає з того факту, що послуга невіддільна від її джерела. Невіддільність як характеристика означає, що неможливо відокремити момент надання послуги від моменту користування послугою, наприклад, проживання, якщо гість не присутній у помешканні);

- мінливість (пов'язана з тим, що послуга залежить від того, хто, коли і де її надає. У зв'язку з цією характеристикою послуги необхідно створити певну довіру серед споживачів шляхом підбору висококваліфікованого персоналу, роботи під відмітною назвою та відстеження задоволеності клієнтів);

- швидкоплинність (виникає внаслідок неможливості зберігати послугу, а отже, неможливості в будь-який момент відреагувати на збільшення або зменшення попиту. Непродані туристичні послуги – це постійно втрачений дохід для готельного підприємства, тому воно повинно намагатися досягти кращого розміщення своїх послуг на ринку).

Готельні послуги доповнюються послугами та операціями інших постачальників послуг (туристичних агентств, різноманітних туристичних агентів, туристичних організацій, систем бронювання, маркетингових організацій, постачальників транспортних послуг, компаній, що надають послуги, пов'язані з гастрономією та харчуванням, конференц-центрів, сервісних та інформаційних служб), і всі ці агенти прямо чи опосередковано впливають на сучасний готельний бізнес.

1.2. Підходи до організації обслуговування в закладах готельного бізнесу

Метою обслуговуючого персоналу є створення відкритої, дружньої атмосфери, тому, звертаючись до гостя на ім'я, будь-який працівник готелю зможе досягти його прихильності. Гості та співробітники мають будувати свої

відносини на взаємній повазі, стаючи рівноправними діловими партнерами. Необхідно, щоб кожен гість міг звернутися до будь-кого співробітника готелю зі своїми проблемами та турботами та його очікування виправдалися. Саме такий рівень обслуговування є гарантією успіху та конкурентоспроможності на ринку готельних послуг. Необхідно постійно піклуватися про гостя. Кожен член колективу готелю стає єдиним цілим з послугами, які надає готель.

Культура поведінки готельного працівника включає всі складові зовнішньої та внутрішньої культури людини, а саме: правила відносин і звернення, вміння правильно висловлювати свої думки, дотримуватися мовної етикет. Ввічливість свідчить про культуру людини, її ставлення до роботи та до колективу. Для готельного працівника дуже важливо бути тактовним у взаєминах із гостями, постійно пам'ятати про повагу до людини [23].

Тактовна поведінка готельних працівників складається з низки чинників. Головний з них – це вміння не помічати помилок та недоліків у поведінці гостей, не акцентувати на них увагу, не виявляти зайвої цікавості до їхнього одягу, звичаїв, традицій. Не можна ставити непотрібних питань, розповідати про свої справи, виявляти наполегливість. Не можна показувати гостю, подобається він тобі чи ні, робити непотрібні зауваження, читати моралі, висловлювати різні претензії, розпитувати гостей про їхнє особисте життя. Працівникам необхідно поводитися тактовно і по відношенню до відвідувачів гостей – не можна розпитувати їх про мету візиту, а також заходити в номер без дозволу мешканця.

Тактовність проявляється і у увазі гостеві. Якщо гість захворів, треба допомогти йому дістати ліки, зателефонувати. Особливо уважним і тактовним треба бути до людей похилого віку, прощати їхні недоліки – адже часто неухажні, забудькуваті і вразливі.

Гідність та скромність – обов'язкові для готельного працівника риси характеру.

Культура поведінки та спілкування пов'язані і з поняттям культури мови. Готельному працівнику необхідно вміти грамотно, чітко викладати свої думки. За культурою мови, як за тоном, слід стежити постійно. Культура мовного етикету

передбачає як вміння говорити, а й уміння слухати. Уважно вислухати співрозмовника, не перебиваючи його, і виявити у своїй щире співчуття – мистецтво.

У вестибюлі готелю мають бути створені необхідні умови для зустрічей та відпочинку туристів. Готелі повинні мати широку інформацію про наявність, розташування та режим роботи служб, у тому числі перукарні, ремонт годинників, прояви та друк фотоматеріалів, прокату предметів культурно-побутового призначення, кіосків з продажу газет, сувенірів, книг тощо, а також рекламно-інформаційні матеріали (буклети, проспекти, довідники) мовами основних гостей готелю. Усі пункти та служби обслуговування повинні бути забезпечені засобами візуальної інформації (вивіски, таблички, написи) із зазначенням найменування служб та часу їхньої роботи місцевою та англійською мовами.

Номери готелів мають бути забезпечені буклетами готелю, фірмовим поштовим папером, конвертами, переліком додаткових послуг, довідником телефонів служб, пам'яткою протипожежної безпеки мовами основних гостей готелю та англійською мовою.

Якість підготовки номерів, справність та комплектність обладнання, наявність рекламно-інформаційного матеріалу, туалетного приладдя повинні неодмінноЯкісне обслуговування клієнтів у готелі – це насамперед дотримання стандартів надання послуг. Міжнародні стандарти дають найзагальніші приписи і критерії. Але для того, щоб ці загальні стандарти виконувалися, необхідна чітка технологія обслуговування в готелі та детальні покрокові інструкції для персоналу. Причому не просто скласти документи, а й організувати постійний контроль і поліпшення всього процесу. Усі методи обслуговування клієнтів у готелі мають перевірятися на практиці і, за необхідності, коригуватися.

У поняття обслуговування в готелі входить увесь спектр основних і додаткових послуг, що надаються клієнтам: розміщення в номері з можливістю онлайн-бронювання та оплати заздалегідь, різний сервіс: від капців до сніданку в номер або виклику таксі. І все це передбачає певний порядок дій і дотримання

правил.

Порядок обслуговування гостей у готелі від моменту їхнього прибуття в готель і до остаточного виїзду є циклічним: послідовним повторенням певних кроків. Також окремо потрібно врахувати певні послуги для клієнта ще до його появи в готелі.

Такий цикл обслуговування гостя – це уніфікований стандартний набір послуг, яким має намір скористатися клієнт, із визначеною послідовністю та часом надання. За кожною з таких послуг стоїть ціла система запропонованих дій і правил, які потрібно виконувати бездоганно, щоб отримати зростання лояльності клієнтів, а отже, і підвищення прибутку.

Перелік і обсяг послуг можуть варіюватися, але основні етапи завжди забезпечуються в певному порядку.

У загальному випадку, обслуговування клієнтів у готелі включає в себе чотири етапи:

1. До прибуття в готель (бронювання номера, попередня оплата).
2. Прибуття в готель, реєстрація та розміщення нового постояльця.
3. Обслуговування гостя в процесі проживання.
4. Виїзд із готелю, включно з остаточним розрахунком.

За необхідності, ще до прибуття гостя виконується остаточна підготовка до його прийому: санітарна підготовка номера, попереднє замовлення додаткових послуг у зовнішніх партнерів, а також зустріч гостя в аеропорту або на вокзалі.

Із прибуттям у готель починається етап реєстрації та поселення. Саме зараз клієнт отримує перше і найважливіше враження, тому цей процес має бути максимально швидким, зручним і приємним. Ввічливість, доброзичливе ставлення, увага до потреб клієнта, а також швидке їх вирішення – основні складові позитивного враження.

Такий цикл обслуговування гостя – це уніфікований стандартний набір послуг, яким має намір скористатися клієнт, з певною послідовністю і часом надання. За кожною з таких послуг стоїть ціла система запропонованих дій і правил, які потрібно виконувати бездоганно, щоб отримати зростання лояльності

клієнтів, а отже, і підвищення прибутку.

Перелік і обсяг послуг можуть варіюватися, але основні етапи завжди забезпечуються в певному порядку.

Із прибуттям у готель починається етап реєстрації та поселення. Саме зараз клієнт отримує перше і найважливіше враження, тому цей процес має бути максимально швидким, зручним і приємним. Ввічливість, доброзичливе ставлення, увага до потреб клієнта, а також швидке їх вирішення - основні складові позитивного враження.

Етап проживання постояльца – найтриваліший і найважливіший, його буде розглянуто трохи нижче.

І нарешті, повний розрахунок клієнта за проживання, а також надані додаткові платні послуги, та виїзд із готелю. За необхідності сюди включається також доставка гостей на вокзал або в аеропорт.

Центральною послугою готелю є, очевидно, проживання постояльца в номері. І якщо період проживання більший за одну добу, а також у певних випадках, кожен такий зайнятий номер потребує прибирання не тільки після виїзду гостя. Зокрема сюди входить періодична або за потреби зміна постільної білизни, рушників, поповнення витратних матеріалів (зокрема, засобів гігієни). Щоб подібне обслуговування номерів у готелі не приносило гостям неприємних вражень, потрібно дотримуватися таких правил за будь-якого типу прибирання:

- проводити прибирання в номері можна тільки за відсутності постояльца або отримавши його згоду;
- покоївки повинні виконувати прибирання номера максимально оперативно, не перериваючись і не відволікаючись на особисті справи;
- не чіпати особисті речі постояльців, не читати записи;
- як при прибиранні номерів, так і при прибиранні поверхів і місць загального користування, технічний персонал повинен мінімально «потрапляти на очі» гостю, – для цього графік прибирань бажано складати в години найменшої присутності постояльців;
- по завершенню потрібно прибрати інвентар та інструменти в призначене

місце, не залишаючи їх у місцях загального користування.

Найшвидшою та найефективнішою є така послідовність прибирання багатокімнатного номера:

- спальня;
- вітальня;
- їдальня;
- кабінет;
- передпокій;
- санвузол.

Кожне приміщення рекомендується прибирати за або проти годинникової стрілки, щоб нічого не пропустити. Перевірити справність розеток, вимикачів, світильників, телефону, телевізора, холодильника та інших технічних пристроїв. У разі виявлення несправностей потрібно повідомити відповідні служби. Іноді псування речей трапляється з вини постояльця – у цьому разі готелю потрібно розібратися і вирішити можливі конфлікти в присутності гостя.

Крім основних послуг проживання та харчування, залежно від категорії готелю та його спеціалізації, клієнтам надаються також певні додаткові послуги. З метою підвищення лояльності клієнтів також впроваджуються різні акції, знижки, спеціальні пропозиції, часто розробляється ціла програма для постійних гостей.

Побутове обслуговування спрямоване на задоволення потреб постояльця, що виникають у період проживання в готелі. Такий сервіс потрібно будувати не тільки за принципом попиту (що гість прямо озвучує), а й за принципом пропозиції (готель пропонує додаткові послуги, які може надати, а гість обирає те, що йому сподобалося). Обслуговування гостей у готелі за міжнародними стандартами передбачає не тільки задовольняти виниклі бажання, а й передбачати їх. Однак врахуйте, що послуги в жодному разі не можна нав'язувати!

Список доступних послуг, їхня вартість, режим роботи та інша важлива інформація розміщується в інформаційній папці гостя, а також у вестибюлі та на поверхах.

