

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 ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ GLORIA
SERENITI В АНТАЛІЇ

(назва теми)

Виконала: студентка 4 курсу, групи МТЕ-419
Спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

(код та назва)

Освітня програма (спеціалізація) Готельно-
ресторанна справа

Новікова В.О.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

Керівник Кукліна Т.С.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

Рецензент _____

(ПРІЗВИЩЕ 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

НОВІКОВОЇ Владислави Олексіївни
(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи Особливості обслуговування в готелі Gloria Sereniti в Анталії
керівник роботи (проекту) КУКЛІНА Т.С., 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 готельних послуг, результати проведеного автором дослідження.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____
Розділ 1. Теоретичні основи організації обслуговування туристів у готелях.
Розділ 2. Аналіз організації обслуговування в готелі Gloria Sereniti в Анталії.
Розділ 3. Тенденції розвитку обслуговування в готелі Gloria Sereniti в Анталії.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
11 таблиць, 6 рисунків

6. Консультанти розділів дипломної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	КУКЛІНА Т.С., к.е.н., доц.	10.12.2022	12.12.2022
2	КУКЛІНА Т.С., к.е.н., доц.	23.01.2023	25.01.2023
3	КУКЛІНА Т.С., 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)

НОВІКОВА В.О.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

КУКЛІНА Т.С.

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Актуальність теми. Готельне господарство є важливою складовою частиною сфери послуг, яка представляє собою сукупність видів діяльності, спрямованих на обслуговування населення. В сучасних умовах, ринок готельних послуг, який розбитий на сегменти і всередині кожного сегмента йде жорстка конкуренція, для збереження конкурентоспроможності необхідно розвиватися і, причому безперервно. Готельний бізнес, як підгалузь туристичного, несе в собі величезний потенціал для українського ринку. З кожним роком зростає кількість готелів, як в нашій країні, так і за кордоном. Індустрія гостинності представляє собою потужну систему господарства регіону або туристського центру і важливу складову економіки туризму.

Метою кваліфікаційної дипломної роботи є аналіз організації обслуговування в готелі Gloria Sereniti в Анталії та розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності надаваних послуг. Виходячи з поставленої мети, виконано такі завдання: визначено теоретичні основи дослідження організації обслуговування в готелях; проаналізовано особливості надання послуг з обслуговування в готелі Gloria Sereniti в Анталії; надано рекомендації щодо покращення сервісу обслуговування споживачів в готелі Gloria Sereniti в Анталії.

Об'єктом дослідження є організація обслуговування в готелях.

Предмет дослідження – характеристика та аналіз організації обслуговування туристів в готелі Gloria Sereniti в Анталії.

Методи дослідження. У роботі використано системний підхід для дослідження особливостей обслуговування туристів у готелі Gloria Sereniti в її динамічному розвитку та сукупність методів, які забезпечують його реалізацію, такі як: метод логічного узагальнення, який був використаний для забезпечення послідовності проведення наукового дослідження; історичний метод використовувався при опрацюванні часових змін,

спричинених туристичною діяльністю, та виділенні конкретних історичних подій, які мали вплив на формування готелю Gloria Sereniti; системно-аналітичний метод, за допомогою якого здійснено теоретичне узагальнення наукових концепцій, розробок, пропозицій провідних вітчизняних і зарубіжних учених, присвячених новим тенденціям у вивченні факторів розвитку готелів та готельної гостинності; методи спостереження та порівняння були використані для аналізу діяльності готелю Gloria Sereniti, зіставленні можливого доступного потенціалу; метод статистичного аналізу застосований для дослідження динаміки розвитку готелю.

Інформаційну базу дослідження становлять праці вітчизняних і зарубіжних вчених і практиків, які присвячені дослідженню послуг та організації обслуговування у закладах готельного господарства. У роботі використані результати наукових досліджень, дані про економічний розвиток галузі гостинності на різних рівнях управління, а також матеріали статистичних органів.

Практичне значення. Результати кваліфікаційної роботи бакалавра можуть бути використані туристичними операторами України для популяризації готелю Gloria Sereniti в Анталії, а також керівництвом готелю для поліпшення якості та різноманітнення надаваних послуг.

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступі на науково-практичній конференції «Тиждень науки 2021» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 19 – 23 квітня 2021 р. на тему: Ресторани «темної кухні».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, який налічує 36 джерел та додатків. Кваліфікаційну роботу бакалавра викладено на 79 аркушах (з них 71 сторінка основного тексту) комп'ютерного набору, включаючи 11 таблиць, 6 рисунків. Перелік посилань містить 39 найменувань.

АНОТАЦІЯ

Новікова В.О. Особливості обслуговування в готелі Gloria Sereniti в Анталії.

У роботі розглянуто теоретичні основи дослідження організації обслуговування туристів у готелях де наведено сутність індустрії гостинності та її ретроспективний аналіз, а також розглянуто класифікацію та типізацію готельних підприємств. Проаналізовано організацію обслуговування в готелі Gloria Sereniti в Анталії. Зведено загальну характеристика готелю, організацію технологічних процесів, заходи щодо охорони праці та різних видів техніки безпеки в готелі Gloria Sereniti. Проаналізовано рівень задоволеності споживачів готельних послуг в Gloria Sereniti. Наведено тенденції розвитку обслуговування в готелі Gloria Sereniti в Анталії.

Ключові слова: готельне господарство, Gloria Sereniti, споживач, якість, послуга, обслуговування, сервіс, задоволення, конкурент, оцінка, мережа.

ANNOTATION

Novikova V.M. Service features at Gloria Sereniti Hotel in Antalya.

The paper examines the theoretical foundations of the study of the organization of tourist services in hotels, where the essence of the hospitality industry and its retrospective analysis are given, as well as the classification and typification of hotel enterprises. The organization of service at the Gloria Sereniti Hotel in Antalya was analyzed. The general characteristics of the hotel, the organization of technological processes, measures for labor protection and various types of safety equipment at the Gloria Sereniti Hotel are summarized. The level of satisfaction of consumers of hotel services at Gloria Sereniti was analyzed. Trends in the development of service at the Gloria Sereniti Hotel in Antalya are given.

Keywords: hotel industry, Gloria Sereniti, consumer, quality, service, service, service, satisfaction, competitor, evaluation, network.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ
І ТЕРМІНІВ

грн. – гривня

див. – дивись

ін. – інше

км – кілометр

м – метр

млн. – мільйон

н.е. – нова ера

од. – одиниця

р. – рік

рис. – рисунок

ст. – століття

США – Сполучені Штати Америки

табл. – таблиця

тис. – тисяча

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ У ГОТЕЛЯХ	12
1.1. Сутність індустрії гостинності та її ретроспективний аналіз	12
1.2. Класифікація та типізація готельних підприємств	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ GLORIA SERENITI В АНТАЛІЇ	26
2.1. Загальна характеристика готелю Gloria Sereniti	26
2.2. Аналіз організації технологічних процесів в готелі Gloria Sereniti	40
2.3. Заходи щодо охорони праці та різних видів техніки безпеки в готелі	46
2.4. Аналіз рівня задоволеності споживачів готельних послуг в Gloria Sereniti	51
РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ GLORIA SERENITI В АНТАЛІЇ	58
ВИСНОВКИ	69
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	72
ДОДАТКИ	76

ВСТУП

Готельне господарство є важливою складовою частиною сфери послуг, яка представляє собою сукупність видів діяльності, спрямованих на обслуговування населення. Особливістю даних видів діяльності є те, що пропонуваній споживачам продукт подається у вигляді послуги. В сучасних умовах, ринок готельних послуг, який розбитий на сегменти і всередині кожного сегмента йде жорстка конкуренція, для збереження конкурентоспроможності необхідно розвиватися і, причому безперервно. Готельний бізнес, як підгалузь туристичного, несе в собі величезний потенціал для українського ринку. З кожним роком зростає кількість готелів, як в нашій країні, так і за кордоном. Індустрія гостинності представляє собою потужну систему господарства регіону або туристського центру і важливу складову економіки туризму.

За останні десятиліття особливості обслуговування туристів в індустрії гостинності досліджували: Р. Ладиженська, М. Мальська, С. Олександрова, І. Ляпина, Т. Сокол, С. Байлик та ін. Інформаційною основою стали роботи науковців науковці Агафонова Л., Данильчук В., Мокій А., Роглев Х., Уокер Д., Федорченко В. та ін.

Метою дослідження є аналіз організації обслуговування в готелі Gloria Sereniti в Анталії та розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності надаваних послуг.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- визначити теоретичні основи дослідження організації обслуговування в готелях;
- проаналізувати особливості надання послуг з обслуговування в готелі Gloria Sereniti в Анталії;
- надати рекомендації щодо покращення сервісу обслуговування споживачів в готелі Gloria Sereniti в Анталії.

Об'єктом дослідження є організація обслуговування в готелях.

Предметом дослідження є характеристика та аналіз організації обслуговування туристів в готелі Gloria Sereniti в Анталії.

Методи дослідження. У роботі використано системний підхід для дослідження особливостей обслуговування туристів у готелі Gloria Sereniti в її динамічному розвитку та сукупність методів, які забезпечують його реалізацію, такі як: метод логічного узагальнення, який був використаний для забезпечення послідовності проведення наукового дослідження; історичний метод використовувався при опрацюванні часових змін, спричинених туристичною діяльністю, та виділенні конкретних історичних подій, які мали вплив на формування готелю Gloria Sereniti; системно-аналітичний метод, за допомогою якого здійснено теоретичне узагальнення наукових концепцій, розробок, пропозицій провідних вітчизняних і зарубіжних учених, присвячених новим тенденціям у вивченні факторів розвитку готелів та готельної гостинності; методи спостереження та порівняння були використані для аналізу діяльності готелю Gloria Sereniti, зіставленні можливого доступного потенціалу; метод статистичного аналізу застосований для дослідження динаміки розвитку готелю.

Інформаційну базу дослідження становлять праці вітчизняних і зарубіжних вчених і практиків, які присвячені дослідженню послуг та організації обслуговування у закладах готельного господарства. У роботі використані результати наукових досліджень, дані про економічний розвиток галузі гостинності на різних рівнях управління, а також матеріали статистичних органів.

Практичне значення отриманих результатів. Результати кваліфікаційної роботи бакалавра можуть бути використані туристичними операторами України для популяризації готелю Gloria Sereniti в Анталії, а також керівництвом готелю для поліпшення якості та різноманітнення надаваних послуг.

Апробація результатів роботи та публікацій: головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступі на науково-

практичній конференції «Тиждень науки 2021» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 19 – 23 квітня 2021 р. на тему: Ресторани «темної кухні».

Структура кваліфікаційної дипломної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, який налічує 36 джерел та додатків. Кваліфікаційну роботу бакалавра викладено на 79 аркушах (з них 71 сторінка основного тексту) комп'ютерного набору, включаючи 11 таблиць, 6 рисунків. Перелік посилань містить 39 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ У ГОТЕЛЯХ

1.1. Сутність індустрії гостинності та її ретроспективний аналіз

Індустрія гостинності – це бізнес, який спрямований на забезпечення мандрівників житлом, харчуванням, а також на організацію їхнього дозвілля. Індустрія гостинності об'єднує всі суміжні галузі економіки, що спеціалізуються на обслуговуванні через спеціалізовані підприємства: готелі, ресторани, туристичні агентства, національні парки, парки культури та відпочинку та ін. Зокрема, в США ця індустрія є другою за значенням за кількістю робочих місць. Тому одна з головних задач індустрії гостинності полягає в розвитку послуг та культури сервісу.

Індустрія гостинності є невід'ємною частиною туристичної індустрії та готельної індустрії. В межах готельної індустрії розвивається готельний бізнес [12]. Ретроспективний аналіз розвитку сфери гостинності дозволяє виділити декілька етапів цього процесу:

1-й етап – стародавній світ II тис. до н.е. – V ст. – виникнення перших закладів гостинності. До цього періоду відносять виникнення караван-сараїв, постійних дворів, таверн, лазень. Основними послугами розміщення було надання нічлігу та харчування, а додатковими: охорона, послуги цирульника, догляд за тваринами, зберігання вантажу, медична допомога, ванна, поштові послуги та гральні майданчики.

2-й етап – VI – XV ст. (епоха середньовіччя) – початок формування спеціалізованих закладів розміщення. Розвиток готельної справи ознаменувався появою при монастирях і церквах утримання «госпіцій». Потім з'явилися інни, традиційні функції яких і зараз використовуються готелями світу. Засоби розміщення в містах Близького Сходу та Середньої Азії були представлені ханнами і ямами.

3-й етап – XVI – XX ст. (епоха відродження → епоха промислової

революції, індустріалізації суспільства→перша світова війна) – розвиток готельної справи. Потребу у розміщенні задовольняли постійні двори, які намагалися покращити умови проживання. У XVII сторіччі стала очевидною відмінність між міськими (hotel) та сільськими (auberge, inn) готелями. Готелі конкурували в містах з мебльованими кімнатами і пансіонами. У другій половині XVIII сторіччя здійснена перша офіційна спроба класифікації засобів розміщення: у Берліні, який на той час налічував 130 тисяч мешканців, було 9 постійних дворів першого класу, з яких два вже називались готелями, 10 постійних дворів другого класу і 13 постійних дворів третього класу.

4-й етап – 20-і роки XX ст. – початок XXI ст. – сучасний розвиток готельного господарства. Почався період будівництва готелів палацового типу з підвищеною комфортністю. До кінця XIX ст. були поширені два типи готелів [16]: 1) великі і розкішні, а деякі з них були просто архітектурними шедеврами – з просторими вестибюлями, залами для балів. Вони мали в своєму розпорядженні всі можливі у той час зручності: ліфт, туалети, електричне освітлення та ін.; 2) маленькі і застарілі готелі, що пропонували послуги за низькими цінами. В 50-і роки XX ст., розпочався другий готельний бум, в якому виділяються два періоди: 1) розбудова готельних мереж; початок впровадження сучасних методів управління в готельний бізнес; розвиток мотелів; будівництво готелів при аеропортах; будівництво готелів для сімейного відпочинку; 2) технічне оснащення готелів. Третій бум готельного бізнесу почався в 1980 р. і був обумовлений досконалим маркетингом і зростаючою спеціалізацією готелів відповідно до конкретних типів клієнтів.

Сьогодні у світі налічується понад 300 готельних ланцюгів. За кількістю об'єднаних у групи готелів в Європі лідирує Велика Британія, де розташовано 15 % готельних груп. У Франції зосереджено 10 % таких груп, в Іспанії – 5%, у Швейцарії – 5% усіх готельних мереж світу. Практика ведення бізнесу свідчить, що готелі, які входять до мережі, мають на 60%

більше прибутку, ніж незалежні готелі. У таблиці 1. 1 наведений рейтинг найбільших готельних ланцюгів світу.

Таблиця 1. 1 – Рейтинг найбільших готельних ланцюгів світу [37]

Назва ланцюга	Кількість готелів	Кількість номерів	Приріст по відношенню до 2021 р., %
Marriott International	14000	1400289	+3, 1%
Jin Jiang	10000	1100000	+6, 7%
Hilton	6000	1010257	+4,9 %
InterContinental Hotel Group (IHG)	6000	886036	+0,3%
Wyndham Hotel Group	8941	795909	-4,2 %
Accor Group	5000	750000	+3,1 %
Huazhu	7000	607137	+23,2%
Choice Hotels	7147	597977	+1,2%
OYO	20000	449000	-54, 6%

До основних тенденцій світового готельного ринку відносять [14]:

- розповсюдження інтересів готельного бізнесу на інші продукти та послуги, які надаються підприємствами суміжних галузей (організація харчування, дозвілля, розваг, виставкової діяльності тощо);
- зростання демократизації індустрії гостинності, яка значною мірою сприяє підвищенню доступності для масового споживача;
- посилення спеціалізації готельного бізнесу, яка дозволяє більш чітко орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак;
- глобалізація та концентрація готельного бізнесу, яка проявляється у створенні готельних мереж, асоціацій, міжнародних урядових і неурядових організацій;
- глибока персоніфікація обслуговування та клієнтоорієнтованість;
- подальше застосування новітніх засобів комунікації та інформаційних технологій, що дозволяють здійснити глибоку та системну економічну діагностику;

- прискорення процесу злиття компаній та зростання кількості договорів франшизи та зовнішніх інвестицій;
- розвиток еко-готелів.

На сучасному етапі провідне місце в світовому готельному господарстві займає Європейський континент. На його частку припадає в середньому близько 70% туристського потоку, відповідно і готельний фонд складає значну частку (близько 45 %) світового готельного фонду [37].

Американський континент складає 35% світового готельного фонду. За темпами приросту готельна база континенту випереджає Європу.

Третім за потужністю континентом є Азія, що складає 14% світового готельного фонду. Темпи її зростання в 2 – 3 рази перевищують середньосвітові темпи і сягають 15 – 20 % на рік, що виводить цей континент за динамікою зростання в лідери.

Частка Африканського континенту складає 3% світового фонду, хоча динаміка зростання (10 – 15%) також перевищує середньосвітові темпи.

Частка готельного фонду Австралії і Океанії складає також близько 3%.

Серед окремих країн лідерами світової готельної індустрії за потужністю готельної бази є: США (близько 3,5 млн. номерів), Японія (1,65 млн.), Італія (1 млн.), Франція, Іспанія, Англія, Китай, Австралія (близько 0,5 млн.), Австрія, Мексика, Канада, Греція (близько 0,3 млн.), Таїланд, Росія, Індонезія, Туреччина (0,15 – 0,23 млн.), Швейцарія, Бразилія, Аргентина (менше 0,15 млн.).

