

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Інститут управління та права
Факультет міжнародного туризму та економіки
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної дипломної роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему ТЕХНОЛОГІЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ

Виконав: студент IV курсу, групи ГФ-111
Спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма Готельно-ресторанна справа
СОФІЄНКО Н.А.

(прізвище та ініціали)

Керівник ЖУРАВЛЬОВА С.М.

(прізвище та ініціали)

Рецензент ЗАХАРОВА С.Г.

(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
«17» лютого 2024 року

ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ
СОФІЄНКО Ніні Андріївні
(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи Технологія та організація обслуговування в готелях

керівник роботи (проекту) ЖУРАВЛЬОВА С.М.,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від «16» лютого 2024 року № 34

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 01.06.2024 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 управління якістю надання послуг в готельному господарстві.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) ___
Розділ 1. Теоретичні основи організації готельного обслуговування.
Розділ 2. Аналіз технології обслуговування в готелі «Сок».
Розділ 3. Удосконалення організації обслуговування в готелі «Сок».

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
15 таблиць, 8 рисунків.

6. Консультанти розділів дипломної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ЖУРАВЛЬОВА С.М., к.е.н., доц.	21.03.2025	09.04.2025
2	ЖУРАВЛЬОВА С.М., к.е.н., доц.	10.04.2025	25.04.2025
3	ЖУРАВЛЬОВА С.М., к.е.н., доц.	26.04.2025	10.05.2025
Нормо-контроль	МАМОТЕНКО Д.Ю., к.е.н., доц.	28-30.05.2025	

7. Дата видачі завдання 17.02.2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	11-20.11.2024	виконано
2	Вивчення літературних джерел	21.11.2024-10.02.2025	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну дипломну роботу	21.12.2024-31.01.2025	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.02-20.03.2025	виконано
5	Виконання першого розділу	21.03.2025-09.04.2025	виконано
6	Виконання другого розділу	10.04-25.04.2025	виконано
7	Виконання третього розділу	26.04-10.05.2025	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	11-20.05.2025	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної дипломної роботи	21.05-25.05.2025	виконано
10	Перевірка роботи керівником	21.03-30.05.2025	виконано
11	Одержання відгуку та рецензії	01-13.05.2025	виконано
12	Попередній захист кваліфікаційної дипломної роботи	16-31.05.2025	виконано
13	Подання роботи на кафедру	01.06.2025	виконано
14	Захист кваліфікаційної дипломної роботи	05-30.06.2025	виконано

Студент

_____ (підпис)

СОФІЄНКО Н.А.

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

ЖУРАВЛЬОВА С.М.

_____ (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Актуальність теми. В умовах сучасного розвитку готельного бізнесу особливо важливим є питання організації та технології обслуговування в готелях, оскільки ефективне управління персоналом, правильне використання ресурсів та оптимізація робочих процесів безпосередньо впливають на якість наданих послуг.

Готельна індустрія є однією з ключових складових туристичної та сервісної галузі, а від того, наскільки ефективно організовано обслуговування, залежить не лише репутація готелю, але й його економічний успіх. У цьому контексті важливим є забезпечення високої продуктивності праці, ефективного використання трудових ресурсів та постійне вдосконалення технології обслуговування клієнтів.

Постійні зміни в попиті на туристичні послуги, розвиток конкурентних переваг на ринку готельних послуг вимагають від підприємств не лише підтримки стандартів обслуговування, але й адаптації до нових умов роботи. У готелі «Сок» міста Умань, як і в багатьох інших установах, важливою є роль раціональної організації праці, що забезпечує не тільки комфорт для гостей, але й сприяє ефективному функціонуванню всієї готельної структури.

Метою кваліфікаційної дипломної роботи є дослідження технології та організації обслуговування в готелях. Виходячи з поставленої мети, виконано такі **завдання**: розглянуто теоретичні основи організації готельного обслуговування; проаналізовано технології обслуговування в готелі «Сок» м. Умань; запропоновано пропозиції щодо покращення технологій та організації обслуговування у готелі «СОК» м. Умань.

Об'єктом дослідження є готель.

Предмет дослідження – процеси організації обслуговування в готелі на прикладі готелю «Сок» м. Умань.

Методи дослідження: метод накопичення інформації, дозволив розкрити теоретичні аспекти готельного господарства та готельних послуг,

визначити системи їх формування; використання методу статистичного аналізу, дозволило використовувати дані про організацію обслуговування в готелях різних категорій; внутрішні регламенти та стандарти обслуговування; метод експертної оцінки – для оцінювання якості послуг підприємства готельного господарства.

Інформаційну базу дослідження становлять данні міжнародних стандартів та сучасний досвід готельних підприємств. Фахові видання, законодавчі та нормативні акти органів державної влади України з питань класифікації та обслуговування у готелях, монографії, наукові публікації, Інтернет-ресурси, власні обстеження.

Практичне значення Результати кваліфікаційної дипломної роботи бакалавра: в можливості застосування розроблених рекомендацій для покращення організації обслуговування в готелі «Сок» м. Умань і підвищення якості наданих послуг, що сприятиме збільшенню конкурентоспроможності на ринку готельних послуг.

Апробація результатів дослідження. Головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступі на науково-практичній конференції «Тиждень науки-2025» в квітні 2025 р. в Національному університеті «Запорізька політехніка» на тему «Технологія та організація обслуговування в готелях».

Структура роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (35 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 67 сторінки, основний зміст роботи викладено на 65 сторінках. Робота містить 15 таблиць та 8 рисунків.

АНОТАЦІЯ

Софієнко Н.А. **Аналіз технології та організації обслуговування в готельному господарстві.**

У роботі розглянуто теоретичні аспекти організації обслуговування в готельному господарстві, зокрема підходи до раціональної організації, критерії якості послуг та показники ефективності персоналу. Проаналізовано рівень обслуговування в готелі «Сок», його структуру та функціональні обов'язки працівників. Особливу увагу приділено кадровій політиці, професійній підготовці та використанню сучасних технологій. Запропоновано рекомендації для вдосконалення обслуговування й підвищення рівня сервісу шляхом автоматизації та інноваційних методів управління якістю.

Ключові слова: готельне господарство, обслуговування, персонал, гостинність, якість послуг, управління, комфорт, технологія, ефективність, клієнтський сервіс, автоматизація.

ANNOTATION

Sofiyenko N.A. **Analysis of technology and organization of service in the hotel industry.**

The article considers the theoretical aspects of service organisation in the hotel industry, in particular, approaches to rational organisation, criteria of quality of services and indicators of staff efficiency. The level of service in the hotel «Sok» , its structure and functional responsibilities of employees are analysed. Particular attention is paid to personnel policy, professional training and use of modern technologies. Recommendations for improving the service and increasing the level of service through automation and innovative methods of quality management are proposed.

Keywords: hotel industry, service, staff, hospitality, quality of services, management, comfort, technology, efficiency, customer service, automation.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

грн. – гривня

див. – дивись

ін. – інше

м. – місто

млн. – мільйон

м² – метр квадратний

од. – одиниця

р., рр. – рік, роки

рис. – рисунок

сек. – секунд

т.ін. – таке інше

т.п. – тому подібне

т.ч. – тому числі

табл. – таблиця

тис. – тисяча

% – відсоток

ГРБ – Готельно-ресторанний бізнес

ДБН – Державні Будівельні Норми

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ	12
1.1. Сутність та особливості готельного обслуговування	12
1.2 Класифікація готелів та їхніх послуг в світі та Україні	20
1.3. Стандарти якості обслуговування в готелях	31
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕХНОЛОГІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ «СОК» М. УМАНЬ	38
2.1. Загальна характеристика готелю «СОК»	38
2.2. Аналіз рівня обслуговування в готелі «СОК»	43
2.3. Матеріально-технічна база та ресурси готелю «СОК»	49
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ «СОК» М. УМАНЬ	55
3.1. Інноваційні підходи щодо організації роботи персоналу готелю «СОК»	55
3.2. Пропозиції щодо покращення технологій та організації обслуговування у готелі «СОК»	60
3.3. Впровадження сучасних технологій та їхній вплив на якість обслуговування у готелі	62
ВИСНОВКИ	66
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	68
ДОДАТКИ	71

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах сучасного розвитку готельного бізнесу особливо важливим є питання організації та технології обслуговування в готелях, оскільки ефективне управління персоналом, правильне використання ресурсів та оптимізація робочих процесів безпосередньо впливають на якість наданих послуг. Готельна індустрія є однією з ключових складових туристичної та сервісної галузі, а від того, наскільки ефективно організовано обслуговування, залежить не лише репутація готелю, але й його економічний успіх. У цьому контексті важливим є забезпечення високої продуктивності праці, ефективного використання трудових ресурсів та постійне вдосконалення технології обслуговування клієнтів.

Тема вдосконалення технології та організації обслуговування в готельному підприємстві потребує значної уваги через високу конкуренцію на ринку готельних послуг і швидкі зміни готельного попиту. Виникає необхідність вивчати, контролювати та підвищувати готельний попит, в першу чергу, за рахунок диверсифікації готельних продуктів та окремих готельних послуг, що будуть максимально задовольняти потреби споживачів.

Постійні зміни в попиті на туристичні послуги, розвиток конкурентних переваг на ринку готельних послуг вимагають від підприємств не лише підтримки стандартів обслуговування, але й адаптації до нових умов роботи. У готелі «Сок» міста Умань, як і в багатьох інших установах, важливою є роль раціональної організації праці, що забезпечує не тільки комфорт для гостей, але й сприяє ефективному функціонуванню всієї готельної структури.

Технологія та організація обслуговування в готельних підприємствах є ключовими елементами успішної діяльності. Від налагоджених процесів, ефективного управління персоналом і якості взаємодії з гостями залежить конкурентоспроможність готелю. Сучасні готелі мають швидко адаптуватися до змін попиту, впроваджувати нові сервіси та забезпечувати високий рівень комфорту. Раціональна організація праці та використання новітніх

технологій сприяють не лише підвищенню продуктивності, а й формуванню позитивного іміджу готелю на ринку послуг.

Метою цієї роботи є дослідження технології та організації обслуговування в готелях.

Відповідно до мети дослідження були поставлені та вирішені такі завдання:

- розглянути теоретичні основи організації готельного обслуговування;
- проаналізувати технології обслуговування в готелі «Сок» м. Умань;
- запропонувати пропозиції щодо покращення технологій та організації обслуговування у готелі «СОК» м. Умань.

Об'єктом дослідження є обслуговування в готелях.

Предметом дослідження є процеси технології та організації обслуговування на прикладі готелю «Сок» м. Умань.

Методи дослідження. У процесі роботи використано такі методи, як метод накопичення інформації, дозволив розкрити теоретичні аспекти готельного господарства та готельних послуг, визначити системи їх формування; використання методу статистичного аналізу, дозволило використовувати дані про організацію обслуговування в готелях різних категорій; внутрішні регламенти та стандарти обслуговування; метод експертної оцінки – для оцінювання якості послуг підприємства готельного господарства.

Інформаційну базу дослідження становлять данні міжнародних стандартів та сучасний досвід готельних підприємств. Фахові видання, законодавчі та нормативні акти органів державної влади України з питань класифікації та обслуговування у готелях, монографії, наукові публікації, Інтернет-ресурси, власні обстеження.

Практичне значення дослідження полягає в можливості застосування розроблених рекомендацій для покращення організації обслуговування споживачів в готелі «Сок» і підвищення якості надаваних послуг, що сприятиме збільшенню конкурентоспроможності на ринку готельних послуг.

Апробація результатів. Головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у виступі на науково-практичній конференції «Тиждень науки – 2025» в квітні 2025 р. в Національному університеті «Запорізька політехніка» на тему «Технологія та організація обслуговування в готелях».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел. Загальний обсяг дипломної роботи 69 стор., на яких наведено 8 рисунків та 15 таблиць. Список використаних джерел налічує 35 найменування.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ОБЛУГОВУВАННЯ

1.1. Сутність та особливості готельного обслуговування

Сфера гостинності охоплює галузі, що забезпечують обслуговування туристів під час їхнього перебування поза місцем проживання. До неї належать готельний і ресторанний бізнес, транспортне обслуговування та розваги. Готельна індустрія відіграє ключову роль, адже об'єднує всі сектори гостинності, пропонуючи комплекс послуг. Тому її доцільно розглядати як окрему складову індустрії гостинності.

Історично термін «готельне господарство» означав виключно діяльність готелів. Проте, з розширенням типів засобів розміщення до нього почали відносити також мотелі, кемпінги, туристичні бази та інші об'єкти. Відтак, саме готелі стали базовим видом розміщення, що дало назву всій галузі.

Поняття «готельна справа», «готельний бізнес» та «готельна індустрія» стосуються економічної діяльності спеціалізованих закладів, які на комерційній основі надають послуги з розміщення та харчування для мандрівників [7].

У сучасних умовах конкуренції на ринку гостинності готельні підприємства прагнуть максимізувати прибуток, враховуючи зростаючу купівельну спроможність клієнтів. Це стимулює їх не лише забезпечувати основні послуги проживання та харчування, а й розширювати спектр додаткових сервісів. Такий розвиток розширює межі готельного бізнесу, залучаючи послуги суміжних сфер.

Готельне господарство охоплює всі типи готельних підприємств, що надають послуги з розміщення, харчування, а також додаткові та супутні сервіси для гостей.

Окрім готельних закладів, існують інші об'єкти розміщення, які не

належать до готельного господарства. Це, зокрема, спеціалізовані установи оздоровчого та рекреаційного напрямку, де розміщення не є основною діяльністю, а вартість послуг формується на рівні, близькому до собівартості.

Готельна індустрія має нематеріальний характер діяльності, оскільки її основним продуктом є послуги гостинності. Особливість цих послуг полягає в тому, що вони створюються і надаються безпосередньо в межах самого підприємства.

Виробництво послуг гостинності неможливе без використання матеріально-технічної бази, яка включає будівлі, комунікації, обладнання та інвентар. Це забезпечує одночасне створення та споживання послуг. Оскільки в готельному господарстві виробничий процес нерозривно пов'язаний із їх використанням клієнтами, цей комплексний процес називається «наданням послуг».

Готельна послуга – це комплекс дій підприємства, спрямованих на розміщення гостей шляхом надання номера або місця для тимчасового проживання, а також інших сервісів, пов'язаних із перебуванням у готелі [70].

Готельні послуги поділяються на: основні – це послуги, які входять у вартість номера або місця та включають проживання і харчування. Вони надаються відповідно до укладеного договору; додаткові – це послуги, які не є обов'язковими та оплачуються окремо за бажанням клієнта, наприклад, користування автостоянкою, пральною, сауною тощо.

Сучасне готельне обслуговування характеризується децентралізацією надання послуг. Великі готельні мережі створюють спеціалізовані підрозділи для виконання ключових функцій. Деякі операції, такі як попередній продаж чи бронювання номерів, не виконуються безпосередньо окремими відділами готелю, а здійснюються через спеціалізовані туристичні бюро або централізовані служби самого підприємства. Відтак, на якість готельного обслуговування значною мірою впливає робота посередників, які забезпечують реалізацію основних послуг.