Якщо це підприємства, що надають послуги (ремонт, пральня, перукарня,

аптека), то вони мають розміщуватися в доступному місці, найкраще на першому поверсі в цій же будівлі. Для найбільш популярних послуг також має бути можливість їх отримати (якщо це технологічно припустимо) або хоча б замовити безпосередньо з номера.

Для цього в кожному номері має бути телефон, а також спеціальні таблички на двері (наприклад, із проханням прибрати номер, почистити взуття, розбудити в певний час, не турбувати).

Деякі найпопулярніші послуги часто включають уже до тарифу проживання (наприклад, сніданок), інші можна замовляти на платній або безоплатній основі.

Усі послуги мають бути надані вчасно (залежно від типу послуги, одразу після замовлення, у встановлені строки після замовлення, або в певний час доби). Налагодження чіткого виконання без запізнювання – одна з найважливіших речей, що впливають на ступінь задоволеності клієнта готелем. Тому організація обслуговування гостей у готелі повинна стосуватися не тільки основної послуги проживання, але потрібно опрацювати і впровадити дієві процедури щодо кожної з додаткових послуг. Щоб домогтися прийняттого рівня якості, і при цьому мінімізувати витрати, варто задуматися про автоматизацію рутинних процесів.

Якість готельної послуги розглядають як сукупність характеристик, які надають їй здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Якість послуг, що надаються, поділяють на технічну та функціональну.

Технічна якість відображає стан неживих предметів, що оточують клієнта в готелі.

Функціональна якість оцінюється, як здатність послуги задовольняти потреби клієнтів готелю, а також процес взаємодії з персоналом під час надання послуги.

Грунтуючись на сприйнятті, якість можна розділити на три види: базову, необхідну і бажану.

Таким чином, якість послуг – велике і мінливе поняття. Для оцінки рівня якості готельних послуг, що надаються, необхідно виявити показники та критерії оцінки. Необхідно виділити такі показники: матеріально-технічна база;

кваліфікація персоналу; рівень сервісу; маркетинг; ресурси.

Служби готелю, які беруть участь у наданні послуг, повинні працювати у тісній взаємодії, що виключає випадки повторного звернення гостей з того самого питання. У разі неможливості надання послуг мають бути пояснені причини та по можливості запропоновані натомість рівноцінні послуги.

Персонал усіх категорій готелю повинен уміти створювати атмосферу гостинності, має бути готовим доброзичливо виконувати прохання мешканців та виявляти до них терпіння та стриманість. Всі послуги повинні надаватися вчасно (одразу після запиту, протягом певного періоду після запиту або в певний час доби, залежно від типу послуги). Чітке надання послуг без затримок є одним з найважливіших факторів, що впливають на задоволеність гостя готелем. Тому організація обслуговування гостей у готелі не повинна обмежуватися основною послугою розміщення, а повинна включати розробку та впровадження ефективних процедур для кожної з додаткових послуг. Для досягнення прийняттого рівня якості та мінімізації витрат слід розглянути можливість автоматизації рутинних процесів.

Якість готельної послуги розглядається як сукупність характеристик, що дозволяють їй задовольнити визначені або очікувані потреби. Якість послуги, що надається, поділяється на технічну та функціональну.

Технічна якість відображає стан неживих об'єктів, що оточують клієнта в готелі.

Функціональна якість оцінюється як здатність послуги задовольняти потреби клієнтів готелю і процес взаємодії з персоналом при наданні послуги.

Залежно від сприйняття якість можна розділити на три види: суттєва, необхідна і бажана.

Таким чином, якість обслуговування є всеосяжним і варіативним поняттям. Для оцінки рівня якості готельних послуг, що пропонуються, необхідно встановити показники та критерії оцінки. Слід визначити такі показники: матеріально-технічна база, якість персоналу, рівень обслуговування, маркетинг та ресурси.

Служби готелю, що беруть участь у наданні послуг, повинні тісно співпрацювати між собою, щоб виключити повторні звернення гостей з одного і того ж питання. Якщо послуги не можуть бути надані, слід пояснити причини і, за можливості, запропонувати еквівалентні послуги.

Персонал усіх категорій готелів повинен вміти створювати гостинну атмосферу та бути готовим відповідати на прохання гостей у доброзичливій, терплячій та уважній манері.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ DIAMOND RESORT, БУКОВЕЛЬ (ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ОБЛАСТЬ)

2.1. Характеристика готелю Diamond Resort

Унікальний готельний комплекс в серці Буковеля знаходиться в Івано-Франківській області, с. Поляниця, урочище Стаїще.

Курортний центр та ексклюзивні ресторани надають гостям повне відпочинок та рекреацію. Diamond White & Black розробила інфраструктуру і є чудовим місцем як для романтичних, так і для сімейних свят та ділових зустрічей.

Diamond White Hotel – це готель категорії 4 * на 52 місця з передовою інфраструктурою.

Готель пропонує наступні гостьові послуги:

- ресторан;
- послуги спа;
- відкритий нагрітий басейн;
- літня тераса;
- зона для групових подій.

Місія готелю – наступне гасло: «Якість – правило, ціна – це перевага».

Готель пропонує ексклюзивні програми, акції та спеціальні пропозиції для максимальних переваг.

1. Подарункові сертифікати в Diamond Resort. Сертифікат на проживання в конкретних датах, у поточному номері. Вибрані тарифи та дати фіксуються під час покупки. Такий сертифікат є основою для поселення в готелі. Подарунковий сертифікат буде наданий як корпус. Гостьовий ваучер буде відправлений як підтвердження бронювання, з яким ви можете подорожувати. Умови використання акцій:

Diamond Resort Black пропонує послуги гостей:

- 93 зручні номери для поселення 2-4 людей;
- великий сучасний ресторан європейської кухні з мальовничим краєвидом;

- басейновий комплекс: великий теплий басейн з гідромасажем для дорослих та дитячим басейном джакузі;

- римка, фінська сауна, аромакімната;

- Соляна кімната та масажний кабінет

- Конференц – зал на 400 осіб.

Вартість житла включає сніданок у системі шведської лінії, де кожен може вибрати з широкого меню, щоб вибрати страву на свій смак. Є менеджер дієтичних страв, які ідеально підходять для дітей. Готель на сніданок запрошує гостей з 9 ранку до 11 ранку.

Ресторан Diamond Resort має місію познайомити гостей з усім гастрономічним різноманіттям українських та транскарпатів. Кожна страва - це гастрономічний шедевр, оскільки для вдосконалення класичних рецептів шеф - кухар використовує творчі методи автора щодо сучасних тенденцій у приготуванні їжі та приготування їжі.

Меню містить міжнародні хіти: традиційні страви, знайомі всім з дитинства домашні страви, європейські закуски, американські стейки, італійська паста, а також багатий вибір м'яса, риби та овочів. Кількість місць у залі: 100 осіб.

Легкий дизайн інтер'єру, м'яке освітлення, прикраса природного дерева, всі дизайнерські рішення використовуються для створення діамантового білого ресторану, створюючи унікальну атмосферу елегантного комфорту.

Бар включає широкий вибір класичних і авторських коктейлів, а також імпресивний асортимент сильних алкогольних напоїв. Особливо гордимось нашою розширеною винною карткою, завдяки якій кожна страва отримує належне супроводження.

Для зручності гостей у ресторанах готелів Diamond Resort є можливість замовлення їжі в номер. Готель Terrace – ідеальне місце для комфортного відпочинку, де ви можете насолоджуватися смачною їжею і розслабитися за чашкою ароматної кави або келихом вина.

Курортні послуги включені в вартість проживання.

Спа-центр у готелі Diamant Resort White – сучасний та комфортний центр в

Буковелі, де ви зможете знайти не лише розваги, але й місце спокою. У нашому спа-центрі ми пропонуємо наступні послуги:

Басейн і джакузі: насолоджуйтесь теплою водою басейну в будь-який час року, а гідромасаж у джакузі допоможе вам розслабитися і отримати максимум задоволення.

Турецька сауна: наша турецька сауна з високою вологістю і температурою 35 – 55 °C має мінімальні протипоказання і сприяє загальному самопочуттю.

Ритуали для ванни, сауни та бані: покращуйте кровообіг, прискорюйте обмін речовин і покращуйте метаболізм за допомогою ритуалів, а масаж у нашій масажній кімнаті підсилить ці ефекти.

У спа-центрі Diamant Resort Black Hotel пропонуємо такі послуги:

1. Басейн та басейн з підігрівом та гідромасажем Jacuzzi-A – це ідеальне місце для розслаблення та відпочинку в будь-яку пору року. Розміри басейну складають 15x7x1,5 метра, і його температура підігріву може досягати 30 градусів, тоді як температура дитячого басейну підігрівається до 35 градусів.

Соляна кімната – це унікальний процес, який передбачає використання спеціальної мікрокліматичної системи, що наближається до мікроклімату природних соляних печер. Цей процес спрямований на запобігання та лікування різноманітних захворювань.

Сауна – це спеціальна кімната з особливою системою опалення. У сауні повітря нагрівається до сухого та гарячого стану, з температурою від 45 до 65 градусів. Вона має мармурові сидіння та підлогу, що додає комфорту.

Ароматерапія – це ефективний спосіб полегшити втому, знайти відпочинок та отримати відчуття свіжості. Завдяки ароматам організм вдихає корисні речовини, які проникають у всі клітини тіла за допомогою ефірних олій.

Фінська сауна відрізняється від російської бані тим, що вона має більш високу температуру парильні, яка може сягати 130-160 градусів Цельсія. Також вологість у фінській сауні значно нижча – приблизно 20 – 25%, порівняно з 90% у російській бані.

Масаж – ви можете вибрати з різних видів масажних послуг та

насолодитися їх вигодами для здоров'я та розслаблення.

Конференц-зал готелю є ідеальним місцем для реалізації вашого бізнесу. Великий універсальний простір площею 450 квадратних метрів може бути організований відповідно до вашого заходу, незалежно від його характеру. Конференц-зал забезпечує комфортне розташування до 350 осіб у театральній постановці та до 250 осіб під час банкету.

Готель має необхідне обладнання для проведення семінарів, зустрічей, тренувань та конференцій, включаючи мікрофон, проектор, екран та доступ до Інтернету. Крім того, готель може допомогти з організацією та надати додаткові послуги для вашого заходу, такі як кавові перерви, складні обіди та вечери у ресторані, буфети, банкети та гала-вечірки.

Готель Diamond Resort Bukovel радо вітає маленьких гостей і пропонує їм простору та затишну ігрову кімнату. Яскравий та барвистий дизайн разом із художнім живописом створюють чарівну та життєрадісну атмосферу.

У дитячій кімнаті дотримуються всіх необхідних заходів безпеки, а також є організована зона для активних ігор зі слайдом та багато вільного простору для тихіших ігор з великою кількістю іграшок. Кімната доступна для дітей щодня з 10:00 до 22:00.

