

**ГАЛИЦЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА
Відділення сфери послуг**

**Циклова комісія дисциплін
готельно-ресторанної справи та туризму**

**КУРСОВА РОБОТА
на тему: «ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ
СПОЖИВАЧАМ У ГОТЕЛІ «PALLADA»**

Виконав: ст. гр. ГР – 28 б

Кашицький Владислав Ігорович

Науковий керівник: к.е.н., викладач

Муха Роксолана Андріївна

Кількість балів _____

Національна шкала _____

ECTS _____

Члени комісії:

| | |
|----------|------------------------|
| _____ | _____ |
| (підпис) | (прізвище та ініціали) |
| _____ | _____ |
| (підпис) | (прізвище та ініціали) |
| _____ | _____ |
| (підпис) | (прізвище та ініціали) |

Тернопіль 2024

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ СПОЖИВАЧАМ У ГОТЕЛІ..... | 5 |
| 1.1. Сутність, види та характеристика готельних підприємств..... | 5 |
| 1.2. Особливості та специфіка надання послуг у готельних підприємствах, зарубіжний досвід організації надання послуг..... | 9 |
| РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ СПОЖИВАЧАМ У ГОТЕЛІ (НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «PALLADA»)..... | 20 |
| 2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності готелю «Pallada» | 20 |
| 2.2. Дослідження специфіки надання готельних послуг у закладі..... | 27 |
| РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ СПОЖИВАЧАМ У ГОТЕЛІ «Pallada» | 33 |
| ВИСНОВКИ..... | 41 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 43 |
| ДОДАТКИ..... | 45 |

ВСТУП

Актуальність обраної теми дослідження обумовлюється стрімким розвитком туристичної галузі як одного з ключових драйверів економічного зростання. Туризм став не лише важливим стимулом виходу національної економіки із поточної кризи, але й сприяє стабільному і динамічному збільшенню доходів у бюджеті, позитивно впливає на ситуацію в різних секторах господарства, підвищує рівень зайнятості та розвиток у ринкових умовах.

Готельне господарство, як ключовий компонент туристичної індустрії, відіграє вирішальну роль у забезпеченні сучасними житловими умовами та побутовими послугами для туристів. Витрати на готельні послуги становлять значну частину у загальних витратах туристів, що підкреслює важливість дослідження цього аспекту туристичної діяльності.

Готельне господарство представляє собою складну та багатофункціональну структуру, яка включає значну кількість підрозділів, важливих для суміжних сфер діяльності. Основною функцією готельного господарства є надання ночівлі, а також широкого спектру додаткових послуг.

На сьогоднішній день вітчизняні підприємства готельного господарства характеризуються нестійкими тенденціями розвитку, що переважно обумовлено сезонними коливаннями попиту, неможливістю утримання запасів специфічного продукту (тобто готельних послуг), підвищенням цін на послуги, недостатнім рівнем якості обслуговування при низькій еластичності попиту на ціни та консервативним підходом до організації управління. Основним аспектом послуг готелю є забезпечення клієнтам відчуття «гостинності» під час їхнього перебування в готелі. Якість персональної взаємодії між співробітниками готелю та клієнтами є вирішальним фактором у створенні позитивного враження про готель та відчуття уваги та гостинності з боку обраного ними закладу.

Метою даного дослідження є з'ясування теоретичних підходів та

практичних аспектів організації надання послуг готельних підприємств, а також пропонування шляхів удосконалення організації наданням послуг споживачам у готелі.

Завданнями даної курсової роботи є вивчення наступних питань:

- сутність, види та характеристика готельних підприємств;
- особливості та специфіка надання послуг у готельних підприємств;
- визначення методів задоволення гостей під час надання готельних послуг;
- зарубіжний досвід організації надання послуг на підприємствах готельного господарства;
- організаційно-економічна характеристика діяльністю готелю «Pallada»;
- характеристика номерного фонду готельного підприємства;
- дослідження специфіки надання готельних послуг у закладі;
- механізми удосконалення організації надання послуг у готелі «Pallada».

Об'єктом дослідження виступає господарська діяльність та процес надання готельних послуг у готелі «Pallada», а предметом дослідження – безпосередньо процес надання готельних послуг та можливості його удосконалення.

Основні методи дослідження – порівняння та узагальнення, синтезу та аналізу, емпіричний, математичний та аналітичний, планування і прогнозування.