1. 2. Класифікація та типізація готельних підприємств

Класифікація готельних підприємств за рівнем комфорту відіграє величезну роль у вирішенні питань управління якістю готельних послуг. Рівень комфорту – це комплексний показник благоустрою та психологічної атмосфери, складовими критеріями якого є [14; 33]:

- стан номерного фонду: площа номерів (m^2), частка одномісних (однокімнатних), багатокімнатних номерів, номерів-апартаментів, наявність комунальних зручностей та ін.;
- стан меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення та ін.;
- наявність і стан закладів ресторанного господарства при готелі: ресторанів, кафе, барів тощо;
- стан будівлі, під'їзних шляхів, облаштування прилеглої до готелю території;
- інформаційне забезпечення і технічне оснащення, зокрема наявність телефонного, супутникового зв'язку, телевізорів, холодильників, міні-арів, міні-сейфів та ін.;
- забезпечення можливості надання додаткових послуг.

Зважаючи на те, що готельний бізнес залежить від якості обслуговування, налагодження комунікативних зв'язків з гостями, рівень комфорту теж багато в чому залежить від психологічної атмосфери, яка формується його працівниками. Оцінювання персоналу як складової комфорту проводять за такими критеріями: освіта; кваліфікація; вік; зовнішній вигляд; знання іноземних мов.

Зазначені критерії оцінюються практично в усіх системах класифікації готелів. Загалом, встановлення рівня комфорту лежить в основі більше тридцяти систем класифікації, найбільш поширеними серед яких є:

- «європейська» (французька національна система класифікації) застосовується у Франції, Австрії, Угорщині, Єгипті, Китаї, Росії, Україні та низці інших країн;
- «бальна» (індійська національна класифікація).

За місцем розташування виокремлюють такі готельні заклади [14]:

1. Готелі, розташовані в місті (у центрі або на околиці). У центрі, зазвичай, розташовані готелі ділового призначення, готелі – люкс, готелі

середнього класу.

2. Готелі, розташовані на околицях міста або в аеропортах.

3. Готелі, розташовані в сільській (гірській) місцевості. Це невеликі готелі, що розташовані на туристському маршруті або іншому зручному місці. Часто мають у своєму розпорядженні все необхідне для літнього і зимового відпочинку (альпіністський, лижний інвентар та спорядження), доступ до підйомників.

4. Придорожні, що розташовані уздовж доріг, мають, як правило, один або два поверхи з автостоянками – motelі.

5. Екзотичні готелі:

а) готелі, розташовані на морському узбережжі. Найбільш важливим критерієм є ступінь віддаленості цих готелів від моря (50, 100, 150, 200 м і так далі). Ці готелі розрізняють також з таким критерієм: перша берегова лінія – це готелі, розташовані безпосередньо на березі моря; друга берегова лінія – це готелі, між територією яких і пляжем знаходиться дорога або бульвар;

б) плавучі готелі. Плавучі засоби розміщення (дебаркадери) призначені для відпочинку споживачів готельних послуг біля водних об'єктів – річок, озер та ін. За бажанням місцезнаходження такого готелю можна змінити – пересувати уздовж берега. Наприклад, Об'єднані Арабські Емірати (ОАЕ), не задовільнившись можливістю будувати готелі на узбережжі, створили групу штучних островів і на одному з них побудували всесвітньо відомий готель «Бурдж аль Араб» – «Арабська башта»;

в) готелі, що знаходяться під водою. Підводні готелі щоразу з'являються в різних куточках світу і неодмінно стають «магнітом» для туристів і прихильників екзотики та пригод. Так, готель Jules Undersea Lodge, розташований на глибині 7 метрів в маленькій мангровій лагуні у Флориді (США) і побудований ще в 70-х роках ХХ ст., був спочатку дослідницькою лабораторією. Зараз через його круглі вікна метрового

діаметра можна спостерігати морських янголів, кораловий риф, баракуд та інших мешканців тропічних вод в їх природному середовищі. При цьому умови перебування в готелі такі ж комфортні, як і на суші, – в номерах є кондиціонер, камбуз, гарячий душ, бібліотека, DVD-програвачі.

Класифікація готелів за поверховістю [21; 22]. В світі зустрічаються готелі від одного поверху до 30 – 40 і більше. Будівництво готелю великої поверховості залежить: від ряду нормативних і економічних вимог, містобудівних умов, будівельних матеріалів і конструкцій, методів зведення будівель, що існують в тій чи іншій країні. Умовно будівлі готелів можна розділити на такі групи:

- малоповерхові (1 – 2 поверхи);
- середньої поверховості (3 – 5 поверхів);
- підвищеної поверховості (6 – 9 поверхів);
- багатоповерхові (1-ої категорії – 10 – 16 поверхів; 2-ї категорії – 17 – 25 поверхів; 3-ї категорії – 26 – 40 поверхів);
- висотні будівлі (більше 40 поверхів).

Класифікація готелів за тривалістю функціонування протягом року [14]:

- що працюють цілорічно;
- що працюють два сезони;
- що працюють один сезон.

Класифікація готелів за способом надання харчування:

- повний пансіон – розміщення плюс триразове харчування (сніданок, обід і вечеря) – Full Board (FB);
- напівпансіон – розміщення плюс дворазове харчування (сніданок і обід або сніданок і вечеря) – Half-Board (HB);
- тільки сніданок – розміщення і одноразове харчування – BedandBreakfast (BB);
- все включено у вартість – у готелях, що працюють в системі клубного відпочинку, пропонується великий вибір безплатних закусок,

алкогольних і безалкогольних напоїв національного виробництва – All Inclusive (AI) або національного та іноземного виробництва – Ultra All Inclusive (UAI).

Класифікація готелів за спеціалізацією [22]:

- повносервісні (перелік послуг повносервісних готелів іноді сягає 800);
- спеціалізовані підприємства (концентруються на обслуговуванні певних сегментів споживачів, наприклад, конгресних турів, спортсменів певного виду спорту тощо).

Класифікація готелів та засобів розміщення за формою власності [14; 21]:

- приватні;
- відомчі;
- муніципальні;
- змішаної власності (у т. ч. за участю іноземного капіталу);
- громадських організацій.

Окремо необхідно відзначити: кондомініум (лат. *con* – разом і *dominium* – володіння) – спільне володіння, володіння єдиним об'єктом, найчастіше будинком, але також і іншим нерухомим майном. Поняття «кондомініум» отримало велике розповсюдження у ряді держав, зокрема в США; таймшер або таймшерінг (англ. *timeshare*, «розділення часу») – право використання одним із власників спільної власності у відповідний проміжок часу. Найчастіше застосовується в нерухомому бізнесі, частково як міжнародна система обміну відпочинком серед співвласників, наприклад, курортних готелів клубного типу. Час використання вимірюється в тижнях, які згруповані в 3 кольори: червоний (найдорожчий), білий, блакитний.

Всі готелі за функціональним призначенням поділяють на дві великі групи: транзитні готелі та цільові готелі (див. рис. 1.1) [22].

1 група: транзитні готелі. Вони призначені для обслуговування

споживачів готельних послуг в умовах короткочасної зупинки (пересадка, затримка, відміна рейсу). Проектуються, зазвичай, малої та середньої місткості з обмеженим рівнем комфорту, скороченим набором службових приміщень. Номерний фонд транзитних готелів може мати 109 менший розмір площі на людину, можлива організація спеціально обладнаних кімнат відпочинку, де пасажир, не займаючи номер, зможе відпочити протягом декількох годин. До транзитних засобів розміщення відносять мотелі та кемпінги.^і

2 група: цільові готелі.. До цільових готелів належать готелі ділового призначення і готелі для відпочинку (курортні, туристські).

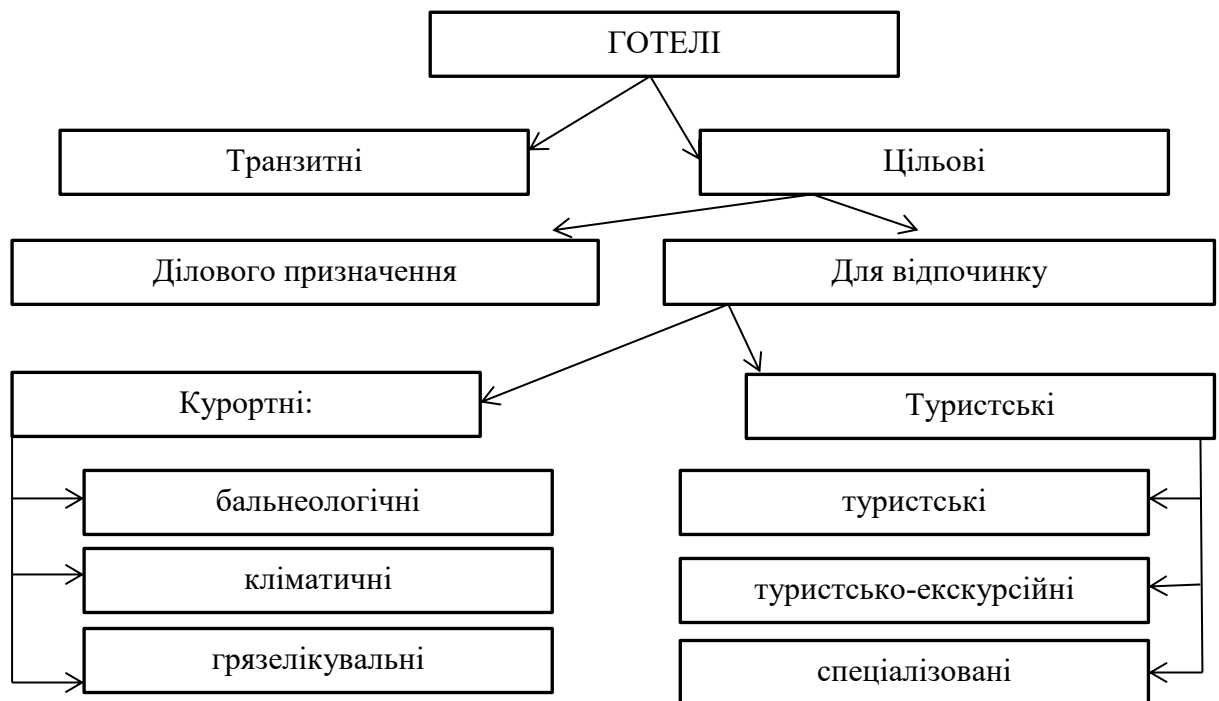


Рис. 1.1 – Класифікація готелів за функціональним призначенням [22]

Готелі ділового призначення обслуговують осіб, що перебувають в ділових поїздках і відрядженнях. Підприємства цієї групи найбільш відомі як готелі для конгресного обслуговування – симпозіумів, з'їздів, зборів, конференцій тощо. Ці готелі користуються найбільшим попитом, оскільки, згідно з дослідженнями, 50% людей подорожують з діловою метою, 40% – з метою відпочинку і лікування, 10% – з метою пошуку роботи, відвідин

родичів, друзів. Готелі ділового призначення повинні відповідати таким вимогам: місце розташування поблизу адміністративних, культурних центрів міста; переважна більшість одномісних номерів; наявність в номері «робочої зони»; належна ізоляція номерів від зовнішніх подразників; наявність номерів-апартаментів; наявність конференц-залів, центрів комунікаційних технологій; наявність технічного устаткування; наявність служб фінансового забезпечення; наявність стоянок, гаражів.

Курортні готелі передбачають надання послуг розміщення, дієтичного харчування, лікувально-оздоровчих програм, розташовані на територіях, що дають можливості для відпочинку, оздоровлення і лікування в природно-кліматичних умовах. Основна проблема таких готелів – це сезонність попиту. Тривалість періоду може варіюватися в межах від 90 до 180 днів, що часто залежить від кліматичних і ряду інших факторів. З метою вирівнювання завантаженості в період міжсезоння курортні готельні підприємства прагнуть до завоювання нових сегментів ринків туристичних послуг, зокрема, сегмента ділового туризму [18].

Туристські готелі (tourist hotel) – розраховані на туристів, котрі зайняті активним відпочинком, беруть участь в екскурсійному, спортивно-оздоровчому туризмі. Туристські готелі розташовані головним чином в містах, а також на узбережжі, в горах, тобто, на туристському маршруті. Особливістю такого типу готелів є наявність туристського обслуговування для: прокату туристського спорядження, транспортних засобів, майданчиків, фунікулерів. В структурі приміщень виділяють туристсько-методичні кабінети, приміщення для інструктажу, заклади ресторанного господарства, побутового призначення, торговельні, розважальні приміщення, та інші. Саме спеціалізація готелю визначає його необхідну матеріально-технічну базу. Готелі високої категорії забезпечують високий рівень комфорту за рахунок надання номерів «люкс», «апартаменти», послуг сауни, конференцзалу та ін.

Туристсько-екскурсійні готелі розраховані на туристів, що найчастіше

подорожують автобусами. Туристсько-екскурсійні готелі розміщують на територіях міст або сільських поселень, і тому це вимагає наявності озелененої ділянки з майданчиками для відпочинку та спортивних занять. Для цього типу готельних підприємств не властиві приміщення для відпочинку, ігор, розваг тощо. Це пов'язано з тим, що потребу в цих приміщеннях задовольняє міська мережа діючих розважальних закладів.

Туристсько-спортивні готельні підприємства призначені для задоволення потреб споживачів готельних послуг у туристсько-спортивному обслуговуванні та відпочинку в різні пори року. Залежно від пори року передбачається спортивний туризм зимового та літнього сезонів.

Спеціалізовані засоби розміщення [14; 21; 22].

1. Готелі-казино (casino-hotel). Готелі цього типу поширені у країнах з розвиненою азартно-розважальною індустрією. Казино у готельному комплексі – це основна структурна ланка закладу розміщення. Головною функцією таких готелів є створення сприятливих умов для проведення азартних ігор. Послуги проживання та харчування у готелях-казино забезпечують на особливо високому рівні. У готелях фешенебельні номери, ресторани в меню яких екзотична кухня, дорогі напої, організовуються чартерні рейси на замовлення клієнтів, часто безкоштовний трансфер.

2. Готель-люкс – мале або середнє готельне підприємство, розташоване в центрі міста, орієнтоване на забезпеченого клієнта (бізнесмени, політики), оскільки ціни на проживання в номерах достатньо високі. Деякі номери обладнані кухнями, барами, холодильниками. Персонал забезпечує високий рівень сервісу.

3. Готель-гарні – засіб розміщення, що надає клієнтам обмежений набір послуг, а саме: розміщення й сніданок. Зокрема, в цьому готелі немає ресторану, а сніданок, включений до вартості номера, надають в невеликому кафетерії або буфеті.

4. Готель-лідо (від. фр. hotel lido) – невеликий готель, розташований безпосередньо на березі озера.

5. Готель-шато (від. фр. hotel chateau) – назва заміського замку або великого заміського будинку; різновид дорогих і особливо престижних французьких готелів, розташованих в сільській місцевості.

5. Гастрономічний готель. Туризм гастронома – це подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою покуштувати унікальні для туриста страви чи продукти.

6. Апарт-готель – готельне підприємство, що складається з декількох квартир. Передбачається самообслуговування і самостійне приготування їжі.

7. Готель-клуб, клуб-готель (від фр. hotel clubi) – готель, що містить, окрім номерного фонду для розміщення гостей, безліч залів, приміщень для організації активного відпочинку: тренажерний і гімнастичний зали, кіноконцертний зал, спортмайданчики з штучним покриттям (теніс, футбол, баскетбол, волейбол та ін.), конференц-зал, кімнати для ділових переговорів, банкетні зали та ін.

8. Готель-клуби, що розташовані на морському узбережжі, пропонують туристам міні-яхти, водні велосипеди, прогулянкові човни, віндсерфінг.

9. Палац-готель – готель, розташований в будівлі, що є історикоархітектурною пам'яткою палацової, замкової архітектури.

10. Готельно-офісний центр (hotel-office center) – готелі, що складаються з житлових приміщень – номерів – і нежитлових – спеціально обладнаних для використання під офіси. Їх розташовують в центрі ділової частини великих міст, біля важливих комерційних об'єктів.

11. Молодіжний готель, хостел (youth hostel) – заклади розміщення готельного типу, розраховані на осіб студентського та учнівського віку, які подорожують, перебувають на навчанні, роботі. Головна відмінність хостелів від звичайних готелів полягає у поєднанні економічності та регламентованих згідно вартості умов проживання.

12. Гуртожиток – засіб розміщення, як правило, відомчого підпорядкування, з мінімальними зручностями та кухонним обладнанням на поверсі [14; 21; 22].

13. Ротель – пересувний засіб розміщення представлений вагономтрейлером (англ. trailer від trail – тягнути) з одно-, двомісними номерами – спальними відсіками, який як прицеп рухається з автомобілем.

14. Кемпер – спеціально спроектований мобільний готель на автомобільному шасі для проведення літнього відпочинку. Цей тип мобільної споруди, зазвичай, збірного типу з легких матеріалів (пластмаса, фанера).

15. Акватель – корабель, який вилучено з експлуатації як транспортний засіб, і він перебуває на стаціонарній стоянці та використовується як готель.

16. Флотель – плаваючий готель значних розмірів, що розміщений на спеціально обладнаному судні для обслуговування туристів, які подорожують по воді. Флотелі складаються з плавучих корпусів різного функціонального призначення, що за обсягом послуг інколи називають «курортом на воді».

17. Флотокемпінги – засоби розміщення туристів у наплавних засобах, що розташовані у проміжних пунктах через 20 – 25 км туристського водного маршруту [14; 21; 22].

18. Ботель – стаціонарний заклад розміщення туристів цілорічного використання, розташований на березі у початковому або кінцевому пункті водного туристського маршруту, у приміській відпочинковій зоні на відстані 150 – 200 км один від одного.

19. Круїзне судно – спеціально обладнане судно, яке надає послуги з розміщення у каютах, а також послуги з перевезення, розваг та інших супутніх туристичних послуг під час круїзу.

20. Флайтель – засіб розміщення готельного типу, розрахований на короткий термін перебування власників літаків. Флайтелі разом з

аеродромами, ангарами, ремонтними майстернями, ресторанами, концертними залами та іншими закладами утворюють туристські комплекси для ночівлі, заняття спортом із стрибків на парашуті, прогулянки на повітряній кулі, проведення концертів, конференцій та інших заходів.

21. Лотель – засіб розміщення, призначений для туристів, що займаються кінним спортом. Має умови для утримування коней.