Тут діти зможуть розважитися та провести безпечний час, а також знайти нових друзів. Для забезпечення комфортного сну як для малечі, так і для їхніх батьків, надаються безкоштовні дитячі ліжка. В ресторанах готелю також є стільці для дітей під час прийому їжі.

У теплий сезон в готелі є великий відкритий басейн, який є улюбленим місцем відпочинку як для дітей, так і для дорослих. Басейн має функцію опалення, і ми прагнемо підтримувати найкомфортнішу температуру води. Також є окремий безпечний басейн для дітей, де їм дуже зручно розважатися разом з батьками. Ви можете насолодитися відпочинком на облаштованій зоні з лежачками або у літньому ресторані.

Використання всіх цих послуг готеля включено у вартість проживання.

Готель Diamond Resort Bukovel прагне зробити перебування максимально

комфортним не тільки в номері. Фойє готелю ідеально підходить для очікування, відпочинку та зустрічей. Готель створив комфортну атмосферу з ексклюзивним дизайном, функціональним розташуванням та стильними меблями, щоб ви могли насолоджуватися безтурботним відпочинком.

Літня тераса готелю пропонує прекрасну можливість провести час або насолодитися їжею на свіжому повітрі з чистою гірською атмосферою.

Гостям, які прагнуть активно проводити час на свіжому повітрі, готель Diamond Resort Bukovel надає можливість оренди якісного гірськолижного та сноубордичного спорядження. На першому поверсі є прокат, де ви зможете знайти все необхідне: зручні лижі, сноуборди, шоломи, теплий одяг для чоловіків та жінок тощо. Досвідчений персонал завжди готовий допомогти вам обрати оптимальне обладнання для вашого відпочинку.

Особливо для гостей, які привезли власне гірськолижне спорядження, готель забезпечує спеціально призначене місце для зберігання та висихання обладнання. Кімната обладнана системою нагріву і створена таким чином, щоб максимально прискорити процес висихання.

У готелі дозволено проживання з собаками малих порід до 7 кг та котами. Розміщення з домашніми улюбленцями можливе за попереднім бронюванням та відповідно до правил проживання з тваринами.

Тобто, маємо підсумувати, що готель Diamond Resort є розкішним готелем, який пропонує високоякісні послуги та розташований в привабливому туристичному місці:

1. Місцезнаходження: Diamond Resort розташований у привілейованому місці в регіоні Буковель, який є відомим гірськолижним та туристичним курортом в Україні. Це стратегічно важлива локація, яка привертає багато відвідувачів як з України, так і з-за кордону.

2. Розміщення та інфраструктура: Готель Diamond Resort має сучасну та розкішну інфраструктуру, що включає комфортабельні номери, ресторани, басейни, дитячі кімнати, літню терасу та інші зручності. Він розрахований на задоволення потреб навіть найвибагливіших гостей.

3. Клієнтська база: Готель Diamond Resort спрямований на широкий спектр клієнтів, включаючи як відпочиваючих на сімейні канікули, так і корпоративних клієнтів для організації конференцій та зустрічей. Він також привертає гірськолижників, туристів, а також людей, які шукають розкішний відпочинок у природному середовищі.

4. Рівень сервісу: Готель Diamond Resort славиться високим рівнем обслуговування та уваги до деталей. Професійний персонал забезпечує комфорт та задоволення потреб гостей, надаючи персоналізований сервіс та дотримуючись високих стандартів гостинності.

5. Ресторани та харчування: Готель Diamond Resort пропонує варіанти харчування в ресторанах з різними кухнями, що задовольняють смаки різних гостей. Вони пропонують як місцеві страви, так і міжнародні кулінарні шедеври, використовуючи свіжі та якісні інгредієнти.

6. Інвестиції та економічний аспект: Готель Diamond Resort є проектом, що вимагає значних інвестицій в будівництво, удосконалення інфраструктури та забезпечення якісного сервісу. Економічно він ставить перед собою завдання забезпечення прибутковості, привабливості для інвесторів та стабільного функціонування в конкурентному туристичному ринку.

7. Маркетинг та просування: Готель Diamond Resort активно використовує маркетингові стратегії для просування своїх послуг та привертання нових клієнтів. Це може включати рекламні кампанії, участь у туристичних виставках, співпрацю з туристичними агентствами та онлайн-платформами для бронювання.

Загалом, готель Diamond Resort є привабливим місцем для відпочинку, яке пропонує високоякісні послуги, розкішне середовище та уважний персонал. Це економічно стійкий проект, спрямований на задоволення потреб різних клієнтів і досягнення прибутковості.

2.2 Аналіз організації обслуговування в готелі Diamond Resort

Для дослідження якості послуг готелю використовуємо методики оцінки

послуг готелю за методикою SERVQUAL. Оцінка була дана споживачами готелю за кожним фактором у складі таких показників, як: відчутні характеристики; надійність; швидкість реакції; впевненість.

Оцінку послуг готелю Diamond Resort White споживачами за шкалою SERVQUAL за 7-бальною шкалою наведено в таблиці 2.1.

Експертна оцінка-це процес отримання оцінки чогось, заснованого на думках експертів з метою подальшого прийняття рішень чи вибору.

Існує дві групи експертних оцінок:

Індивідуальні оцінки базуються на використанні думок окремих експертів, незалежних один від одного.

Колективні оцінки базуються на використанні колективних думок експертів.

Спільна думка має більше точності, ніж індивідуальна думка кожного з фахівців. Цей метод використовується для отримання кількісних оцінок якісних характеристик та властивостей. Наприклад, оцінка декількох технічних проектів відповідно до ступеня їх дотримання даного критерію під час конкуренції, оцінюючи суддів виконання фігури.

Таблиця 2.1 показує, що, на думку споживачів, найвищі рейтинги спостерігаються за показниками, пов'язаними з відчутними характеристиками, надійністю та впевненістю. Найнижчий рейтинг, прикріплений споживачами, застосовується до індикатора «швидкості реакції» (19 балів).

Оцінка споживачів відповідно до заданих факторів змінюється в діапазоні від 4 до 6 балів, тобто він має значне розсіювання, що вказує на потенційні можливості готелю для покращення споживчої послуги, тим самим досягаючи покращення остаточної оцінки у всіх показниках в той самий час.

Оцінка рівня якості послуг готелю Diamond Resort White здійснювалась за допомогою диференціального методу та медументним методом для десяти основних показників, запропонованих В. Цайтамілом, Л. Беррі та А. Парасураманом.

На наступному етапі дослідження оцінимо рівень якості готельних послуг за допомогою диференціального методу за допомогою експертної оцінки.

Таблиця 2.1 – Оцінка послуг готелю Diamond Resort White споживачами за шкалою SERVQUAL

Показник якості послуг	Зміст факторів сприйняття та очікування, що становлять показник якості	Оцінка факторів споживачами (середня оцінка на один фактор), бали
Відчутні характеристики	Оснащення готелю сучасним обладнанням	6
	Гарний інтер'єр та дизайн приміщень	6
	Висока організація та бездоганний зовнішній вигляд службовців	6
	Привабливі інформаційні матеріали	6
	Загальна оцінка за показником	24 (6)
Надійність	Впевненість гостя у виконанні його вимог та прохань	5
	Щира зацікавленість службовців під час вирішення проблем гостя	5
	Бездоганне обслуговування	5
	Надання будь-якої послуги у обіцяний час	5
	Безпомилковість документації	5
	Загальна оцінка за показником	25 (5)
Швидкість реакції	Інформування гостей про точний час виконання послуг	4
	Негайне та чітке обслуговування гостей	5
	Готовність надати допомогу гостям	5
	Відсутність ігнорування запитів та прохань клієнта	5
	Загальна оцінка за показником	19 (4,75)
Впевненість	Організована поведінка службовців, яка вселяє клієнтам упевненість	5
	Безпека всіх операцій у готелі	6
	Ввічливість службовців стосовно клієнтів	6
	Компетентність службовців	6
	Загальна оцінка за показником	23 (5,75)

Для проведення оцінки була зібрана група експертів з провідних працівників готелю загальною кількістю 5 людей. Для порівняння для базової організації готель Bukville Hotel & SPA був прийнятий, оскільки, на думку експертів, саме цей готель представляє основну загрозу конкуренції для готелю Diamond Resort White

Результати експертного опитування щодо якості обслуговування гостей готелів Diamond Resort White та Bukville Hotel & SPA представлені в таблиці 2.2. Для оцінки було використано шкали порядку 7-балів. У таблиці 2.2 наведені показники якості, їх зміст та непрямі експертні оцінки якості обслуговування за міркуваннями.

Таблиця 2.2 – Результати оцінки якості послуг готелю Diamond Resort White та Bukville Hotel & SPA диференціальним методом

Показник якості	Зміст показника	Оцінка якості експертами	Результат порівняння показників	Коментар
1	2	3	4	5
		Diamond Resort White	Bukville Hotel & SPA	
Довіра	Репутація готелю, рівень довіри до нього	6	6	Однакові значення
Безпека	Відсутність небезпеки та ризику	5	5	Однакові значення
Доступність	Простота користування та доступність	5	5	Однакові значення
Комунікативні аспекти	Вміння вислухати клієнта та передати йому інформацію доступною мовою	5,8	6	Відстає від базової організації
Розуміння проблем клієнта	Вміння увійти в становище та зрозуміти його проблеми	4,8	5	Відстає від базової організації
Відчутні характеристики	Обстановка та зовнішній вигляд приміщень, обладнання, персоналу	6	5,8	Перевершує базову організацію
Надійність	Здатність надавати послуги на обіцяному рівні	6	6	Однакові значення
Швидкість реакції	Бажання допомогти клієнту та обслужити його максимально швидко	4,6	5	Відстає від базової організації

1	2	3	4	5
Компетентність	Наявність навичок та знань, необхідних для надання послуги	4,4	5	Відстає від базової організації
Ввічливість	Повага, увага та дружелюбність	5	5	Однакові значення

Порівняння показників якості послуг готелів Diamond Resort White та Bukville Hotel & SPA виявляється на користь якості послуг готелю Bukville Hotel & SPA, які вище значень показників, пов'язаних з комунікативними аспектами, розуміння проблем клієнтів, Швидкість реакції та компетентність персоналу. Отже, готель Bukville Hotel & SPA перевершує готель Diamond Resort White з точки зору ефективності роботи, тому в організації, що розглядається, необхідно підвищити ефективність персоналу.

Розглянемо оцінку рівня якості послуг готелю Diamond Resort White за середнім зваженим показником. Результати опитування експертів щодо якості гостьового обслуговування представлені в таблиці 2.3, що відображає показники якості за 7-бальною шкалою, збалансована оцінка для кожного показника в точках, загальна збалансована оцінка, яка відображає якість послуг гостей та - середньозважена якість послуг.

Згідно з таблицею 2.3, можемо зробити висновок, що загальна призупинена оцінка якості послуг становить 5,28 балів максимально можливих 7 балів. Це означає, що якість послуг, що надаються готелем, перевищує середній рівень, однак існує потенціал для підвищення якості послуг за рахунок підвищення ефективності персоналу готелю.