Інформаційна база – науково-періодична література, Інтернет-джерела, нормативно-правові акти, фінансова звітність готельного підприємства «Pallada».

Практичне значення результатів дослідження – основні висновки та рекомендації представлені у курсовій роботі можуть бути використані для удосконалення діяльності готельного підприємства «Pallada», а також інших ідентичних підприємства готельного сектору.

Структура роботи. Курсова робота складається з вступу, трьох розділів основної частини, висновків, списку використаної літератури, який налічує 22 джерела.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ СПОЖИВАЧАМ У ГОТЕЛІ

1.1. Сутність, види та характеристика готельних підприємств

Готельне господарство, як ключова складова галузі гостинності, може бути розглянуте як самостійний сегмент, а також в контексті індустрії гостинності в цілому. Готельний бізнес відображає дві основні галузі готельно-ресторанної справи, які спрямовані на задоволення потреб гостей у розміщенні та харчуванні.

Початково термін «готельне господарство» асоціювався з наданням платних послуг з розміщення в готелях. Проте з підвищенням попиту на туристичні послуги та стрімким розвитком готельного сектору, готелі почали розширювати свою діяльність, включаючи в себе також гастрономічні та інші додаткові послуги. Це призвело до двох основних розумінь терміну «готельне господарство»: широке розуміння, яке охоплює надання послуг з розміщення, харчування та інших додаткових послуг, та вузьке розуміння, яке обмежується лише наданням послуг з розміщення.

Розмаїття додаткових послуг у готельній справі сьогодні включає широкий спектр можливостей, що залежать від специфіки та можливостей кожного конкретного готельного закладу. Цей спектр може охоплювати звичайні послуги, такі як спортивно-оздоровчі, культурно-мистецькі, медико-реабілітаційні, комунально-побутові та інші, а також організацію різних подій, таких як наукові (конгреси, конференції, семінари, тренінги та інші), ділові або бізнесові (комерційні, маркетингові, рекламні та інші), а також святкові (весільні, урочисті, фестивальні та інші) [2, с. 109].

Економічний аспект обслуговування у готельній справі полягає в тому, що його характер є нематеріальним. Результатом господарської діяльності готельних закладів є не конкретний матеріальний продукт, а пропозиція специфічних послуг гостинності. Послуги з розміщення не можуть існувати окремо від усієї інфраструктури готельного господарства, включаючи будівлі,

обслуговуючі споруди, технічне обладнання, технологічне устаткування та побутовий інвентар. Таким чином, з огляду на особливості виробництва та експлуатації в готельному бізнесі, де поєднуються організація обслуговування персоналом та споживання послуг клієнтом, цей процес визначається як «надання послуг».

Гостинність як послуга є фундаментальною для сфери обслуговування, що включає не лише туризм, а й інші галузі. Вона має як універсальні, так і спеціальні аспекти. Універсальний характер гостинності виявляється у створенні доброзичливої атмосфери, що оточує споживача готельних послуг, і є важливим аспектом в господарській діяльності цієї сфери. В той же час, гостинність є системною та комплексною, спрямованою на створення комфортних умов для подорожуючих, поза межами їх постійного місця проживання [19, с. 55].

У широкому культурному контексті, надання гостинних послуг можна розглядати як мистецтво формування, створення та продажу впізнаваного стилю, позитивного образу та привабливого іміджу не лише самого готельного закладу, але й території, де він розташований. Гостинність є важливим чинником у розвитку туристичних напрямків, що привертають увагу туристів.

Мета надання гостинних послуг, їх проектування та сам процес обслуговування полягають у забезпеченні якісного обслуговування споживача.

У нормативному документі «Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» визначено готельну послугу як дії або операції підприємства, які включають розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також будь-яку іншу діяльність, пов'язану з розміщенням та тимчасовим проживанням.

Готельна послуга складається з основних і додаткових послуг, що надаються споживачу при розміщенні та проживанні в готелі:

- основні послуги (додаток А) – обсяг послуг готелю (проживання,

харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) та надається споживачу згідно з укладеним договором;

- додаткові послуги (додаток Б);

- обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором.