22. Пансіонат – засіб розміщення оздоровчого напрямку, розташований у заміській або рекреаційній зоні, призначений для тривалого перебування з регламентованим режимом відпочинку та харчування

23. Спортивно-оздоровчий комплекс – оздоровчий засіб розміщення, що надає послуги з розміщення, харчування, оздоровлення, занять спортом, відпочинку, дозвілля. Розташовують в рекреаційній або курортній зоні.

24. Санаторій – оздоровчо-лікувальна установа, розташована, в курортних зонах, на мінеральних, цілющих водах, термальних джерелах та ін.

25. Гостьовий будинок – засіб розміщення, де пропонуються мебльовані кімнати з мінімальними зручностями, у більшості випадків пропонується сніданок.

26. Агрозотель – засіб розміщення, що розташований на території фермерського господарства і має умови для заняття сільськогосподарською діяльністю під час відпочинку [14; 21; 22].

Висновок з 1 розділу

Різноманітність типів закладів готельного спрямування постійно оновлюється та розширюється. Враховується досвід історичного розвитку готельної галузі. До основних тенденцій світового готельного ринку відносять: розповсюдження інтересів готельного бізнесу на інші продукти та послуги; зростання демократизації індустрії гостинності; посилення спеціалізації готельного бізнесу; глобалізація та концентрація готельного

бізнесу; глибока персоніфікація обслуговування та клієнтоорієнтованість; подальше застосування новітніх засобів комунікації та інформаційних технологій; прискорення процесу злиття компаній та зростання кількості договорів франшизи та зовнішніх інвестицій; розвиток еко-готелів.

Класифікація готельних підприємств за рівнем комфорту відіграє величезну роль у вирішенні питань управління якістю готельних послуг. Рівень комфорту – це комплексний показник благоустрою та психологічної атмосфери.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ GLORIA SERENITI В АНТАЛІЇ

2. 1. Загальна характеристика готелю Gloria Sereniti

Курортний готель Gloria Serenity розташований серед соснових лісів на узбережжі моря та річки Ачісу в регіоні Белек, Анталія, де можна побачити всі природні краси Середземного моря. Юридична адреса: Belek Mah, Turizm Cad. No:12B/B Серік-Анталія/Туреччина. Повна назва – Gloria Serenity Resort, який обіцяє винятковий спокій і гармонію, а також розкішний відпочинок і робить мрію про надзвичайний відпочинок реальністю. Готель побудовано в 2007 р. компанією Ozaltin Holding. Готель позиціонує себе як цілорічний. Загальна площа складає 2122000 м². Номерний фонд готелю налічує 369 номерів, які представлені віллами та номерами підвищеного комфорту в двоповерхових будинках. За класифікацією – це п'ятизірковий комплекс [25].

В mainbuild знаходяться номери типу Superior Room (39 м², паркетна підлога, 1 спальня з двоспальним або двома односпальними ліжками, зона відпочинку з диваном, 1 телевізор, 1 ванна кімната з джакузі та душовою кабіною, засоби для ванни та тіла Bvlgari, кавоварка Nespresso, туалет, тераса або балкон (8 м²). Номери, призначені для людей з обмеженими фізичними можливостями, доступні в категорії Superior); Superior Laguna (39 м², вид на басейн, паркетна підлога, 1 спальня з французьким ліжком або двома односпальними ліжками, зона відпочинку з диваном, 1 телевізор, 1 ванна кімната з джакузі та душовою кабіною, засоби Bvlgari для ванни та тіла, кавоварка Nespresso, туалет, прямий доступ вихід до басейну, тераса (11 м²); Suite (65 м², вид на сад або басейн, паркетна підлога, 1 спальня з французьким ліжком, 1 ванна кімната з джакузі та душовою кабіною, засоби Bvlgari для ванни та тіла, кавоварка Nespresso); King Suite (160 м² з видом на море, паркетна підлога, 2 спальні з

траншейним ліжком, вітальня, 1 кімната з кабінетом, 4 телевізори, док-станція, роздягальня, 3 ванні кімнати з джакузі та душовою кабінною, засоби для ванни та тіла Bvlgari, Nespresso Кавоварка, 4 санвузла, 2 окремих балкона, один з джакузі (55 м²).

Окрема увага приділена віллам (див. табл. 2. 1).

Табляця 2. 1 – Варіанти розміщення в віллах готелю Gloria Sereniti [25]

Вілла	Розташування	Оснащення
1	2	3
Garden Villa	Сад (в районі GSR Villas), 86 м ² , вид на сад, дуплекс,	Вітальня з паркетною підлогою, 2 спальні з килимовим покриттям, ліжко розміру «king-size» у головній спальні, інша кімната має два ліжка розміру «queen-size», 2 ванні кімнати, головна ванна кімната з душем і джакузі, ще одна ванна кімната з ванною, 2 туалети, праска та прасувальна дошка, 3 телевізори, док-система, обідній стіл, VRF (індивідуальний) кондиціонер, тераса з джакузі (22 м ²).
Pool Villa	Сад (в районі GSR Villas), 86 м ² , вид на басейн/сад, дуплекс	Вітальня з паркетною підлогою, 2 спальні з килимовим покриттям, ліжко king size у головній спальні. У номері є два ліжка розміру «queen-size», 2 ванні кімнати, головна ванна кімната з душем і джакузі, ще одна ванна кімната з ванною, 2 туалети, праска та прасувальна дошка, 3 телевізори, док-станція, обідній стіл, VRF (індивідуальний) кондиціонер, тераса з джакузі (22 м ²), спільний відкритий басейн.
Deluxe Villa	Сад (на території GSR Villas), 200 м ² , вид на басейн і поле для гольфу, дуплекс	Вітальня з паркетною підлогою, 3 спальні з килимовим покриттям, 2 кімнати на верхньому поверсі, головна спальня з 1 двоспальним ліжком розміру «king-size» та інша кімната з 2 ліжками розміру «queen-size», перший поверх 1 кімната з двоспальним ліжком, 3 ванні кімнати, верхній поверх 2 ванні кімнати з душем і джакузі, перший поверх 1 ванна кімната з душем, 3 туалети, VIP Bulgari засоби для ванн і тіла, 4 телевізори, док-система, обідній стіл, праска та прасувальна дошка, індивідуальний VRF) кондиціонер, приватний відкритий басейн (перші чотири вілли мають морську воду та опцію підігріву), гамак біля басейну
Serenity Villa	Сад (на території GSR Villas), 200 м ² , басейн, вид на сад і поле для гольфу, дуплекс	Паркетна підлога, вітальня, обідня зона, 3 спальні, верхній поверх, 1 спальня з двоспальним ліжком розміру «king-size» і джакузі біля ліжка, 2 спальні з двома односпальними ліжками на першому поверсі), 3 туалети, 3 душові та 2 джакузі (1 на верхньому поверсі та 1 на першому поверсі, 1 душова кабінна), засоби для ванни та тіла VIP Bvlgari, маленька кухня, VRF (індивідуальний) кондиціонер, гамак біля басейну, спільний відкритий басейн, тераса (24 м ²).

Продовження таблиці 2.1

1	2	3
Queen Villa	Сад (в районі GSR Villas), 250 м ² , приватний басейн (з підігрівом і морською водою), вид на сад, басейн і поле для гольфу	Паркетна підлога, 4 спальні на верхньому поверсі, 1 спальня з двоспальним ліжком головної спальні, 1 спальня з двома односпальними ліжками з двоспальним ліжком розміру queen-size, 1 кімната з двома односпальними ліжками, перший поверх, 1 кімната з двома односпальними ліжками, 4 ванні кімнати з душем і джакузі, 4 туалети, VIP Bulgari продукти, вітальня, камін у вітальні, обідня зона, міні-кухня, тераса з джакузі, VRF (індивідуальний) кондиціонер, тераса 150 м ² з відкритим каміном, гамак біля басейну, приватна парковка.
King Villa	Сад (на території GSR Villas), 250 м ² , приватний басейн (з підігрівом і морською водою), вид на сад, басейн і поле для гольфу	Паркетна підлога, 4 спальні на верхньому поверсі, 1 спальня з ліжком розміру «king-size», головна спальня, 1 спальня з двома односпальними ліжками та ліжком розміру «queen-size». ліжко, 1 кімната з двома окремими ліжками, перший поверх, 1 кімната з двома односпальними ліжками, 4 ванні кімнати з душем і джакузі, 4 туалети, VIP Bvlgari засоби для ванни та тіла, вітальня, камін у вітальні, обідня зона, міні-кухня, кавоварка для еспресо, тераса з джакузі, VRF (індивідуальний) кондиціонер, тераса 150 м ² з відкритим каміном, гамак біля басейну, приватна парковка.
Vip Villa	Сад (в районі GSR Villas), 400 м ² , басейн, вид на сад і поле для гольфу, дуплекс, ліфт	Паркетна підлога, 4 спальні, на верхньому поверсі 1 ліжко розміру «king-size» і 2 кімнати з ліжками розміру «queen-size», на першому поверсі 1 спальня з французьким ліжком. 4 ванні кімнати, 1 ванна з душем на першому поверсі, 3 душові та джакузі на верхньому поверсі, 5 туалетів, засоби для ванни та тіла VIP Bvlgari, простора вітальня, бар, обідня зона, кухня, кавоварка Nespresso, кабінет, фітнес-зона з джакузі (з душем), парна, сауна, 2 масажні ліжка, власний відкритий басейн (з морською водою та можливістю підігріву), гамак біля басейну, VRF (індивідуальний) кондиціонер, тераса (200 м ²), власна парковка.
Presidential Villa	Сад (в районі GSR Villas), 1400 м ² , вид на сад, басейн і поле для гольфу, дуплекс, ліфт	Паркетна підлога, 6 спалень, усі на верхньому поверсі, 2 французькі ліжка, 1 ліжко розміру «king-size» і 3 односпальні ліжка, перший поверх 2 спальня для дворецького, 6 ванних кімнат, 2 з джакузі та душем, 1 з джакузі, 3 з душовою кабіною, 9 туалетів, засоби для ванни та тіла VIP Bulgari, фітнес-зона, турецька лазня, сауна, спа-зона з джакузі та масажним кабінетом (з душем), ігрова кімната та більярд, кінозал, вітальня, бар, кухня, обідня зона, кавоварка Nespresso, VRF (індивідуальний) кондиціонер, приватний відкритий басейн (з підігрівом і морською водою на вибір), гамак біля басейну, тераса на першому поверсі (300 м ²), балкон на верхньому поверсі з джакузі, приватна парковка.

Функції які дійсні для всіх номерів і вілл: набір для чаю та кави; кавоварка Nespresso; халат, тапочки, ваги, засоби для ванни та тіла Bvlgari; прямий телефон; вибір подушок; LCD-IPTV; центральне кондиціонування

(крім вілл); міні-бар (оновлюється щодня – безкоштовно); бездротовий доступ до Інтернету; телефон у ванній; косметичне дзеркало у ванній; фен у ванній; DVD програвач (за запитом); послуги пральні платні; прибирання номерів проводиться щодня; постільна білизна та рушники змінюються щодня.

Курорт Gloria Serenity пропонує широкий вибір шикарних ресторанів, де можна насолодитися стравами різних кухонь світу. Шеф-кухарі возять клієнтів по всьому світу, насолоджуючись дружньою атмосферою та п'ятизірковим обслуговуванням.

Aka à la carte ресторан. Японський ресторан, який пропонує спробувати японські смаки з автентичними спеціями та соусами. Також там є неймовірний винний льох, відомий як Le Somelier, із спеціальним окремим меню, з якого гості можуть вибрати будь-які вина, як місцеві, так і іноземні.

Steak-House Serenity Ресторан À La Carte. М'ясний ресторан, який спеціалізується на великій кількості рецептів приготування стейків.

Le Jardin Au Printemps Ресторан À La Carte. Французький ресторан з вишуканими шеф-кухарями з країни походження.

River landing fish ресторан à la carte. Ресторан, який спеціалізується на подачі морепродуктів, розташований на березі річки.

La trattoria romana ресторан à la carte. Італійський ресторан з вишуканою винною картою та італійськими брендовими стравами.

Traces beach restaurant. Це заклад, який спеціалізується на приготуванні різноманітних закусок, розташований дорогою на пляж.

Route 66 restaurant. Ресторан американської кухні, розташований з видом на море та ландшафтну зону.

Gloria patisserie. Заклад, який пропонує смачну випічку, печиво, кекси, пироги та багато іншого.

Графік роботи закладів харчування на території готелю представлено в таблиці 2. 2.

Столики в ресторані à la carte потрібно бронювати принаймні за два дні через службу обслуговування гостей. (Бронювання ресторану à la carte здійснюється лише один раз, за наявності вільних місць). VIP-гості, які проживають у готелі протягом 28 ночей і більше, можуть користуватися безкоштовним цілодобовим обслуговуванням номерів, послугами пральні зі знижкою 50%, а також послугами харчування та напоїв в інших наших готелях (за винятком ресторанів à la carte) безкоштовно.

Графік роботи закладів харчування на території готелю представлено в таблиці 2.2 [25].

Таблиця 2. 2 – Графік роботи закладів харчування на території Gloria Sereniti

Назва закладу харчування	Літній сезон	Зимовий сезон
TETRASOMIA Головний ресторан	Влітку	Взимку
Tetrasomia Restaurant - Сніданок	07:00-10: 30	07:00-10:30
Tetrasomia Restaurant - Обід	12: 30-14:30	12:30-14: 30
Tetrasomia Restaurant - Вечеря	19:00-21:30	18: 30-21:00
Brasserie Restaurant	24 години	24 години
A LA CARTE ресторани (безкоштовно)		
АКА À La Carte (Японський)	19:00-23:00	19: 00-23:00
Serenity Steak House A La Carte (Стейк)	19:00-23:00	19: 00-23:00
Le Jardin Au Printemps À La Carte (Французький)	19: 00-23:00	19:00-23: 00
La Tratoria Romana A La Carte Restaurant (Італійський)	19:00-23: 00	Зачинено
A LA CARTE ресторани (платно)	Влітку (01. 06-01.10)	
River Landing À La Carte (Рибний)	19:00-23: 00	Зачинено
Ресторан Traces Beach	12: 00-18:00	Зачинено
Ресторан Route 66	12:30-16:00	Зачинено
Traces Beach Snack	12:00-18: 00	Зачинено
Закусочна La Trattoria	12: 00-17:00	Зачинено
Route 66 Snack Restoran	12: 30-16:00	Зачинено

Гості можуть насолодитися рестораном à la carte «River Landing» за окрему плату з особи. (Це безкоштовно один раз на тиждень для х гостей,

які зупиняються в люксі з двоспальним ліжком розміру «king-size» та всіх категоріях вілл). Їжа та напої з інших готелів мережі оплачуються зі знижкою 50%. Два ресторани à la carte «Грецький» і «Туркуаз» в Gloria Serenity Resort доступний за додаткову плату, незалежно від категорії номера. Графік роботи ресторану à la carte може бути змінений відповідно до кількості відвідувачів.

Для туристів функціонують бари. Графік роботи барів на території готелю представлено в таблиці 2. 3.

1. Ella Fitzgerald lobby bar. Великий вибір напоїв у елегантно оформленому критому лаунжі або чудовій атмосфері тераси цілодобового відкритого ресторану Ella Лобі-бар Fitzgerald.

2. Traces beach bar. Знаходиться на пляжі та спеціалізується на широкому виборі напоїв у пляжному барі Traces.

3. Docks Pier bar. Розташований на курортному причалі.

4. Wurlitzer Karaoke bar. Це караоке-бар, елегантно оформленому лаунжі, обладнаному найсучаснішими високотехнологічними засобами.

Таблиця 2. 3 – Графік роботи барів на території Gloria Sereniti [25]

Бари	Влітку	Взимку
Лобі-бар Ella Fitzgerald	24 години	24 години
Traces Beach Ba	09: 00-20:00	Зачинено
Бар Dock's Pier	09:00-20:00	Зачинено
Бар біля басейну «Олівіум».	08:00-22:00	08: 00-22:00
Бар Wall Street	Зачинено	16:00-00:00
Караоке-бар Wurlitzer (розважальний центр)	16:00-00:00	16: 00-00:00
Бар La Trattoria	09:00-22: 00	Зачинено
Арена бар (амфітеатр)	20: 30–23:00	Closed
Траса 66 Бар	09:00-20:00	Closed
Релакс Вітамін Бар (SPA центр)	09: 00-20:00	09:00-20: 00
ЕКСКЛЮЗИВНІ БАРНІ ПОСЛУГИ		
Свіжий фруктовий сік у лобі-барі	24 години	24 години
Кав'ярня «Баріста» в лобі-барі	08:00-00:00	08: 00-00:00
Детокс і свіжі фруктові соки в головному ресторані	07: 00-10:30	07:00-10: 30

Обслуговування гостей в номерах згідно меню влітку здійснюється

безкоштовно з 7.00 до 23.00, взимку за додаткову плату. Міні-бар (алкогольні/безалкогольні напої, чай, кава, фруктовий сік, вода, мінеральна вода, печиво, шоколад, хрусткі яблучні чіпси, цукерки, чіпси) поповнюються один раз на день безкоштовно протягом року.

Всі місцеві алкогольні та безалкогольні напої, а також деякі імпортовані алкогольні напої пропонуються безкоштовно.

Готель для туристів пропонує послуги з пляжного відпочинку та відпочинку біля басейнів. Зокрема, Pools&Beach (ретельно доглянутий і охороняємий природний пляж, оточений пишною флорою і фауною, темно-блакитною водою Середземного моря, пірсом, що пропонує розваги та розваги, і унікальною архітектурою з головним басейном, що оточує головну будівлю); Pools (відкритий/критий басейни для дітей і дорослих. Відкриті басейни розташовані в чудовій садовій зоні); Beach (піщано-гальковий пляж протяжністю 400 м, нагороджений Блакитним прапором); Pavilions (пляжні павільйони пропонують усамітнення тим, хто вважає за краще усамітнитися, або сім'ям, які бажають мати власний простір. Павільйони оснащені спеціальним дворечним, який обслуговує потреби протягом дня). Біля басейну та на пляжі надаються безкоштовні шезлонги та рушники. Дати та години роботи пляжу та басейнів можуть змінюватися залежно від погодних умов. Також функціонує Aquapark з 1 по 15 число квітня та з 15 до 31 жовтня (залежить від погодних умов).