Як згадувалося раніше, персонал працює в готелі, здійснюється менеджером, а також прямим керівником працівника на основі організаційних документів. Працівники персоналу готелю закріплені на посадових місцях, мають посадові інструкції. Наприклад, розглянемо опис роботи покоївки. Відповідно до опису роботи, рейтинг покоївки здійснюється адміністратором готелю та кількістю номерів. Очевидно, необхідно оцінити роботу різних категорій

персоналу готелю, що дозволяє зробити методологію для оцінки конкурентоспроможності персоналу.

Таблиця 2.3 – Результати оцінки якості послуг готелю Diamond Resort White за допомогою середньозваженого показника

Показник якості	Зміст показника	Оцінка якості експертами		
		Ваги і-го показника якості	Зважена оцінка, бали	Значення і-го показника якості, бали
Довіра	Репутація готелю, рівень довіри до нього	0,1	6	0,6
Безпека	Відсутність небезпеки та ризику	0,1	5	0,5
Доступність	Простота користування та доступність	0,09	5	0,45
Комунікативні аспекти	Вміння вислухати клієнта та передати йому інформацію доступною мовою	0,1	5,8	0,58
Розуміння проблем клієнта	Вміння увійти в становище та зрозуміти його проблеми	0,1	4,8	0,48
Відчутні характеристики	Обстановка та зовнішній вигляд приміщень, обладнання, персоналу	0,1	6	0,6
Надійність	Здатність надавати послуги на обіцяному рівні	0,12	6	0,72
Швидкість реакції	Бажання допомогти клієнту та обслужити його максимально швидко	0,1	4,6	0,46
Компетентність	Наявність навичок та знань, необхідних для надання послуги	0,09	4,4	0,39
Ввічливість	Повага, увага та дружелюбність	0,1	5	0,5
Разом		1		5,28

Для оцінки конкурентоспроможності персоналу готелю Diamond Resort

White була створена контрольна група з трьох людей, яка включала трьох працівників, пов'язаних з різними категоріями персоналу: кількість номерів, бухгалтера та покоївки.

Перелік персональних якостей та їх вага за категоріями персоналу, запропонованих Р. А. Фатутдіновим, наведено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Список персональних якостей та їх ваги для різних категорій персоналу готелю Diamond Resort White

Якості персоналу (конкурентні переваги за позитивної оцінки)	Вагомість якостей персоналу за категоріями		
	Обслуговуючий персонал	Фахівець	Менеджер
1. Конкурентоспроможність організації, у якій працює персонал	0,20	0,25	0,20
2. Спадкові конкурентні переваги (здібності, фізичні дані, темперамент тощо)	0,20	0,15	0,15
3. Ділові якості (освіта, спеціальні знання, навички, уміння)	0,30	0,40	0,20
4. Інтелігентність, культура	0,05	0,05	0,10
5. Комунікабельність	0,05	0,05	0,10
6. Організованість	0,05	0,05	0,15
7. Вік, здоров'я	0,15	0,05	0,10
Разом:	1,00	1,00	1,00

Оцінка персоналу готелю про конкурентоспроможність готелю показала, що персонал готелю є конкурентоспроможним, а його робота, як правило, ефективна, але є резерви для покращення якості обслуговування через розвиток певних якостей та об'єктів персоналу, що використовують різні тренінги, психологічні методи тощо.

Розглянемо економічну ефективність готелю Diamond Resort White як кількісні показники якості обслуговування. Основні економічні показники роботи готелю Diamond Resort White, таких як продуктивність праці, дохід та прибуток готелю, представлені в таблиці 2.5. Для порівняння показників у динаміці було взято період 2021 та 2022 років.

Таблиця 2.5 – Аналіз економічних показників роботи готелю Diamond Resort White у 2021–2022 роках.

Показник	2021	2022	Відхилення, %
Чисельність персоналу, чол.	60	62	+3,3
Виторг від надання готельних послуг, тис. грн	2472	2242	– 9,3
Продуктивність праці, тыс.руб./чел. (виручка/чисельність)	41,2	37,4	– 9,2
Прибуток, тис. грн.	1345	1236	– 8,1

Згідно з таблицею 2.5, можна відзначити зменшення доходів, прибутку та показників ефективності, що відбувається разом із зростанням загальної кількості персоналу. Отже, кількість персоналу готелю збільшується на 3,3%, тоді як продуктивність праці знижується на 9,2%, тому ми можемо говорити про зниження ефективності персоналу готелю в розглянутий період.

Вивчаючи, соціальні та економічні показники якості послуги гостей, ми дійшли висновку, що в готелі є резерви покращення якості послуг.

Таким чином, з достатньою привабливістю готелю Diamond Resort White, була виявлена проблема недостатньо ефективної послуги гостей.

По -перше, готель вимагає навчання та семінарів для певних категорій персоналу.

По -друге, з компетентною побудовою навчання в організації в цілому,

уваги недостатньо для навчання підготовки працівників, що наносяться, та їх адаптації.

По-третє, є резерви для покращення якості послуг гостей завдяки використанню сучасних мотиваційних стимулів для персоналу.

Для об'єктивного визначення сильних та слабких сторін готелю Diamond Resort White доцільно зробити SWOT -аналіз цього підприємства. SWOT - це аббревіатура з чотирьох англійських слів «сильні» («сильні сторони»), «слабкий» («слабкість»), «опікунт» («можливості»), «загрози» («загрози»). Цей метод аналізу необхідний для виявлення сильних та слабких сторін готелю, його можливостей та комерційних загроз. [6, с. 16]. Згодом ми врахуємо ці показники при виборі заходів для розвитку. Слабкі сторони готелю в основному зводиться до застарілого обладнання, необхідність виконання ремонтних робіт та створення нових функціональних приміщень. В той час як сильні сторони розробляються інфраструктурою, вигідним місцем. Жорстока конкуренція, а також зміна споживчих смаків може слугувати загрозами. Ми використовуємо можливості супутникового готелю для розробки заходів для покращення якості обслуговування. SWOT – Аналіз якості обслуговування в готелі Diamond Resort White представлений у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6 – SWOT-аналіз якості обслуговування в Diamond Resort White

СИЛЬНІ СТОРОНИ (S):	СЛАБКІ СТОРОНИ (W):
добрий імідж готелю, тривале перебування на ринку послуг; можливість безкоштовного бронювання, акційні пропозиції для гостей, добре розвинена інфраструктура; наявність сейфів у новому корпусі готелю.	застаріле обладнання; нестабільність у колективі;
МОЖЛИВОСТІ (O): створення міні-маркету біля будівлі готелю; використання соціальних мереж для просування готелю.	ЗАГРОЗИ (T): жорстокість конкуренції; інфляційні процеси; зниження кількості проживаючих у готелі; зміна смаків та потреб клієнтів.

Виходячи з таблиці 2.6, ми можемо визначити слабкі місця та загрози, які можуть вплинути на прибуток на підприємстві. Готель Diamond Resort White повинен подумати над маркетинговою політикою, оскільки це збільшить прибуток підприємства. Власник підприємства повинен подумати про впровадження можливостей, вони допоможуть запобігти загрозам. Наприклад, розширення асортименту перевищить конкурентів у розмірі наданих послуг, а це означає, що це запобіжить жорстокій конкуренції.

Для порівняльного аналізу цінових політик готелю було обрано два конкуренти готелю Diamond Resort White, Bukville Hotel & SPA, Вілла Вікторія. Для аналізу використовуються готельні сайти та дані системи бронювання booking.com. Для початку в табл. 2.7 відображено вартість номерів різних категорій обраних готелів.

Таблиця 2.7 – Дослідження вартості номерів різних категорій м. Буковель

Категорії номерів	Готелі		
	Вілла Вікторія	Diamond Resort White	Bukville Hotel & SPA
стандарт	Стандартний двомісний 2800 грн	Стандартний двомісний 2185 грн	Стандарт 1257 грн Стандартний номер із балконом і видом на гори- 2007 грн
напівлюкс	Напівлюкс 4200 грн	-	Напівлюкс з балконом і видом на гори 2057 грн
люкс	Люкс 4620 грн	Люкс 3785грн Сімейний люкс 3285 грн	-

З метою подальшого дослідження цінової політики готельних підприємств м. Буковель було в якості прикладу обрано прорахунок вартості розміщення для сім'ї, що складається з 4 осіб (2 дорослих, 1 дитина 14 років, 1 дитина 2 роки). Та орієнтовними датами проживання: з 29 по 5 травня 2023 року та з 7 по 14 серпня

2023 року. В табл. 2.8 відображено порівняльний аналіз цінової стратегії готельних підприємств м. Буковель за критеріями категорії готелю, номеру, харчування, основних та додаткових послуг, місцезнаходження.

Таблиця 2.8 – Цінова стратегія готельних підприємств м. Буковель

Параметри порівняння	Готелі		
	Вілла Вікторія	Diamond Resort White	Bukville Hotel & SPA
22 по 28 травня	17 600 грн	15 400 грн	17 800 грн
7 по 14 серпня.	21 952 грн	21 600 грн	18 600 грн
Категорія готелю	-	4*	3*
Категорія номеру	Чотиримісний номер	Стандартний чотиримісний номер	Люкс із 2 спальнями і видом на гори.
Харчування (входить, яка вартість)	Сніданок включено	Сніданок включено	Сніданок 155 грн
Послуги, що входять у вартість	Безкоштовна парковка Відкритий басейн Сауна дитячий ігровий майданчик ресторан Безкоштовний Wi-Fi	спільний лаунж Безкоштовна парковка обслуговування номерів камеру зберігання багажу безкоштовний Wi-Fi.	Паркування прання одягу затишний ресторан доступ до швидкісного інтернету.
Додаткові послуги	Трансфер з/до аеропорту Катання на лижах Верхова їзда Оренда велосипедів	прокат лижного спорядження	Трансфер з/до аеропорту
Відстань до центру	900 м	2,1 км	1 км
Відстань до вокзалу	62 км	Відстань до залізничного вокзалу Яремче - 34,4 км., до автовокзалу 1,6 км.	Відстань до міжнародного аеропорту Івано-Франківськ складає 94 км.
Відстань до тур DESTINACIJA	100 м	готель Diamond White розташований на курорті Буковель, за 40 км від гори Говерла.	розташований на курорті Буковель 300м до підйомника

Таким чином, можна зазначити, що ціна на номери в готелях значно коливається залежно від проміжку часу заселення. Найвищі ціни спостерігаються в період пік сезону. Найвищі ціни спостерігаються в період пік сезону, в літні місяці. У той же час, в низковідвідуваний період, такий як травень або вересень, ціни можуть бути значно нижчими.

Склад послуг, що надаються в різних готелях, також може відрізнятися. Наприклад, деякі готелі можуть пропонувати додаткові послуги, такі як оренда велосипедів або верхова їзда, тоді як інші можуть зосередитися на спа-послугах та ресторанах. Також, в різних готелях може бути різний рівень комфорту та зручностей, таких як доступ до швидкісного інтернету або пральні послуги.