Фактори, що впливають на асортимент послуг та їх організацію у кожному готелі, включають місце розташування, сезонність, рівень комфорту (класність) і призначення готелю. Відповідно до типу готелю, кількість і якість послуг можуть значно відрізнятися, враховуючи потреби та платоспроможність споживачів даного сегменту ринку. Наприклад, готелі ділового призначення повинні мати зручне розташування поруч з адміністративними, громадськими та промисловими центрами. Такі готелі також повинні надавати умови для організації роботи клієнтів, наприклад, забезпечувати можливість проведення нарад [11, с. 104].

Основні додаткові послуги у деяких готелях можуть включати послуги зв'язку (телефон, факс, телетайп), фінансове забезпечення (банківські відділення, обмін валют) та послуги торговельних організацій. У готелях туристичного типу при розміщенні також важливо враховувати характер і якість туристичних маршрутів, наявність засобів транспорту та об'єктів туристичної привабливості.

Головними додатковими послугами у туристичних готелях є послуги підприємств громадського харчування, довідково-інформаційного і екскурсійно-туристичного характеру, а також організація культурно-розважальних заходів для гостей. У світовій практиці готельний фонд групується за різними ознаками, і основними класифікаційними ознаками, що визначають тип готелю, є: тривалість перебування; мета перебування; місце розташування; вид транспорту, який використовується туристом; кількість обслуговуваних туристів; клас готелю; місткість готелю; режим експлуатації (сезон, рік); форма власності. Зазначені ознаки допомагають визначити характеристики та особливості кожного готелю, що є важливим для

планування та організації готельного бізнесу та обслуговування гостей з урахуванням їхніх потреб та вимог.

Відповідно до цих ознак автори виділяють такі види готелів [20, с. 71]:

1. За тривалістю перебування: а) для тривалого перебування клієнтів (сімейні); б) для короткотривалого (тимчасового) проживання.

2. Залежно від мети перебування: а) курортні; б) курортно-лікувальні; в) бальнеологічні; г) спортивні; д) для ділових людей; є) спеціальні представницькі.

3. Залежно від місця розташування: а) міські (розташовані у центрі міста, на околиці тощо); б) гірські; в) сільські.

4. Залежно від виду транспорту: а) пристанційні; б) пристановища; в) мотелі; г) ротелі; д) флайтелі.

5. Залежно від кількості обслуговуваних туристів: а) для групових туристів; б) для індивідуальних туристів.

6. Залежно від класу готелю: а) люкс; б) перша категорія; в) друга категорія; г) третя категорія.

7. Залежно від місткості готелю: а) невеликі (малі); б) середні; в) великі.

8. Залежно від режиму експлуатації: а) цілорічні; б) двосезонні (які працюють влітку і взимку); в) односезонні (літні або зимові). Готелі цілорічної експлуатації мають вищий рівень комфорту і надають широкий набір послуг, в т.ч. мають розгалужену мережу закладів харчування, розширений склад приміщень для проведення дозвілля (зали ігрових автоматів, бальні зали, дискотеки, кегельбани та ін.), майданчики для відпочинку і спорту, солярії, аерарії, пляжі, причали тощо.

9. Залежно від форми власності: а) приватні; б) акціонерні товариства.

В цілому, існує різноманітність підходів до класифікації готелів, як засобів розміщення, при цьому різні країни та організації можуть використовувати власні системи класифікації, які базуються на різних ознаках та критеріях. Деякі системи класифікації готелів можуть базуватися на рівні комфорту та послуг, що надаються (наприклад, зіркова система), місці

розташування, типі та спеціалізації готелю (наприклад, ділові готелі, курортні готелі, економ-готелі тощо), класі та стандартах обслуговування, кількості номерів та місткості, формі власності та інших факторах.

Такий різноманітний підхід до класифікації готелів дозволяє кожній країні чи організації визначити стандарти та критерії, які найкраще відповідають їхнім потребам та вимогам ринку готельних послуг. Такі системи класифікації допомагають як гостям, так і готелям у зрозумінні рівня обслуговування та комфорту, які можна очікувати від конкретного готелю.

1.2 Особливості та специфіка надання послуг у готельних підприємствах

Готельні підприємства є особливими серед інших видів бізнесу, оскільки надання послуг у цій сфері вимагає уваги до дрібниць, вміння адаптуватися до потреб клієнтів та забезпечення високого рівня сервісу. Специфіка готельних послуг полягає в унікальному комбінуванні комфорту, гостинності та професіоналізму, що робить цей вид бізнесу особливо цікавим та вимагається уваги до деталей у кожному аспекті обслуговування гостей.