Детальна інформація наведена в таблиці 2.4 [25].

Окремої розкоші в обслуговуванні зосереджено в СПА-комплексі готелю Gloria Sereniti. СПА займає площу близько 3500 м². Меню spa-процедур настільки ж інноваційне, наскільки і відновлює організм. Сертифіковані терапевти пропонують найновіші види масажу та роботи з тілом, ритуали Далекого Сходу та місцеві ритуали, такі як турецька лазня та європейський аналог, фінська лазня, пропонуються в приватних процедурних кабінетах. Персональні перукарі та косметологи також є частиною Serenity SPA. Турецька лазня, джакузі та фінська сауна

пропонують теплий відпочинок, можливість побалувати тіло, зігріти душу. Рекомендується до або після лікування, щоб допомогти організму вивести токсини.

Масажі представлені ритуалами тіла Thermes Marins; масаж свічками; масаж Gloria Vitality; антистресовий масаж.

Таблиця 2. 4 – Інформація щодо басейнового комплексу послуг в готелі Gloria Sereniti [25]

Gloria Serenity басейни	Відкритий	Критий	Морська вода	Свіжа вода	Глибина	Площа	Влітку	Взимку
Відкритий басейн	+			+	140 – 200 см	4, 070 м ²	08: 00 – 20:00	Зачинено
Відкритий дитячий басейн	+			+	48 см	65 м ²	08: 00 – 20:00	Зачинено
Відкритий басейн з морською водою	+		+		140-200 см	3,621 м ²	08:00 – 20: 00	Зачинено
Басейн Olivium (підігрів взимку)	+			+	140 см	500 м ²	08:00 – 20:00	08: 00 – 20:00
Дитячий басейн Olivium (підігрів взимку)	+			+	50 см	25 м ²	08:00 – 20: 00	08:00 – 20:00
Критий басейн (в Serenity SPA)		+		+	140 см	273 м ²	08: 00 – 20:00	08:00 – 20: 00/ підігрів
Критий дитячий басейн (в Serenity SPA)		+		+	44 см	11 м ²	08:00 – 20: 00	08:00 – 20:00/ підігрів
Вілла Делюкс з басейном	+		+	+	140 см	52 м ²		*вибір свіжої або морської води (підігрів)
Serenity Villa Pool (спільний басейн)	+			+	140 см	94 м ²		*вибір свіжої або морської води (підігрів)
Басейн VIP Villa	+		+	+	140 см	92 м ²		*вибір свіжої або морської води (підігрів)
Президентська вілла басейн	+		+	+	140 см	133 м ²		*вибір свіжої або морської води (підігрів)

Особливої уваги заслуговують процедури для тіла: детоксикаційні водорості, САСІ Full Body, догляд за тілом Zoner, догляд за тілом Mesotech. Також в меню послуг представлено процедури для обличчя: ліфтинг для обличчя, догляд за обличчям з вітаміном С, підтягуюча процедура для обличчя, догляд за обличчям Mesotech. Сеанси манікюру та педикюру доступні в приватних процедурних кабінетах. Кожна процедура включає міні-масаж рук або ніг для покращення кровообігу та стимулювання регенерації шкіри. Для любителів просто неба можна замовити SPA-сеанс у спа-павільйоні. Повний графік роботи СПА-комплексу в Gloria Sereniti наведено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Графік роботи СПА-комплексу в Gloria Sereniti [25]

СПА & оздоровчий	Влітку	Взимку
15 терапевтичних кабінетів + 1 спа-люкс, догляд за шкірою та содами, масажі та процедури, манікюр-педикюр, 1 приватна турецька лазня (за окрему плату)	09:00 – 20:00	09:00 – 20:00
650 °C & 900 °C Сауна, зона відпочинку, критий басейн, 2 парильні, хамам (турецька лазня)	09:00 – 20:00	09:00 – 20:00

Для проведення конференцій, симпозіумів, нарад Gloria Sereniti пропонує конференц-зали та кімнати, які надаються в оренду (див. табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Перелік послуг для конференц-сервісу в Gloria Sereniti [25]

КІМНАТИ ДЛЯ ЗУСТРІЧ	Ширина, м	Довжина, м	Область м ²	Висота, м	Банкет, осіб	Банкет у формі U, осіб	Театр, осіб	Клас, осіб
Faces Halls	10,5	24	251	3,8	70	-	160	80
Faces I (денне світло)	10,5	6,5	68	3,8	30	14	45	27
Faces II (денне світло)	10,5	11	115	3,8	48	24	65	30
Faces III (денне світло)	10,5	6,5	68	3,8	30	20	45	24

«Gloria Event» об'єднує провідні світові тенденції в Gloria Hotels&Resorts і визначає мистецтво, шоу та події через незвичайну концепцію розваг, розроблену власною творчою командою. Амфітеатр Верде на 350 місць, обладнаний звуковими та світловими системами, баром і функціональною сценою, об'єднує танцювальні, акробатичні та етнічні сценічні шоу для гостей курорту Gloria Verde. Neptuno Bar вечорами виступають групи живої музики, ді-джеї та концептуальні вечірки (Працює з 01.05 – 15. 10). Арена Амфітеатр – комфортно оформлений і оснащений спеціальними звуковими та світловими системами, баром і функціональною сценою, амфітеатр Arena місткістю 1061 об'єднує відомі гігантські постановки, вибрані серед численних танцювальних, акробатичних і етнічних сцен та шоу зі своїми гостями в Gloria Hotels&Resorts (розташований між Gloria Golf Resort і Gloria Serenity Resort). «G» ПІДПРИЄМСТВО – це про вечірки під небом (розташований на пляжі між Gloria Golf Resort і Gloria Serenity Resort). Нічний клуб і бар Insomnia обслуговує до кінця вечірки (розважальний центр, який розташований між Gloria Golf Resort і Gloria Serenity Resort).

На базі готелю функціонує Game Center, де можна пограти з дітьми та друзями в боулінг (4 доріжки) та більярд, насолодитися електронними іграми та віртуальною реальністю на відпочинку. Доповнити відпочинок незабутніми моментами можна в Караоке-барі, де із задоволенням проводять час меломани (в розважальному центрі Gloria Serenity Resort). Послуги нашого ігрового центру платні.

Анімаційна команда готелю безкоштовно пропонує активіті: боча, зумба, пілатес, пляжний волейбол, аеробіка, йога, тенісні корти та прожектори, водне поло, гімнастика, настільний теніс, м'яка анімація, міні футбол, баскетбол, дартс.

Для спортивного вдосконалення гостям доступні фітнес-центри Gloria Verde Resort Fit Gloria, які пропонують послуги на основі якості та стандартів Gloria Hotels&Resorts, з повністю обладнаним та

функціональним спортивним обладнанням та тренажерами. За підтримки тренерів FIT Gloria виконуються різні програми для серцево-судинної системи, сили та розуму, тіла.

Графік роботи фітнес-зон наведено в таблиці 2. 7 [25].

Для гостей з дітьми готель Gloria Sereniti пропонує якісні послуги, в залежності від віку дитини (див. табл. 2.8).

Таблиця 2.7 – Графік роботи зони розваг та відпочинку в готелі Gloria Sereniti

ЗОНА РОЗВАГ ТА ДІЯЛЬНОСТІ	Влітку	Взимку
Нічний клуб Insomnia (+18 років) в розважальному центрі	23:00-03:00	23:00-02:00 (субота)
Розважальний центр Бар	16:00-00:00	16:00-00:00
Амфітеатр і бар Арена	На протязі шоу	Зачинено
G-Venture (на пляжі)	21:00-00:00	Зачинено
Тенісні корти (1 тартан, 3 кварцу), освітлення (безкоштовно) – з резервуванням	09:00-21:00	09:00-21:00
Уроки тенісу, тенісний інвентар (за додаткову плату)	По запиту	По запиту
Ігровий центр – боулінг, більярд, відеоігри, віртуальна реальність (додатково)	16:00-00:00	16:00-21:00

1. Гогі Vim Клуб працює з дітьми з 0 до 3 років. В клубі послуги безкоштовні. Надається по одному предмету залежно від кількості дітей у сім'ї: дитяча пляшечка, щіточка для чищення дитячих пляшечок, соска (+6 місяців), ложечка для годування, дитячі ножиці для нігтів, вологі серветки (дорожнього розміру), пелюшка (надається у футлярі). Продукти, які використовуються в дитячому клубі Gogi: підігрівач дитячих пляшечок, термометр і стерилізатор (наші гості можуть зв'язатися з родичами, щоб використовувати ці продукти у своїх кімнатах). У номерах: дитяче ліжечко, поручні, горщик для унітазу, горщик, табурет для раковини, дитяча ванночка. Дитячий набір Glorian (0 – 3 роки): дитяче волосся + шампунь для тіла Chicco, дитячий лосьйон, мочалка та банний халат для дитини або дитини (до 12 років).

2. Служба «Що?Де? Коли?». це відділ, якому можна надати рецепти, за якими треба готувати їжу дітям. Також гості можуть скористатися

кухнею Gogi Kids Club для приготування їжі для своїх малюків. Продукти НІРР подають у головному ресторані, наприклад органічне дитяче молоко НІРР (сухе), органічний рисовий пудинг, фруктовий сік, органічний чай НІРР, цільнозернові продукти, органічне печиво НІРР, закуски. Також як баночні продукти; органічні овочі та фрукти та цільнозернові продукти. Стільчики для годування у всіх ресторанах безкоштовно. Додаткові послуги: ходунки, дитячі коляски, радіоняня.

3. Дитячий Клуб Gogi від 4 до 12 років. Дитячий дитячий клуб Gogi пропонує рукоділля, спортивні заходи, змагання, шоу та дні народження.

4. Gogi Fun Jungle (діти до 5 років повинні бути в супроводі дорослих) для дітей з 1 до 14 років. Для дітей передбачені критий і відкритий ігровий майданчик. Діти до 5 років можуть відвідувати Fun Jungle під наглядом батьків. Comfyland 01 – 06 років, Gogi Town 1 – 12 років, Crazy Jungle 5 – 12 років, Game Zone 5 – 14 років.

5. Підлітковий Клуб (з 01.06 – 30.09) з 13 до 17 років. В клубі пропонують ігри в більярд, міні-футбол, дартс, водні види спорту (за додаткову плату), настільний теніс, баскетбол, волейбол, аквапарк, курс діджея.

6. Послуги няні для дітей від 1 до 12 років.

Таблиця 2.8 – Послуги дитячого центру в готелі Gloria Sereniti [25]

ДИТЯЧІ АКТИВІТИ	Влітку	Взимку
Gogi Fun Jungle Від 1 до 14 років, діти до 5 років можуть отримати розваги тільки під наглядом батьків	Послуга надається з 01.05-31.10 з 10:00 – 12:30 // 13:30 – 23:00 (під наглядом аніматорів клубу)	Зачинено
Дитячий клуб Gogi Вік від 1 до 12	Послуга надається з 01.04-31.10 (під наглядом аніматорів клубу), з 09:00 – 17:00 / 17:30 – 23:00 (під наглядом батьків)	З 10:00 – 17:00 (під наглядом аніматорів клубу, та з 17:00 – 21:00 (під наглядом батьків)
Підлітковий клуб Gogi Вік від 13 до 17	З 01.06 – 31.09 10:30 – 12:30/14:30 – 17:00/22:00 – 22:30	Зачинено
Няня. Для віку 1-12 років. За	09:00 – 02:00	10:00 – 21:00

додаткову плату та по резервації.		
Міні ферма Глорія	09:00 – 23:00 (під наглядом батьків)	09:00 – 23:00

Гості Gloria Hotels&Resorts мають привілей користуватися єдиним на Середземноморській Рив'єрі полем для гольфу на 45 лунок із двома чемпіонськими полями на 18 лунок і полем для гольфу Verde на 9 лунок, спроектованим відомим гольф-архітектором Мішелем Гайоном і не лише користуючись перевагою любителі гольфу, але також і професіонали. Гольф-клуб Gloria зробив значний крок у світі технологій драйвінг-рейнджів, додавши систему TrackMan, яка, схоже, революціонізує досвід турецького полігону як перша у своєму роді, встановлена на європейському курорті.

Тренувальна академія Gloria Golf Training та полігон є найбільшим спеціально побудованим тренувальним комплексом у Туреччині. Trackman Range, найсучасніша система, яка використовується більш ніж 10000 професіоналами та інструкторами по всьому світу, використовуючи доплерівську радарну систему для відображення різноманітних веселих ігор і програмне забезпечення для відстеження м'яча. 27-дюймові сенсорні екрани в кожному відсіку. Для більш досвідчених гравців, які хочуть освоїти свою гру, готову до застосування на трьох полях у гольф-клубі Gloria, програмне забезпечення дозволяє користувачам відстежувати та переглядати швидкість м'яча, перенесення, кут старту, точні відстані та форму удару. Це відображається на 48 екранах на полі, надаючи гравцям у гольф важливу інформацію, необхідну для покращення своєї гри. Кваліфіковані викладачі PGA і TPGA проводять уроки як для окремих осіб, так і для груп, доступні для використання гольф-клуби Nike, Taylor Made і Titleist, а в приміщенні Арени використовуються технології Flightscope і SAM putt lab. Об'єкти включають п'ять паттінг-грінів, шість бункерних грінів, сім чіппінг-грінів і пітчінг-грінів, майданчик для тренувань з клином, 48 критих майданчиків для рейнджів і 50 трав'яних майданчиків.

Gloria Golf Training Academy займає площу 3500 м². Зелень: бермудська трава tifway 328. Фарватер: Bermuda grass tifway 419.

Гольф-клуб Gloria, спроектований відомим французьким гольф-архітектором Мішелем Гайоном, пропонує загалом 45 лунок із двома 18-лунковими полями для чемпіонатів і полем з 9 лунками. Це найбільший гольф-клуб регіону та Туреччини, навіть другий за величиною в Європі. Гольф-клуб Gloria визнаний одним із найкращих у регіоні, який є гольф-раєм Туреччини, який, як відомо, пропонує сприятливий клімат 12 місяців на рік. Тут також проводяться всесвітньо відомі змагання з гольфу.

Gloria Sports Arena – це сучасний спортивний комплекс із закритими, відкритими і водними спортивними спорудами. Він побудований на площі 105000 м² (територія 10,5 га в Белек – Анталія – Туреччина, де розміщено понад 50 різних спортивних дисциплін і таборів. Об'єкти обладнані та побудовані з використанням найсучасніших технологічних розробок у спорті.

Спорт під відкритим небом представлено наступними позиціями: стрільба з лука, пляжний волейбол, їзда на велосипеді (гірський велосипед, шосейний велосипед), хокей на траві, футбол, гольф, регбі, теніс, легка атлетика. Біг: спринт, середні, довгі дистанції, естафети, бар'єрний біг. Стрибки: стрибки в довжину-потрійну висоту, стрибки з жердиною. Метання: штовхання ядра, метання списа, метання молота. Багатоборство: десятиборство (чоловіки), семиборство (жінки), триатлон. Інші види спорту на відкритому повітрі: скелелазіння (боулдерінг, спортивне скелелазіння), алтимат-фрісбі, слеклайн.

Спорт в приміщеннях: бадмінтон, баскетбол, бокс, фехтування, гімнастика, гандбол, дзюдо, настільний теніс, тхеквондо, волейбол, важка атлетика, боротьба. Інші види спорту в приміщенні: пауерліфтинг, спортивні танці, футзал, бойові мистецтва (айкідо, джиу-джитсу, карате, кікбоксинг, K1, муай-тай), групові заняття (велоспорт у приміщенні, крос-тренінг, тренування на підвісі).

Водні спорти: стрибки в воду (1 – 3 м трамплін, 3–5 –7, 5–10 м вишка), плавання, синхронне плавання, водне поло, інші водні види спорту: підводне плавання (басейн), підводний хокей, підводне регбі.

Таким чином, готель Gloria Sereniti надає широкий та різноманітний набір послуг для гостей протягом року.

2.2. Аналіз організації технологічних процесів в готелі Gloria Sereniti

Особливістю послуг гостинності є те, що вони є головним продуктом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів, створюються й реалізуються в межах одного підприємства. Технологічна концепція готелю Gloria Sereniti визначає організацію комфортних умов гостинності через створення технологічного стандарту (див. рис. 2. 1) [10].