Отже, перед бронюванням готелю варто ретельно ознайомитися зі складом послуг та їх вартістю, а також з умовами бронювання та можливими знижками, щоб знайти найвигіднішу пропозицію.

Вибір готелю залежить від індивідуальних потреб сім'ї, але якщо врахувати всі параметри, Diamond Resort White у Буковелі є найкращим варіантом. Цей готель знаходиться поруч із підйомником, має чудовий вид на гори, а також широкий спектр послуг, що входять до вартості номера. Крім того, у готелі є ресторан зі зручним меню, що підійде і для дорослих, і для дітей. За ціною він менш дорогий, ніж готелі з аналогічними параметрами у тій же локації.

Аналіз організації обслуговування в готелі Diamond Resort встановив, що готель забезпечує високий рівень сервісу та задоволення потреб гостей. Ось кілька ключових аспектів, які можна врахувати при аналізі:

1. Професійний персонал: готель Diamond Resort має висококваліфікований персонал, який надає відмінне обслуговування гостям. Це включає в себе приємний та дружній персонал, який забезпечує вітання гостей при заселенні, надає інформацію та відповідає на запитання, а також готовий допомогти вирішити будь-які проблеми або запити.

2. Персонал для прибирання: організація прибирання номерів та загальних зон в готелі має велике значення для забезпечення чистоти та комфорту для гостей. Важливо, щоб персонал для прибирання був досвідченим, уважним до

деталей та виконував свої обов'язки ефективно.

2. Ресторани та харчування: готель Diamond Resort має декілька ресторанів, де гості можуть насолоджуватися стравами різних кухонь. Важливо, щоб обслуговування в ресторанах було професійним та уважним, а страви були якісними та смачними. Також слід врахувати швидкість обслуговування та реагування на запити гостей.

3. Комунікація та зв'язок: готель повинен мати ефективну систему комунікації між різними відділами та персоналом. Це допоможе уникнути будь-яких недорозумінь або затримок у виконанні запитів гостей. Крім того, готель може забезпечити можливість зв'язку гостей з персоналом через телефон, електронну пошту або спеціальні додатки.

4. Додаткові послуги: готель Diamond Resort пропонує різноманітні додаткові послуги, такі як спа-процедури, фітнес-центр, басейн, конференц-зали тощо. Важливо, щоб ці послуги були доступними та надавались з урахуванням потреб гостей.

Узагальнюючи, готель Diamond Resort може має добре організоване обслуговування, що забезпечує високу якість послуг та комфорт для гостей. Професіоналізм персоналу, уважність до деталей, швидкість реагування на запити гостей та доступність додаткових послуг можуть бути ключовими факторами успіху готелю. Проте необхідно звернути увагу на підвищення якості надання послуг та обслуговування вір-гостей.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ DIAMOND RESORT

3.1. Особливості роботи з VIP-клієнтами готелю Diamond Resort

Під готельними послугами ми розуміємо різноманітність і складність під час здійснення господарських операцій (процесів) при формуванні та задоволенні вимог і потреб споживачів (клієнтів). Якість готельних послуг включає в себе всі ті процедури, в результаті яких гості залишаються задоволеними. Сюди входять такі ключові аспекти:

- культура обслуговування – компанія повинна жити і випромінювати явну культуру обслуговування назовні і всередину, а менеджмент управління, зокрема, повинен подавати приклад щодо реалізації культури обслуговування.

- ввічливість – всі працівники повинні бути ввічливими, особливо ті, хто безпосередньо контактує з гостями; доброзичливості значно сприятиме, якщо персонал буде поставлений в роль гостя.

- стандартизація – процеси та їх виконання повинні відбуватися відповідно до очікувань гостей.

- компетентність – обслуговуючий персонал повинен бути компетентним; це стосується як його професійних знань, так і ставлення до гостей.

- скарги – вони є відправною точкою для вдосконалення і тому повинні сприйматися добросовісно.

«Вищий» і «середній» менеджмент готелю визначає бачення, місію, цілі, стратегії і культуру поведінки в кожному готелі. Будь-яке серйозне «вище» керівництво готелю, враховуючи невинну конкуренцію і нові потреби і бажання споживачів, повинно визначити «спеціальну політику» щодо підвищення якості готельних послуг за допомогою «конструктивних програм якості», які повинні стати важливим фактором у готельному бізнесі. Будь-яка програма підвищення якості готельних послуг повинна містити:

1. Управління робочими процесами в готелі. Готельні послуги складаються

з ряду процесів (процедур), якими необхідно управляти і які необхідно постійно підтримувати в належному стані і вдосконалюватися з метою усунення дефектів і несправностей для досягнення більшої задоволеності споживачів. «Наприклад, розробляючи процес обслуговування, Ritz-Carlton допомагає співробітникам краще зрозуміти, як надавати готельні послуги найвищої якості...»

2. Задоволеність працівників готелю. У готелі фокус якості переноситься на постачальників послуг, а якість послуг залежить від знань, навичок, досвіду, зовнішнього вигляду, поведінки та інших характеристик працівників. Освічені, професійно підготовлені, високомотивовані і лояльні співробітники створюють і підтримують якість, яка впливає на задоволеність наших гостей. Для того, щоб досягти високої якості послуг, необхідно мати задоволених працівників, адже тільки вони можуть налагодити добрі стосунки з гостями та забезпечити вищий рівень обслуговування. Задоволеність роботою впливає зі сприйняття працівниками своєї роботи і того, що вони отримують у зв'язку з виконуваною роботою та робочим середовищем. Задоволеність роботою - це ставлення працівників до роботи, винагороди за роботу, соціальних, організаційних та фізичних характеристик середовища, в якому вони виконують свою роботу.

3. Професійна підготовка готельного персоналу. Потреба у постійному вдосконаленні та додатковій спеціалізованій освіті працівників заохочується зміною мотивів і звичок гостей, змінами, що настають у зв'язку з технологічним розвитком і змінами в навколишньому середовищі (конкуренція).

4. Розвиток командної роботи в готелі. Команда - це невелика група людей, які мають спільні цілі і діють разом для їх досягнення». (Розвиток командного духу та командної роботи може мати позитивний вплив на підвищення якості готельних послуг та створення позитивної «атмосфери» в готельному бізнесі.

Завдяки розробці, впровадженню та контролю «спеціальної програми» підвищення якості готельних послуг, «топ-менеджмент» готелю може позитивно вплинути на підвищення задоволеності клієнтів і людських ресурсів, підвищення конкурентоспроможності та ринкової сили готелю, раціоналізацію операційних витрат, а також підвищити репутацію та цінність готелю на туристичному ринку.

Світовий досвід у сфері інновацій у готельному бізнесі зайшов далеко вперед. У цьому секторі індустрії гостинності слід виокремити напрями, які порівняно нещодавно з'явилися у світовій практиці: готельні ланцюги, міні-готелі, готелі капсульного типу, готелі типу low-cost (easyHotel, Yotel), плавучі готелі «ботелі» – від boat (човен, корабель) та hotel (готель), мікробутіки, конгресс-готелі [1].

У зарубіжних країнах приділяють величезну увагу зовнішньому оформленню готелю, тоді як в Україні бояться експериментувати з архітектурними рішеннями будівлі. Наведемо кілька прикладів таких інновацій:

1. Capsule Inn, Японія. Капсульний готель у Токіо пропонує гарні капсули замість кімнат, які обладнані всіма необхідними зручностями: телевізором, радіо, світлом і будильником.

2. Проєкт Airship Traveling - літаючий п'ятизірковий готель, який має форму дирижабля. Готель перебуває в повітрі завдяки використанню гелію. Серія сонячних панелей, встановлених на даху судна, дає змогу використовувати сонячну енергію для живлення готелю.

3. готель «Parador de Canadas del Teide» побудований у кратері згаслого вулкана Тейде (Тенерифе) [1]. Що стосується інноваційного оснащення номерів, то світовий досвід також набагато багатший і унікальніший:

1. використання нового виду послуги для мандрівників, яка полягає в тому, що пройти реєстрацію на рейс і отримати посадкові талони можна, не виходячи з лобі готелю. Використовується в готелях Хілтон, Хайят і Марріотт.

- 2 Використання оздоровчих центрів, spa-послуг прямо в готелі (Aldemar Hotels&Spa, Tombolo Talasso Resort, Hyatt International та ін.).

3. Для номерів Peninsula Hotels розроблено індикатори вуличної температури і вологості та три рівні освітлення.

4. Радіочастотна ідентифікація (Radio-frequency identification - RFID) використовується в Plaza Hotel. Двері відчиняються після зчитування з чипа картки інформації про номер кімнати та тривалість перебування.

5. Французька готельна компанія Assor нещодавно почала випробування

нової замкової системи. Нові замки дають змогу гостям із просунутими моделями мобільників або комунікаторами «навчити» свої пристрої відчиняти двері.

6. Nine Zero Hotel у Бостоні, мережа Kimpton, встановив у пентхаусі замки з технологією сканування райдужної оболонки ока.

7. The SoHo Loft Hotel на сім номерів у Нью-Йорку встановив замки, що використовують як ключ відбиток пальця, у п'яти своїх номерах [1].

8. «Розумні номери» в готелях. Номер «знає», коли тепло, а коли потрібно збільшити температуру в приміщенні. Він вітає гостя повідомленням на його телебаченні, може завантажувати його номери, що часто набираються, на телефоні [5].

9. У готелі Crowne Plaza London The City в Лондоні проходить випробування «антихрапового» номера, розробленого компанією InterContinental Hotels Group [6].

10. Глобальна мережа готелів Ibis впровадила роботів у спальні. Цей робот створює картини з фрагментів рухів сплячої людини. Такі роботи вже були виставлені в Лондоні, Парижі та Берліні [5].

Крім зручності та привабливості для клієнтів, у готелях поширюються унікальні технічні та логічні оснащення для зручності та швидкості роботи персоналу:

1. Система автоматизації праці працівників відділу продажів.
2. Система роботи з клієнтами, яка дає змогу проводити повний аналіз розміщення гостей у готелі та видає повну аналітику щодо кожного з них.
3. Система управління програмами лояльності для клієнтів, що дає змогу готелю розробляти особливі види заохочення для постійних клієнтів.
4. Система управління заходами готелю. За допомогою цієї технології можна планувати завантаження різних приміщень готелю - його конференц-залів, ресторанів, банкетних залів [7].

Готельна індустрія розвивається швидкими темпами. У світі налічується понад 700 000 готелів. Маючи цю інформацію на руках, ви повинні запитати себе: Що робить готель особливим?

За оцінками, у 2025 році обсяг онлайн-бронювань готелів у всьому світі перевищить 224 млн дол.

Види послуг у готельному бізнесі, які можуть залучити більше клієнтів.

1. Персоналізовані привітання.

Всі люблять персоналізацію, чи то при покупках в Інтернеті, чи то при заселенні в готель. Це дуже проста, але дивовижна звичка. Однак, не багато готелів роблять це. Це буде чудовим жестом, і ваш гість відчує, що його цінують.