У науковому дискурсі український науковець Т. Г. Сокол [19, с. 82] визначає сервісне обслуговування як комплекс послуг, що відповідають сучасним вимогам та є кваліфікованими та професійними.

Технологія в цьому контексті визначається як система методів, прийомів, технічних засобів та організаційних процедур, які координуються для забезпечення якості обслуговування, ефективності фінансово-економічних аспектів та управління готельним підприємством.

Згідно з висновками Іванова Л.О. [8, с. 105], технологія сервісного обслуговування у готелях є ключовим елементом, що визначає якість обслуговування, економічну ефективність функціонування та управління готельним бізнесом. Організація технологічного процесу сервісного обслуговування в готелях стандартизована, але враховує унікальні

особливості кожного підприємства, зокрема його структури, орієнтації на ринковий сегмент, категорії та розміру.

Технологія обслуговування в засобах розміщення характеризується циклічністю – послідовним повторенням процесу обслуговування відвідувача від часу його прибуття в готель, або залишеної заявки на бронювання, до кінцевого від'їзду з готелю. Схематичне зображення готельного циклу наведено на рис. 1.1.



Рисунок 1.1. Технологічний цикл в готелі [11, с. 94]

З представленого рис. 1.1 слідує, що гостьовий цикл можна розділити на чотири основні етапи, що відрізняються один від одного сукупністю технологічних процесів, пов'язаних з наданням послуг і обліку відвідувачів [1, с. 124].

У першій фазі гостьового циклу гість здійснює вибір готельного закладу під час попереднього етапу прибуття. Вибір готелю може бути обумовлений різними чинниками, такими як попередній досвід взаємодії з готелем, рекламні кампанії, рекомендації, розташування, бронювання через туристичні

агентства, репутація готелю та інші фактори.

Процес бронювання номерів здійснюється співробітниками служби прийому і розміщення або відділу бронювання, де надходять заявки на бронювання в різних форматах: усний, письмовий, факсом або через Інтернет.

На даному етапі важливо забезпечити остаточну підготовку номерів для прийому гостей, включаючи підтвердження прибуття гостя, уточнення часу прибуття, можливість трансферу (якщо це пропонується готелем), а також проведення фінальної санітарної підготовки та перевірку чистоти номера перед заселенням [9, с. 201].

Другий етап технологічного циклу готельного обслуговування включає зустріч гостей в аеропорту або на вокзалі, організацію трансферу до готелю, реєстрацію та розміщення гостей. Цей етап має значний вплив на перше враження гостей від готелю, його персоналу та місця призначення загалом, що відіграє важливу роль у психологічному та анімаційному аспектах обслуговування. Зустріч і трансфер до готелю сприяють зменшенню втоми гостей та відразу демонструють їм турботу про їхній комфорт.

Після прибуття до готелю, другий етап технологічного циклу переходить до організації поселення гостей. Процес реєстрації може відрізнитися за якістю обслуговування та тривалістю залежно від категорії готелю, але основна інформація для реєстрації залишається однаковою. У готелях з автоматизованими системами реєстрація гостя зазвичай відбувається швидко.

Гості можуть мати передбачену бронь на номер або прибувати без попередньої броні. Це також впливає на час, який адміністратор витрачає на оформлення документів та надання необхідної інформації гостю.

Під час поселення гостей, які заздалегідь забронювали номер, процес зазвичай пройде швидше, порівняно з тими, хто прибув без попередньої броні. Це пов'язано з тим, що інформація про гостя вже збережена у системі бронювання готелю, тому адміністратору служби прийому і розміщення достатньо уточнити номер заявки та виконати реєстрацію за допомогою

комп'ютерної системи. Гість лише підписує реєстраційну карту, що значно спрощує і прискорює процес прибуття та реєстрації [2, с. 105].

Під час реєстрації гостей, які прибули до готелю без попереднього бронювання, процес зазвичай займає більше часу. Співробітник служби прийому і розміщення враховує побажання гостя щодо типу розміщення і обирає відповідний номер з доступних.