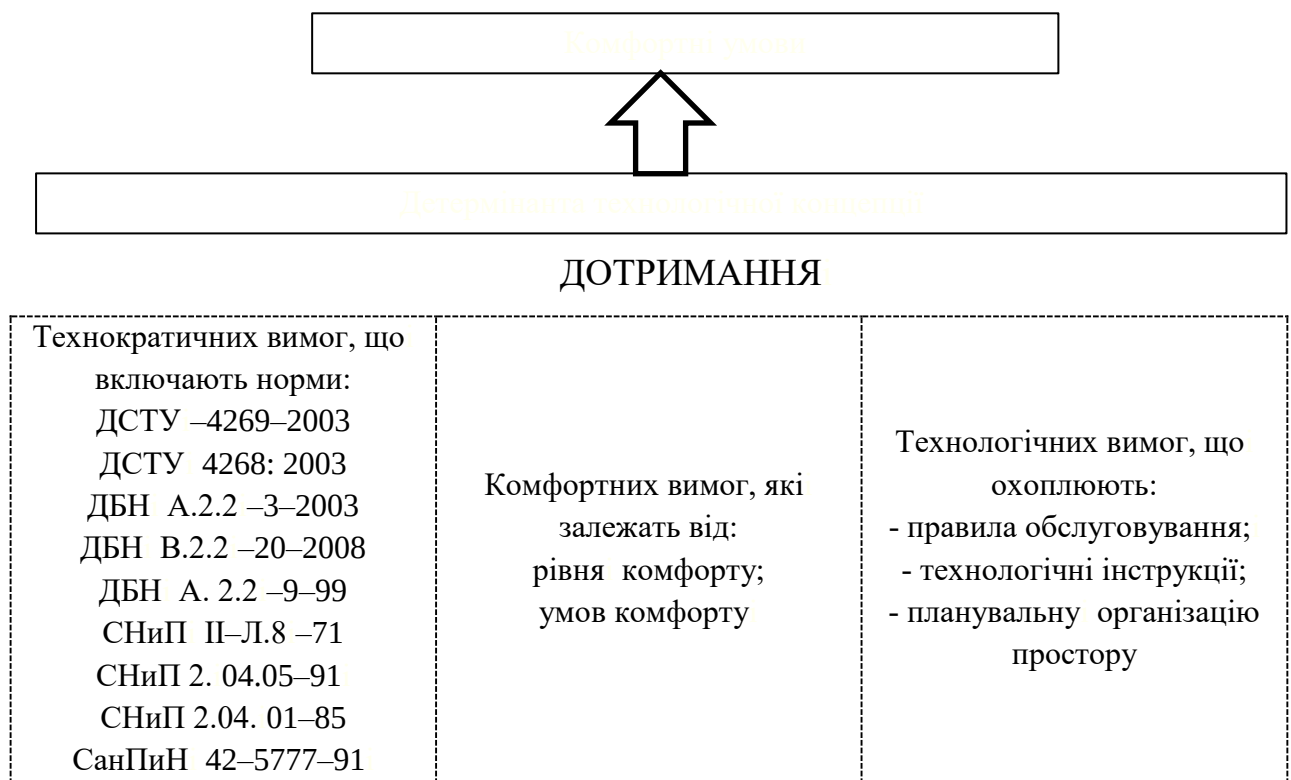


Рис. 2.1 – Технологічна концепція гостинності Gloria Sereniti

Детермінантою гуманітарної концепції гостинності є гасло: «Клієнт завжди має рацію», яка вимагає гостинної поведінки від обслуговуючого персоналу. Послуги підприємств гостинності мають легко адаптуватися

відповідно до потреб та вимог гостей. Детермінантом комерційної концепції гостинності є повторне звертання клієнтів. Аналізуючи потреби таких клієнтів, можна визначити стратегію гостинності через формування філософії підприємства: його концептуалізації, спеціалізації, диверсифікації й екологізації [16].

Головною функцією готельного підприємства є забезпечення тимчасового проживання. Організаційна структура готельного підприємства визначається призначенням готелю, його місцезнаходженням, особливостями його гостей та іншими факторами. Це відображення повноважень та відповідальності, покладених на кожного з його працівників [18]. Служба управління номерами вирішує питання, пов'язані з бронюванням номерів, прийманням туристів, що прибувають в готель, їх реєстрацією та проживанням, а також відправленням їх додому або до наступного пункту поїздки після закінчення туру, забезпечує обслуговування номерів, підтримує необхідний санітарно – гігієнічний стан кімнат і рівень комфорту в житлових зонах, займається наданням побутових послуг гостям. Склад служби управління номерним фондом наведемо у схемі 2. 2.

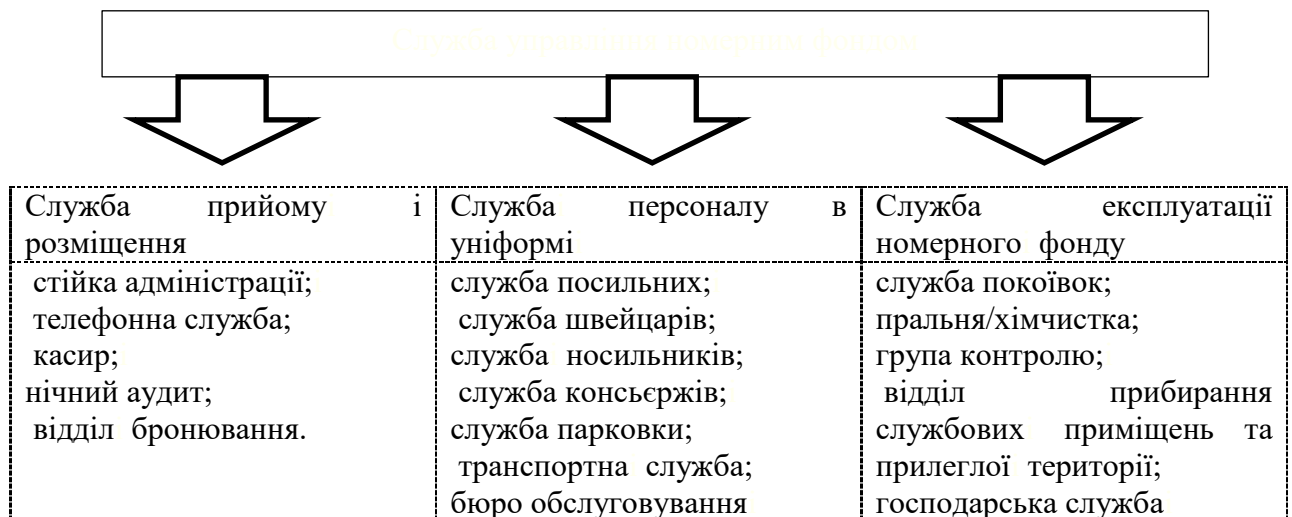


Рис. 2.2 – Структура служби управління номерним фондом

Найважливішою функцією обслуговування номерів в готелі є

підтримка необхідного рівня комфорту та гігієнічного стану готельних номерів та громадських приміщень (вестибюлі, фойє, коридори, коридори). За кількістю працівників ця послуга є найбільшою в готелі. Як правило, тут працює до 50% усіх працівників.

Перше враження від готельного комплексу залежить від служби прийому. Адміністратори під час спілкування з гостем повинні обговорити такі питання, як ціна номера, умови проживання, порядок оплати. Також обговорюються інші питання, які дозволяють судити про платоспроможність гостя [17].

У процесі реєстрації з'ясовується наявність або відсутність попереднього бронювання, характер розміщення, необхідного гостю. Якщо отримано підтвердження бронювання, гість заповнює реєстраційну картку, в якій вказує адресу свого постійного місця проживання, адресу організації, яка оплачує житло (якщо оплата здійснюється третьою стороною), і тип платежу (готівкою, кредитною картою або чек). Після заповнення картки гість підписує її, укладаючи тим самим договір, що підтверджує тип проживання, тривалість перебування та вартість номера.

Після закінчення реєстрації портьє або розсильний супроводжує гостя до його кімнати та допомагає принести багаж. Якщо у гостя виникають запитання або проблеми, перше, що він робить, це звертається до стійки реєстрації. А коли настає час виїзду, працівники цієї служби виконують розрахунок оплати за проживання [24].

Завдання керівника служби – контролювати весь процес прийому та розміщення гостей, професійно вирішувати конфлікти, які можуть вплинути на престиж готелю. Керівництво готелю завжди стикається з рядом проблем та ризиків, наприклад: подвоїти бронювання або залишитись із недостатньо заповненим запасом номерів. Тому роль служби бронювання не слід недооцінювати.

При організації послуг у ресторанах (кафе) готельних комплексів зазвичай пропонуються такі умови харчування: повний пансіон (триразове

харчування – сніданок, обід і вечеря); напівпансіон (дворазове харчування – сніданок плюс обід або вечеря); тільки сніданок (один прийом їжі на день) [18]. Всі готелі звертають особливу увагу на сніданок. Сніданок починається з організації гостей, і його організація багато в чому визначає чи почнеться день для гостей добре чи погано. На відміну від обіду та вечері, майже всі гості, які зупиняються в готелі, приходять на сніданок.

Специфіка готельного ресторану, на відміну від міського, полягає в тому, що його робота тісно пов'язана не тільки з самим ресторанним сервісом, а й з усіма іншими відділами готелю. Тому відсутність або несправна робота бодай однієї служби може підвести весь готель. Інженерні (технічні) послуги готелю є однією з багатьох служб і, як правило, їх очолює головний інженер або директор з технічного обслуговування будинків, головний технік будівлі.

Структуру технічних підрозділів інженерної служби наведемо у схемі 2.3.

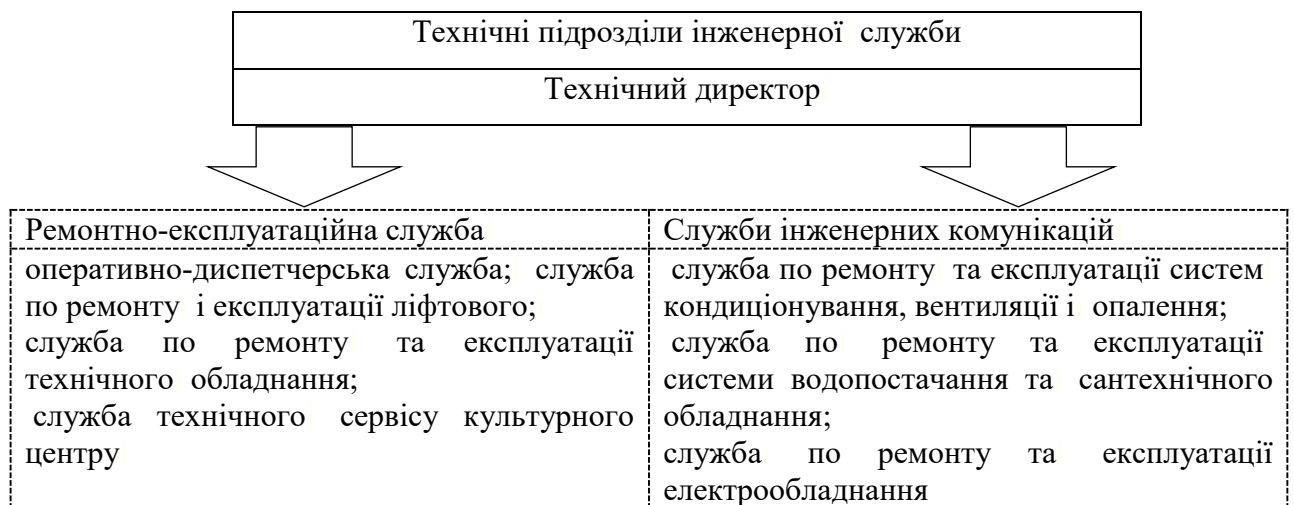


Рис. 2.3 – Структура технічних підрозділів інженерної служби

Сучасні готелі оснащені складним інженерно-технічним обладнанням, що забезпечує високий рівень зручностей та комфорту. Це обладнання складається з наступних груп: санітарні споруди (водопостачання, каналізація, холодне та гаряче водопостачання, опалення, вентиляція,

кондиціонування повітря, централізоване видалення пилу, вивезення сміття, полотняні труби); електропостачання (освітлення та електромережі); ліфтові приміщення (пасажирські, службові та вантажні ліфти, ескалатори); слабкострумові пристрої та автоматика (телефонні системи, радіосистеми, пожежна та охоронна сигналізація) [10; 20].

Адміністративний відділ складається з секретаріату, офісу, постачання, складування, профілактичних інспекцій, планування та бухгалтерського обліку тощо. Персонал адміністративного відділу представлений інженерами з безпеки, охорони праці, електрообладнання, водопровідних та каналізаційних мереж тощо. у відділ також входять менеджери з постачання, збуту, контролю та ін. Адміністративна служба відповідає за організацію управління всіма службами готельного комплексу, вирішує фінансові та кадрові питання, займається створенням та підтримкою необхідних умов праці персоналу готелю, здійснює нагляд за дотриманням норм і положень з охорони праці, безпека, пожежна та екологічна безпека [11].

Склад послуги: секретаріат, фінансова служба, еколог, інспектори пожежної безпеки. Інженерний відділ відповідає за обслуговування складних систем в процесі експлуатації та ремонту. Цими системами користується як персонал готелю, так і самі гості. У той же час керівництво готелю та персонал майже не контролюють, як готельне обладнання використовується гостями. Однак інженерний відділ безпосередньо відповідає за таке обладнання [20].

Технологія обслуговування гостей в готелях – важливий фактор, який свідчить про якісне надання послуг споживачеві, хорошому фінансовоекономічному статусі, чітко сформованому плані роботи і відповідальності.

Функціональна спеціалізація апарату управління готелем суттєво підвищує ефективність роботи готелю виключно завдяки персоналу висококваліфікованих та досвідчених фахівців готельного бізнесу –

невід'ємної частини сфери послуг [17]. Розглянемо структуру в готелі Gloria Sereniti (див. табл. 2. 9).

Функціональна структура управління готелем має наступні переваги:

- о обов'язкова присутність висококваліфікованих спеціалістів, які несуть персональну відповідальність перед керівництвом за виконання їх наказів, прохань;

- уникнення повторів та дублювання при виконанні диспозитивних та управлінських функцій;

- зниження потреби у найманні повного набору мультикваліфікованих спеціалістів; о впровадження передових технологій та форм обслуговування у виробництво готельного продукту;

- стандартизація, формалізація, економіко-математичне програмування явищ і процесів виробництва всіх видів послуг [26].

Таблиця 2.9 – Організаційна структура в готелі Gloria Sereniti

Відділ	Структура
Адміністрація	Генеральний менеджер
Фінансовий відділ	Фінансовий директор. Заступник фінансового директора. Менеджер відділу по поставкам.
Відділ інформаційних систем	Менеджер відділу інформаційних систем
Відділ по персоналу	Директор відділу по персоналу. Менеджер відділу по навчанню
Комбінат харчування	Менеджер комбінату харчуванн. Шеф-повар
Інженерний відділ	Директор інженерного відділу Менеджер інженерного відділу
Номерний фонд	Директор відділу розміщення Головний спеціаліст служби експлуатації номерів
Відділ продаж	Директор відділу продаж і маркетингу Менеджер відділу продаж і маркетингу
Служба безпеки	Менеджер служби безпеки
Клуб гольфу та спорту	Менеджер клубу
Анімаційний клуб	Менеджер клубу

Хоча сама функціональна структура не позбавлена недоліків:

- труднощі, а іноді і проблеми у підтримці постійної взаємодії між

функціонально різними службами;

- тривалість процесу та процедури прийняття управлінських рішень;
- відсутність неупередженості та незацікавленості у реалізації цілей та завдань «своїх» та «чужих» структурних підрозділів;
- прояв тенденцій до надмірної централізації прийняття управлінських рішень;
- низька реакція (реагування) на зміни в процесі управління [14].

Звичайно існує фактор, який формує відмінності між очікуваним і реальним рівнем обслуговування, а саме існуючі відмінності між розумінням керівництва готелю про високу якість послуги і точкою зору клієнтів. Але керівництво готелю Gloria Sereniti вкрай обережно відноситься до даного фактору, при встановленні рівня очікувань клієнта. Прагнення виправдати очікування клієнтів на підприємстві ув'язується з необхідністю формування прийняттого рівня задоволення інтересів співробітників, постачальників та інших партнерів. Тому і рівень організації роботи основних служб обслуговування гостей у готелі Gloria Sereniti залишається завжди на високому рівні.

2.3. Заходи щодо охорони праці та різних видів техніки безпеки в готелі

Майже третина населення планети не уявляє свого життя без відпочинку. Готельний сервіс містить у собі цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму в світі. Туристські послуги будуються на принципах сучасної гостинності, що підвищує їхню роль у розвитку готельної індустрії, а також висуває високі вимоги до забезпечення безпеки як працівників, так і відпочивальників, в готельно-ресторанному комплексі.

Огляд таких актуальних завдань, як роль держави у правовому забезпеченні функціонування об'єктів готельно-ресторанного комплексу, питання профілактики травматизму, проблем виробничої санітарії і

пожежної безпеки до улаштування і утримання територій, приміщень, будівель і споруд, систем водопостачання, каналізації, освітлення, електробезпеки тощо представлені у наукових публікаціях сучасних науковців зі всього світу. Сьогодення на перший план висуває проблеми охорони праці та безпеки життєдіяльності, зокрема питання стану умов праці. Від умов праці, а саме від того, наскільки санітарно-гігієнічний стан виробничого середовища приміщення відповідає її фізіологічним потребам, значною мірою залежить здоров'я і працездатність людини, її ставлення до роботи і сам результат праці [1 – 5].

У ринкових умовах мета кожного економічного об'єкта є втриматися на ринку й одержати прибуток. Досягнення цих умов стане можливим, якщо втрати готельно-ресторанного комплексу будуть нижчими від заробленого прибутку. Вже багато років тому систему обмеження втрат (Loss Control Management) на підприємстві було трактовано як один з ключових елементів його успішного функціонування. Виявилося, що краще обмежувати втрати, ніж підвищувати дохід шляхом підвищення продажу або підвищення ціни [1]. Втрати підприємства, на які можна впливати, значною мірою пов'язані з охороною праці. Нещасні випадки на виробництві зумовлюють значні затрати часу, підвищення страхових внесків, знищення або пошкодження обладнання, зниження продуктивності праці, значні штрафні санкції, витрати коштів на експертизи та ін. Охорона праці включає в себе не тільки запобігання травматизму та профзахворювань на робочих місцях, а й питання безпеки продукції, що виробляється, охорону навколишнього середовища, безпеку працівників підрядних організацій, відвідувачів тощо.

Становище у сфері охорони праці залишається нестабільним. Існуючий в Туреччині рівень виробничого травматизму ще досить високий порівняно з більшістю країн світу. Сучасний стан охорони праці потребує вжиття заходів загальнодержавного масштабу, бо стосується практично всіх видів економічної діяльності, охоплює весь виробничий

потенціал країни та істотно впливає на сталість її економічного розвитку.

Готельний комплекс є місцем відпочинку і, як наслідок, великого скупчення людей. Адміністрація готельного комплексу бере на себе обов'язок не лише забезпечити затишне проживання і гарантії доброго відпочинку, але і гарантію безпеки людей, що проживають та працюють у ньому, їхнього життя, здоров'я, майна тощо. Саме тому необхідний найретельніший контроль у сфері безпеки таких закладів.