Рівень сервісу у готельній сфері залежить від технічного оснащення закладу та професіоналізму персоналу. Сьогодні спостерігається тенденція до розширення матеріально-технічної бази та структури кадрів. Окрім основних будівель готелів, створюються додаткові об'єкти, зокрема спортивні, медичні та розважальні комплекси. Це робить обслуговування гостей більш складним, але водночас забезпечує широкий спектр комплексних послуг.

Поняття «готель» тісно пов'язане з категоріям «гість» і «гостинність». За словником В. Даля, це постійний двір або будинок для приїжджих із прислугою та харчуванням. Сучасне визначення готелю – це заклад гостинності, де мандрівники за оплату отримують послуги проживання та харчування.

Готель – це заклад розміщення, що надає комплекс послуг для гостей, які перебувають поза домівкою, основними з яких є проживання та харчування. Співвідношення цих послуг може бути різним: проживання із сніданком (континентальним або англійським), що подається у номері або спеціальних залах; проживання з харчуванням у ресторані; проживання з харчуванням у ресторані, барі чи кафе; проживання з харчуванням у ресторанах європейської та національної кухні, барах, а також можливістю цілодобового обслуговування в номерах.

Послуга розміщення включає надання готельних номерів для відпочинку, сну та роботи, а також професійні послуги персоналу (порт'є, покоївки). Готельні номери є основною частиною цієї послуги, їх функція залежить від типу готелю: у готелях для відпочинку основною є забезпечення сну, а в ділових – можливість для роботи: з письмовим столом, телефоном, комп'ютером тощо [3].

Готелі пропонують різні категорії номерів, які відрізняються площею, меблями та обладнанням, але кожен номер, незалежно від категорії, повинен мати: ліжко, крісло, столик або тумбу, шафу для одягу, загальне освітлення, кошик для сміття, а також інформацію про готель та план евакуації на випадок пожежі.

Послуги харчування включають процеси приготування їжі на кухні, продаж готових страв, алкогольних і безалкогольних напоїв, а також обслуговування гостей офіціантами в ресторані, барі, кафе чи в номерах.

До додаткових послуг належать басейн, спортивний зал, конференц-зали, приміщення для ділових зустрічей, прокат автомобілів, послуги хімчистки, пральні, перукарні, масажні кабінети тощо. Сьогодні ці послуги відіграють важливу роль у підвищенні привабливості готелів на ринку.

У менеджменті готельного бізнесу часто використовують термін «готельний продукт» або продукт «готель», що акцентує на його комплексній природі. Під цим поняттям розуміється результат діяльності готелю, який може бути представлений у різних формах: матеріальних (фізичний продукт), духовних чи інформаційних (інтелектуальний продукт), а також у вигляді виконаних робіт і наданих послуг (див. рис. 1.1).



Рис 1.1 – Головні риси готельного продукту

У структурі комплексного готельного продукту виділяють основний, спеціальний, супутній та додатковий продукти. Основний продукт включає надання готельного номера та обслуговування. Спеціальний продукт складають послуги, які відрізняють готель від конкурентів, наприклад, туристські послуги чи бізнес-центр. Супутній продукт охоплює необхідні послуги, як телефонний та поштовий зв'язок, побутові послуги та товари для туристів. Додатковий продукт надає спеціальному продукту переваги, наприклад, оздоровчі послуги або гральні атракціони, що підвищують конкурентоспроможність готелю.

Послуги розміщення, харчування та додаткові послуги в готелі взаємодоповнюються і сприймаються як єдине ціле. Різниця між спеціальним і додатковим продуктом може бути неочевидною, оскільки одні й ті ж послуги можуть бути спеціальними на одному ринку і додатковими на іншому. Тому розробка комплексного готельного продукту повинна враховувати тенденції та характеристики ринку готельних послуг [4].

Комплексний готельний продукт включає основний, спеціальний і додатковий продукти, а також елементи, які формують імідж готелю, такі як атмосфера обслуговування, форма пропозиції, толерантність і професіоналізм персоналу. Атмосфера готельного обслуговування може бути вирішальним фактором при виборі готелю клієнтами.

Ефективність готельного підприємства залежить від факторів, серед яких важливими є розташування готелю (що впливає на вартість землі, будівництва, оплати праці та збут продукції) і наявність сировинних ресурсів, робочої сили та виробничої інфраструктури. Залежно від факторів, підприємства орієнтуються на ресурси, транспортні комунікації чи збут продукції.

Готелі орієнтуються на збут свого продукту, оскільки клієнт повинен самостійно вибрати та приїхати до готелю. Тому розташування готелю є важливим фактором, зокрема для ділових туристів, для яких центр міста є вирішальним. Категорія «готельний продукт» включає три рівні послуг:

окремі послуги, комплекс послуг «готель» і розширений продукт «готель» (див. рис. 1.2).

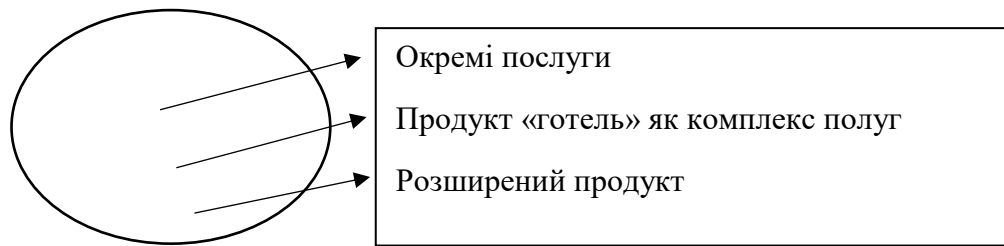


Рис. 1.2 – Рівні готельного продукту пропоновані засобами розміщення

Окремі готельні послуги охоплюють послуги швейцара, портьє, покоївок, офіціантів та ін., що формують внутрішній рівень послуги «готель». Продукт «готель» як комплекс послуг утворює середній рівень і включає всі послуги певного типу готелю, які доповнюють одне одного і сприймаються як єдине ціле. Розширений продукт «готель» - третій рівень, утворюється з поєднання середнього рівня та навколишньої території, включаючи розташування готелю, історико-культурні, соціальні атракції та природний ландшафт.

З точки зору клієнтських очікувань, продукт «готель» можна поділити на чотири рівні послуг: базовий продукт, очікуваний продукт, розширений продукт і потенційний продукт (див. рис. 1.3).

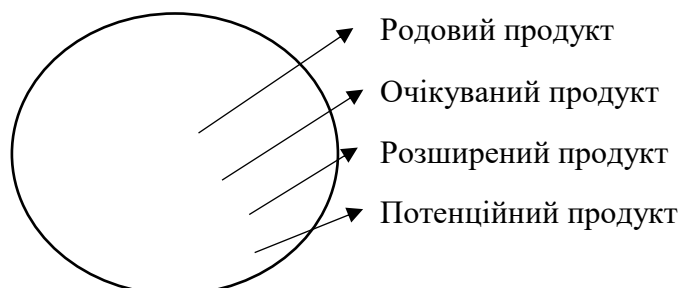


Рис. 1.3 – Рівні готельного продукту згідно очікувань клієнтів

Родовий продукт готелю включає професійні характеристики

працівників та матеріальні ресурси, необхідні для успішної участі у ринковому процесі, де окремі послуги виконують функції цього продукту. Очікуваний продукт відображає послуги, що задовольняють клієнтські очікування, враховуючи обставини споживання, такі як час, умови, обслуговування, інтер'єр номерів, вестибюля, вигляд персоналу та ціну [5].

Розширений продукт включає додаткові переваги, які відрізняють його від ринкових аналогів, як-от розташування, транспортна доступність та зручне планування. З часом ці переваги стають частиною очікуваного продукту.

Потенційний продукт охоплює можливі напрямки діяльності, що можуть надати конкурентні переваги та привернути нових клієнтів, і провідні готелі шукають нові концепції та методи обслуговування через стратегічні маркетингові дослідження.

Серед особливостей готельних послуг, що відрізняють їх від товару можна виділити такі: нематеріальний характер в основній складовій послуг; обмежені можливості зберігання; терміновий характер послуг; періодичний (сезонний) характер попиту на готельні послуги; неоднорідність якості обслуговування. Нематеріальний характер в основній складовій послуг.

Специфіка готельних послуг полягає в їхній невідчутності, що ускладнює оцінку споживачами до моменту придбання, а іноді навіть після. Клієнтам важко оцінити якість послуг, що створює проблему для готелів, особливо в контексті встановлення цін. Готельні підприємства можуть лише описати переваги своїх послуг, а оцінити їх клієнт може лише після покупки.

Серед заходів, що підвищують довіру клієнтів до готельного підприємства виділяють такі: підкреслити значення послуги і вигоди від її придбання; підвищити відчутність послуги; широке використання маркетингових досліджень, зокрема відображених у рекламі; проведення акцій зі зміни тарифів, залучення у готель відомих у суспільстві клієнтів (артистів, політиків, спортсменів та ін.).

Готельні послуги мають обмежений термін зберігання через їхній

нематеріальний характер, і не можуть бути збережені для подальшого продажу. Послугу можна надати тільки за наявності замовлення, а непроданий номер або невикористані матеріальні послуги (наприклад, їжа, напої) не можуть бути продані знову. Процеси виробництва і споживання готельних послуг є нероздільними, що відрізняє їх від товарів [6].

Для оптимізації попиту та пропозиції готельних послуг необхідно розробити стратегію, що включає ефективну цінову політику та систему тарифів. Диференційовані тарифи, знижки та оптимізація асортименту додаткових послуг можуть перенести попит з пікового періоду на періоди затишку. Іншим методом є введення попередніх замовлень та автоматизація обслуговування. Збільшення попиту можна досягти через рекламу, зокрема в інтернеті.

Терміновий характер готельних послуг зумовлений необхідністю надання послуг у найкоротший термін. Час обслуговування, як-от поселення, бронювання чи прибирання, вимірюється хвилинами, а іноді й секундами. У деяких готелях, наприклад в Токіо, процес поселення займає лише 45 секунд. В більшості готелів цей час становить 10-15 хвилин.

Попит на готельні послуги має сезонний характер. У ділових центрах пік завантаження припадає на осінь і весну, у курортних готелях – на літо. Протягом тижня найбільше відвідувачів у будні дні.

Неоднорідність якості обслуговування зумовлена впливом людського фактору. Якість послуг залежить від кваліфікації працівників, організації процесів і контролю за роботою персоналу, а також психофізичних особливостей кожного працівника.

Клієнт є важливим джерелом мінливості якості послуг, оскільки його унікальні потреби вимагають індивідуалізації обслуговування. Це унеможлиблює масове виробництво послуг та вимагає управління поведінкою споживачів. Для забезпечення стабільної якості в готелях розробляються стандарти обслуговування, що включають обов'язкові правила для всіх операцій. Стандарти визначають критерії оцінки якості

обслуговування та діяльності персоналу. Наприклад: Оформлення поселення, видача ключів та поселення повинні займати не більше 5-15 хвилин, прання – не більше доби, доставка багажу – не більше 3 хвилин, відповідь на дзвінок – 10-30 секунд. Формений одяг і взуття мають відповідати зразку. Персонал повинен знати іноземні мови згідно з категорією готелю.

Розробка стандартів для підприємств індустрії гостинності вимагає врахування специфічних факторів: Визначення та вимірювання якості послуг є складним завданням, що потребує комплексного підходу. Якість послуг залежить від людського фактору, тому ефективне управління персоналом є ключовим для дотримання стандартів. Стандарти якості мають враховувати потреби споживачів, що визначають економічні стандарти підприємства. Економічна ефективність підприємства залежить не тільки від якості послуг, але й від коливань попиту. Якість послуг визначається індивідуальними характеристиками клієнта, такими як психофізичний, етнічний, релігійний статус. Якість послуг та маркетинг у сфері гостинності є нероздільним процесом [7].

Надання послуг гостинності є складним процесом, що відрізняється від матеріального виробництва через ефективність обслуговування, ціноутворення та стратегічне планування. Це визначає особливості управління та застосування маркетингу в галузі.

1.2. Класифікація готелів та їхніх послуг

Сучасний розвиток готельної справи пропонує різноманітний сервіс залежно від ринкових цін. Щороку з'являються нові форми діяльності в цій галузі, що повідомляється через змі. Готелі відрізняються за призначенням, місткістю, поверховістю, конструкцією, рівнем комфорту, режимами експлуатації (цілорічні, сезонні), місцем розташування (місто, курорт), функціональним призначенням, харчуванням, тривалістю проживання та рівнями цін. Ці фактори впливають на проектування готелів, їх архітектурну

структуру та склад приміщень. Основні ознаки готелів: місткість, поверховість, призначення і рівень комфорту.

Класифікація готельних підприємств за рівнем комфорту важлива для управління якістю послуг. Рівень комфорту включає: стан номерного фонду (площа, типи номерів, комунальні зручності); стан меблів, інвентарю, санітарно-гігієнічних предметів; наявність закладів харчування (ресторани, кафе, бари); стан будівлі, під'їзних шляхів, території; інформаційне та технічне оснащення (зв'язок, телевізори, холодильники, міні-бари); наявність додаткових платних і безкоштовних послуг.

Критерії, що визначають рівень комфорту, застосовуються в системах класифікації готелів по всьому світу. Вимоги до персоналу включають зовнішній вигляд, вік, стан здоров'я, освіту, кваліфікацію та знання іноземних мов.

Рівень комфорту є основою для понад тридцяти відомих систем класифікації, серед яких: європейська система «зірок» (1–5 зірок), застосовується в ряді країн, таких як Франція, Австралія, Україна; система букв (A, B, C, D) в Греції; система «корон» у Великобританії; індійська система, що включає 5 категорій зірок, оцінюється спеціальною комісією на основі балів. Для отримання категорії необхідно набрати мінімальну кількість балів, не менше 50% максимальної оцінки за кожен пункт.

Рівень комфорту як критерій класифікації готелів різняться в різних країнах через культурно-історичні та національні традиції. Це ускладнює введення єдиної класифікації, яку намагаються створити Всесвітня туристська організація (ВТО), Комітет готельної і ресторанної індустрії ЄС та Міжнародна готельна асоціація. ВТО пропонує стандартну класифікацію засобів розміщення, включаючи мотелі, молодіжні готелі, пансіонати, пляжні готелі та інші типи.

Існує два підходи до оцінки готелів. У першому державні органи здійснюють класифікацію (як у Франції, Україні), у другому - професійні об'єднання (наприклад, в Німеччині та Швейцарії) [8].

Готелі класифікуються за розташуванням на території: у місті (центр, околиця) та в сільській місцевості (включаючи високогірні). Існують такі види готелів: готелі в центрі міста; прилягові готелі малої поверховості з автостоянками; готелі в околицях міста та аеропортах; плавучі готелі для розміщення туристів біля водойм.

Місткість готелю визначається числом спальних місць. Класифікація за місткістю варіюється в різних країнах. В Україні готелі класифікуються так: до 150 місць (до 100 номерів) – малі, 150-400 місць (до 300 номерів) – середні, понад 400 місць (більше 300 номерів) – великі.

Світовий готельний номерний фонд здебільшого складається з малих і середніх готелів. За рівнем цін готелі поділяються на бюджетні, економічні, середні, першокласні, апарт-готелі та люкс-готелі.

Готелі також класифікуються за тривалістю перебування (для тривалого або короткочасного перебування) та за сезонністю функціонування (цілорічні або сезонні).

За способом харчування готелі пропонують повний пансіон, лише сніданок або не надають харчування.