2. Робочий простір.

Багато людей працюють як фрілансери, і багато хто працює віртуально. Робота з дому та її переваги зараз в тренді, і деяким людям може знадобитися перевірити електронну пошту, провести презентацію або здійснити дзвінок у будь-який час.

3. Послуги трансферу.

Послуги трансферу не дуже поширені серед видів послуг у готельному бізнесі. Однак це досить проста у наданні послуга, яка не займе у вас багато часу або місця, щоб організувати її надання.

Зазвичай послуга «зустріч і трансфер» полягає в тому, що водії відвозять гостей туди, куди їм потрібно.

4. Послуги з організації заходів

Багато компаній шукають готелі для проведення своїх заходів та офіційних зустрічей.

5. Запропонуйте зону для бігу

Може бути важко знайти місце навколо вашого готелю, де гості могли б гуляти вранці, займатися бігом або навіть їздити на велосипеді. Однак доріжка навколо вашого готелю – чудова ідея, і її можна зробити без зайвого простору. Все, вам потрібно – це знайти маршрут шириною від 10 до 15 футів навколо вашого готелю. Вона може бути в межах території готелю. Це не тільки надасть гостям можливість прогулятися або побігати, але й дасть їм змогу здійснити чудову екскурсію готелем.

6. Безкоштовні варіанти подорожей

Оренда транспортного засобу для подорожей може стати справжнім викликом. Мало того, що люди не хочуть мати справу з паперовою тяганиною під час подорожей, так ще й вартість оренди може зашкалювати і бути для них непідйомною.

Однак деякі гості та клієнти люблять самостійно пересуватися містом і часто хочуть мати автомобіль або велосипед для пересування.

7. Особистий тренажерний зал

У готелях зазвичай є тренажерні зали та зони для занять фітнесом. Однак не всі люблять ділитися простором, особливо зараз, у майже постковідному світі.

8. Мило та туалетні приналежності на замовлення

Небагато готелів роблять це, і це, безсумнівно, може викликати посмішку на обличчі вашого гостя.

9. Вечеря на свіжому повітрі

Це обов'язкова річ у сучасному світі. Згідно з результатами дослідження Assignment Assistance UK, більше 50% людей шукають кращі умови для обіду.

Простір під відкритим небом піклується про це, а також показує гостям, що ви дотримуетесь протоколу гігієни, надаючи безпечний простір.

Хоча для обіду необхідно мати відповідне приміщення, зона під відкритим небом стане додатковим об'єктом, який полюбитися більшості ваших гостей.

10. Безкоштовні книги та фільми з закусками

Непогана ідея – мати місце для читання та просувати кіносеанси. Люди люблять відпочивати з гарною книгою або під час перегляду фільмів.

11. Персоналізовані налаштування установок

Більшість людей віддають перевагу персоналізованому озелененню своїх номерів та житлових приміщень.

Робота з гостями VIP готелю – одна з найважливіших та вигідних областей діяльності служби маркетингу готелів.

До категорії VIP-гостей належать відомі люди (вчені, художники, актори, композитори тощо), а також постійні клієнти готелів, довговічні гості, члени

уряду чи гості, які важливі для готелю. Ті підприємства в готельному господарстві, які приділяють належну увагу роботі з VIP -клієнтами, отримують досить високий прибуток.

Для організації сучасної служби VIP на найвищому рівні слід звернути увагу на прибирання номерів, фінансовий розрахунок з гостем, рецепти та технології для приготування різних страв у ресторанах, стандарти подачі страв, манера поводження з гостями, телефонні стандарти етикету, методи просування послуг для ринку. Крім того, необхідно стежити за появою нових технологій у готельному господарстві, щоб завжди бути на крок попереду конкурентів.

Кожна сучасна компанія готельної індустрії або мережа готельних підприємств має власні підходи та тактику в реалізації цієї роботи, власної концепції та рекламної політики.

Доцільно подарувати букет квітів VIP -клієнту на зустрічі. Крім того, гостя супроводжується автомобілем, перевіряючи присутність усього багажу. Якщо точний час прибуття VIP-гостя у готелі невідомий, служба прийому та проживання повідомляє всі відділи, що це повинно турбуватися, як тільки гостя приїжджає в готель.

До прибуття гостей номер необхідно відповідно приготувати. Як правило, це номер люкс або президентський люкс для розміщення VIP-гостей. У готелі Diamond Resort це кількість великої площі, з декількома різними номерами, декількома ванними кімнатами. В номері для гостя можуть бути:

- сувеніри з символами готелю;
- фірмові подарункові набори одягу та аксесуарів з логотипом готелю;
- папки та канцелярські товари з готельним логотипом тощо.

Якщо гість зупинявся в готелі на місяць і більше, то під час його перебування один раз на два тижні в його кімнаті подаються різні подарунки, щоразу збільшуючи престиж та значення подарунка. Описи всіх подарунків є у друкованих ЗМІ у працівників служби обслуговування номерів та менеджера. Окрім основного прибирання, «Спеціальне спостереження» встановлюється за VIP -номерами протягом дня. Як тільки гість покидає номер, покоївка намагається

потрапити в нього, щоб зробити експрес-прибирання. Доцільно зробити наступну роботу дуже швидко до того, як гостя повернеться:

1. Змінити рушники (якщо потрібно)
2. Вентиляція кімнати
3. Винести мусор
4. Витерти сантехнічне обладнання
5. Обробити кімнату з освіжувачем повітря.

У вітальному листі неправильне написання імені гостя суворо неприйнятне. Тому готель Diamand Resort піклується навіть у тому, який колір написано повідомлення.

Кожна служба готелю містить у числі елементи, необхідні для отримання VIP -клієнтів відповідно до опорних фотографій, які знаходяться в послугах, а також текстові матеріали та посібники.

Всі номери для гостей VIP повинні перевіряти керівництво до приїзду гостей.

Протягом проживання гостей VIP, керівництво буде регулярно перевіряти, щоб підтримувати високі стандарти обслуговування.

Особлива увага в комплексі готелю заслуговують на VIP -гостей жінок. У готелі Diamond Resort, необхідно обладнувати спеціальні номери, які оснащені додатковим дзеркалом над столом, дзеркалом для макіяжу у ванній кімнаті, а також у таких кімнатах, повинен бути ширший асортимент косметичних та парфумів, модні глянцеві журнали.

Для VIP-клієнта можливе приготування страв в ресторані для індивідуального замовлення з поданням безпосередньо до кімнати, обладнання номеру різними технічними засобами і навіть враховувати побажання клієнта в дизайні в тому числі. Природно, все це не робиться безкоштовно, а враховується при формуванні ціни на проживання.

У той же час готель не обмежується в ціновому діапазоні при виборі обладнання та предметів внутрішніх справ: всі витрати будуть враховані при формуванні вартості послуг готелів.

В умовах зростаючої глобальної конкуренції, вимог і потреб споживачів, якість і управління якістю стали основоположними стратегічними факторами досягнення прибутковості та конкурентоспроможності на невблаганному туристичному ринку. Будь-який серйозний «топ» менеджмент готелю, з визначеною місією, баченням і цілями, повинен визначити «спеціальну політику» поліпшення якості готельних послуг через «структурні програми поліпшення якості», які стали важливим фактором у готельному бізнесі. Завдяки розробці, впровадженню та контролю «спеціальної програми» підвищення якості готельних послуг керівництво готелю може позитивно вплинути на підвищення задоволеності клієнтів і людських ресурсів, підвищення конкурентоспроможності та ринкової сили готелю, раціоналізацію операційних витрат і підвищення репутації та цінності готелю на вимогливому туристичному ринку.

Крім того, поряд з професіоналізмом, менеджер повинен мати такі риси особистості, як шарм, дипломатія, тактовність, вигадка, терпіння, витривалість, незалежність. Такі природні якості менеджера є важливими, оскільки здатність швидко та легко встановити психологічний контакт, мати можливість швидко приймати рішення та насолоджуватися власною готовністю нести відповідальність за них.

Працюючи з VIP -клієнтами, особливе значення надається виконанню обіцянок, здатність чітко розрізняти, хто платить за те, що створює ступінь комфорту, до якого звикли клієнт. Чим ширший набір особистих характеристик менеджера, який працює з VIP -клієнтом, тим успішнішими у продажу послуг та подальшому обслуговуванні.

3.2. Рекомендації з підвищення якості послуг в готелі Diamand Resort

Концепція загального управління якістю (Total Quality Management) передбачає реалізацію скоординованої, комплексної системи управління якістю за умови раціонального використання технічного потенціалу та активної участі працівників, службовців і керівників усіх підрозділів і ланок організації.

Загальне управління якістю реалізується за допомогою застосування певного набору прийомів і засобів, які можна класифікувати за чотирма сферами: управління якістю, процесом, персоналом і ресурсами (табл.1).

Таблиця 3.1 - Механізми, що використовуються для всеосяжного управління якістю

ЯКІСТЬ	ПРОЦЕС	ПЕРСОНАЛ	РЕСУРСИ
Управління якістю	Управління процесом	Управління персоналом	Управління ресурсами
Визначення поняття якості	Стійкість (стабільність) процесу	Команда керуючих	Програма витрат на якість
Політика якості	Статистичні методи контролю	Загальне навчання якості	Показники контролю виконання
Загальне навчання якості	Можливість процесів	Організація робочих груп	Вартісні показники
Відносини	Вирішення технологічних проблем	Методи та засоби мотивації	Консервація ресурсів
Системи якості	Удосконалення (покращення) процесу	Сполучні ланки	Поліпшення довкілля
Гуртки якості	Аналіз характеру та наслідків відмов на стадії проекту	Теорії інтенсифікації	Робота з принципом: «Точно вчасно»
Методи Тагучі	Те саме на стадії виробництва	Підвищення кваліфікації	

На основі загальних підходів і критеріїв (TQM) кожна держава, національна економіка розробляють свій власний підхід до досягнення високого рівня продукції. Специфіка і можливості конкретного підприємства, організації вносять своє коригування в його реалізацію. Однак упровадження універсальних підходів, уже апробованих світовим співтовариством методів і засобів, і надалі залишатиметься запорукою успішного розв'язання завдань із підвищення якості продукції. У розвиток теорії управління якістю зробили свій внесок такі фахівці в галузі управління якістю, як Е. Демінг, Дж. Демінг, Дж. Джуран, Р. Косбі, І. Ішикава, Т. Тагуті.

Нижче подано деякі пропозиції кожного з них, наприклад, 14 принципів

Демінга:

1. Наявність постійної мети.
2. Сприйміть нову філософію управління якістю.
3. Усуньте необхідність масового технічного контролю.
4. Не укладайте ділових контрактів тільки на основі вартості.
5. Постійно займайтеся вдосконаленням технологічного процесу.
6. Займайтеся навчанням персоналу безпосередньо на робочих місцях.
7. Упровадьте стиль управління, заснований на лідерстві.
8. Викориніть страх.
9. Зруйнують бар'єри між підрозділами.
10. Уникайте перебільшень і вживання гасел.
- 11 Уникайте встановлення необґрунтованих норм виробітку.
12. Усуньте обмежувачі, які заважають людям відчувати почуття

гордості за свою працю.