Сучасний готельний комплекс оснащений великою кількістю різного обладнання і майна. У ньому працює значна кількість обслуговуючого персоналу, відбувається постійна зміна проживаючих. Саме тому питанням охорони праці та техніки безпеки в готельних комплексах потрібно приділяти велику увагу. Організація охорони праці в готельно-ресторанних комплексах здійснюється відповідно до Закону Туреччини «Про труд» та великої кількості нормативних документів [9].

Загальне керівництво роботою з охорони й безпеки праці в готелі здійснює директор (роботодавець). Адміністративна реформа передбачає підвищення відповідальності керівників підприємств за стан охорони праці. Окрім моральної та юридичної відповідальності щодо охорони праці для роботодавців, важливим є рентабельність підприємства, одержання максимального прибутку, зменшення витрат на пільги та компенсації за роботу в шкідливих умовах, штрафні санкції, зменшення розміру страхових тарифів. Ці причини спонукають власника активізувати роботу з охорони праці на підприємстві.

Для функціонування системи управління охороною праці директор створює відповідні служби та призначає посадових осіб, затверджує інструкції про їх обов'язки, а також контролює їх дотримання; реалізує комплексні заходи та підвищення існуючого рівня охорони праці; організовує за свої кошти проведення попереднього та періодичних медичних оглядів; розробляє та затверджує відповідні положення з охорони праці, щорічні плани-графіки навчання та перевірки знань.

Працівник готелю зобов'язаний дотримуватися норм, правил, інструкцій з охорони праці, вміти правильно застосовувати колективні й індивідуальні засоби захисту, негайно повідомляти своєму безпосередньому керівникові про будь-який нещасний випадок, а також про ситуації, що створюють загрозу життю і здоров'ю людей. Власник готельно-ресторанного комплексу зобов'язаний застосовувати сучасні прогресивні форми наукової організації праці, яка обов'язково включає профілактику захворювань серед працюючих та адекватний медичний супровід робітників.

Своєю чергою, у профілактиці професійних захворювань велику роль відіграють систематичне оздоровлення та ретельний контроль за умовами праці, а також попередні та періодичні медичні огляди, якими активно займаються відділення профілактики амбулаторно-поліклінічних закладів. Роботодавець за свої кошти організовує проведення попереднього (під час прийняття на роботу) і періодичних (протягом трудової діяльності) медичних оглядів працівників, зайнятих на важких роботах, роботах зі шкідливими чи небезпечними умовами праці або таких, де є потреба у професійному доборі, а також щорічного обов'язкового медичного огляду осіб віком до 21 року. У випадках зниження або втрати працездатності хворого необхідно скерувати до МСЕК для встановлення групи інвалідності за професійним або загальним захворюванням, а призначене профілактичне лікування досить часто запобігає інвалідності. Згідно із законодавством Туреччини, усі працівники підлягають загальнообов'язковому державному соціальному страхуванню від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які призвели до втрати працездатності. Санітарно-гігієнічні заходи, які проводять на підприємстві, повинні передбачати попередження шкідливого впливу виробничих чинників на людину та дотримання допустимих рівнів цих чинників на робочих місцях, а також забезпечення відповідності умов на робочих місцях вимогам зазначених у нормативних документах [9].

Необхідно особливо відзначити, що велику (можливо, головну) небезпеку для готельних комплексів становить можливість пожежі, випадкового або навмисного підпалу, що також вимагає розроблення і впровадження відповідних організаційно-технічних заходів протидії. Пожежна безпека є однією з найважливіших складових комплексної системи безпеки підприємств. Тому важливо приділити увагу її удосконаленню в готельних комплексах.

Улаштування будівель і приміщень повинно відповідати вимогам правил пожежної безпеки. Залежно від ступеня вогнестійкості будівлі необхідно застосовувати конструктивні елементи. Необхідно призначати відповідальних за пожежну безпеку в кожному підрозділі готелю. Розробляють правила, положення пожежної безпеки для кожного підрозділу й інструкції із заходів протипожежної безпеки на кожному робочому місці. Створюють добровільні пожежні дружини з числа чергових адміністраторів, чергових менеджерів, працівників служби безпеки готелю й іншого чергового персоналу, що здійснюють цілодобовий контроль за пожежною безпекою. Розробляють систему оповіщення у випадку виникнення пожежі. Розписують основні обов'язки кожного члена добровільної пожежної дружини під час пожежі. Після сигналу пожежної тривоги по системі оповіщення всі особи, призначені наказом директора відповідальними за пожежну безпеку, повинні прибути до готелю, з'ясувати причину тривоги, почати евакуацію людей, а також вжити всіх необхідних заходів для гасіння і запобігання поширення вогню до прибуття пожежних [1 – 5].

Варто також зазначити, що у кожному готелі наказом директора з числа спеціально підготовленого електромеханічного персоналу призначають особу, відповідальну за загальний стан електрогосподарства готелю. До технічних способів і засобів захисту від ураження струмом належать: ізоляція струмопровідних частин; захисне заземлення, занулення; захисне відключення; огорожувальний пристрій; попереджувальна сигналізація, знаки безпеки, засоби захисту та ін. До роботи з

електроустановками допускають осіб, не молодших 18 років, які пройшли інструктаж і навчання безпечним засобам праці, які підтвердили знання правил безпеки стосовно виконуваної роботи й пройшли інструктаж щодо займаної посади.

Таким чином, перехід на ринкові відносини потребує не лише реконструкції виробничих технологій, а й реструктуризації системи управління, оновлення технології управління, його функцій. Основними важелями працезахоронної політики готельних підприємств є: економічні методи (штрафи, пільги та компенсації, відшкодування, страхові тарифи), соціально-психологічні заходи (навчання, інструктажі, стажування, підвищення кваліфікації), правова відповідальність (матеріальна, дисциплінарна, адміністративна, кримінальна). Сучасні методи управління спрямовані на самоконтроль та самоуправління. Очевидно, що людина працює краще, коли робота їй подобається і вона досягає поставленої мети. Оптимальні умови праці, уважне ставлення до підлеглих і взаємодопомога сприяють підвищенню ефективності праці і зниженню витрат. При цьому необхідно розуміти, що людина її життя та здоров'я є найвищою цінністю підприємства. На першому місці повинен стояти пріоритет життя та здоров'я працівника перед будь-якими результатами праці.

2.4. Аналіз рівня задоволеності споживачів готельних послуг в Gloria Sereniti

Кожне відвідання готелю Gloria Sereniti не лишається без уваги. Під час відпочинку, працівники служб прийому, розміщення, харчування та розваг спілкуються з гостями на предмет їх задоволеності надаваних послуг. зокрема, велика база відгуків міститься як на офіційній сторінці готелю, так і в соціальних мережах, довідниках, туристичних порталах та сайтах туроператорів.

За останні 2 роки готель надав послуги щонайменше 35000 осіб з

країн Європейського союзу, Туреччини, України, Грузії, США тощо. Літній відпочинок туристів в готелі більш насичений і готель більш завантажений саме в цей час.

Останній ковідні роки 2020 – 2021 рр. трохи зменшили напливи гостей, проте їх загальне враження від послуг надаваних в готелі не змінилося. У результаті застосування методів простого групування та класифікації були отримані такі дані: основними клієнтами готелю є чоловіки (56,7%) і тільки 43,3 % жінок (див. рис. 2.4). Їх вік в основному становить від 30 до 50 років (66,7%), респондентів у віці до 30 років значно менше (26,7 %), і зовсім нечисленна група старше 50 років – всього 6,6%.

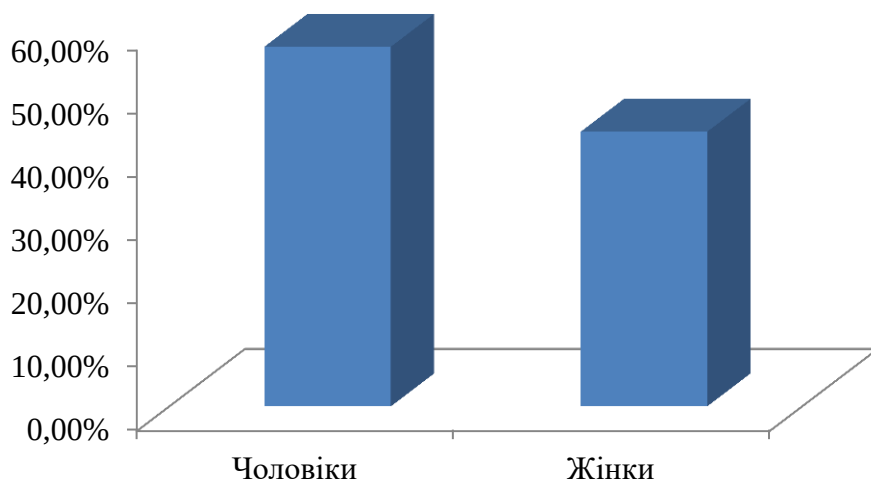


Рис. 2. 4 – Кількість клієнтів за статевою ознакою, які зупинялися у готелі Gloria Sereniti у 2022 р.

На 2022 рік готель надав послуги представникам 37 країн світу. Основний склад іноземних громадян представляють громадяни Німеччини, Білорусії, США, Китаю, Туреччини та Польщі. Аналіз клієнтів готелю на основі соціо-демографічних ознак допоміг виділити групи сегментів, але не показав їх відмінності в побажаннях і перевагах. Тому наступним етапом досліджень стало встановлення особливостей попиту на готельні послуги виявлених сегментів споживачів (див. табл. 2.10).

Вивчивши в сукупності психографічні та соціо-демографічні ознаки

клієнтів, представляється можливим описати профілі отриманих сегментів. 1-й сегмент – «вимогливий». Рівень доходу його представників вище середнього – від 4000 до 10000 \$, при проживанні у готелі для них найбільш важливою послугою є організація харчування. У питанні оформлення інтер'єру в рівній мірі віддають перевагу вільному і класичного стилю.

Відмінною рисою даного сегменту є те, що вони пред'являють підвищені вимоги до комплексу послуг, вважаючи, що все у роботі готелю необхідно удосконалювати і немає такого напрямку роботи, який би їх 66 повністю задовольняв. Цей сегмент представлений найбільш широко (40%), в основному це чоловіки (90,9%) у віці від 30 до 50 років, що займають керівні пости, або які є підприємцями.

Таблиця 2.10 – Залежність між рівнем доходів і споживчими перевагами клієнтів готелю Gloria Sereniti

Споживчі переваги	Чисельність від загального обсягу виборки,%	Чисельність клієнтів, які відзначили фактори в групах з різним рівнем доходу(від чисельності груп, %)				
		до 3500 \$	від 3500 до 7000 \$	від 4000 до 10000\$	від 10000 до 15000 \$	понад 15000 \$
Необхідність послуги:						
харчування	47, 4	50	55, 6	53,8	50	28,6
розваги	23,7	25	33,3	15,4	25	28,6
сауна, басейн	18,4	25	-	23,1	25	28,6
клубний відпочинок, гольф	2,6	-	-	7, 7	-	-
інше	7, 9	-	11,1	-	-	14,2
Стиль оформлення інтер'єру:						
вільний	43,3	33, 3	62,5	41,7	50	20
класичний	40	66,7	37, 5	41,7	-	40
романтичний	10	-	-	16,6	50	-
екстравагантний	6,7	-	-	-	-	40
Напрями вдосконалення:						
розширити комплекс послугу	30	-	50	30	50	25
ремонт та	26, 7	-	37,5	30	50	-

переоснащення						
система оплати готельних послуг	26,7	100	12,5	20	-	25
професіоналізм працівників	10	-	-	10	-	25
інше	6,6	-	-	10	-	25

2-й сегмент – «лояльний». Щомісячний дохід у цьому сегменті становить від 3500 до 7000 \$. Їм важливо, щоб в готелі надавалися послуги з організації харчування і розваги гостей. Вони вважають за краще вільний стиль оформлення інтер'єру. У числі першочергових напрямків щодо вдосконалення діяльності готелю вони назвали розширення комплексу додаткових послуг. Це досить великий сегмент (26,7 %), в якому переважають чоловіки у віці від 30 до 50 років, що займаються різними видами діяльності.

3-й сегмент – «елітний» (9, 4%). Представлений клієнтами з рівнем доходу більше 15000 \$. В рівній мірі значущими для них є такі послуги, як сауна, басейн, гольф, організація харчування і розваги. Найбільш прийнятний для них при оформленні інтер'єру класичний і екстравагантний стилі.

Однаковою мірою необхідними напрямками вдосконалення роботи готелю вони назвали всі запропоновані напрями і тільки матеріальнотехнічна база їх повністю влаштовує. Чоловіки становлять тут 80%, їх середній вік більше 50 років, вони займають керівні пости.

4-й сегмент – «економний» (17,3 %). Відмінною особливістю цього сегменту є те, що для нього єдиний напрямок вдосконалення діяльності готелю це розробка гнучкої системи оплати послуг. Для них важливо надання послуги з організації харчування, а в оформленні інтер'єру перевага віддається класичному стилю.

5-й сегмент – «реально оцінюючий». Цей сегмент дуже нечисленний, всього 6,6 %. На думку гостей, які увійшли до цієї групи, в готелі

необхідно розширювати комплекс послуг, що надаються і оновлювати матеріальнотехнічну базу [17].

Отже, важливим завданням для готелю є створення репутації високої якості обслуговування. Висока якість обслуговування гостей забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб готелю, постійним та ефективним контролем зі сторони адміністрації, проведенням роботи з удосконалення форм та методів обслуговування, вивченню та впровадженню передового досвіду, нової техніки і технологій, розширенню асортименту та удосконаленню якості надаваних послуг [20].

З метою оцінки якості готельних послуг, було опрацьовано 500 анкет гостей (респондентів), які відпочивали в Gloria Sereniti. Ключове питання стосувалося мотивів прибуття до готелю і водночас ставлення до готельних послуг. Отримані результати свідчать, що головним мотивом поїздки є відпочинок (92%). Гості здебільшого (82%) отримують добрий настрій від поїздок саме в готель Gloria Sereniti (48 % не любляють їздити в інші місця). Із загального складу опитаних 97% – це контингент, який звик до поїздок і проживання в готелях, ще 34% гостей кілька разів на рік подорожують, що свідчить про достатньо високу мобільність клієнтів. Частка постійних клієнтів, потреба у готелях яких вже ustalена досить висока – серед опитаних виявилось, що 91% гостей є постійними користувачами готелю Gloria Sereniti і 9% інколи відпочивають в інших готелях на узбережжі Анталії. Що стосується цінового фактора, то 40 % віддають перевагу вишуканим готелям, 49% визнають ціни доступними, 11 % – малодоступними (див. рис. 2.5).

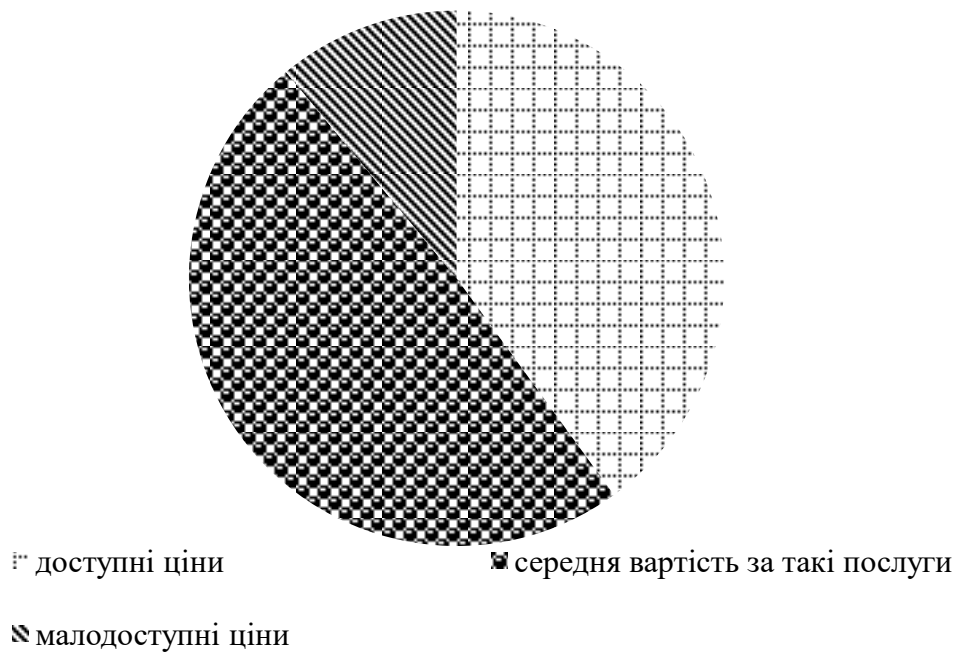


Рис. 2.5 – Ставлення клієнтів до рівня цін в готелі Gloria Sereniti

Таким чином, складається такий узагальнений образ клієнта та його ставлення до готелю Gloria Sereniti. Клієнт має досвід проживання в готелях (інформаційний і власний); ціновий ценз ще витримує, але на межі можливостей; до якості послуг «еластичний» – (його все влаштовує); персонал готелю не має з ним проблем; очікує на більш комфортні умови проживання й обслуговування. Отже, маємо справу з клієнтом переважно задоволеним і водночас готовим підвищувати свої вимоги до цілого комплексу характеристик (розширення послуг, комфортність умов, культура персоналу та ін.).