Щодо поверховості, готелі будуються від 1 до 40 і більше поверхів, залежно від економічних, містобудівних та будівельних умов. Розповсюджена поверховість у різних країнах: в Україні та СНД – 5-16 поверхів, у Чехії – 8-14, в Угорщині – 4-11, у Німеччині – 8-10, в Англії – 10-15. Готелі поділяються на малоповерхові (1-2 поверхи), середньої (3-5 поверхів), підвищеної (6-9 поверхів), багатоповерхові (10-16 поверхів), висотні (понад 40 поверхів) [9].

Малоповерхові готелі, зазвичай з місткістю до 50 місць, будують в селищах та сільських населених пунктах України. Готелі середньої поверховості мають 3-5 поверхів, що зумовлено вимогами до наявності ліфтів. Готелі підвищеної поверховості (8-9 поверхів) є економічними, а багатоповерхові готелі збудовані в межах містобудівного порядку.

Незважаючи на складність та високу вартість будівництва

багатоповерхових готелів, останні 25 років їх зводять частіше, особливо у великих містах, через прогрес будівельної техніки та високу вартість землі. Готелі висотою понад 40 поверхів є рідкісними.

Рівень комфорту готелів визначається технічним оснащенням, номерним фондом та набором послуг. Класифікація готелів існує в більшості країн і має два основні підходи: «статичний» (основу складають матеріальні ознаки, як наявність ванни, санвузла, басейну) та «динамічний» (основу складає рівень обслуговування). В Швейцарії застосовується «динамічний» підхід.

Готелі поділяються на два основних типи: дешеві (з обмеженим сервісом) і готелі «люкс», які відрізняються високоякісними меблями, обладнанням та обслуговуючим персоналом. Вони можуть класифікуватися за наявністю транспорту та формою власності (муніципальні, державні, приватні тощо).

Готелі також поділяються за призначенням: для ділових людей, відпочинку (туристські, курортні, мотелі, кемпінги) і спеціальні (для транзитних пасажирів, спортсменів тощо). В Україні найбільш поширені готелі загального типу, орієнтовані на короткострокових відвідувачів, що перебувають у ділових справах або подорожують. Вони зазвичай розташовані в центрі міста з хорошим транспортним сполученням.

Номерний фонд готелів загального типу складається з одно-, дво- і тримісних номерів, з місцем для роботи. Одномісні номери можуть становити до 40-50% фонду. Такі готелі часто мають відділення зв'язку, банку, приміщення для переговорів і нарад [10].

Різновидом є відомчі готелі, орієнтовані на ділових людей, що приїжджають до певного відомства або підприємства. Вони розташовуються поруч із цими установами.

На Заході популярні «конгрес-готелі» та «бізнес-готелі», які пропонують високий рівень комфорту та мають приміщення для нарад, конференцій, ресторани, відділення зв'язку, басейни та інші послуги.

Готелі для ділових людей оснащуються приміщеннями для роботи, нарад, виставок та переговорів, часто з можливістю трансформації номерів для прийому відвідувачів.

Туристські готелі орієнтовані на активний відпочинок, здебільшого для організованого групового туризму (екскурсійного, спортивного). Вони будуються в містах або поблизу туристичних об'єктів, мають приміщення для туристського обслуговування та інструкторських кабінетів. Туристсько-спортивні готелі включають пункти прокату інвентарю (лиж, човнів, спортивного спорядження). Вони мають розвинений сервіс, ресторани, бари, магазини, а також басейни та культурні центри у готелях підвищеної комфортності.

Туристські бази – це установи туризму, які обслуговують головним чином планові туристичні групи, що подорожують за спеціально розробленими маршрутами (піші, лижні, водні, гірські тощо). Вони поділяються на гірські, рівнинні, прибережні та водні бази. Зазвичай розташовуються в приміських зонах або туристсько-оздоровчих районах, але можуть бути споруджені й у малонаселених місцевостях з унікальними природними умовами для активного відпочинку.

Туристські бази можуть функціонувати за принципом пансіонату, приймаючи самодіяльних туристів без обмежень за терміном, з наданням усіх необхідних послуг. Хоча в Україні цей формат поки не поширений, він може вирішити проблему організації відпочинку для самодіяльних туристів [29].

Туристські бази часто розташовуються в будинках-пам'ятниках архітектури та історичних місцях, де проводиться реставрація з переплануванням під нові функції. Вони поєднують функції розміщення, обслуговування та культурного показу, що дозволяє зберегти історичну спадщину.

На проміжних пунктах маршрутів, переважно в малонаселених місцях, створюються туристські станції, що надають послуги гостинності та

культурно-побутові сервіси. Термін перебування туристів на цих станціях – від 3 до 5 діб.

Різновидом станцій є туристські притулки, де туристи перебувають до 2-х діб, отримуючи основні послуги. Для короткочасного перебування в важкодоступних місцях використовуються туристські хатини.

Курортні готелі призначені для тривалого відпочинку, часто з можливістю лікування чи доліковування. Вони мають лікувально-оздоровчі приміщення, дієтхарчування, а також зали для культурного обслуговування, бібліотеки, більярдні, приміщення для дитячих ігор і спортивні споруди (басейни, спортзали). Номерний фонд складається здебільшого з одно- і двомісних номерів, з можливістю додаткового місця для дитини.

Цілорічні готелі мають високий рівень комфорту, розвинену мережу харчування та дозвілля (ресторани, кафе, дискотеки, спортивні майданчики, пляжі тощо), що дозволяє працювати навіть у міжсезоння. Для готелів високої категорії передбачені зали для конференцій і нарад, що сприяє використанню номерного фонду в міжсезоння.

Створення великих готельних комплексів є важливим напрямом розвитку курортної індустрії. Комплекси включають готелі різного рівня комфорту та місткості, зокрема для сімейних пар, де можуть бути номери у вигляді невеликих квартир з кухнею. Крім того, будуються кемпінги та бунгало для різних вимог до відпочинку [11].

В курортних комплексах розташовані загально-курортні установи, такі як ресторани, бари, кафе, їдальні, кінотеатри, магазини, спортивні та медичні заклади. Для активного відпочинку є стадіони, тенісні корти, басейни, канатні дороги та інші розваги, зокрема на воді (вітрильний спорт, водні лижі).

В Україні новим і перспективним напрямом є надання послуг малими (родинними) курортними готелями, які можуть конкурувати з великими готелями, часто перевершуючи їх за якістю.

Таймшер – новий вид готельних послуг з номерним фондом від 50 до

250 номерів. Квартири продані індивідуальним власникам, але управління здійснюється компанією. Ціна залежить від сезону та часу перебування, причому в менш популярні періоди ціни нижчі. Номер купується на термін від 10 років з можливістю безстрокового користування, і власник може користуватися ним певну кількість тижнів або обмінювати місце відпочинку в межах сезону.

У 1991 році загальний обсяг продажів таймшерів у Європі склав 3,74 млрд доларів, і до 2005 року очікувалося збільшення до 30 млрд доларів. Таймшерні курорти існують у 75 країнах.

Транзитні готелі орієнтовані на короткочасне перебування пасажирів, а також на відпочинок обслуговуючого персоналу, і розташовані в аеропортах, вокзалах. Вони мають спрощену систему харчування, доступну тільки для гостей готелю. Номерний фонд таких готелів може бути меншим за розміром, а також можуть бути кімнати відпочинку для пасажирів, які не потребують повноцінного номера. Аеровокзальні готелі зазвичай мають високу заповнюваність через великий потік пасажирів.

Аеровокзальні готелі сьогодні повинні надавати спеціальні приміщення для нарад, що дозволяє діловим людям вирішувати проблеми без необхідності виїжджати в місто [12].

Апартаментні готелі пропонують більшу площу, ніж звичайні готелі, і призначені для тривалого проживання. Вони мають вітальні, кухні та зручності для довготривалих гостей, як-от бізнесменів, які перебувають у службових відрядженнях. Зазвичай є знижки на довгострокове проживання. Також в таких готелях є харчування, бізнес-центри і зони для відпочинку.

«Анонімний пансіон» – це вид апарт-готелю, де приватні власники здають квартири через агентства. Це може бути як цілий будинок, так і окрема квартира чи частина будинку.

Пансіони пропонують дешевше проживання, ніж звичайні готелі, і не підпадають під категорії класності. Вони можуть мати невеликий номерний фонд (10-20 осіб) і часто належать одній родині, яка обслуговує гостей.

Вартість проживання включає лише сніданок, приготований вдома. Атмосфера в пансіонах є більш затишною і привітною, що приваблює клієнтів.

Готелі для спортсменів розташовані при спортивних комплексах і забезпечують спортінвентар, громадські приміщення для дозвілля, а також медичні та спортивні пристрої. Вони також мають підприємства харчування та відпочинку.

Зараз готелі все частіше кооперуються з іншими установами, такими як конгрес-центри, адміністративні та торговельні заклади, концертні зали та навіть житлові квартири, утворюючи єдині комплекси.

Готелі для автотуристів і мотелі розташовуються поблизу шосейних доріг і пропонують не тільки комфортабельні номери та ресторани, але й послуги для автотранспорту, зокрема паркування, технічне обслуговування та автозаправку. Мотелі орієнтовані на короткочасні зупинки під час подорожей і враховують особливості автошляхів та клімату [13].

Кемпінги – це сезонні готельні підприємства для автотуристів, які пропонують спрощене обслуговування, зокрема літні будинки без опалення або намети, загальні санітарні вузли і самообслуговування. Деякі кемпінги мають автозаправки та майстерні для ремонту. Змішані типи «мотель-кемпінг» дозволяють збільшувати місткість мотелів за рахунок кемпінгів на їхній території.

Змішані засоби розміщення набувають різноманітних форм. У США поширені: Ротелі – пересувні готелі у вигляді вагон-трейлерів з відсіками для сну, вентиляцією, освітленням, санвузлом, кухнею та холодильником.

Ботелі – прибережні готелі для мандрівників на воді, з житлом, сервісними закладами та обслуговуванням плавзасобів. Ботокемпінги – сезонні готелі, схожі на кемпінги. Флотелі та флотокемпінги – поєднують функції готелів і стоянок для технічного обслуговування та зберігання плавзасобів. Флайтелі – готелі для власників літаків, розташовані у віддалених місцях, доступні лише повітрям. Вони мають аеродроми, майстерні, ресторани, концертні зали та

розважальні заклади.

Флайтели пропонують додаткові розваги, як-от польоти на повітряних кулях, дирижаблях та прив'язних аеростатах для відпочинку. Перший флайтель з'явився поблизу Таласи (Оклахома, США) й оснащений посадковими майданчиками для вертольотів, аеродромом, радіостанцією та зв'язком із метеослужбою. Пілоти можуть бронювати номер і місце для стоянки прямо під час польоту.

Установи водного туризму поділяються на чотири основні види обслуговування: технічне обслуговування плавзасобів (причали, ремонт, зберігання); обслуговування туристів (проживання в плавучих або прибережних готелях, харчування, дозвілля); забезпечення персоналу житлом і харчуванням; інженерне обладнання будівель. Більшість водних туристичних комплексів у сприятливих кліматичних умовах працюють цілорічно.

Установи водного туризму поділяються на три основні типи:

Комплекси водного туризму – великі рекреаційні об'єкти з інфраструктурою для туристів і їхніх суден (наприклад, французькі «порти задоволень» місткістю 200 – 1750 човнів). Окремі споруди та установи – марини, флотелі, плавучі готелі, готелі тощо.

Спуско-підйомні та причальні пристрої – для обслуговування плавзасобів біля водойм і місць відпочинку.

Плавучі готелі поширені у Франції, Греції, Швейцарії, Данії та інших країнах. Вони обладнані причалами, ремонтними зонами й заправками, що є невід'ємною частиною сервісу для водних туристів [14].

Марина – особливий тип закладу водного туризму, що поширений у США, Канаді та Західній Європі. Її місткість залежить від рекреаційного флоту, прокату суден і розвитку туризму. Мінімальна площа акваторії для «марини» – 100 га. Розрізняють міські та заміські «марини».

Міські слугують для постійного паркування суден, тимчасових стоянок і транзитних туристів, пропонуючи високий рівень комфорту.

Заміські розташовані в межах 1,5 години їзди та функціонують як автономні об'єкти, іноді входячи до складу аквапарків.

У США (Міссіон Бей, Кей-Ларго) «марини» мають кафе, клуби, спальні корпуси та зони відпочинку. На Великих Озерах Канади створено 4 категорії «марин» із різним рівнем обслуговування кожні 180, 90, 45 км та порти-притулки для безпечної стоянки в разі шторму.

У Великобританії громадські стоянки називають «човнові двори», а в Польщі їхнім аналогом є «бази вихідного дня» (місткість 3000–5000 туристів). Вони забезпечують зберігання, технічне обслуговування суден, а також мають пляжі, спортивні станції, пристані та прокат човнів.

Ботелі (поєднання слів *boat* – човен і *hotel* – готель) – це сезонні або цілорічні заклади, що популярні в Польщі, Німеччині, Іспанії, Югославії. Вони орієнтовані на літній водний туризм, вітрильний та байдарковий спорт, а взимку – на буерний спорт. Такі комплекси слугують опорними пунктами на водних маршрутах і мають розширену інфраструктуру для обслуговування плавзасобів.

Ботокемпінги – сезонні заклади для водних туристів у поході. До них належать «водні станції» (Польща, до 200 осіб) та «літні туристські містечка» (Німеччина, до 300 осіб). Вони мають ділянки для наметів, пляжі, причали, ремонтні майстерні з базовим обслуговуванням.

Флотель – плавучий мотель, що слугує пунктом прокату спорядження та заправкою для плавзасобів. Влітку розташовується у зонах масового відпочинку, а взимку – у містах, працюючи як готель із рестораном. Оснащений рятувальним та протипожежним обладнанням [15].

Центральна база – місце зимового паркування ботелів, що влітку виконує функцію перевалочного пункту. Взимку забезпечує ночівлю для 400–500 туристів і може обслуговувати до 500 лижників на день.

«Порти задоволення» та плавучі міста забезпечують водним туристам високий рівень сервісу, відпочинку та обслуговування плавзасобів.

Приклад – голландський Гідрополіс, що складається з терасовидних

споруд у формі напівзамкнутої гавані. Комплекс включає магазини, театри, кафе, спортзали, басейни, музей, школи, вертолітну станцію, бульвари. Усі вулиці та переходи захищені від опадів, а всередині підтримується штучний клімат.

Плавучий комплекс має лабіринт гаваней, перший поверх піднятий на 8 м для захисту від припливів. Транспортні тераси та паркінги розташовані на стовпах. З континентом з'єднаний рейко-шпальним мостом із доріжками для пішоходів і велосипедистів.

Деякі готелі за кордоном оформлюють у вигляді кораблів. Наприклад, плавучий готель біля Афін має щогли з вітрилами та вікна-ілюмінатори, що надає йому вигляду вітрильника. Завдяки розташуванню на воді він контрастує з навколишньою забудовою.

Популярною тенденцією є готелі при казино, особливо в США, де з 1991 року ігровий бізнес став швидко зростаючим сектором індустрії розваг. Його легалізація в понад 30 штатах сприяла економічному розвитку, створенню робочих місць і залученню туристів. Наприклад, у 1991 році казино в Атлантик-Сіті принесли 3,4 млрд доларів прибутку та забезпечили роботою 49 тисяч осіб [16].