Підтверджуючи своє перебування в номері готелю, гість заповнює реєстраційну картку (анкету), що фактично є договором між готелем (Виконавцем) і гостем (Споживачем). У цій анкеті гість надає інформацію про своє постійне місце проживання, адресу організації, яка оплачує проживання (у разі оплати третьою особою), і обирає зручний спосіб оплати (готівка, кредитна картка або чек).

Важливо правильно та чітко заповнювати цю анкету, оскільки інформація про гостя та його дані можуть використовуватись для подальшого запрошення відвідати готель. Наприклад, якщо вказана адреса неправильна, це може призвести до невдалих спроб розсилки рекламних матеріалів або змін у системі лояльності, яка надає знижки та інші переваги постійним клієнтам. Також за допомогою реєстраційної картки гостя можна здійснити повернення забутих речей в номері, але невірні дані можуть ускладнити цей процес.

При реєстрації гостеві виписують рахунок за проживання, що включає тариф номера (або місця), помножений на число діб, оплату бронювання, оплату додаткових послуг, які гість замовляє при реєстрації.

На другому етапі оформляються необхідні документи, відбувається попередня оплата проживання, і заздалегідь обумовлюються додаткові і супутні послуги готелю. Дана фаза відіграє одночасно інформаційну, адаптаційну та комунікаційну функцію.

Третя фаза гостьового циклу пов'язана з обслуговуванням гостей під час проживання в готелі. Щоб забезпечити комфортне проживання в готелі, необхідно пропонувати не тільки добре обладнані номери, а й надавати згідно категорії готелю, спеціалізації і розмірам і т. д., певний перелік додаткових

послуг. Незалежно від категорії готелю, будь-яке підприємство, що надає послуги проживання і розміщення повинно орієнтуватися на ключову мету - протягом усього терміну перебування гостя наблизити умови проживання клієнта до максимально комфортних для нього, створити необхідні умови для робочої обстановки, відпочинку та розваг [18, с. 92].

На даному етапі черговий адміністратор, починаючи роботу, повинен переглядати журнал із записами попередньої зміни. В такому журналі фіксується інформація про події, що відбуваються за минулий зміну, про потреби і побажання гостей, які звернулися в службу в цей проміжок часу, але не задоволені з різних причин. Перед початком роботи чергового адміністратора слід переглянути інформацію про наявність вільних місць і заявок на поточну добу. В обов'язки співробітника служби прийому і розміщення також входить і облік використання номерного фонду [9, с. 113].

До обов'язків чергового адміністратора входить збереження і видача ключів від номерів по картці гостя, також він повинен консультувати і допомагати гостям у вирішенні проблемних ситуацій.

Черговий адміністратор служби прийому та розміщення контролює своєчасну оплату послуг, отримує плату за проживання при готівковому розрахунку. Він також перевіряє паспортні дані, правильність внесення їх до реєстраційної картки, контролює терміни дії візи.

Четверта фаза гостьового циклу «від'їзд» пов'язана з повним розрахунком гостя за проживання і надані додаткових платних послуг. При кінцевому розрахунку необхідно перевірити точність підрахунку, переглянути разом з гостем співвідношення всіх нарахувань за термін його присутності в готелі. На цій стадії здійснюється оформлення виїзду, проводиться повний розрахунок з клієнтом за проживання та додаткові послуги і оплата рахунків.

Завершальна фаза гостьового циклу в окремих готелях зв'язується з трансфером гостей на вокзал або аеропорт. Впровадження даної послуги в готельному бізнесі передбачає, що це вплине на повторне розміщення в готелі, і гостю захочеться побувати в готелі знову, завдяки комфортності, в процесі

надання послуг [1, с. 113].

Таким чином, можна зробити висновок, про те, що організація обслуговування представляє технологічний цикл з послідовним виконанням певних етапів (фаз). Технологія процесу гостьового циклу являє собою сукупність методик, прийомів, режимів роботи, послідовність операцій і процедур в поєднанні з впровадженням засобів, обладнання, матеріалів, інструментів координованих процесом управління та організації готелем.

Формування задоволення гостя під час надання готельних послуг залежить від ефективної системи якісного обслуговування. В цьому контексті важливо розглядати моделі якості готельного обслуговування. Одна з таких моделей є модель сприйняття якості реалізації обслуговування в готельному підприємстві, яка була запропонована Грьонросом К. та модифікована Скобкіним С.С. Модель (рис.1.2) визначає особливості сприйняття якості готельних послуг споживачем і є важливим інструментом для покращення обслуговування та задоволення потреб гостей.