Висновок з 2 розділу

Виходячи з аналізу курортний готель Gloria Serenity розташований серед соснових лісів на узбережжі моря та річки Ачісу в регіоні Белек, Анталія, який окрім 369 номерів та віл пропонує широкий вибір харчування в ресторанах та барах. Готель для туристів пропонує послуги з пляжного відпочинку та відпочинку біля басейнів. Окремої розкоші в

обслуговуванні зосереджено в СПА-комплексі, який займає площу близько 3500 м². Для проведення конференцій, симпозіумів, нарад Gloria Sereniti пропонує конференц-зали та кімнати. Для спортивного вдосконалення гостям доступні фітнес-центри Gloria Verde Resort Fit Gloria, які пропонують послуги на основі якості та стандартів Gloria Hotels&Resorts, з повністю обладнаним та функціональним спортивним обладнанням та тренажерами. Гості Gloria Hotels&Resorts мають привілей користуватися єдиним на Середземноморській Рив'єрі полем для гольфу на 45 лунок із двома чемпіонськими полями на 18 лунок і полем для гольфу Verde на 9 лунок. Готель Gloria Sereniti надає широкий та різноманітний набір послуг для гостей протягом року. Детермінантою гуманітарної концепції гостинності тут є гасло: «Клієнт завжди має рацію», яка вимагає гостинної поведінки від обслуговуючого персоналу. Детермінантом комерційної концепції гостинності є повторне звертання клієнтів. Кожне відвідання готелю Gloria Sereniti не лишається без уваги. Під час відпочинку, працівники служб прийому, розміщення, харчування та розваг спілкуються з гостями на предмет їх задоволеності надаваних послуг. зокрема, велика база відгуків міститься як на офіційній сторінці готелю, так і в соціальних мережах, довідниках, туристичних порталах та сайтах туроператорів. На 2022 рік готель надав послуги представникам 37 країн світу. Отже, важливим завданням для готелю є створення репутації високої якості обслуговування. Висока якість обслуговування гостей забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб готелю, постійним та ефективним контролем зі сторони адміністрації, проведенням роботи з удосконалення форм та методів обслуговування, вивченню та впровадженню передового досвіду, нової техніки і технологій, розширенню асортименту та удосконаленню якості надаваних послуг.

РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ GLORIA SERENITI В АНТАЛІЇ

У готелі Gloria Sereniti вірять, що головний секрет на ринку готельних послуг – займатися не лише готельним бізнесом, а займатися турботою про людей, щоб вони могли бути найкращими у своєму розумінні. Цілодобові соціальні послуги є природним продовженням такої мети, забезпечуючи можливості продовжувати будувати довгострокові стосунки з існуючими та потенційними гостями та покращувати їх досвід.

Команда соціальних служб використовує соціальні технології просто як додаткові канали, щоб не лише забезпечити функціональну підтримку споживачів, а й провести змістовні розмови в реальному часі з гостями на глибшому, емоційному рівні, розглядаючи кожную розмову однозначно, через приціл їх брендів та, звичайно, турботу. Це означає, що агенти Gloria Sereniti витрачають час, щоб визначити потреби та бажання їх гостей, і вживають заходів, щоб перевершити очікування [21; 23].

Щоб оптимізувати зусилля щодо соціальної допомоги, вимірюється: задоволеність гостей, поінформованість про бренд та лояльність. Філософія Gloria Sereniti – це спочатку клієнт, і, роблячи такий фокус, вони досягають своєї кінцевої бізнес-мети, а саме: бути найулюбленішим брендом гостинності – усіма улюбленим та поважаним [23].

Давно було зрозуміло, що гості Gloria говорять про готель в Інтернеті. Тому інша частина стратегії полягала якраз в тому, щоб сприяти та вдосконалювати ці розмови, щоб досягти завдяки Інтернету цінності для бізнесу, для компанії. Використовуючи соціальні канали, щоб створити більш персоналізований досвід для гостей, компанія покращила цим їх досвід як усередині, так і зовні стін готелів Gloria.

Однією із основних розбіжностей щодо підходу до соціальної допомоги Gloria Sereniti є те, що вони надають перевагу позитивним бесідам нарівні з розмовами про відновлення послуг [14]. Відповідаючи на

коментарі з будь-якими настроями (позитивними, нейтральними та негативними) – і не лише на коментарі, які спеціально позначають або згадують соціальні канали Gloria Sereniti – керівництво дозволяє зусиллям із соціальної допомоги вийти за межі вирішення проблем і допомагає піклуватися про людей як дійсно про людей, щоб послуги могли стати та залишатися найкращими. І виконується це завдяки залученню до розмов, більш персоналізованому досвіду, а також часто персоналізованим сюрпризам та заохоченням.

Наприклад, одна гостя опублікувала в соціальній мережі свій допис, розслабляючись біля одного з басейнів готелю Gloria. Це було зображення її ніг на фоні басейну з видом на місто за ним. У самому дописі було сказано: «Єдиного, чого не вистачає, – це коктейль» – і протягом 15 хвилин у неї був коктейль, і все це здійснювалося в реальному часі командою Gloria Sereniti.

Ще одним ключовим рушієм успіху досліджуваного готелю є сильна інтеграція з колегами-операторами, процесами та системами управління персоналом, щоб уможливити виконання побажань гостей, описаних у соціальних мережах, адже саме такі прості дії мають найбільший вплив на досвід перебування гостя у готелі. Це дозволяє тримати багатоканальний та досить актуальний, на сьогоднішній день, контакт з гостями щодо запитів чи уподобань під час проживання готелі.

Турбота про людей – це щоденне зобов'язання, і тому у готелях Gloria вважають, що ці зусилля щодо надання послуг, завдяки залученню соціальної мережі повинні втілюватися 24/7 [15]. Подібно до того, як у готелі Gloria Sereniti завжди є персонал, доступний гостям, і сам підхід до надання таких послуг, запити про які надходять через інтернет, повинен бути постійним.

І Facebook, і Twitter визнали лідерську позицію готелю Gloria в цьому просторі, і обидва вони активно працювали з Gloria Sereniti над зусиллями щодо бетаверсії соціальних мереж цього року. Результати набагато

перевершили їх очікування, і таким чином довели, що Gloria Sereniti відіграє провідну роль у турботі про людей, щоб самі клієнти могли бути найкращими серед найкращого. Gloria Sereniti постійно відзначається своїм активним людським підходом до соціальної допомоги, включаючи нещодавні нагороди за соціальне обслуговування споживачів від Skift та Travel + Leisure [24].

Згідно з доповіддю видання туристичної галузі Skift, Gloria Sereniti має найшвидший час соціальної реакції серед усіх основних брендів гостинності (в Twitter приблизно за 8 хвилин). Також їм варто пишатися тим, що Gloria Sereniti відповідає на значно більшу кількість твітів, ніж їх основні конкуренти. Переглядаючи профіль у Twitter, @Gloria створив понад 17000 твітів з моменту створення облікового запису. Найкращі конкуренти в галузі створювали менше чверті цієї суми [23].

За останні два роки такий активний людський підхід до соціальних мереж призвів до зростання контакту у тих же соціальних мережах Gloria Sereniti із мандрівниками більш ніж на 40% за рік. Нові тенденції в індустрії гостинності повністю змінять спосіб обслуговування гостей. Сьогодні, у цьому світі технологій, гості звикають до цих передових можливостей. Отже, вони очікують того ж і від готельної індустрії.

Повільно та стабільно готельна індустрія усвідомлює той факт, що, для того, щоб скористатися перевагами та виділитися серед конкурентів, важливо бути в курсі останніх тенденцій готельного господарства. Отже, з вражаючими змінами смаку та очікувань гостей, усі готелі (від малих до великих) активно вивчають нові техніки, щоб запропонувати оптимальний досвід для гостей. Цих фактів не уникнути, і мимоволі, готелям слід зосередитись на останніх готельних тенденціях, які, на етапі розвитку сучасності, допоможуть у зростанні авторитетності готелю як серед клієнтів, так і серед конкурентів.

Тенденції в індустрії гостинності допомагають підвищити лояльність та спілкуватися з гостями краще, ніж будь-коли раніше.

З ростом цифрових каналів готелям, звичайно ж, стає важко швидко реагувати на запити гостей по всіх мережах, що може призвести до втрати доходу. Тому готельний чат-бот – одна з новітніх технологій, яка використовується для покращення досвіду. Це означає, що всі запити гостей, пов'язані з бронюванням, готельними номерами, зручностями готелю, знижками та акціями, заїздами/виселенням та іншим, в майбутньому будуть керуватися через чат-бот [12].

Сьогодні індустрія гостинності максимально використовує чат-боти, які здатні залучати відвідувачів веб-сайту в режимі реального часу, що може допомогти збільшити кількість прямих бронювань. Таким чином, персонал готелю може зосередитись на наданні персоналізованого досвіду для гостей.

Мобільний додаток готелю може забезпечити зручний доступ до будьякої послуги. Зрештою, навіть неоптимізований веб-сайт може змусити ваших клієнтів залишити його і шукати альтернативи. Отже, у цю цифрову еру для готелів життєво важливо пропонувати програму, оптимізовану для мобільних пристроїв оскільки забезпечення безперебійного перегляду послуг за допомогою смартфонів можна сміливо вважати однією з поточних тенденцій в сучасному готельному господарстві [17]. Потенційні клієнти, завдяки такій можливості, зможуть легко переглядати пропозиції готелю перебуваючи в русі. Окрім того, самі працівники чи керуючі готелем також можуть перевірити, чи надані всі послуги, на які були надіслані запити, чи проводяться заплановані події, тощо, за допомогою сповіщень програми. Готельний мобільний додаток також дозволить рекламувати сам готель і його зручність в унікальній і захоплюючій формі.

Оцифровані ключі від кімнати для швидкого доступу до кімнати – це один із напрямків розвитку, який потрібно врахувати готелям [22]. Картки замінені на смартфони та додатки значно полегшують реєстрацію та зменшують вірогідність втрати ключа. В таких умовах за допомогою смартфонів гості зможуть використовувати цифровий ключ, щоб

оперативно та ефективно пройти процедуру реєстрації. Це саме те, що потрібно гостям, щоб миттєво отримати доступ до своєї кімнати.

Після нескінченного дня, наповненого зустрічами чи подорожами, гості відчують втому та поспішатимуть до своїх готельних номерів, щоб прийняти душ і опуститися на застелене готельне ліжко. Але посеред усього цього буденного хаосу знайти ключ від кімнати – головний біль. Отже, щоб уникнути такого розчарування, сьогодні брендам готелів варто випускати цифрові ключі для смартфона. Такі тенденції готельного господарства в змозі постійно інформувати про потреби та запити гостей, для того, щоб запропонувати найкращу послугу та рішення.

Самостійна реєстрація – є ще одним рішенням, яке допоможе мінімізувати час очікування гостей. Очевидно, що готелі не можуть ігнорувати сучасні потреби клієнтів, а отже, вони повинні надавати сучасні послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними у своїй галузі [19].

В еру мобільних технологій готельні підприємства можуть покращити як свою діяльність, так і враження відвідувачів, застосувавши кілька простих речей. Сьогодні клієнти більше не хочуть чекати своєї черги, або закінчення процедури реєстрації біля стійки, а оскільки Інтернет став невід'ємною частиною їхнього життя, гості готелю сьогодні очікують чогось цифрового, що і є частиною останніх тенденцій готельного господарства. Багато сфер, які у своїй щоденній рутині повинні контактувати з людьми вже давно почали переходити на способи самообслуговування, тому доцільно було б використати таку перспективу і в готельній індустрії.

Саме можливість самостійної реєстрації через бокси самореєстрації та мобільні гостьові портали самообслуговування набиратимуть популярності серед провідних тенденцій індустрії гостинності. Впроваджуючи такі послуги в готелях, гості зможуть легко дізнатись, чи готова їх кімната, 63 зможуть зробити запити на зручності, перевірити свої рахунки, оновити свої уподобання та багато іншого.

Крім того, для покращення обслуговування клієнтів, розпізнавання обличчя – це найновіша технологія, яку гості можуть використовувати для самостійної реєстрації [21]. Мало того, але персонал готелю також може покращити роботу підприємства. Наприклад, окрім того, щоб дозволити гостям здійснювати самостійну реєстрацію, співробітники можуть використовувати такі пристрої та технологію розпізнавання обличчя під час реєстрації та виїзду. Також зафіксовані дані про діяльність працівників на роботі можуть надалі використовуватися керівництвом при плануванні завдань.

Таким чином, можна перемогти тривалий процес реєстрації, щоб покращити враження гостей після прибуття у готель.

Голосові віртуальні помічники на що завгодно, віртуальна допомога – одна з нових тенденцій обслуговування клієнтів в індустрії гостинності. Це забезпечує чудові враження у клієнтів, зменшуючи час відгуку персоналу, впорядковуючи кілька операцій за лічені хвилини, змінюючи стан приміщення за секунди тощо, і все завдяки голосовим командам [30].

За допомогою цієї технології клієнти зможуть легко подавати запити на обслуговування номерів, свіжі рушники, управління освітленням, охолодженням, опаленням, замовленням їжі тощо. Це все можливо втілити завдяки одному додатку, який допомагає покращити персоналізований досвід гостей. Отже, така функція в смартфонах або автономних пристроях, безумовно, стане однією з найцікавіших нових технологій для готельного господарства.

Технологія управління готелями та бронювання стала критично важливою для залучення та утримання гостей готелю як головної частини тенденцій індустрії гостинності. У наші дні більшість готелів, обслуговуваних апартаментів, готелів типу «ВВ», пансіонатів, курортів і навіть хостелів рухаються до безпечного притулку. Причиною є просте рішення, яке уможливорює передова готельна технологія, що в змозі надати найкращі враження відвідувачам [33].

З цієї причини більшість готелів перебувають у процесі вивчення інноваційних технологічних рішень. Це допоможе їм краще обслуговувати гостей протягом усього періоду їхнього перебування та допоможе залишатись ознайомленим зі всіма процесами, що відбуваються. Технологічні рішення, такі як:

- 1) системи управління майном для управління повсякденною діяльністю готелів;
- 2) система бронювання готелів для збільшення експозиції та бронювання;
- 3) інструменти управління розподілом (такі як менеджер готельних каналів); приходять на допомогу готелям, які хочуть впорядкувати свою діяльність [31].

Щоб брати участь у конкуренції, постачальники готельних послуг, що розробляють подібні технології, часто оновлюють ці функції. Крім того, вони також шукають нові інновації, щоб стати дійсно гідними конкурентами. Отже, ця передова технологія надає готелям кращі стратегії та інструменти управління доходами [27].

Варто зауважити, що сьогодні клієнти стають підкованими у технологіях. А отже, в майбутньому – отримають перевагу готельні підприємства лише з найкращими технологіями, тобто таким, які будуть простими у використанні та зручними як для гостей, так і для персоналу готелю. Щоб задовольнити вражаючий досвід гостей, максимальній кількості готелів варто буде витратитись на впровадження новітніх технологій, що допоможуть спростити та забезпечити комфортне перебування туристів у готелях.

Також варто зауважити, що, окрім вищеназваних технологій, сьогодні однією з найпомітніших тенденцій готельного господарства є те, що готелі використовують миттєві повідомлення як бізнес-інструмент для покращення взаємодії з клієнтами. Миттєвий обмін повідомленнями може змінити спосіб спілкування потенційних гостей та готелів між собою.

Наприклад близько 90 % людей у США та Великобританії вважають текстові повідомлення готелів корисними [29].

Миттєвий обмін повідомленнями додає враження присутності в Інтернеті людських відчуттів, що дозволяє потенційним клієнтам побудувати міцні стосунки з самим готелем. Головна перевага миттєвого повідомлення полягає в тому, що гості можуть отримати доступ до такого спілкування через свій смартфон. Ось чому це, як кажуть, одна з найбільш похвальних готельних тенденцій.

Також можна використовувати програмне забезпечення готелю для надсилання прямих повідомлень своїм клієнтам. Наприклад; нагадування, пов'язане з їхнім відвідуванням, пропозицією знижок або рекламою послуг для збільшення конверсії та задоволення клієнтів.

Також варто згадати і систему «Інтелектуальний Будинок», а в даному випадку «Інтелектуальний Готель» дозволяє стежити й управляти через LON або систему Ethernet за системами готельного комплексу. Звичайно система вже не є чимось новим, але ще досі можна вважати досить сучасною, оскільки не багато готелів знайшли для себе застосунок такого нововведення. Комплексна автоматизація здатна знизити затрати на установку і затрати на обслуговування готелю. Також збільшить прибутковість підприємства. Впровадження системи дозволить заощадити на електроенергії; знизити адміністративні витрати й витрати на персонал. Підвищить ефективність систем безпеки, що приведе до мінімізації втрат. За допомогою центральної системи керування менеджер готелю має можливість установлювати параметри, контролювати дані й сигнали тривоги й вести записи за якийнебудь період.

Сьогодні мільярди людей у всьому світі користуються соціальними мережами, і їх число з кожним днем зростає. Просунута технологія дозволила охопити аудиторію через кілька платформ.

Тим не менше, на жаль, багато готелів все ще відстають, оскільки вони не знають про те, що соціальні медіа допомагають готелям

рекламувати себе та свої послуги. Мало того, це також дає можливість одночасно залучити різні типи мандрівників. Наприклад; молодь, корпоративних ділових мандрівників, проїжджих туристів та багато інших.

У наш час важко підтримувати стосунки з гостями без належного знання технології. Технології постійно розвиваються. Більшість постачальників готельних технологій йдуть в ногу з цими тенденціями та вимогами. Тому готель і персонал готелю повинні відповідати цим тенденціям готельного господарства [24].

Однак важливо забезпечити правильну підготовку потрібних людей; головним чином персоналу готелю, оскільки саме вони взаємодіють із гостями. Отже, для співробітників готелю життєво важливо дізнатися про нові технології, і працювати з ними досить ефективно. Завдяки вивченню нових технологій, співробітники зможуть легко взаємодіяти з гостями, виконувати їхні запити та забезпечувати більш персоналізований досвід гостей за допомогою технологій [26].

Таким чином, сьогодні власники готелів рухаються до технологічних рішень для спілкування та взаємодії зі своїми гостями. Це в результаті покращує досвід відвідувачів – що і є кінцевою метою збільшення заробітку та задоволення гостей. З урахуванням поточних тенденцій в галузі інтернет технологій та загалом соціальних мереж – програмне забезпечення для управління репутацією в Інтернеті розвивається, щоб забезпечити готелям більш легке управління своєю репутацією.

Інструмент управління репутацією в Інтернеті для готелів – це не просто тенденція у 2023 році, а важлива вимога для кожного готелю. Це пояснюється тим, що поведінка споживачів та схема бронювання сильно змінилася і буде продовжувати змінюватися швидкими темпами в найближчі часи [19]. Цифровий світ зробив бізнес більш прозорим. Таким чином, тепер люди можуть шукати та порівнювати все на основі рейтингів та відгуків, найкращих пропозицій, варіативності та якості послуг, що надаються різними готелями на ринку. Репутація, рекомендації та огляди в

Інтернеті допоможуть збільшити кількість бронювання номерів більшою мірою ніж будь-які інші фактори.