Готелі при казино забезпечують високий прибуток і заповнюваність. У Лас-Вегасі середньорічна заповнюваність готелів перевищує 84%.

Ще у 1970 році Конрад Хілтон побачив перспективу казино в готельному бізнесі, придбавши «Flamingo» та «International Hotel» (нині «Las Vegas Hilton»). Корпорація «Hilton Hotels» отримує 2/3 доходу від казино, керуючи закладами в Лас-Вегасі, Логліні, Рено, на Середньому Заході США та в 12 країнах, зокрема в Австралії, Туреччині, Індонезії, Єгипті, Греції та Великобританії.

Готелі при казино більше не розраховують лише на гравців, а позиціонують себе як центри сімейного дозвілля. Лас-Вегас конкурує з курортами, пропонуючи послуги вищої якості за нижчими цінами. Казино там поєднують розкіш із затишком, а «MGM» рекламує себе гаслом: «Немає

місця кращого за дім».

«MGM Hotel Casino», відкритий у 1993 році, має 5505 номерів, 8 ресторанів, казино площею 175000 кв. футів, атракціони, театр на 1700 місць та зал для заходів на 14050 осіб.

Компанія «Circus Circus» приваблює середнього відвідувача Лас-Вегаса, Рено і Логліна. Готель «Excalibur» з 4000 номерами майже завжди заповнений завдяки доступним цінам на проживання та їжу. «Luxor», розташований неподалік, має 2526 номерів і виглядає як піраміда. Серед його атракціонів – подорож у часі від Древнього Єгипту до сучасності, прогулянка Нілом та лазерні технології, що створюють віртуальну реальність [17].

1.3. Стандарти якості обслуговування в готелях

Швидкий розвиток індустрії сприяє появі готельних закладів різноманітних форматів і цінових рівнів, що дозволяє споживачам обирати оптимальний варіант відповідно до власних потреб та уподобань.

Процес обслуговування клієнтів у готелях передбачає стандартний набір послуг, які надаються гостям, проте їх структура може змінюватися залежно від особливостей технологічного циклу. Водночас основні етапи обслуговування залишаються незмінними, а саме: бронювання номерів; прийом, реєстрація та поселення гостей; завершення перебування та остаточний розрахунок за надані послуги тощо.

Якість у готельно-ресторанній індустрії визначається трьома ключовими підходами: Відповідність потребам клієнтів – головне завдання обслуговування полягає в повному задоволенні запитів гостей.

Правильність надання послуг – важливо не тільки виконати послугу, а й зробити це доброзичливо та професійно, адже якість залежить і від ставлення персоналу. Стабільність стандартів – послуги повинні надаватися на однаковому рівні щоразу, щоб постійні клієнти завжди отримували очікуваний сервіс. Гарантоване якісне обслуговування в готелях

забезпечується двома підходами.

Перший – американська модель інтернаціоналізації, яку використовують готельні мережі, пропонуючи стабільний рівень сервісу без непередбачених ситуацій.

Другий – підхід незалежних підприємств, що ґрунтується на дотриманні універсальних стандартів комфорту, застосовних у готельній сфері, громадському харчуванні та туризмі.

Існує два підходи до визначення якості обслуговування: оцінка корисних властивостей послуг та оцінка недоліків у процесі обслуговування, де відсутність недоліків є ключем до високої якості.

Незважаючи на зусилля закладу, можливі незадоволені клієнти, тому управління якістю базується на орієнтації на клієнта та повному забезпеченні його потреб.

Якість послуг – це відповідність очікуванням або встановленим стандартам, а головний критерій її оцінки – ступінь задоволення клієнта, що визначається його бажанням повернутися та рекомендувати заклад [18].

Готельні та ресторанні послуги включають три рівні якості:

Базова – обов'язкові характеристики послуги.

Необхідна – технічні та функціональні параметри, що відповідають задуму виробника. Бажана – додаткові цінності, які перевершують очікування клієнта.

Готельні та ресторанні послуги задовольняють не лише базові фізіологічні потреби та потребу в безпеці, а й потреби вищого рівня. Вони сприяють соціалізації (приналежність до групи), забезпечують визнання (статус постійного клієнта) та підтримують самореалізацію.

При наданні послуг розміщення та харчування важливо враховувати піраміду потреб Маслоу, оскільки споживач може очікувати не лише задоволення фізіологічних потреб, а й послуг вищого рівня.

Класифікація продуктів включає різні типи показників якості, які характеризують різні властивості продукції (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Основні показники якості

№	Ознака класифікації	Типи показників
1	2	3
1.	Відношення до властивостей продукції	1. Призначення. 2. Надійність. 3. Технологічність. 4. Ергономічність. 5. Стандартизація. 6. Патентно-правові. 7. Економічні.
2.	Кількість відображених властивостей	1. Одиничні. 2. Комплексні.
3.	Метод визначення	1. Інструментальні. 2. Розрахункові. 3. Статистичні. 4. Органолептичні. 5. Експертні. 6. Соціологічні.
4.	Стадія визначення	1. Проектні. 2. Виробничі. 3. Експлуатаційні. 4. Прогнозовані.
5.	Розмір відображених величин	1. Абсолютні. 2. Приведені.
6.	Значимість під час оцінки якості	1. Основні. 2. Додаткові.

Оцінка якості обслуговування в готелі є складним процесом через свою комплексність. Найвищий рівень якості можна досягти через демонстрацію процесу виконання послуг. Основні критерії якості включають комплексність послуги, кваліфікацію персоналу, результат обслуговування та матеріально-технічну базу. До показників якості належать комплексність обслуговування, якість роботи персоналу та приміщень для надання послуг.

До основних методів або інструментів контролю якості відносяться такі статистичні методи (див. табл. 1.2): контрольний листок; гістограма; діаграма розкиду; діаграма Парето; стратифікація (розшарування); діаграма Ісікави (причинно-наслідкова діаграма); контрольна карта.

Оцінка якості готельних та ресторанних послуг може бути диференційованою, комплексною або змішаною. Основним методом збору

даних для аналізу є анкетування клієнтів, оскільки їхня думка є найважливішою [19].

Ключові критерії якості включають: Компетентність – професіоналізм персоналу. Надійність – стабільність роботи закладу. Чуйність – прагнення задовольнити побажання клієнтів. Доступність – легкість у контактуванні з персоналом. Розуміння – здатність задовольняти специфічні потреби клієнтів. Комунікація – відкритість персоналу та надання необхідної інформації. Довіра – репутація закладу через задоволення клієнтів. Безпека – фізична та моральна безпека клієнтів. Ввічливість – дружелюбність і уважність персоналу. Відчутність – естетика приміщень та уніформи персоналу.

Таблиця 1.2 – Класифікація видів та методів оцінки якості

Прямого розрахунку по кінцевому результату (економічному)		Параметричні по комплексу, параметрам та відповідним методам оцінки	
За економічною ефективністю для суб'єкта, який створює якість	За економічною ефективністю для суб'єкта, що споживає якість	Розрахункові	Експертні
Алгоритм	Алгоритм	Оцінка «жорстких параметрів». Можуть бути: оцінка одиничних параметрів якості; індексна оцінка; комплексна оцінка; оцінка ринків; оцінка посередників; оцінка рівня конкуренції; оціночні числа; рейтинги	Оцінка менш жорстких параметрів (естетичних, ергономічних)
Визначення корисного ефекту для власника	Визначення корисного ефекту для споживача		
Визначення витрат на створення	Визначення загальних витрат споживача		
З іншого боку			
Методи оцінки якості			
Диференціальні		Комплексні (включаючи диференціальну оцінку як етап)	

Для впровадження принципів підвищення якості послуг у готелях та ресторанах потрібен механізм, який представляє собою систему, що визначає порядок роботи менеджменту закладів, орієнтовану на покращення якості наданих послуг з розміщення.

Така система має включати чітко визначені стандарти обслуговування, постійний моніторинг задоволеності клієнтів, системи внутрішнього аудиту, а також регулярне навчання персоналу (див. рис 1.4).



Рис 1.4 – Структура механізму підвищення якості послуг у готелі

Управлінський компонент механізму передбачає відповідальність керівників за вдосконалення якості послуг і ефективність роботи. Для оцінки управлінського потенціалу доцільно враховувати європейський та американський досвід, аналізуючи такі характеристики: вектори спрямованості особистості (на справу, спілкування, себе); рівень інтелекту; креативність; агресивність; суб'єктивний контроль; комунікабельність; самооцінка та рівень домагань; тривожність і впевненість у собі; психологічний статус; стиль спілкування і керівництва; організаторські здібності.

Для ефективної реалізації механізму управління необхідно дотримуватися принципів управління, застосовувати методи та інструменти управління, а також взаємодіяти з динамічним середовищем для розвитку, враховуючи потреби туристів, підвищення конкурентоспроможності та якості послуг, а також формування ефективної цінової політики :

Прийняття рішень щодо надання готельних та ресторанних послуг.

Перевірка готовності готелю та ресторану до надання послуг і плану по персоналу. Аналіз процесу надання послуг. Визначення ключових чинників успіху, попиту та конкуренції. Визначення напрямів інноваційної діяльності. Усунення недоліків у роботі готелю та ресторану. Порівняння досягнутих результатів з установленими стандартами. Розроблення стратегічних планів у сфері гостинності [20].

Оцінка якості послуги базується на індивідуальній вигоді споживача, що формується на основі суб'єктивного досвіду та аналізу поведінки партнерів у процесі взаємодії.

Висновки до розділу 1

У процесі вивчення теоретичних основ організації готельного обслуговування було з'ясовано, що готельна справа є комплексною діяльністю, яка охоплює широкий спектр послуг, організаційних рішень та

комунікаційних процесів, спрямованих на забезпечення комфортного перебування гостей у готельному закладі. Теорія готельного обслуговування формує наукову базу для створення ефективних моделей взаємодії між клієнтом і персоналом, розробки стандартів якості та технологій надання послуг.

Основу організації обслуговування в готелях становлять принципи гостинності, індивідуального підходу до клієнта, безперервного вдосконалення сервісу, раціонального розподілу обов'язків серед персоналу та ефективного управління внутрішніми ресурсами підприємства. Готельна діяльність вимагає чіткої структуризації – від адміністрування до побутового обслуговування, від логістики до інформаційних технологій. Усе це ґрунтується на загальних положеннях теорії менеджменту, маркетингу, психології споживача, етики й норм професійного спілкування.

Одним із ключових висновків є те, що готельне обслуговування не може бути уніфікованим – воно має адаптуватися до вимог цільової аудиторії, національних і культурних особливостей, рівня готельного класу та цінової політики. Теоретичні основи допомагають сформуванню таких моделей обслуговування, які враховують зміни у світових тенденціях, розвиток цифрових технологій, зростаючу роль автоматизації, екологічну відповідальність і важливість брендування послуг.

Якість готельного обслуговування залежить від професійної підготовки персоналу та сформованої культури сервісу. Теоретичні основи є базою для ефективного навчання та розвитку індустрії гостинності. Їхнє розуміння забезпечує конкурентоспроможність, високу якість послуг і позитивний імідж закладу, сприяючи розвитку туризму.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТЕХНОЛОГІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ «СОК» М. УМАНЬ

2.1. Загальна характеристика готелю

Готель «Сок» є об'єктом нашого дослідження. Він розташований на вулиці Пожарського Дмитра, 10, в місті Умань, обл. Черкаська [21].

Спортивно-оздоровчий комплекс розпочав свою роботу з 2006 року. Історія комплексу почалась наприкінці 2003 року, коли було вирішено збудувати перший в місті басейн. 7 жовтня 2006 року відбулося урочисте відкриття комплексу, що стало визначною подією в культурному житті міста. В ньому успішно поєднуються: готель, ресторан, сауна, бар, басейн та елітний тренажерний зал. В готелі «Сок» 23 номери (див. табл. 2.1).

З перших днів свого існування завоював велику популярність у жителів та гостей міста Умань завдяки різноманітності та високій якості пропонованих послуг. Комплекс розміщений в центрі міста. На сьогоднішній день комплекс є одним із найбільших в місті центр відпочинку. Вишуканий інтер'єр закладу продуманий до найменших деталей. Пропонуємо відвідати нашим клієнтам ресторан чи бар. Для гостей послуги цілодобової стоянки під охороною.

Таблиця 2.1 – Аналіз готелю «Сок»

Критерій	Аналіз готелю «Сок»
За тривалістю перебування	Сімейний. Для тимчасового проживання
Залежно від мети перебування	Для ділових людей. Спеціальний представницький
Залежно від місця розташування	Міський
Залежно від кількості обслуговуваних туристів	Для групових туристів. Для індивідуальних туристів
Залежно від класу готелю	Третя категорія.
Залежно від місткості готелю	Невеликий (малий)
Залежно від режиму експлуатації	Цілорічний
Залежно від форми власності	Акціонерне товариство

Готель «Сок» підходить як для сімейного, так і для короткострокового проживання, що робить його привабливим для широкого кола гостей. Він однаково зручний як для ділових поїздок, так і для офіційних заходів, що свідчить про його багатофункціональність та різноманітність послуг.

Розташований у міському районі, готель забезпечує комфортне перебування для тих, хто шукає зручне місце в центральній частині. Він обслуговує як групових, так і індивідуальних туристів, що підкреслює його гнучкість у задоволенні різних потреб клієнтів. Належачи до третьої категорії, готель пропонує середній рівень комфорту та послуг. Він працює цілорічно, що дозволяє приймати гостей у будь-яку пору року. Щодо форми власності, це акціонерне товариство, що може впливати на його управління та ухвалення рішень. Технологія обслуговування в готелі охоплює сукупність процесів, спрямованих на забезпечення високого рівня комфорту, безпеки та задоволення потреб гостей під час їхнього перебування. Основними етапами цієї технології є: прийом і розміщення гостей, обслуговування під час проживання, надання додаткових послуг та оформлення виїзду [30].

На першому етапі – прийом і розміщення – важливе значення має якість роботи служби рецепції. Персонал повинен вміло і ввічливо здійснювати бронювання, реєстрацію гостей, надавати інформацію про готель та його послуги. Використання сучасних автоматизованих систем управління сприяє підвищенню швидкості та точності обслуговування.

Під час проживання гостей велика увага приділяється підтримці чистоти номерів, оперативному реагуванню на запити клієнтів, забезпеченню безпеки та тиші. Робота покоївок, технічного персоналу та служби безпеки має бути скоординованою і професійною. У готелях високого рівня гостям можуть бути надані персоналізовані послуги, наприклад, послуги консьєржа або room-service 24/7.

Особливу роль відіграють додаткові послуги, такі як харчування (ресторани, бари, кафе), конференц-зали, спортзали, басейни, послуги СПА, трансфер, пральня, прокат автомобілів тощо. Від їхнього рівня напряму

залежить загальне враження гостей та конкурентоспроможність готелю [31].

На завершальному етапі – виїзд з готелю – важливо організувати швидке оформлення розрахунків, надання необхідних документів, а також прощання з гостем на позитивній ноті. Ефективна організація кожного з цих етапів сприяє формуванню лояльності клієнтів та позитивного іміджу готелю.