13. Упровадьте програму масового навчання і самовдосконалення.
14. Включіть кожного в роботу зі зміни організації.

Дж. Джуран найбільше відомий завдяки своїм концепціям прорив, внутрішній постачальник і триада якості. Йому належить заслуга в застосуванні аналізу Парето до розв'язання проблем якості, а також у розробленні методології оцінювання витрат на якість як способу виокремлення пріоритетів і моніторингу заходів щодо поліпшення діяльності підприємства. Дж. Джуран, крім того, запропонував створювати ради з якості на підприємствах для підтримки та впровадження заходів для поліпшення якості процесу послуги/товару.

Триада якості - планування, організація та контроль заходів щодо підвищення якості.

Розглянемо чотири постулати Р. Кросбі:

1. Якість визначається як відповідність вимогам. Звідси зрозуміло, що керівники повинні встановлювати вимоги до якості та критерії їх виконання, інакше виконавцям доведеться вирішувати, що потрібно робити.

2. Система досягнення якості - попередження. Появу проблем треба попереджувати завдяки розумінню процесів та їх удосконаленню до того моменту, коли продукція чи послуги дійдуть до споживача.

3. норма виконання роботи - нуль дефектів. Це означає, що бездефектна робота - мета. Цей постулат підкріплює ідею виконання вимог правильно і з першого разу. Витрати на превентивні заходи щодо досягнення мети - нуль дефектів, схоже, окупаються за рахунок зниження втрат від браку.

4. Критерій вимірювання якості - ціна невідповідності встановленим вимогам. Вартість витрат на вимірювання якості стає головним мотиватором для керівників. Підвищення ефективності, зниження обсягу переробок і позитивна оцінка споживачів з лишком окупають зусилля з поліпшення якості.

И. Ішикава пропагував такі сім методів контролю якості:

- 1) діаграми Парето - виділення пріоритетів дій;
- 2) діаграма причин і результатів - виявлення причин виникнення проблем (причинно-наслідкова діаграма І. Ішикава);
- 3) стратифікація - поділ причин за групами;
- 4) контрольні листки - збір даних;
- 5) гістограми - представлення варіацій;
- 6) діаграми розкиду - дослідження взаємозв'язку двох чинників;
- 7) контрольні карти - регулювання варіацій процесу, визначення верхньої та нижньої межі зони допуску величин.

Ішикава наголошував на тому, що цими методами мають користуватися члени гуртків якості, та ініціював рух із їх створення в Японії. Гурток якості - невелика група працівників одного й того самого підрозділу, зокрема підприємства готельно-ресторанного комплексу. Вони регулярно збираються на добровільних засадах для обговорення та аналізу проблем, що виникають у їхньому підрозділі. Усі члени гуртка використовують сім методів для аналізу результативності своєї роботи. Після консультацій із керівництвом зміни вносять у роботу підрозділу.

На думку Ішикави, робота гуртків має стати частиною системи якості, що

охоплює всю діяльність підприємства готельно-ресторанного комплексу. Перш ніж починати створювати гуртки, говорив він, керівництво повинно зрозуміти, що таке якість і як функціонують гуртки якості, і члени гуртків повинні мати широкий погляд на перспективу розвитку якості процесу товару/послуги в рамках усього підприємства готельно-ресторанного комплексу. Щоб створити культуру, що сприяє розв'язанню проблем, керівництво повинно здійснювати ефективну координацію та оцінку всіх зусиль у сфері якості.

И. Ішикава вважав, що загальна якість означає участь кожного працівника як члена команди в роботі з підвищення якості продукції, і наголошував на важливості людського чинника у справі підвищення якості, оскільки вірив, що основа досягнення високої якості – повага до людини.

И. Ішикава так визначав стиль управління американським і японським бізнесом: «Для Вас (прихильників традиційного стилю управління якістю процесів) управляти - означає вкладати ідеї керівництва в голови співробітників і вимагати безумовного виконання цих рішень. Для нас (прихильників теорії Загального управління якістю) управляти – означає збирання по крупицях інтелекту кожного співробітника, щоб надалі втілити його в управлінські рішення». І. Ішикава вперше ввів поняття управління «згори донизу» і «знизу догори» та широко відомий постулат:

«Спочатку якість, потім прибуток».

Т. Тагуті вважав, що основні проблеми якості, які має розв'язувати менеджер, - це проблема стабілізації показників і рівня якості. Нестабільність якості готельних послуг можна пояснити такими причинами:

- суб'єктивністю надання послуги;
- нерівномірністю за часом надання послуг;
- оцінкою персоналу за його активністю, а не за результативністю;
- реакцією на симптоми, а не на причини;

Т. Тагуті порівнював стабільність якості товару чи послуг із результатами стрільби по мішені. Краще, вважав він, потрапляти купчасто в якусь частину мішені, ніж набирати ті самі очки, потрапляючи в різні місця мішені.

Аналізуючи перелічені вище постулати і принципи підвищення ефективності та якості товарів чи послуг, процесів, запропонованих основоположниками TQM, можна виокремити п'ять основних висновків, яких мають дотримуватися готельні підприємства, щоб досягти успіху у своєму бізнесі:

На сучасному етапі розроблено безліч методів оцінки якості послуг, серед яких: анкетування; центри якості; SERQUAL, метод Дельфи, метод таємного покупця.

Таємний покупець – ефективний вид маркетингового дослідження, що застосовується для оцінки процесу обслуговування клієнтів з використанням спеціально навчених людей (Таємних покупців). Таємний покупець здійснює перевірку, виступаючи в ролі реального покупця, детально фіксує процес відвідування.

Цей метод використовується не тільки для перевірки товарів та послуг особисто, а й за допомогою телефонних дзвінків або інтернету. Метод «Таємний покупець» дає змогу оцінити якість обслуговування клієнтів; ступінь виконання стандартів, норм і правил; дотримання інструкцій і правил з надання послуг; оцінки зовнішнього вигляду; поведінки персоналу, у разі виникнення конфліктних ситуацій; установлення часу очікування відповіді на телефонний дзвінок та/або часу очікування відповіді на запитання; оцінки ввічливості; оцінки чистоти приміщення та обладнання; з'ясування графіка роботи; з метою конкурентної розвідки.

Для реалізації цього методу необхідно провести кілька етапів. Розробка плану проведення дослідження:

- визначення соціальних характеристик цільового споживача і підбір «Таємних покупців» (стать, вік, сімейний стан, рівень доходів тощо);
- розробка анкети; розробка інструкції, яка включає в себе: проведення польового дослідження: аналіз даних, підготовка звіту за результатами відвідування.

Анкетування. Один із методів письмового опитування, який слугує отриманню інформації про типовість тих чи інших явищ.

Метод анкетування підрозділяється на кілька видів за різними критеріями: за кількістю респондентів (індивідуальне анкетування; групове анкетування; аудиторне анкетування; масове анкетування (на практиці робота трудовістка, а результати менш коректні).

Центри якості (гуртки якості). Керівництво всіма гуртками якості здійснює керуючий комітет на чолі з менеджером з якості.

SERQUAL. Необхідність створення більш формалізованих методів оцінювання якості сервісу, порівняно з методами критичних випадків, зумовила появу методу SERVQUAL, що отримав назву від скорочення двох англійських слів: SERV від service («сервіс») і QUAL від quality («якість»). Його розробили В. А. Зейтгамл, А. Парасураман і Л. Л. Беррі у 80-ті роки XX століття шляхом емпіричних досліджень, проведених авторами шляхом аналізу опитувань фокус-груп на основі розробленої ними моделі розбіжностей (GAP-модель).

Під розбіжностями автори мають на увазі відмінності у сприйнятті основних складових процесу надання сервісу різними його учасниками в різні часові проміжки. Ці розбіжності такі:

1) Розрив у знаннях. Різниця між тим, як очікування споживачів визначив постачальник послуг, і фактичними потребами та очікуваннями клієнтів фірми.

2) Розрив у стандартах. Різниця між тим, як сприймаються очікування споживачів управлінським персоналом компанії, і стандартами якості, встановленими у фірмі.

3) Розрив у наданні послуг. Різниця між встановленими стандартами надання послуг і реальною продуктивністю фірми порівняно з цими стандартами.

4) Розрив у внутрішніх комунікаціях. Різниця між тим, що рекламує фірма, і тим, що думає обслуговуючий персонал про характеристики готельного продукту, рівень якості обслуговування і про те, послуги якої якості фактично здатен надати готель.

5) Розрив у сприйнятті. Різниця між тим, на якому рівні фактично надаються послуги, і тим, як споживачі сприймають рівень отриманих послуг (через нездатність точно оцінити якість обслуговування).

6) Розрив в інтерпретації. Відмінності між тим, що фактично обіцяє готель у процесі маркетингових комунікацій (перед наданням послуг), і тим, що очікує споживач, виходячи з цих обіцянок.

7) Розрив в обслуговуванні. Відмінності між тим, що очікує отримати споживач, і тим, як він сприймає послугу, яку фактично отримав.

Метод ґрунтується на опитуванні споживачів, у рамках якого респонденти мають вказати рейтинг кількох характеристик (або атрибутів) сервісу, що надається, згрупованих за основними вимірами сервісу.

Метод Дельфи дає змогу вибрати із запропонованої серії альтернатив найприйнятнішу, найкращу. Члени групи споживачів у певній послідовності дають оцінку кожній альтернативі. На перше місце кожен ставить ту альтернативу, яку вважає найголовнішою і так далі. Потім кожна оцінюється за 10-бальною шкалою залежно від витрат, пов'язаних із тим чи іншим характером дефектів. При цьому за найвищий бал приймається одиниця. У підсумку обидва результати за кожною альтернативою множаться між собою, і знаходиться сума добутків. Найменша сума і виявить першорядну, основну причину.

Запропоновані методи оцінки якості готельних послуг дадуть змогу значно підвищити якість готельних послуг за рахунок запобігання виявленим проблемам і недолікам, а також зниження витрат на усунення недоліків. Для комплексного підходу до управління та контролю якості необхідно розробляти програми контролю якості з метою: збереження наявних клієнтів і розширення їхнього кола за рахунок залучення нових гостей; швидкого вирішення проблем в обслуговуванні, що виникають, за рахунок установа зворотного зв'язку; можливість оцінити переваги й недоліки в готельній пропозиції; контроль за заходами щодо підвищення якості обслуговування; створення основи для підвищення кваліфікації із застосуванням міжнародних стандартів обслуговування.

Таким чином, можна зазначити, що розвиток і впровадження інноваційних технологій у готельному бізнесі України істотно відстає від світового досвіду. Удосконалення технічного оснащення готельного комплексу Diamond Resort

підвищить привабливість вітчизняних готелів, дасть змогу збільшити кількість внутрішніх туристів підвищення рентабельності галузі.