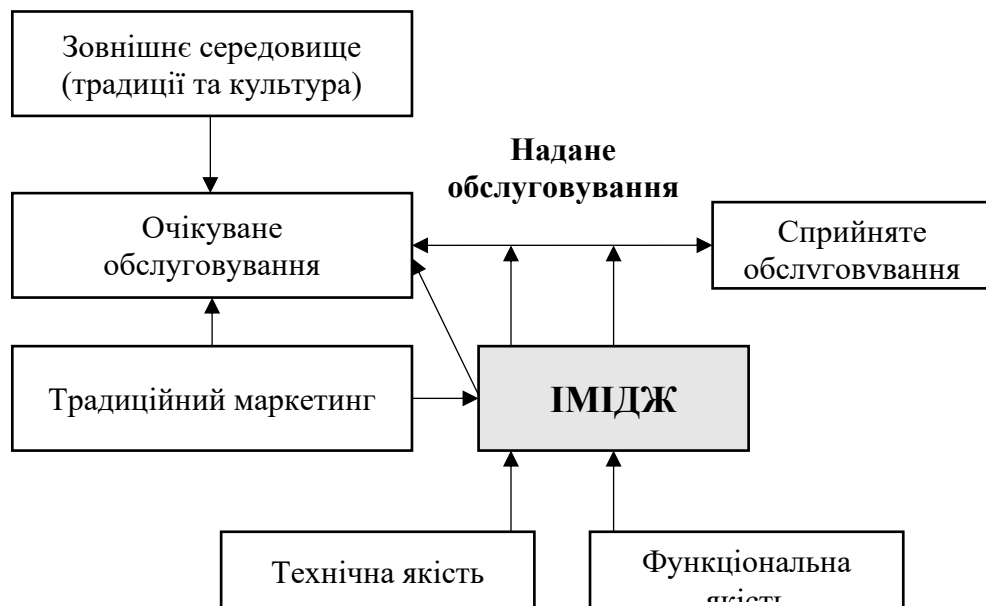


Рисунок 1.2. Модель сприйняття якості у готелі [7, с. 82]

Сприйняття якості реалізації обслуговування у готелі визначається свідомістю споживачів щодо основних відмінностей між очікуваною та фактично отриманою якістю послуг. Це сприяє формуванню у них

позитивного або негативного настрою щодо готельного закладу. Зазначена модель є статичною, оскільки не враховує динамічних аспектів, таких як чинник іміджу підприємства. Більшість моделей якості послуг, як правило, також мають статичний характер і не відображають процесного підходу до надання готельних послуг.

Взаємодія між персоналом готельного закладу та споживачем є важливим етапом у сфері надання готельних послуг, аналогічним до інших комерційних відносин. Ця взаємодія відображається на двох рівнях: рівні дій, де споживачі сприймають загальну якість обслуговування, і рівні епізодів, які охоплюють окремі частини обслуговування. Оцінка якості на цих рівнях визначається споживачами та відображає їхнє сприйняття якості [4, с. 80].

Імідж готельного закладу відображає різноманітні взаємовідносини між споживачем і підприємством. Він допомагає у включенні рівня взаємовідносин до моделі сприйняття якості. Це сприяє формуванню споживачем свого сприйняття цінності відносин з підприємством готельного господарства. У свою чергу, підприємство продовжує формувати свій імідж, що впливає на подальшу поведінку споживачів, сприяючи розвитку лояльності та прихильності до бренду готельного підприємства (рис. 1.3.).

Модель, яка представлена на рисунку 1.3., відзначається рядом дієвих переваг, які важливі для оцінки якості обслуговування. Основні аспекти цієї моделі включають: оцінку якості на рівні окремих елементів (епізодів), що дозволяє визначити якість послуг на конкретних етапах взаємодії з клієнтом; об'єднання цінності та задоволеності споживача, що вказує на важливість забезпечення сприятливого сприйняття якості обслуговування та його відповідності очікуванням клієнта; урахування змінного чинника поведінки споживача, що означає необхідність адаптації послуг до вимог та очікувань різних груп клієнтів; використання стандартів якості послуг, які є важливим елементом оцінки та покращення якості обслуговування [21].