Таким чином, аналіз технології обслуговування показує, що успішна діяльність готелю залежить від узгодженої роботи всіх служб, кваліфікації персоналу, застосування сучасних технологій та орієнтації на потреби клієнтів. Безперервне вдосконалення процесів обслуговування є запорукою підвищення якості послуг та задоволеності гостей.

Одним із ключових чинників ефективної технології обслуговування є високий рівень професійної підготовки персоналу. Від ввічливості, компетентності, оперативності та зовнішнього вигляду працівників залежить перше враження гостей про заклад. Тому готелі, що орієнтовані на якісне обслуговування, регулярно проводять тренінги, підвищення кваліфікації та внутрішній контроль якості обслуговування.

Крім того, велике значення має впровадження сучасних інформаційних технологій, які автоматизують бронювання, реєстрацію, облік послуг, управління номерним фондом. Завдяки цьому зменшується кількість помилок, скорочуються черги на рецепції та покращується зручність як для персоналу, так і для гостей. Все більшого поширення набувають мобільні додатки, електронні ключі, онлайн-чекини та смарт-системи в номерах [32].

Серед актуальних тенденцій у сфері готельного обслуговування також виділяється персоналізація послуг – індивідуальний підхід до кожного гостя, врахування його вподобань, звичок та історії попередніх візитів. Наприклад, автоматичне надання улюбленого напою, певного типу подушки або організація трансферу згідно з побажаннями клієнта. Це підвищує рівень довіри до закладу та створює позитивний емоційний контакт.

Ще одним важливим аспектом є дотримання стандартів безпеки та

гігієни, особливо в умовах підвищених вимог до санітарії. Регулярна дезінфекція приміщень, використання сертифікованих засобів гігієни, систем відеонагляду та охорони забезпечують комфорт і спокій гостей, що особливо актуально для сімей з дітьми, туристів та бізнес-клієнтів.

Сучасна технологія обслуговування в готелі повинна бути гнучкою, інтегрованою та клієнтоорієнтованою. Її вдосконалення має ґрунтуватися на вивченні зворотного зв'язку від гостей, аналізі ринку та конкурентів, а також впровадженні інновацій. Лише за умови системного підходу до організації обслуговування готель може досягти високих стандартів якості, підвищити рівень завантаження номерного фонду та отримати позитивну репутацію серед клієнтів [33].

Не менш важливим елементом у системі обслуговування є взаємодія між службами готелю. Для забезпечення безперебійної роботи всі підрозділи – рецепція, служба розміщення, ресторан, служба покоївок, технічна служба, охорона – повинні діяти скоординовано. Це досягається завдяки чіткому регламенту дій, внутрішнім стандартам та системі управління якістю. Наявність єдиного інформаційного середовища дозволяє швидко передавати запити між підрозділами та ефективно вирішувати проблеми.

Особливу увагу слід звернути на роботу з відгуками гостей. Готелі, які активно збирають, аналізують і враховують відгуки клієнтів, здатні швидко адаптувати свої послуги до очікувань ринку. Оперативне реагування на зауваження, ввічливість у спілкуванні, пропозиція компенсацій чи бонусів за незручності формують довіру до закладу і спонукають гостей повертатися.

Крім того, у сучасних умовах велике значення має екологічна відповідальність готелів. Впровадження енергозберігаючих технологій, використання багаторазових матеріалів, сортування сміття, економія води та електроенергії – це не лише внесок у збереження довкілля, а й фактор, що формує імідж сучасного та відповідального підприємства. Гості все частіше обирають ті готелі, які дотримуються принципів сталого розвитку [34].

Також варто підкреслити, що технологія обслуговування змінюється

відповідно до типу готелю. Наприклад, у бізнес-готелях акцент робиться на швидке поселення, наявність конференц-залів, бізнес-центрів та послуг кур'єрської доставки. У курортних готелях пріоритет мають розважальні програми, оздоровчі послуги, харчування за системою «все включено». Водночас бутик-готелі або гостьові будинки орієнтуються на унікальний досвід та індивідуальне обслуговування.

Технологія обслуговування є комплексною системою, яка повинна постійно оновлюватися відповідно до запитів ринку, впроваджувати інновації, підвищувати кваліфікацію персоналу та підтримувати високі стандарти сервісу. Саме поєднання професійного підходу, технічної оснащеності, гнучкості та уваги до деталей дозволяє готелю досягти конкурентної переваги та утримати стає коло постійних клієнтів.

Сучасна технологія обслуговування також потребує гнучкого управління персоналом. Успішна діяльність готелю залежить від ефективної організації праці, чіткого розподілу обов'язків, мотивації та контролю за виконанням завдань. Гнучкий графік роботи, система заохочень, можливості для професійного зростання, участь у тренінгах та командоутворення позитивно впливають на якість сервісу. Особливо це актуально в періоди високого сезону, коли навантаження на персонал зростає, а швидкість та якість обслуговування набувають критичного значення [35].

Інновації, такі як самообслуговування через термінали, мобільне управління номером, голосові асистенти та безконтактна оплата, роблять готельний сервіс зручним і привабливим для різних груп гостей, зокрема для молоді та бізнес-мандрівників. Маркетингова стратегія, що враховує відгуки та рейтинги на платформах бронювання, допомагає адаптувати послугу до потреб клієнтів і підвищує конкурентоспроможність готелю. Важливу роль відіграє також емоційний сервіс – створення доброзичливої атмосфери та увага до потреб гостей, що сприяє повторним візитам та рекомендаціям. Поєднання інновацій, професіоналізму та емоційного залучення формує конкурентоспроможний готельний продукт.

2.2. Аналіз рівня обслуговування в готелі «СОК»

Гостям готелю Сок доступні наступні послуги (можуть потребувати додаткової оплати): автостоянка, пральня, спортивні розваги , термінал для оплати карткою, сауна , мангал , приладдя для барбекю, критий басейн, басейн для сауни, парковка під охороною, послуги по прасуванню одягу, щоденне прибирання номера, електрогенератор, бар, розміщення з тваринами.

Реєстрація заїзду: з 14:00 – 23:00 годин. Реєстрація від'їзду: до 00:00 - 12:00 годин. Час роботи стійки реєстрації – цілодобово. Розміщення дітей та надання додаткових ліжок. Діти до 12-річного віку розміщуються у номері з батьками безкоштовно без надання додаткового місця. Є кафе на території.

Кожен номер оснащений телевізором, кондиціонером, холодильником.

Кожному проживаючому в люксових номерах готелю в подарунок абонемент на відвідування басейну та абонемент на відвідування спортзалу

Комплекс пропонує номери «люкс», кожен з яких оснащений сауною та джакузі та стандартні номери та декілька сімейних.

Готельні номери ціна: 400 – 1800 грн за добу.

Клієнтам пропонують тільки якісні послуги за доступною ціною на відповідному рівні (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Вартість номерів в готелі «Сок»

Тип номера	Ціна за добу
Номер «економ двохмісний»	400 грн
Номер «стандарт двохмісний»	1000 грн
Номер «сімейний тримісний»	1200 грн
Номер «покращений двохмісний»	1200 грн
Номер «люкс чотиримісний»	1800 грн

Номер класу «стандарт» оснащений всім необхідним для приємного відпочинку. Ванна кімната обладнана душовою кабінкою, гігієнічними та

косметичними засобами.

Комфортабельності номеру надають телевізор і велике двохспальне ліжко (ширина ліжка – 160см.), а також : індивідуальне управління опаленням; доступ до мережі інтернет; цілодобове постачання очищеної води та електроенергії; обслуговування в номері; звукоізольовані вікна. Загальна площа 15 кв. м – 29 м², ціна від 450 грн.

Номери «люкс» оснащені всім необхідним для приємного відпочинку. Кожен з 4-х номерів цього класу є унікальним за своїм проектуванням. Номери «люкс» розраховані на двох осіб, але є можливість додаткового поселення третьої людини (дорослого) або 2 дітей. Ширина ліжка – 160 см. Ці номери обладнані ванною кімнатою з душовою кабіною або ванною, феном, гігієнічними та косметичними засобами.

У всіх номерах є: звукоізольовані вікна; приємне килимове покриття; цілодобове автономне постачання очищеної води і електроенергії; система вентиляції; холодильник з міні-баром; супутникове телебачення; інтернет Wi-Fi; обслуговування в номер. Люкси загальна площа 48 - 64 кв. м. двухкімнатний, ціна – 800 - 1000 грн (див. табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Послуги номерів готелю Сок

Категорія номеру	Характеристика
Номер «економ двохмісний»	телевізор із плоским екраном, сніданок включено – континентальний, безкоштовний wi-fi, опалення, ванна кімната в номері, душ, туалет, туалетні приналежності, кабельне ТБ, вішалка для одягу, вентилятор, окремий вхід в номер, умивальник, ранній заїзд, пізній виїзд
Номер «стандарт двохмісний»	телевізор із плоским екраном, безкоштовний wi-fi, опалення, ванна кімната в номері. Душ, туалет, туалетні приналежності, кабельне ТБ, вішалка для одягу, вентилятор, умивальник, шафа / гардероб
Номер «сімейний тримісний»	електричний чайник, душова кабіна, телевізор із плоским екраном, сніданок включено – континентальний, холодильник, фен, безкоштовний wi-fi, опалення, ванна кімната в номері, телевізор, туалет, гостинний куточок, туалетні приналежності, кабельне ТБ, вішалка для одягу, окремий вхід у номер, умивальник, шафа/гардероб, кухонні приналежності, капці, москітна сітка, чайник, обідня зона, вид на подвір'я, вид на місто, міні-бар, ранній заїзд, пізній виїзд

продовження таблиці 2.3

Номер «покращений двохмісний»	електричний чайник, душова кабіна ,телевізор із плоским екраном, сніданок включено – континентальний, холодильник, кондиціонер, фен, безкоштовний wi-fi, опалення, ванна кімната в номері, душ, телевізор , туалет , гостинний куточок , туалетні приналежності , кабельне ТБ , балкон , халат , вішалка для одягу , вентилятор , окремий вхід у номер , умивальник , кухонне приладдя , капці, москітна сітка , чайник , вид на двір , вид на місто , міні-бар
Номер «люкс чотиримісний»	електричний чайник, сейф, душова кабіна, телевізор із плоским екраном, сніданок включено – континентальний, холодильник, супутникове ТБ, кондиціонер, ванна, Фен, безкоштовний wi-fi, опалення, ванна кімната в номері телевізор , туалет , гостинний куточок , туалетні приналежності , кабельне ТБ , балкон , халат , вішалка для одягу, окремий вхід у номер , умивальник , шафа/гардероб , кухонне приладдя , біде , капці , москітна сітка , чайник , обідня зона , вид на місто , міні-бар , ранній заїзд

Святковий зал готелю «Сок» – можливість для: проведення весільних торжеств; сімейних ювілеїв; проведення корпоративних вечірок.

Басейн «Сок» – це великий басейн у м.Умань із теплою і чистою водою. Довжина – 20 метрів, температура води – 25`С. Надає можливість поплавати, в басейні це можливо круглий рік.

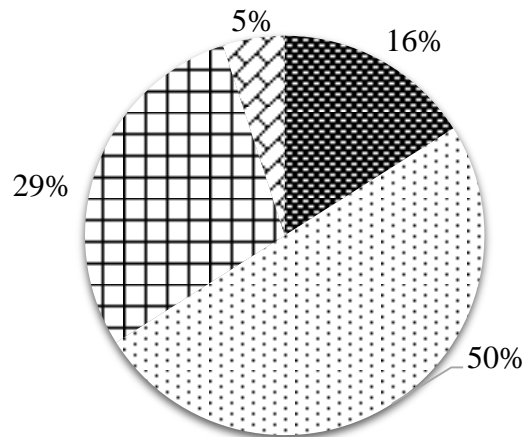
Тренажерний зал оснащений сучасним обладнанням, що дозволяє працювати над різними групами м'язів і досягати поставлених цілей. Є кардіозала для дівчат. Наявність занять за індивідуальною програмою – тренери проведуть персональне тренування та допоможуть підібрати найбільш оптимальну програму індивідуальних занять.

Аналіз трьох рівнів обслуговування у готелі «Сок» показує, що люксовий рівень забезпечує найвищу якість за всіма показниками – від розкішного інтер'єру до широкого асортименту страв та послуг. Вищий рівень дещо поступається за комфортом і вибором, однак все ще забезпечує гідний рівень сервісу. Перший рівень має найскромніші умови, обмежений вибір страв і послуг, а також простий інтер'єр, що робить його більш бюджетним варіантом для гостей (див. табл. 2.4).

Таблиця. 2.4 – Порівняльний опис підприємства

Показник	Люкс	Вищий	Перший
Інтер'єр			+
Асортимент послуг		+	
Асортимент страв		+	

Мета відвідування готелю (див. рис. 2.1).



■ Харчування · Відпочинок ▮ Свято ◌ Ділова зустріч

Рис. 2.1 – Мета відвідування готелю «Сок»

На основі даних можна зробити висновок, що основною причиною відвідування готелю для більшості гостей є відпочинок – він становить 50% від загальної кількості візитів. Харчування є важливим чинником для 16% гостей, що свідчить про зацікавленість у гастрономічному досвіді, хоча воно не є основною метою перебування.

Святкові події охоплюють 29% від усіх відвідувань, що підтверджує популярність готелів як місць для проведення урочистостей і важливих заходів.

Ділові зустрічі є причиною перебування лише для 5% гостей, що свідчить про менший попит на готелі як бізнес-локації, однак вони все ж можуть забезпечити необхідні умови для таких подій. Середній вік відвідувачів (див. рис. 2.2.).

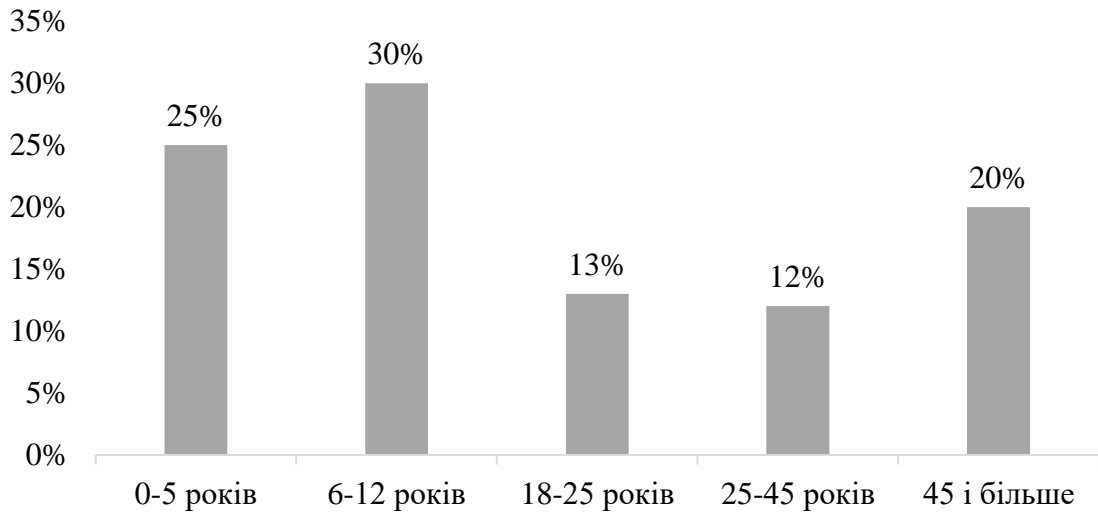


Рис. 2.2 – Вікова категорія відвідувачів готелю «Сок»

Згідно з наданими даними, середній вік гостей готелю розподіляється досить рівномірно, хоча помітною є перевага серед відвідувачів у віці 6–12 років 30% та осіб віком 45 років і старше 20%. При цьому кількість гостей у вікових групах 0–5 років 25% та 18–25 років 13% майже однакова. Найменшу частку становлять відвідувачі віком від 25 до 45 років – лише 12%. Такий розподіл свідчить про різноманітність цільової аудиторії готелю та його здатність забезпечувати комфортне перебування для представників різних вікових категорій.