ВИСНОВКИ

На якість готельних послуг у сучасній готельній індустрії впливає широкий спектр факторів, але найважливішим з них є задоволеність та вмотивованість персоналу. Недостатньо професійні та незадоволені працівники готелю можуть мати довгостроковий негативний вплив на якість готельних послуг, конкурентоспроможність та бізнес-успіх готелю. Компанія повинна керуватися місією інвестування в людські ресурси, тобто в їхню освіту і мотивацію, що є витратами, які в кінцевому підсумку приносять більшу задоволеність гостей і вищі фінансові результати. Керівництво кожного готелю повинно постійно мати у своєму розпорядженні інформацію про задоволеність роботою постачальників готельних послуг та задоволеність гостей якістю отриманих послуг.

Крім того, поряд з професіоналізмом, менеджер повинен мати такі риси особистості, як шарм, дипломатія, тактовність, вигадка, терпіння, витривалість, незалежність. Такі природні якості менеджера є важливими, оскільки здатність швидко та легко встановити психологічний контакт, мати можливість швидко приймати рішення та насолоджуватися власною готовністю нести відповідальність за них.

Тобто, маємо підсумувати, що готель Diamond Resort є розкішним готелем, який пропонує високоякісні послуги та розташований в привабливому туристичному місці:

1. Місцезнаходження: Diamond Resort розташований у привілейованому місці в регіоні Буковель, який є відомим гірськолижним та туристичним курортом в Україні. Це стратегічно важлива локація, яка привертає багато відвідувачів як з України, так і з-за кордону.

2. Розміщення та інфраструктура: Готель Diamond Resort має сучасну та розкішну інфраструктуру, що включає комфортабельні номери, ресторани, басейни, дитячі кімнати, літню терасу та інші зручності. Він розрахований на задоволення потреб навіть найвибагливіших гостей.

3. Клієнтська база: Готель Diamond Resort спрямований на широкий спектр

клієнтів, включаючи як відпочиваючих на сімейні канікули, так і корпоративних клієнтів для організації конференцій та зустрічей. Він також привертає гірськолижників, туристів, а також людей, які шукають розкішний відпочинок у природному середовищі.

4. Рівень сервісу: Готель Diamond Resort славиться високим рівнем обслуговування та уваги до деталей. Професійний персонал забезпечує комфорт та задоволення потреб гостей, надаючи персоналізований сервіс та дотримуючись високих стандартів гостинності.

5. Ресторани та харчування: Готель Diamond Resort пропонує варіанти харчування в ресторанах з різними кухнями, що задовольняють смаки різних гостей. Вони пропонують як місцеві страви, так і міжнародні кулінарні шедеври, використовуючи свіжі та якісні інгредієнти.

6. Інвестиції та економічний аспект: Готель Diamond Resort є проектом, що вимагає значних інвестицій в будівництво, удосконалення інфраструктури та забезпечення якісного сервісу. Економічно він ставить перед собою завдання забезпечення прибутковості, привабливості для інвесторів та стабільного функціонування в конкурентному туристичному ринку.

7. Маркетинг та просування: Готель Diamond Resort активно використовує маркетингові стратегії для просування своїх послуг та привертання нових клієнтів. Це може включати рекламні кампанії, участь у туристичних виставках, співпрацю з туристичними агентствами та онлайн-платформами для бронювання.

Працюючи з VIP-клієнтами, особливе значення надається виконанню обіцянок, здатність чітко розрізняти, хто платить за те, що створює ступінь комфорту, до якого звикли клієнт. Чим ширший набір особистих характеристик менеджера, який працює з VIP -клієнтом, тим успішнішими у продажу послуг та подальшому обслуговуванні.

Беручи до уваги ці факти, будь-яке серйозне керівництво готелю повинно впровадити у свій бізнес «спеціальну програму» з підвищення якості готельних послуг з метою підвищення задоволеності як працівників, так і гостей готелю.

Загалом, готель Diamond Resort є привабливим місцем для відпочинку, яке

пропонує високоякісні послуги, розкішне середовище та уважний персонал. Це економічно стійкий проект, спрямований на задоволення потреб різних клієнтів і досягнення прибутковості. Використання рекомендацій щодо підвищення якості надання послуг та обслуговування вір-гостей допоможе готелю підвищити конкурентоспроможність.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Давидова О.Ю., Писаревський І.М., Ладиженська Р.С. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навч. посібник. Харків: ХНАМГ, 2012. 468 с.
2. Давидова, О.Ю., Усіна, А.І., Сегеда, І.В. Ресторанний менеджмент : підручник. Харків: Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова. 2004. 345 с.
3. ДСТУ 2925-94. Якість продукції. Оцінка якості. Терміни та визначення. К.: Держстандарт України, 2002. 26 с.
4. ДСТУ 3230-95. Управління якістю та забезпечення якості. Терміни та визначення. К.: Держстандарт України, 2001. 26 с.
5. ДСТУ 4161:2003. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги. К.: Держстандарт України, 2001. 24 с.
6. ДСТУ 180 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник. К.: Держстандарт України, 2001. 26 с.
7. ДСТУ ISO 9000-01. Система управління якістю. Принципи та поняття. К.: Держстандарт України, 2001. 26 с.
8. ДСТУ ISO 9001-01. Система управління якістю. Вимоги. К.: Держстандарт України, 2001. 25 с.
9. Журавльова С. М., Гурова Д. Д., Цвілий С. М., Кукліна Т. С. Перспектива безконтактного обслуговування в готелях світу. *European scientific discussions* : Abstracts of the 3rd International scientific and practical conference, February 1-3, 2021. Rome, Italy, 2021. P. 631–636.
10. Зайцева В.М., Кукліна Т.С. Роль готельних підприємств Запорізької області в підвищенні інвестиційної привабливості регіону. *Ефективна економіка*. 2016. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4380> (дата звернення: 02.04. 2023)
11. Зацепіна Н.О., Габер Д.Е. Готельний бізнес як компонент сучасної індустрії туризму. *Тиждень науки – 2021*: тези допов. наук.-практ. конф.,

Запоріжжя, 19-23 квітня 2021 р. Запоріжжя, НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 43 – 45.

12. Корнієнко О.М. Управління якістю обслуговування в готельному бізнесі. *Тиждень науки – 2021*: тези допов. наук.-практ. конф., Запоріжжя, 19-23 квітня 2021 р. Запоріжжя, НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 23-25.

13. Мальська М. Готельний бізнес. Теорія та практика. К.: Центр навчальної літератури. 2019. 472 с.

14. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2017. 372 с.

15. . Окландер М. А. Вплив соціальних чинників на поведінку споживача. *Наукові праці Донецького національного технічного університету*. 2013. № 4 (46). С. 248–255.

16. . Окландер М. А., Чукурна О. П. Класифікація методів маркетингових досліджень ціни. *Наукові праці ДонНТУ*. 2010. № 41. С. 31–36.

17. Організація й керування готельним бізнесом : підручн. / під ред. А. Лісника, І. Мащицого, А. Чернишова. К.: Інтел універсал, 2020. 420 с.

18. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: монографія. К. : КНТЕУ, 2002. 302 с.

19. Романчук С. А. Основні аспекти поведінки споживачів і чинників, що зумовлюють вибір певного типу споживацької поведінки. *Наукові праці Кіровоградського НТУ*. 2010. № 18. С. 117–122.

20. Томалія Т. С. Особливості управління персоналом на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 2. С. 271-274.

21. Цвілій С. Клієнтоорієнтоване управління інноваційним розвитком підприємницьких структур сфери гостинності. *Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності* : Матеріали II Між. наук.-практ. конф. м. Запоріжжя, 13-14 травня 2021 р. Електронні дані. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 149-151.

22. Цвілій С.М., Корнієнко О.М. Посткоронавірусне відновлення бізнес-

активності мікропідприємств сфери гостинності регіону. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського*. 2021. № 3. С. 73-78.

23. Цвілій С., Корнієнко О. Посткоронавірусна маркетингова політика утримання лояльних споживачів готельно-ресторанного продукту. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2021. № 42. С. 50 – 55.

24. Цвілій С.М., Шморгуненко Є.О. Діджиталізація в стратегії розвитку регіональних підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Innovative development of hotel and restaurant industry and food production : proceedings of II international scientific and practical internet conference (April 30, 2021)*. Prague, Oktan Print, 2021. Р. 354-355.

25. Шелеметьєва Т. В., Гресь-Євреїнова С. В. Впровадження інноваційних технологій для підвищення конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного господарства. *Інфраструктура ринку*. 2021. № 55. С. 143–149.

26. Шелеметьєва Т.В. Основи забезпечення якості обслуговування в закладах ресторанного господарства. *Стратегічні перспективи туристичної та готельно- ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку*: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 28–29 жовт. 2022 р. Умань, 2022. С. 233-234.

27. Шелеметьєва Т.В. Актуальність дослідження якості обслуговування в закладах готельно-ресторанного господарства. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарство*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 25 листопада 2022 р. Запоріжжя, 2022. С. 758-761.

28. Юрков М.С., Безхлібна А.П. Обслуговування гостей у готелі. *Тиждень науки – 2023 : тези доп. наук.-пр. конф.*, Запоріжжя, 24-28 квітня 2023 р. Запоріжжя, НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 207-209.

29. Diamond Resort. Офіційний сайт. URL: <https://diamond-bukovel.com.ua/> (дата звернення: 03.03.23)

30. Naumik-Gladka K. The socio-economic aspects of communication activity in information economy : monograph. Kharkiv : KhNUE, 2016. 166 p.

31. Linda Ray An Effective Marketing Plan for the Hotel and Restaurant Industry. URL : <https://smallbusiness.chron.com/effective-marketing-plan-hotelrestaurant-industry-43767.html> (дата звернення 05.10.2023).

32. Shelemetieva T., Zatsepina N., Barna M. Formation of Scenarios for The Development of The Tourism Industry of Ukraine With The Help of Cognitive Modeling. *International Journal of Computer Science and Network Security*, 2022. №.7, P.. 8–16.URL: http://ijcsns.org/07_book/html/202107/202107002.html (дата звернення: 02.03.2023)

33. Shelemetieva T., Motsa A., Rybakova S. The Effect of Regional Tourism on Economic Development (Case Study: the EU Countries). *International Review*. 2021 No.1-2, P. 67–75. URL: <https://scindeks.ceon.rs/article.aspx?query=ISSID%26and%2615790&page=> (дата звернення: 02.03.2023)

34. Shelemetieva T., Pavliuk S., Ivanenko T., Bazhenova S., Dolynska O. Peculiarities of International Competition in the Market of Tourism and Hospitality. *Economic Affairs*, 2021.Vol. 67, No. 04, P. 897 – 905.

35. Zeithaml V. Consumer perceptions of price, quality and value: A means end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*. 2008. № 52. P. 2–22.