Отже, за допомогою онлайн-управління репутацією готельні мережі можуть легко відстежувати свою репутацію та працювати над покращенням та оновленням своїх послуг, щоб залучити більше гостей у свій готель. А окрім відгуків, є багато інших речей, які впливають на репутацію готелю в Інтернеті і в дану епоху технологій дуже важливо мати надійну цифрову ідентичність.

Висновок з 3 розділу

У готелі Gloria Sereniti вірять, що головний секрет на ринку готельних послуг – займатися не лише готельним бізнесом, а займатися турботою про людей, щоб вони могли бути найкращими у своєму розумінні. Цілодобові соціальні послуги є природним продовженням такої мети. Щоб оптимізувати зусилля щодо соціальної допомоги, вимірюється: задоволеність гостей, поінформованість про бренд та лояльність. Одним ключовим рушієм успіху досліджуваного готелю є сильна інтеграція з колегами-операторами, процесами та системами управління персоналом, щоб уможливити виконання побажань гостей, описаних у соціальних мережах, адже саме такі прості дії мають найбільший вплив на досвід перебування гостя у готелі. І Facebook, і Twitter визнали лідерську позицію готелю Gloria в цьому просторі, і обидва вони активно працювали з Gloria Sereniti над зусиллями щодо бетаверсії соціальних мереж цього року. Результати набагато перевершили їх очікування, і таким чином довели, що Gloria Sereniti відіграє провідну роль у турботі про людей, щоб самі клієнти могли бути найкращими серед найкращого. Тенденції в індустрії гостинності допомагають підвищити лояльність та спілкуватися з гостями краще, ніж будь-коли раніше.

Сьогодні індустрія гостинності максимально використовує чат-боти,

які здатні залучати відвідувачів веб-сайту в режимі реального часу, що може допомогти збільшити кількість прямих бронювань. Таким чином, персонал готелю може зосередитись на наданні персоналізованого досвіду для гостей. Сьогодні власники готелів рухаються до технологічних рішень для спілкування та взаємодії зі своїми гостями. Це в результаті покращує досвід відвідувачів – що і є кінцевою метою збільшення заробітку та задоволення гостей. З урахуванням поточних тенденцій в галузі інтернет технологій та загалом соціальних мереж – програмне забезпечення для управління репутацією в Інтернеті розвивається, щоб забезпечити готелям більш легке управління своєю репутацією.

ВИСНОВКИ

Різноманітність типів закладів готельного спрямування постійно оновлюється та розширюється. Враховується досвід історичного розвитку готельної галузі. До основних тенденцій світового готельного ринку відносять: розповсюдження інтересів готельного бізнесу на інші продукти та послуги; зростання демократизації індустрії гостинності; посилення спеціалізації готельного бізнесу; глобалізація та концентрація готельного бізнесу; глибока персоніфікація обслуговування та клієнтоорієнтованість; подальше застосування новітніх засобів комунікації та інформаційних технологій; прискорення процесу злиття компаній та зростання кількості договорів франшизи та зовнішніх інвестицій; розвиток еко-готелів.

Класифікація готельних підприємств за рівнем комфорту відіграє величезну роль у вирішенні питань управління якістю готельних послуг. Рівень комфорту – це комплексний показник благоустрою та психологічної атмосфери.

Виходячи з аналізу курортний готель Gloria Serenity розташований серед соснових лісів на узбережжі моря та річки Ачісу в регіоні Белек, Анталія, який окрім 369 номерів та віл пропонує широкий вибір харчування в ресторанах та барах. Готель для туристів пропонує послуги з пляжного відпочинку та відпочинку біля басейнів. Окремої розкоші в обслуговуванні зосереджено в СПА-комплексі, який займає площу близько 3500 м². Для проведення конференцій, симпозіумів, нарад Gloria Sereniti пропонує конференц-зали та кімнати. Для спортивного вдосконалення гостям доступні фітнес-центри Gloria Verde Resort Fit Gloria, які пропонують послуги на основі якості та стандартів Gloria Hotels&Resorts, з повністю обладнаним та функціональним спортивним обладнанням та тренажерами. Гості Gloria Hotels&Resorts мають привілей користуватися єдиним на Середземноморській Рив'єрі полем для гольфу на 45 лунок із двома чемпіонськими полями на 18 лунок і полем для гольфу Verde на 9 лунок.

Готель Gloria Sereniti надає широкий та різноманітний набір послуг для гостей протягом року. Детермінантою гуманітарної концепції гостинності тут є гасло: «Клієнт завжди має рацію», яка вимагає гостинної поведінки від обслуговуючого персоналу. Детермінантом комерційної концепції гостинності є повторне звертання клієнтів.

Головним мотивом поїздки є відпочинок (92%). Гости здебільшого (82%) отримують добрий настрій від поїздок саме в готель Gloria Sereniti (48% не любляють їздити в інші місця). Із загального складу опитаних 97% – це контингент, який звик до поїздок і проживання в готелях, ще 34% гостей кілька разів на рік подорожують, що свідчить про достатньо високу мобільність клієнтів. Частка постійних клієнтів, потреба у готелях яких вже усталена досить висока – серед опитаних виявилось, що 91% гостей є постійними користувачами готелю Gloria Sereniti і 9% інколи відпочивають в інших готелях на узбережжі Анталії. Що стосується цінового фактора, то 40% віддають перевагу вишуканим готелям, 49% визнають ціни доступними, 11% – малодоступними. Кожне відвідання готелю Gloria Sereniti не лишається без уваги. Під час відпочинку, працівники служб прийому, розміщення, харчування та розваг спілкуються з гостями на предмет їх задоволеності надаваних послуг. зокрема, велика база відгуків міститься як на офіційній сторінці готелю, так і в соціальних мережах, довідниках, туристичних порталах та сайтах туроператорів. На 2022 рік готель надав послуги представникам 37 країн світу. Отже, важливим завданням для готелю є створення репутації високої якості обслуговування. Висока якість обслуговування гостей забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб готелю, постійним та ефективним контролем зі сторони адміністрації, проведенням роботи з удосконалення форм та методів обслуговування, вивченню та впровадженню передового досвіду, нової техніки і технологій, розширенню асортименту та удосконаленню якості надаваних послуг.

У готелі Gloria Sereniti вірять, що головний секрет на ринку готельних

послуг – займатися не лише готельним бізнесом, а займатися турботою про людей, щоб вони могли бути найкращими у своєму розумінні. Цілодобові соціальні послуги є природним продовженням такої мети. Щоб оптимізувати зусилля щодо соціальної допомоги, вимірюється: задоволеність гостей, поінформованість про бренд та лояльність. Одним ключовим рушієм успіху досліджуваного готелю є сильна інтеграція з колегами-операторами, процесами та системами управління персоналом, щоб уможливити виконання побажань гостей, описаних у соціальних мережах, адже саме такі прості дії мають найбільший вплив на досвід перебування гостя у готелі. І Facebook, і Twitter визнали лідерську позицію готелю Gloria в цьому просторі, і обидва вони активно працювали з Gloria Sereniti над зусиллями щодо бетаверсії соціальних мереж цього року. Результати набагато перевершили їх очікування, і таким чином довели, що Gloria Sereniti відіграє провідну роль у турботі про людей, щоб самі клієнти могли бути найкращими серед найкращого. Тенденції в індустрії гостинності допомагають підвищити лояльність та спілкуватися з гостями краще, ніж будь-коли раніше.

Сьогодні індустрія гостинності максимально використовує чат-боти, які здатні залучати відвідувачів веб-сайту в режимі реального часу, що може допомогти збільшити кількість прямих бронювань. Таким чином, персонал готелю може зосередитись на наданні персоналізованого досвіду для гостей. Сьогодні власники готелів рухаються до технологічних рішень для спілкування та взаємодії зі своїми гостями. Це в результаті покращує досвід відвідувачів – що і є кінцевою метою збільшення заробітку та задоволення гостей. З урахуванням поточних тенденцій в галузі інтернет технологій та загалом соціальних мереж – програмне забезпечення для управління репутацією в Інтернеті розвивається, щоб забезпечити готелям більш легке управління своєю репутацією.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Наказ України «Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» // Державна туристична адміністрація України. – 2004. – № 19.
2. ДСТУ 28681.4-95 «Туристично-екскурсійне обслуговування. Класифікація готелів».
3. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги».
4. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Київ : Держспоживстандарт України, 2004.
5. Директива Ради Європейських Співтовариств 89/391/ЕЕС "Про впровадження заходів, що сприяють поліпшенню безпеки й гігієни праці працівників"
6. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. Київ : Знання України, 2006. 352 с.
7. Александрова С. А. Технологія готельної справи: конспект лекцій для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» усіх форм навчання галузі знань 24 «Сфера обслуговування», спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2019. 86 с.
8. Апонін В. В., Олексин І. І., Шутовська Н. О., Футало Т. В. Організація і технологія надання послуг : навч. посібник / за ред. проф. В. В. Апоніна. Київ : Видавничий центр «Академія», 2006. 311 с.
9. Белоусова О. С., Афанасьєва О. С. Актуальні проблеми готельноресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. 2011. № 2. С.41–43.
10. Бойко М. Г., Гопкало Л. М. Організація готельного господарства : Підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун - т, 2006. 494 с.

11. Герасименко В. Г., Галасюк С. С. Організація надання туристичних послуг : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2014. 242 с.
12. Головка О. М. Організація готельного господарства : навч. посіб. Київ : Кондор, 2015. 410 с.
13. Дишкантюк О. В. Формування інфраструктурного забезпечення сфери гостинності : навч. посіб. Київ, 2016. 25 с.
14. Журавльова С. М., Зайцева В. М., Каптюх Т. В. Технологія готельної справи : Навчальний посібник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 264 с.
15. Завадинська О. Ю. Інноваційні маркетингові методики підвищення лояльності споживачів послуг сфери ресторанного бізнесу. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Менеджмент соціокультурної діяльності*. 2018. С.137–148.
16. Круль Г. Я. Основи готельної справи : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
17. Крушельницька О. В. Методологія та організація наукових досліджень: Навч. посібник. Київ : Кондор, 2003. 192 с.
18. Ладиженська Р. С. Конспект лекцій з дисципліни «Технологія обслуговування в готелях і туркомплексах» (для студентів 4 курсу усіх форм навчання за напрямом підготовки «Менеджмент»); Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків : ХНАМГ, 2010. 254 с.
19. Липчук В. Дослідження якості обслуговування споживачів готельних послуг. Київ : *Вісник КНЕУ*, 2016. С.51–58.
20. Мазур В. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. *Журнал європейської економіки*. Тернопіль, 2015. 27 с.
21. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : Підручник. 2-ге вид. перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
22. Мунін Г. Б., Змійов А. О., Зінов'єв Г. О., Самарцев Є. В., Гаца О. О., Максимець К. П., Роглев Х. Й. Управління сучасним готельним комплексом : Навч. посіб. / За редакцією члена кор. НАН України, д.е.н., професора

Дорогунцова С.І. Київ : Ліра.К, 2005. 520 с.

23. Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. Готельно-ресторанний бізнес менеджмент : Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 348 с.

24. Новікова В. О., Зацепіна Н. О. Ресторани «темної кухні». Матеріали щорічної науково-практичної конференції викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів «Тиждень науки-2021». Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. С.291–299.

25. Офіційний сайт готелю Gloria Sereniti. URL: <https://www.gloria.com.tr/ru/hotels/gloria-serenity-resort/stay/> (дата звернення 31.04.2023).

26. Папп В. В. Роль готельного господарства у розвитку туризму : *науковий вісник Ужгородського університету*. Серія «Економіка», 2015. С.207–212.

27. Ринки готельних послуг: стан та тенденції розвитку : Монографія. За заг. ред. професора В. Г. Герасименка. Одеса : Астропринт, 2013. 335 с.

28. Руденко В. П. Основи готельної справи : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 368 с.

29. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах. Київ : Альтерпрес, 2009. 447 с.

30. Сущенко О. А. Теоретико-методологічні засади управління готельно-ресторанною діяльністю підприємств. Методологія та практика сталого розвитку туризму : монографія. За заг. ред. Черниш. Полтава : ПолтНТУ ім. Ю. Кондратюка, 2018. С. 108–118.

31. ТОП 10 найбільших готельних мереж у світі. URL: <https://dip.org.ua/goteli/top-10-najbilshix-gotelnix-merezh-u-sviti/> (дата звернення 31.03.2023).

32. Топольник В. Г. Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві : навч. посібник. Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. 392 с.

33. Топольник В. Г., Бутова А. П., Кощавка І. В. Кількісна оцінка якості готельного продукту : Монографія. Під ред. д.т.н., проф. Топольник В. Г. Донецьк : ДонНУЕТ, 2013. 208 с.

34. Цвілій С. М., Кукліна Т. С. Стратегічні маркетингові пріоритети готельноресторанного підприємства в посткоронавірусному середовищі вітчизняного туристичного ринку. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень : монографія. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2021. С. 48–80.

35. Швець В. В., Мазуркевич І. О., Лук'янець А. А. Архітектура як чинник формування іміджу готельного підприємства. *Сучасні технології, матеріали і конструкції в будівництві*. 2018. № 2. С. 102–106.

36. ISO/FDIS 18513:2003 Tourism services – Hotels and tourism accommodation Terminology, 2003.

37. 11 Latest Hotel Industry Trends to Focus on for your Hotel's Growth. URL: <https://www.ezeeabsolute.com/blog/hotel-industry-trends/> (дата звернення 31.03.2023).

38. Tsviliy S., Gurova D., Zhuravlova S. Coronavirus priorities in marketing management of microenterprises in the hospital field. *Інфраструктура ринку*. 2021. № 52. С. 120–125.

39. Zhuravlova S., Tsviliy S., Gurova D., Expert counselling for hotel companies on protection of microbusiness interests in coronavirus conditions. *Приазовський економічний вісник*. 2021. №1(24). С. 155–160.

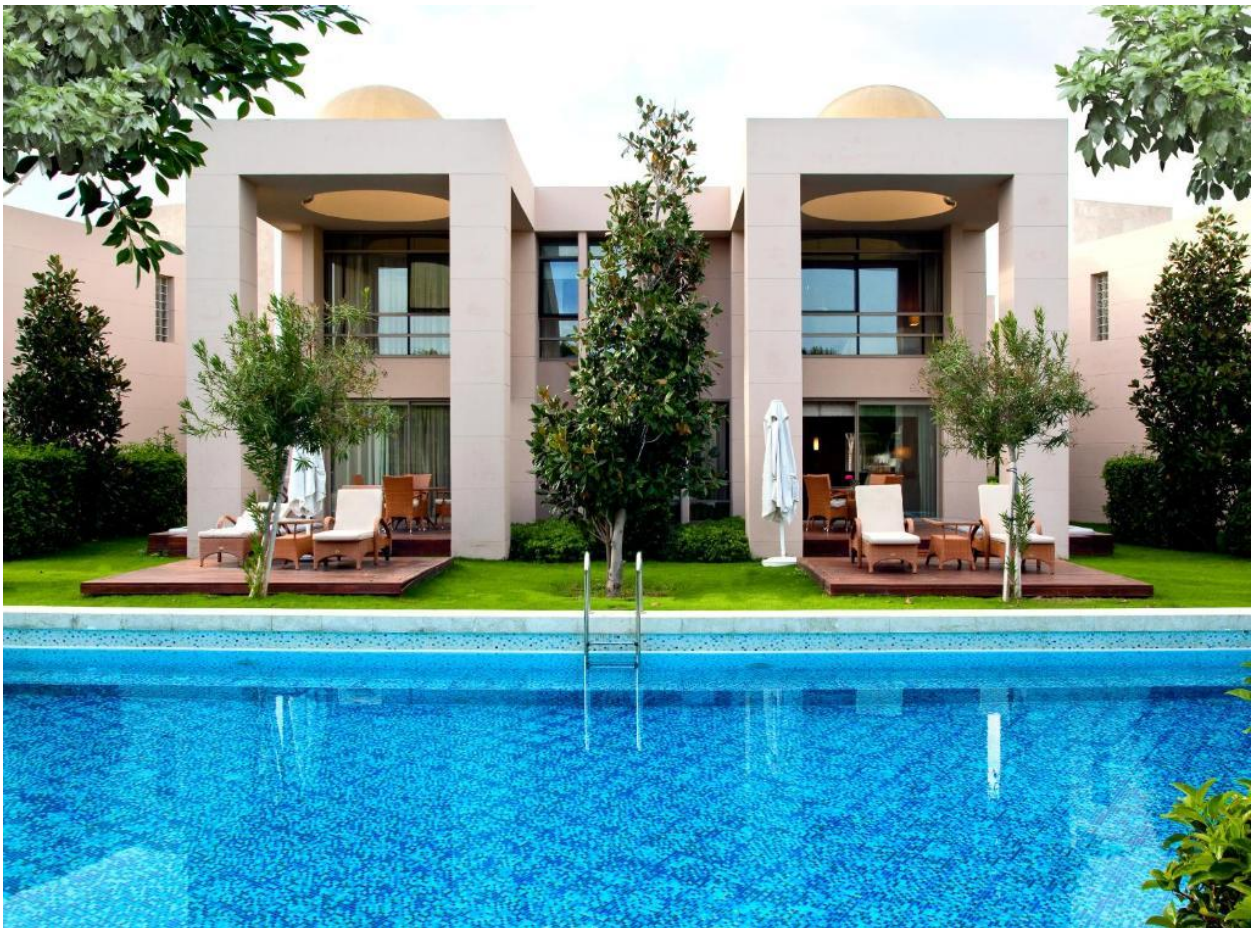
ДОДАТКИ

Додаток А

Загальне розміщення готель Gloria Sereniti (вид з гелікоптера)



Загальний вигляд будівель



Огляд номерів