Звернемо увагу на асортимент страв, представлений у меню готелю (див. табл. 2.5.).

Таблиця 2.5 – Меню кафе у готелі «Сок»

Оцінка меню	
Фірмові страви	4
Холодні закуски	5
Гарячі закуски	5
Перші страви	4
Другі страви	7
Десерти	4
Напої	5
Середня оцінка	5,0

Меню готелю отримало загальну позитивну оцінку з середнім балом 5,0. Це свідчить про високу якість та різноманітність пропонованих страв. Оцінки для більшості категорій страв, таких як холодні закуски, гарячі закуски, напої, а також другі страви 7 відображають високий рівень їх приготування та задоволення гостей. Оцінки для фірмових страв, перших страв і десертів 4 можуть вказувати на можливість поліпшення цих категорій для досягнення ще вищого рівня задоволення гостей. Загалом, меню є добре збалансованим і задовольняє потреби різних клієнтів, але варто звернути увагу на підвищення якості деяких категорій страв. Аналіз рекламних засобів, якими користується готель (див. табл. 2.6.).

Таблиця 2.6 – Рекламні засоби готелю «Сок»

Вивіска	5
Вітрина	8
Фасад	8
Інтер'єр	7
Середня оцінка	7,0

Рекламні засоби готелю «Сок» отримали загальну позитивну оцінку з середнім балом 7,0, що свідчить про ефективне використання рекламних елементів для привернення уваги клієнтів. Оцінки для вивіски 5 можуть вказувати на потребу у покращенні видимості або дизайну, щоб зробити її більш помітною. Вітрина 8 та фасад 8 отримали високі оцінки, що свідчить про їх привабливість та естетичну привабливість. Інтер'єр 7 також отримав добру оцінку, але можливі незначні покращення в оформленні для ще більшої ефективності.

Загалом, рекламні засоби готелю в цілому є привабливими, але є простір для вдосконалення окремих елементів для підвищення загального враження.

На основі оцінок відвідувачів щодо різних аспектів маркетингу, меню, цілей відвідування та загальних відгуків буде здійснено обчислення загальної оцінки для готелю «Сок» (див. табл. 2.7).

Таблиця 2.7 – Оцінка готелю «Сок»

Реклама	6
Меню	7
Оцінка відвідувачів	5
Наявність додаткових послуг	10
Середня оцінка	7,0

Оцінка готелю «Сок» показує загальну позитивну тенденцію з середнім балом 7,0. Найвища оцінка надана за наявність додаткових послуг 10, що свідчить про широкий спектр зручностей для гостей і високу задоволеність цією частиною сервісу. Меню отримало оцінку 7, що також вказує на його гарну якість, але є можливість для вдосконалення. Реклама отримала оцінку 6, що може свідчити про необхідність поліпшення маркетингових заходів для більш ефективного привернення уваги потенційних клієнтів. Оцінка відвідувачів 5 є найнижчою серед усіх аспектів, що вказує на можливість покращення в плані задоволення гостей та врахування їх відгуків для підвищення рівня сервісу. Загалом, готель має сильні сторони в наданні додаткових послуг, але варто працювати над рекламними та сервісними аспектами для підвищення загальної оцінки.

2.3. Матеріально-технічна база та ресурси готелю «СОК»

1. Визначення та обчислення якісного і кількісного складу житлових номерів у закладі.

1.1 Відповідно до вимог ДБН В.2.2-20:2008 «Готелі. Будинки і споруди» здійснюємо розрахунок кількості номерів кожного типу в закладі.

1.2. Загальна площа житлових номерів певної категорії визначається за відповідною формулою:

$$S_{ж№} = S_{ж} + S_{с.в} = 40 + 6,5 = 46,5 \text{ м}^2$$

$$S_{ж№} = S_{ж} + S_{с.в} = 30 + 4,2 = 34,2 \text{ м}^2$$

$$S_{ж№} = S_{ж} + S_{с.в} = 10 + 3 = 13 \text{ м}^2$$

$$S_{ж№} = S_{ж} + S_{с.в} = 14 + 3 = 17 \text{ м}^2$$

де $S_{ж№}$ – загальна площа номеру визначеної категорії, м^2

$S_{ж}$ – площа житлових кімнат, м^2

$S_{с.в}$ – площа санітарного вузла номера, м^2

Результати розрахунків представлені у вигляді таблиці 2.8.

Таблиця 2.8 – Розрахунок якісного та кількісного складу житлового фонду закладу готельного господарства на 23 номери.

Назва номерів	Типи номерів				Кількість номерів	Типи санвузлів	
	Кількість кімнат	Кількість місць	Житлова площа, м^2 , не менше			(за розрахунком)	
			норма	за розрахунком		Основний, м^2	Додатковий, м^2
Апартамент	2	1(2)	40	40	5	6,5	2,2
Дуплекс, люкс	2	1(2)	30	30	4	4,2	2,2
Номер I категорії	1	1	10	10	10	3	–
Номер I категорії	1	2	14	14	10	3	–
Разом					23		

1.3. Визначаємо загальну площу всіх житлових номерів визначеної категорії за формулою:

$$S_{ж№i} = S_{ж№} \times N_{№} \quad (2.1)$$

$$\text{Апартамент} = (40 + 6,5 + 2,2 + 8) \times 4 = 226,8 \text{ м}^2$$

$$\text{Дуплекс, люкс} = (30 + 4,2 + 2,2 + 7) \times 4 = 173,6 \text{ м}^2$$

$$\text{Номер I категорії (1 людина)} = (10 + 3 + 4) \times 10 = 170 \text{ м}^2$$

$$\text{Номер I категорії (2 людини)} = (14 + 3 + 5) \times 10 = 220 \text{ м}^2$$

де $S_{ж№i}$ – загальна площа всіх житлових номерів визначеної категорії, м^2

$N_{№}$ – кількість номерів визначеної категорії, шт.

1.4. Визначаємо загальну суму площі житлових номерів усіх категорій за формулою:

$$\sum S_{\text{ж.№№}} = S_{\text{ж.№1}} + S_{\text{ж.№2}} + \dots + S_{\text{ж.№i}}, \text{ м}^2 \quad (2.2)$$

$$\sum S_{\text{ж.№№}} = 226,8 + 173,6 + 170 + 220 = 790,4$$

де $\sum S_{\text{ж.№№}}$ – загальна сума площі житлових номерів.

1.5. Визначаємо загальну площу житлових поверхів, виходячи з того, що площа житлових номерів складає 54...70% площі забудови житлових поверхів (% площі житлових номерів обирається враховуючи категорію закладу, що проектується):

$$S_{\text{заг.жит.пов.}} = S_{\text{ж.№№}} / 0,54 \dots 0,7, \text{ м}^2 \quad (2.3)$$

$$S_{\text{заг.жит.пов.}} = 790,4 / 0,4 = 1976 \text{ м}^2$$

1.6. Визначаємо кількість житлових поверхів (враховуючи планувальну структуру коридору та кількість номерів на одному житловому поверсі).

$$\text{Кількість житлових поверхів} = 23 / 7 = 3 \text{ поверхи}$$

де 7 – середня кількість номерів

1.7. Розраховуємо площу одного житлового поверху.

$$S_{\text{жит.пов.}} = S_{\text{заг.жит.пов.}} / n_{\text{пов}}, \text{ м}^2 \quad (2.4)$$

$$S_{\text{жит.пов.}} = 1976 / 3 = 659$$

де $n_{\text{пов}}$ – кількість житлових поверхів.

2. Визначаємо необхідне меблеве та інвентарне оснащення номерів відповідно до вимог ДБН В.2.2-20:2008 «Готелі. Будинки і споруди» та ДСТУ 4269-2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів».

Таблиця 2.9 – Оснащеність номеру типу економ двохмісний готелю 3 зірок на 23 номери меблями та інвентарем

№ з/п	Оснащеність	Кількість, од.
1	Ліжко односпальне 90 см х 200 см	2
2	килимний покрив підлоги	1
3	Шафа з полицками	1
4	Стіл	1
5	Цупкі завіски	1
6	Дзеркало	2
7	Склянки	2
8	Телевізор	1
9	Холодильник	1
10	Унітаз	1
11	Душова кабіна	1
12	Умивальник	1
13	Комплект постільних речей і білизни	1

Таблиця 2.10 – Оснащеність номеру типу стандарт двохмісний

№ з/п	Оснащеність	Кількість, од.
1	Ліжко двоспальне 140 см х 190 см	1
2	килимний покрив підлоги	1
3	Тумбочка	2
4	Шафа з полицками	1
5	Цупкі завіски	1
6	Дзеркало	2
7	Склянки	2
8	Телевізор	1
9	Холодильник	1
10	Унітаз	1
11	Душова кабіна	1
12	Умивальник	1
13	Комплект постільних речей і білизни	2

Таблиця 2.11 – Оснащеність номеру типу сімейний тримісний

№ з/п	Оснащеність	Кількість, од.
1	Ліжко двоспальне 140 см x 190 см	1
2	килимний покрив підлоги	1
3	Тумбочка	2
4	Шафа з полицками	1
5	Стіл	1
6	Цупкі завіски	1
7	Дзеркало	2
8	Склянки	2
9	Телевізор	1
10	Холодильник	1
11	Унітаз	1
12	Душова кабіна	1
13	Умивальник	1
14	Комплект постільних речей і білизни	1

Таблиця 2.12 – Оснащеність номеру типу покращений двохмісний

№ з/п	Оснащеність	Кількість, од.
1	Ліжко двоспальне 140 см x 190 см	1
2	килимний покрив підлоги	1
3	Тумбочка	2
4	Шафа з полицками	1
5	Стіл	1
6	Цупкі завіски	1
7	Дзеркало	2
8	Склянки	2
9	Телевізор	1
10	Холодильник	1
11	Унітаз	1
12	Душова кабіна	1
13	Умивальник	1
14	Комплект постільних речей і білизни	1

Таблиця 2.13 – Оснащеність номеру типу люкс чотиримісний

№ з/п	Оснащеність	Кількість, од.
1	Ліжко двоспальне 140 см x 190 см	1
2	килимний покрив підлоги	1
3	Тумбочка	3
4	Шафа з полицками	1
5	Стіл	1

№ з/п	Оснащеність	Кількість, од.
7	Дзеркало	2
8	Склянки	2
9	Телевізор	1
10	Холодильник	1
11	Унітаз	1
12	Душова кабіна	1
13	Умивальник	1
14	Комплект постільних речей і білизни	3

Висновки до розділу 2

Аналіз технології обслуговування в готелі дозволяє оцінити ефективність усіх етапів взаємодії гостя з готелем, починаючи від резервування номера і закінчуючи виселенням. У сучасних умовах успіх готелю залежить від здатності надавати високоякісні послуги, які відповідають вимогам клієнтів та забезпечують комфорт і безпеку. Технології обслуговування включають організацію процесу реєстрації, надання номерів, прибирання, харчування, додаткових послуг, а також взаємодію з персоналом.

Головними факторами ефективної технології обслуговування є швидкість обслуговування, індивідуальний підхід до кожного гостя, чистота та комфорт у номерах, а також кваліфікація і доброзичливість персоналу. Важливою складовою є автоматизація процесів, яка дозволяє зменшити час на виконання операцій і мінімізувати людський фактор, що особливо важливо для забезпечення високого рівня обслуговування.

Для забезпечення високої якості обслуговування необхідно правильно організувати роботу готельного персоналу, чітко визначити обов'язки та функції кожного співробітника, а також проводити регулярне навчання та підвищення кваліфікації. Також важливо враховувати потреби клієнтів і впроваджувати новітні технології, що дозволяють створити комфортні умови для проживання, включаючи бездротовий інтернет, автоматизовані системи

управління температурою та освітленням, а також інтерактивні системи для замовлення послуг.

Таким чином, успішна технологія обслуговування в готелі – це гармонійне поєднання сучасних технологічних рішень і професіоналізму персоналу, що забезпечує максимальний комфорт та задоволення гостей.

Вона дозволяє не лише зберігати високу конкурентоспроможність на ринку, але й сприяє формуванню лояльності клієнтів, що є важливим для стабільного розвитку готелю.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ «СОК» м. Умань

3.1. Інноваційні підходи щодо організації роботи персоналу готелю «СОК»

Ефективне управління персоналом є ключовим елементом загальної системи управління якістю в кожному закладі готельного господарства, що орієнтується на постійний розвиток, удосконалення процесів та максимальне задоволення потреб клієнтів при раціональному використанні наявних ресурсів.

Управління персоналом є важливою частиною менеджменту, оскільки всі цілі організації досягаються через людей. Персонал є ключовим фактором для вирішення проблем, пов'язаних з конкурентоспроможністю, економічним зростанням та ефективністю праці. Головне завдання готельного підприємства – підготувати кваліфікованих працівників, здатних продуктивно працювати і віддаватися своїй справі. Задоволений персонал – запорука успіху, особливо для готельного бізнесу, тому питання управління персоналом є дуже актуальним.

Менеджер повинен розуміти, що кожен працівник – це особистість з різними здібностями та характерами, і має вміти правильно мотивувати та розвивати потенціал своїх співробітників. Готель має відповідати світовим стандартам, але в основі всього цього – люди з їх потребами, бажаннями та професіоналізмом. Гостинність, компетентність та працелюбність персоналу – ключ до високоякісного обслуговування.

Раціональне управління людськими ресурсами є запорукою стабільної позиції підприємства на ринку, його успішної діяльності в умовах конкуренції та перспективного розвитку. Особливість індустрії гостинності полягає в тому, що саме працівники відіграють ключову роль у формуванні позитивного іміджу, досягненні успіху та подальшому зростанні закладу. Для

більшості готельних підприємств підвищення якості обслуговування є важливою складовою загальної управлінської стратегії. Упровадження систем якості в діяльність закладів є динамічним і творчим процесом.

У зв'язку з цим питання ефективного управління персоналом набуває особливої ваги. Система управління кадрами сприяє постійному вдосконаленню підходів до роботи з персоналом, із використанням сучасних наукових і практичних напрацювань.

У межах класичних управлінських підходів виділяють три основні групи методів: адміністративні, економічні та соціально-психологічні (див. рис. 3.1).

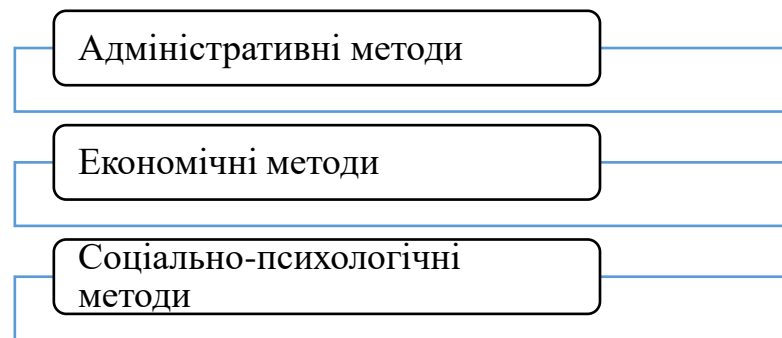


Рис 3.1 – Класичні підходи до кадрового управління

Адміністративні методи управління ґрунтуються на владі, дисципліні та покаранні, зокрема через «метод батога». Вони орієнтуються на трудову дисципліну, почуття обов'язку та культуру роботи. До таких методів відносяться правові норми, інструкції, організаційні схеми, накази та розпорядження. Основні функції адміністративних методів - це забезпечення стабільності юридичного середовища, захист середовища і гарантування прав і свобод [22].

Економічні методи спрямовані на застосування економічних стимулів і відомі як «метод пряника». Вони включають матеріальне заохочення працівників або колективу через економічні нормативи, систему премій, участь у прибутках і капіталі, а також інші форми мотивації.

Соціально-психологічні методи ґрунтуються на моральних стимулах і психологічних механізмах, які допомагають перетворити адміністративні завдання на внутрішню потребу працівника. Це досягається через формування колективу, створення позитивного психологічного клімату, задоволення культурних і духовних потреб, встановлення соціальних норм, моральних санкцій і заохочень, а також соціальний захист.

У сучасному управлінні персоналом соціально-психологічні методи стають пріоритетними. Вони передбачають зміну ролі людини, яка з механічного виконавця перетворюється на важливий фактор діяльності підприємства. Витрати на оплату праці, умови праці та підвищення кваліфікації працівників розглядаються як інвестиції.

Традиційні методи управління, що базуються на ієрархії, дисципліні та матеріальному стимулюванні, досі активно використовуються, формуючи основні взаємини між роботодавцем і працівником. Однак у сучасних умовах вони втрачають свою ефективність і потребують оновлення. Їх результативність залежить від соціально-економічної ситуації, розвитку економіки та стратегічних орієнтирів підприємства. Тому компанії, що прагнуть до вдосконалення, впроваджують нові методи управління персоналом для підвищення ефективності.

Сучасна система управління персоналом включає цілий спектр інноваційних інструментів, що базуються на ефективній взаємодії між працівниками, стимулюванні їхньої творчої ініціативи та організаційної активності, а також на об'єднанні зусиль команди для досягнення спільних цілей (див. рис. 3.2.). Вона поєднує в собі класичні світові підходи до управління людськими ресурсами, водночас розширюючи їх межі та формуючи нові можливості для вдосконалення управлінських процесів.

Вивчаючи інформацію, подану на рис. 3.2, можна виокремити кілька ключових тенденцій, які характерні для сучасного управління персоналом: трансформація традиційних моделей управління кадрами; активізація кадрового потенціалу та зростання рівня професійної

компетентності; зосередженість на підвищенні загальної ефективності управління персоналом як в економічному, так і в соціальному аспектах. усвідомлення та підвищення ролі корпоративної культури [22].

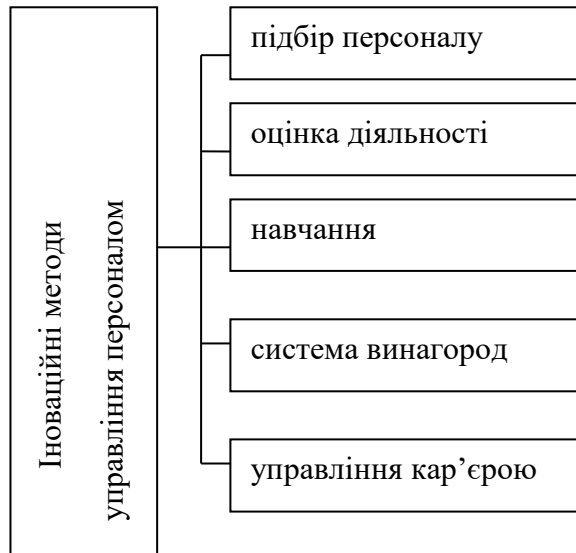


Рис. 3.2 – Основні напрями впровадження інноваційних методів у систему управління персоналом

Основні принципи сучасного управління персоналом у готельному бізнесі включають: дотримання вимог трудового законодавства; врахування поточних і майбутніх потреб готелю в кадрах з огляду на його стан, стратегію розвитку, ситуацію на ринку праці та готельних послуг; створення умов для стабільності кадрового складу та зниження плинності кадрів; залучення всіх зацікавлених сторін, включаючи профспілки, до формування та реалізації кадрової політики в контексті загальної стратегії управління якістю; турбота про кожного співробітника, розвиток його творчих здібностей та забезпечення поваги до його прав і свободи.

Впровадження концепції управління персоналом забезпечує ефективне використання здібностей працівників для досягнення цілей підприємства та

суспільства.

Удосконалення управління персоналом у готелях повинно сприяти усуненню бюрократичних бар'єрів, активізації творчого, професійного та інтелектуального потенціалу працівників і збільшенню їхньої відповідальності за кінцеві результати.

Керівник має вміти мотивувати персонал, оскільки для ефективної роботи в команді важливо, щоб працівники були зацікавлені як морально, так і матеріально. Матеріальна мотивація включає надбавки та доплати, компенсації з урахуванням інфляції та поліпшення якості життя, доплати за роботу в нічний час, у вихідні та святкові дні, а також за понаднормовий час. Моральна мотивація полягає у впровадженні заходів, що залучають працівників до планування діяльності підприємства, постановки цілей і прийняття рішень. Крім грошових винагород, важливо надавати більше самостійності, виявляти увагу з боку керівництва через особисті подяки, накази про заохочення. У разі конфліктів на підприємстві важливо з'ясувати їх причини та розв'язати їх, враховуючи думки обох сторін [24].

Отже, основою концепції сучасного управління персоналом у готельному бізнесі є зростаюча значущість особистості працівника, розуміння його мотиваційних факторів, а також уміння формувати і направляти їх відповідно до завдань підприємства. Сучасний процес управління персоналом включає інноваційні механізми, спрямовані на взаємодію працівників, активізацію їх творчого та організаційного потенціалу, а також на інтеграцію зусиль для досягнення цілей. Залучаючи традиційні підходи до управління людськими ресурсами, цей процес розширює існуючі рамки та піднімає управлінські процеси на новий рівень. Сучасне управління персоналом у готельному бізнесі фокусується на мотивації працівників і їх інтеграції для досягнення цілей підприємства. Воно поєднує традиційні методи з інноваціями, такими як навчання, тренінги та технології для моніторингу продуктивності. Це сприяє зростанню готелю та покращенню його репутації.

3.2. Пропозиції щодо покращення технологій та організації обслуговування у готелі «СОК»

Сучасні готелі для туристів стають повносервісними, пропонуючи широкий спектр послуг, які постійно оновлюються та адаптуються залежно від розміру готелю, рівня комфорту та його місцезнаходження. Тренд розвитку готельної індустрії спрямований на розширення послуг для різних категорій споживачів. Висока конкуренція в галузі призводить до створення нових концепцій для максимального задоволення потреб клієнтів, але деякі готелі не витримують конкуренції й виходять із бізнесу.

У готельному господарстві сервіс означає систему заходів для забезпечення комфорту гостей, задоволення їх побутових, господарських та культурних потреб. Чим вищий рівень обслуговування, тим кращий імідж готелю і більший успіх у бізнесі. Для готелів важливо створити репутацію високої якості обслуговування, що досягається завдяки зусиллям усіх працівників, ефективному контролю адміністрації, вдосконаленню методів обслуговування та впровадженню нових технологій і технік.

Для того, щоб готель «Сок» мав конкурентні переваги, важливо регулярно проводити аудит якості обслуговування. Оцінка якості готельних послуг допоможе створити умови для подальшого вдосконалення управління якістю. Наразі в компанії здійснюється лише аналіз якості прибирання приміщень, але варто рекомендувати впровадити комплексні перевірки якості кожні три місяці. На основі отриманих результатів щорічно розробляти та впроваджувати програму контролю якості. Під час аналізу якості варто орієнтуватися на думку клієнтів, оскільки вона є основним показником рівня послуг.

Розробка програми контролю якості має на меті визначення конкретних орієнтирів, досягнення яких стане пріоритетом для запроваджених заходів. При створенні програми контролю якості обслуговування в номерах слід орієнтуватися на такі цілі: Утримання наявних клієнтів і залучення нових

через підвищення рівня обслуговування. Швидке реагування на проблеми якості за допомогою зворотного зв'язку з клієнтами. Можливість оцінки ефективності заходів, які впливають на якість обслуговування в готелі. Постійний моніторинг заходів, спрямованих на покращення якості, відповідно до маркетингового плану. Створення бази для навчання та підвищення кваліфікації персоналу готелю щодо процесу продажів і традицій забезпечення якості обслуговування.

Досягнення поставлених цілей потребує визначених часових меж, що поділяють процес контролю якості на кілька етапів.

1-й етап: встановлення критеріїв вимірювання якості. Для цього необхідно застосувати всі форми стандартизації, які стосуються якості. Визначені критерії повинні бути чіткими, реалістичними та досяжними, щоб стати основою для подальших поліпшень, враховуючи обсяг робіт, умови роботи та рівень підготовки персоналу.

2-й етап: визначення питань для перевірки рівня якості. Це має включати розподіл на сферу, яка контактує з клієнтами, та внутрішні служби готелю. Для оцінки якості обслуговування гостей слід використовувати анкети та опитувальники для гостей. Водночас технічні служби, склади та інші внутрішні підрозділи готелю мають перевірятися за допомогою внутрішніх стандартів якості.

3-й етап: контроль, оцінка та дії. Результати опитувальників та перевірок якості повинні лягти в основу програм професійної підготовки для персоналу. Праця співробітників має бути спрямована на покращення якості, орієнтуючись на сприйняття клієнта. Оцінка якості також сприятиме кращій взаємодії між підрозділами готелю. Менеджменту слід зосередитися на аналізі причин проблем, а не на пошуках винних.

4-й етап: визначення цілей якості в маркетинговому плані. У річному плані, поряд із аналізом ринкової ситуації, має бути оцінка якості обслуговування на підприємстві. Необхідно встановити стандарти якості готельних послуг, які будуть визначені як головна мета і контролюватися

через відгуки клієнтів [25].

Ці рекомендації допоможуть готелю «Сок» своєчасно оцінювати якість послуг та задоволеність клієнтів, розробити та впровадити стандарти якості для наданих послуг. Це, у свою чергу, забезпечить кращу якість обслуговування порівняно з конкурентами, а також сприятиме підвищенню фінансових результатів і рентабельності підприємства.

3.3. Впровадження сучасних технологій та їхній вплив на якість обслуговування у готелі

Інноваційні технології – це принципово нові або вдосконалені рішення, які суттєво покращують умови виробництва чи самі виступають товаром. Вони, як правило, менш капіталомісткі, енергоощадні та більш екологічні. Саме завдяки цим властивостям їхнє впровадження є ключовим чинником перспективного розвитку готельної сфери.

Технології у сфері гостинності розвиваються надзвичайно динамічно. Це зумовлено тим, що перед готельєрами стоять два ключові завдання: залучити якомога більше клієнтів шляхом максимізації продажів та перетворити відвідувача на постійного гостя. Досягнути цього без впровадження інноваційних рішень практично неможливо. У сучасних умовах, особливо в період криз, конкуренція за кожного клієнта змушує готелі не лише модернізувати технології, а й змінювати підхід до ведення бізнесу.

Основними бар'єрами для впровадження інновацій зазвичай є висока вартість новітніх розробок, необхідність адаптації підприємства до нових рішень, а також те, що керівники здебільшого зосереджені на прибутках від поточної діяльності. Переконати власника, що інновації принесуть більший дохід у майбутньому, – непросте, але необхідне завдання.

У сучасних умовах важко уявити готель, де тисячі щоденних операцій виконуються вручну. Системи управління стали «мозком» готельного бізнесу

– без них його повноцінне функціонування неможливе. Сьогодні існує велика кількість різноманітних систем електронного управління готелем, і при їх виборі важливо оцінити, наскільки вони інтегровані з новітніми іт-розробками, що вже стали необхідною складовою ефективного управління.

Інноваційні технології мають вирішальне значення для підвищення конкурентоспроможності готелю на сучасному ринку. Використання програмного забезпечення для наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів у готелі сьогодні є не лише шляхом до лідерства та конкурентних переваг, а й критично важливим чинником виживання в умовах жорсткої конкуренції. Автоматизовані інформаційні системи управління стають необхідністю для точного контролю операцій, глибокого аналізу поточної ситуації, оперативного обслуговування гостей на рецепції та забезпечення високої економічної ефективності й якості наданих послуг.

Процес впровадження інноваційних технологій у готельній сфері відбувається поетапно та охоплює три ключові стадії:

Перший етап – автоматизація внутрішніх бізнес-процесів готелю. Уся інформація про діяльність готелю накопичується та зберігається на сервері у вигляді бази даних.

Другий етап – створення внутрішньої інформаційної системи. Вона дає змогу автоматизувати бізнес-процеси з використанням Інтернету, завдяки чому система готелю може взаємодіяти із зовнішніми партнерами – туроператорами, клієнтами тощо.

Третій етап – об'єднання інтернету та зовнішніх систем у єдине бізнес-середовище. Така інтеграція дозволяє з'єднати всі служби готелю в одну систему та оперативно реагувати на запити ззовні за допомогою технологій електронного обміну даними та електронної комерції [26].

Принципи впровадження інноваційних технологій у сфері гостинності мають стати ефективним інструментом для стимулювання інноваційного розвитку туристичної галузі.

На сьогодні виокремлено низку найсучасніших технологічних рішень,

що активно впроваджуються в готельному бізнесі:

Деякі готелі обладнані інноваційними фасадними панелями, які встановлюються зовні будівлі та здатні акумулювати енергію сонця і вітру. Водночас кліматичні умови в приміщенні регулюються водоспадом, розташованим у критому внутрішньому дворіку. Скляна стіна великого розміру може періодично відкриватися, впускаючи в приміщення свіжий морський вітер.

Нестандартні рішення також стосуються сантехніки: наприклад, вода у ванну подається зверху – зі стелі. Готелі обладнані безшумними електронними дзвінками: коли працівник натискає кнопку, в номері вмикається інфрачервоний сенсор. Якщо зафіксовано присутність людини – з'являється автоматичне повідомлення «не турбувати», і персонал відкладає візит.

Відвідувачі, щойно зайшовши в готель, стають героями відео, яке транслюється у вестибюлі. Кожному гостю надається телефон з функцією розпізнавання, що дозволяє безконтактно відчиняти двері власного номера.

Для зручності гостей передбачено практичне нововведення – дзеркало, що не запотіває, особливо зручне для чоловіків під час гоління [27].

Крім того, готелі створюють внутрішні онлайн-спільноти для своїх клієнтів. Учасниками можуть стати як поточні, так і майбутні постояльці. Це дозволяє обмінюватися досвідом, ставити запитання щодо рівня сервісу та ділитися враженнями про перебування в готелі.

У сучасних умовах жорсткої конкуренції готелі змушені постійно шукати нові способи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Ігнорування інноваційного підходу до управління вітчизняними готельними підприємствами призвело до зниження їх конкурентоспроможності, порушення ефективних управлінських принципів і методів, а також до зниження якості наданих послуг. Саме інновації стають рушієм розвитку готельного бізнесу, дозволяючи підприємствам не лише досягати провідних позицій у своєму сегменті ринку, а й відповідати міжнародним стандартам

гостинності.

Однією з актуальних тенденцій останніх років є зростання популярності капсульних готелів – інноваційного формату розміщення, який забезпечує туристів лише базовими зручностями під час подорожі. Такі компактні номери зазвичай включають лише найнеобхідніше: ліжко, освітлення та, іноді, телевізор із пласким екраном.

Більшість таких готелів пропонує спільні ванні кімнати, а лише окремі з них оснащені спа-центрами чи кафе.

Тенденція до створення «капсульних» готелів бере свій початок у Японії. Хоча подібний формат із компактними кімнатами подобається далеко не всім, останнім часом їх популярність стрімко зростає. Причинами цього є доступна вартість проживання та вищий рівень приватності порівняно зі звичайними хостелами.

Найсучасніші та найінноваційніші приклади капсульних готелів сьогодні можна знайти в Японії, Нідерландах, Сінгапурі, Малайзії та Канаді [28].

Висновки до розділу 3

Впровадження інноваційних технологій у діяльність готелів відіграє надзвичайно важливу роль у підвищенні їхньої конкурентоспроможності на сучасному туристичному ринку. Застосування таких технологій, як автоматизовані системи управління, мобільні додатки для гостей, безконтактна реєстрація, «розумні» номери, енергозберігаючі рішення та цифрові платформи бронювання, дозволяє значно оптимізувати внутрішні операційні процеси, підвищити рівень персоналізації обслуговування та забезпечити зручність і комфорт для клієнтів. У результаті цього якість готельних послуг істотно покращується, а рівень задоволеності споживачів зростає.

Завдяки активному впровадженню новітніх рішень готелі можуть не

лише відповідати очікуванням сучасних туристів, а й формувати унікальну ринкову пропозицію, яка вирізняється серед конкурентів. Інновації сприяють створенню стійкого позитивного іміджу підприємства як прогресивного, клієнтоорієнтованого та екологічно відповідального гравця на ринку гостинності. Такий імідж посилює довіру з боку споживачів і партнерів, що має особливо важливе значення в умовах високої динаміки та мінливості індустрії туризму.

У підсумку, готелі, які систематично впроваджують інновації, забезпечують собі притік нових клієнтів і водночас формують лояльну базу постійних відвідувачів. Це створює передумови для стабільного зростання доходів, підвищення економічної стійкості бізнесу та його довгострокового успіху на ринку. Таким чином, інноваційні технології виступають не лише інструментом покращення сервісу, а й стратегічним чинником розвитку готельного підприємства в умовах цифрової трансформації економіки.

ВИСНОВКИ

Обслуговування у готелі є багатокомпонентним процесом, що поєднує низку взаємопов'язаних дій персоналу, технологій та сервісних стандартів. Головною метою цього процесу є створення комфортного середовища для гостей, задоволення їхніх очікувань та формування позитивного іміджу готелю.

Технологія обслуговування охоплює всі етапи контакту гостя з готелем – від бронювання до виїзду. Кожен з етапів має свої організаційні особливості, що вимагають чіткої координації дій персоналу, застосування сучасного програмного забезпечення та високого рівня комунікації.

Було встановлено, що успішна організація обслуговування ґрунтується на таких принципах: персоналізація послуг, стандартизація процесів, застосування цифрових технологій, постійний контроль якості та професійна підготовка персоналу.

Аналіз реального готельного підприємства, проведений у межах практичної частини роботи, дозволив виявити переваги та недоліки існуючої системи обслуговування, а також запропонувати конкретні напрями її вдосконалення.

Організація обслуговування є важливим конкурентним інструментом у готельному бізнесі, а її вдосконалення безпосередньо впливає на рівень задоволеності гостей, повторні відвідування та фінансову стійкість готелю.

Перспективним напрямом подальшого розвитку є інтеграція інноваційних технологій, що дозволяє покращити якість обслуговування та знизити витрати на персонал.

Тема технології та організації обслуговування в готелі є надзвичайно актуальною у сучасних умовах розвитку індустрії гостинності. Готельне обслуговування – це не лише надання тимчасового житла, а й цілий комплекс послуг, спрямованих на забезпечення максимального задоволення потреб і очікувань гостей. Ефективна організація роботи персоналу, чіткий розподіл

обов'язків між службами, дотримання стандартів обслуговування – усе це безпосередньо впливає на якість сервісу, репутацію закладу та рівень його прибутковості.

Успішне функціонування готелю залежить як від зовнішніх факторів (розташування, категорія, ринок), так і від внутрішніх – насамперед організаційної структури, технології надання послуг, кваліфікації працівників

Особливу роль відіграє чітка організація взаємодії між різними підрозділами готелю: служба прийому та розміщення, адміністративно-господарська служба, служба харчування, безпека, а також технічне обслуговування. Їхня злагоджена робота створює єдиний механізм, завдяки якому забезпечується комфортне перебування гостей та оперативне реагування на всі їхні запити.

Технологія та організація обслуговування в готелі є основою якісного сервісу. Від злагодженої роботи персоналу, сучасного технічного оснащення та ефективної взаємодії між службами залежить комфорт гостей, репутація закладу та його успішна діяльність у сфері туризму.

Отже, сучасна технологія та організація обслуговування є не лише сукупністю процесів, а й мистецтвом управління враженнями клієнта. Від того, наскільки грамотно побудовані ці процеси, залежить рівень задоволеності споживачів, конкурентоспроможність готелю на ринку, а також його здатність адаптуватися до змін та інновацій. Майбутнє готельної сфери полягає саме в поєднанні людського сервісу з технологічними інноваціями, орієнтованими на комфорт, швидкість та індивідуальний підхід до кожного гостя.

Ефективна технологія та організація обслуговування в готелі є ключовим чинником його успішного функціонування на ринку гостинності. Правильна побудова сервісного процесу та постійне вдосконалення управлінських рішень забезпечують конкурентоспроможність готельного підприємства в умовах динамічного розвитку індустрії туризму.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Правила користування готелями і аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг : затв. наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 берез. 2004 р. № 19. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0483-04#Text>. (дата звернення 15.04.2024 р.).
2. Агафонова Л. Г., Агафонова О. С. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Київський ун-т туризму, економіки і права. Київ: Знання України, 2002. 352 с.
3. Бичківський Р. Управління якістю / Навчальний посібник. Львів: «Львівська політехніка», 2000. 135 с.
4. Бойцова М., Піроженко О. Усе про облік та організацію готельного бізнесу. Харків: Фактор, 2005. 232 с.
5. Лук'янова Л. Г., Дорошенко Т. Т., Муніч І. М. Уніфіковані технології готельних послуг / За ред. проф. В.К. Федорченка. Київ: Вища школа, 2001. 237 с.
6. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) 2-е вид., перероб. та доп. Київ: Альтерпрес, 2003. 436 с.
7. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика / Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
8. Мунін Г. Б. Особливості та напрями вдосконалення фінансово-операційного аналізу діяльності готельного бізнесу: Збірник наукових праць. 2003. С. 108–114.
9. Нечаюк Л. І., Телеш І. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб. Київ., 2003. 346 с.
10. Пандяк І. Г., Мальська М. П. Сучасний стан та тенденції розвитку готельної індустрії в Україні. *Наукові записки*. Тернопіль. 2006. С. 82–87.

11. Пандяк І. Г., Мальська М. П., Гаталяк О. М. Основи формування механізму конкурентних переваг в управлінні якістю готельних послуг. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. Львів. 2007. С. 516–519.
12. Пандяк І. Г. Сучасний стан та проблеми розвитку інфраструктури ділового туризму в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. Львів. 2007. С. 183–189.
13. Пандяк І. Г. Ринок малих форм у готельному бізнесі: проблеми становлення і розвитку. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. Львів. 2008. С. 275–279.
14. Пандяк І. Г. Сучасний стан та проблеми розвитку бізнес-готелів в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. Львів. 2008. С. 224–230.
15. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства : навч. посіб. Київ, 2007. 344 с.
16. Ресторанне господарство і туристична індустрія в ринкових умовах: наук. праць. Київ, 2003. 304 с.
17. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту : навч. посіб. Київ, 2005. 408 с.
18. Ткаченко Т. Т., Гаврилюк С. П. Економіка готельного господарства і туризму : навч. посіб. Київ, 2005. 179 с.
19. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб. Київ, 2005. 520 с.
20. Худолій Л. М., Мунін Г. Б. Управління якістю як один із головних важелів конкурентноздатності готелю. Київ, 2002. 88 с.
21. Готель «Сок». URL: <https://umanplaza.com.ua/hotels/hotel-sok>_(дата звернення 03.04.2025).
22. Трикоз І. В., Соловйов Д. І. Дослідження сучасних методів управління персоналом в ресторанному бізнесі. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2018. № 3. С. 86 – 92.

23. Томаля Т. С. Особливості управління персоналом на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2017_2%282%29__58 (дата звернення 15.04.2024 р.).
24. Крамаренко В. І., Холод Б. І. Управління персоналом фірми. Київ, 2003. 256 с.
25. Недашківський М. М., Євтушенко Г. І., Гацька Л. П. Менеджмент персоналу. Ірпінь, 2002. 252 с .
26. Рябенюк М. О., Мазуркевич І. О. Управління персоналом у закладах готельно-ресторанного господарства. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2020_1_15 (дата звернення 15.04.2024 р.).
27. П'ятницька Г. О., Григоренко В. Н. . Інноваційний потенціал розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/tovary_2013_2_4 (дата звернення 15.04.2024 р.).
28. Волянська-Савчук Л. В., Мацишина М. В.. Використання інноваційних персоналтехнологій в управлінні персоналом на підприємствах. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2019_1_6 (дата звернення 15.04.2024 р.).
29. Лук'янов В. О., Мунін Г. Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування : навч. посіб. Київ : Кондор-Видавництво, 2012. 346 с.
30. Лук'янова Л. Г., Дорошенко Т. Т., Мініч І. М. Уніфіковані технології готельних послуг : навч посіб. / за ред. В. К. Федорченко. Київ : Вища школа, 2001. 238 с.
31. Міжнародні стандарти готельного обслуговування. URL: <http://bukvar.com/menedzhment/116434-Mezhdunarodnye-standarty-gostinichno-go-obsluzhivaniya.html> (дата звернення 15.04.2024 р.).
32. Особливості надання послуг розміщення іноземним туристам. URL: http://tourlib.net/books_ukr/vt3-5-4.htm (дата звернення 25.10.2023 р.).
33. Сутність та особливості готельних послуг. URL: http://pidruchniki.com/15941024/turizm/sutnist_osoblivosti_gotelnih_poslug (дата звернення 25.04.2024 р.).

34. Управління сучасним готельним комплексом : навчальний посібник. Г. Мунін, А. Змійов, Г. Зінов'єв та ін. Укр. гуманіт. ін-т. Київ : Ліра-К, 2005. 514 с.

35. Журавльова С. М., Софієнко Н. А. Технологія та організація обслуговування в готелях. *Тиждень науки – 2025* : матер. щоріч. наук.- пр. конф. викл., наук., мол. уч., асп., студ. НУ «Запорізька політехніка», 14 – 18 квітня 2025 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2025. (подано до друку).

ДОДАТКИ

Додаток А

Готель «Сок»



Ресторан «Сок» - Святковий Зал



Басейн «Сок»



Спорт зал «Сок»

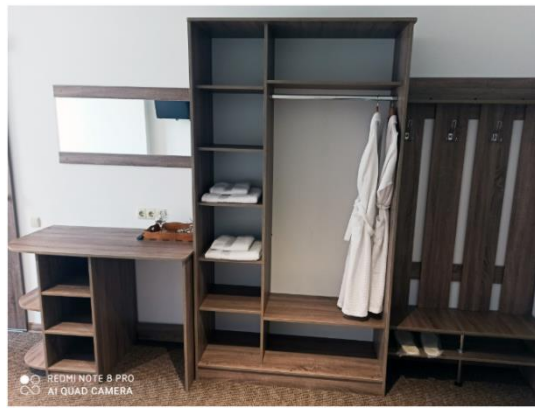


Додаток Б

номер «Люкс»



номер «Стандарт»



Додаток В

Схема номеру економ двохмісний
номеру стандарт двохмісний

Схема

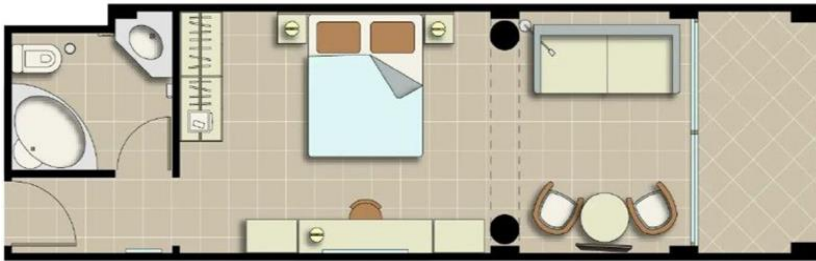


Схема номеру сімейний тримісний

Схема номеру

покращений двохмісний

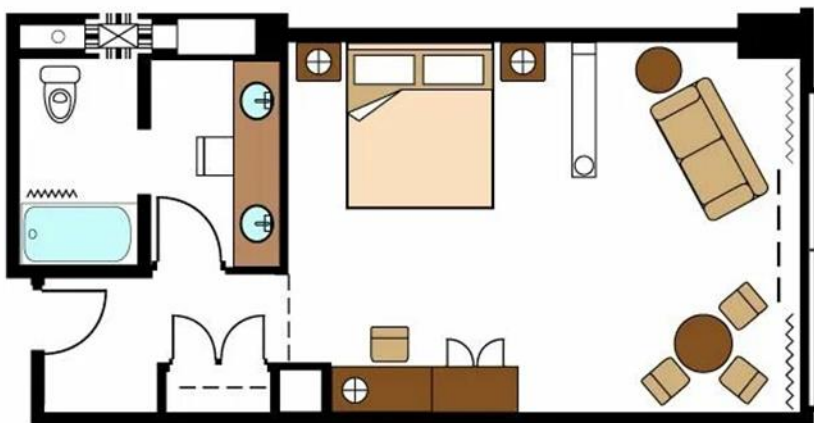
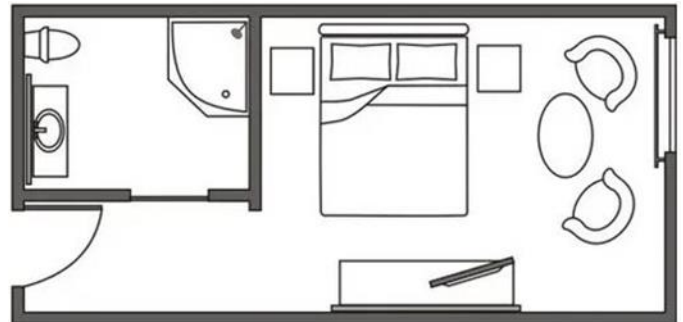


Схема номеру люкс
чотиримісний