Нижня частина моделі пов'язана з сприйняттям якості на рівні конкретних епізодів обслуговування. Також значний вплив на подальшу

поведінку споживача в готельному секторі мають зв'язки, що виникають між споживачем і готельним підприємством. Згідно з запропонованою моделлю, ці зв'язки встановлюють та визначають рівень залежності споживача від іміджу та лояльності до готельного закладу.

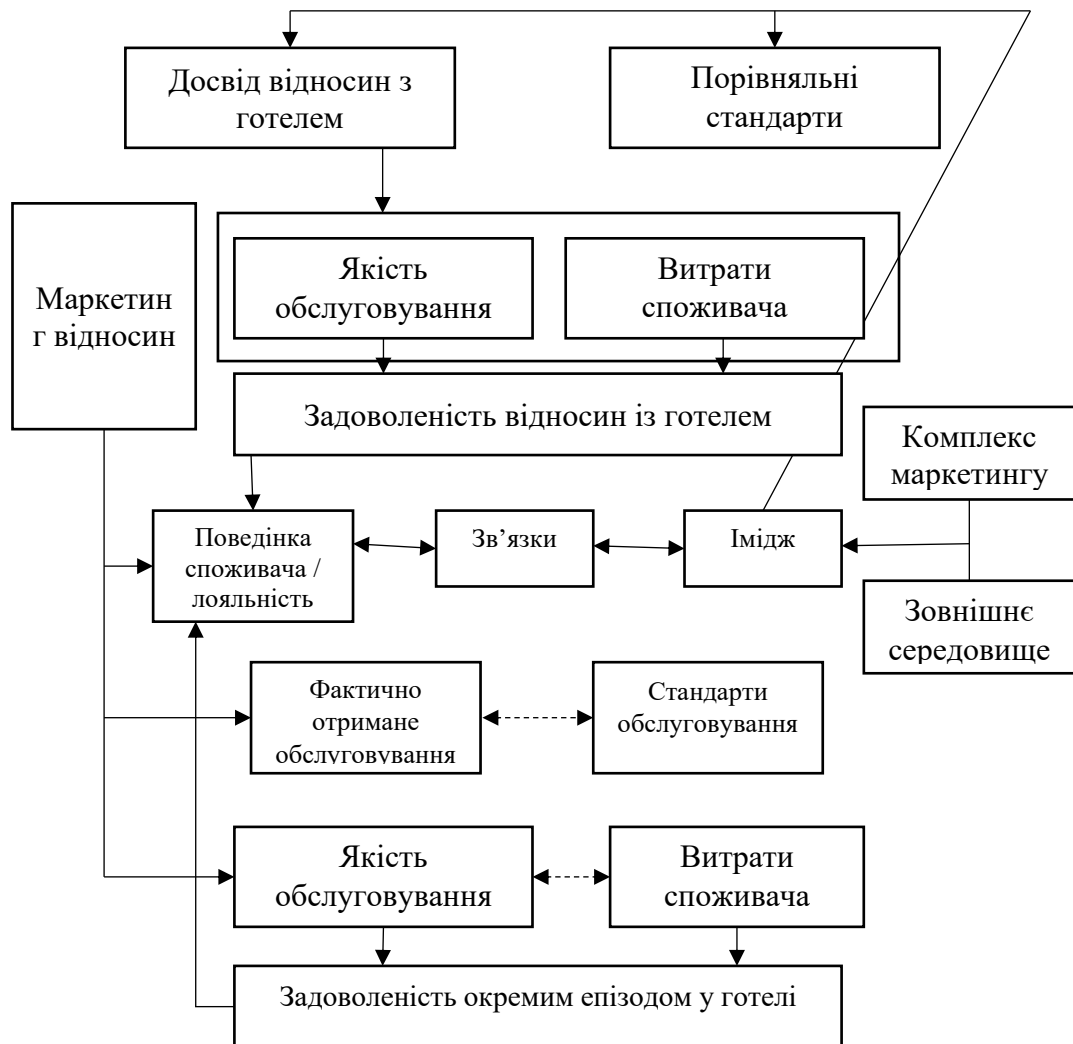


Рисунок 1.3. Модель формування лояльності споживачів готельних послуг [2, с. 152]

До цих зв'язків відносяться економічні, технологічні, юридичні, часові та географічні аспекти, спрямовані на утримання споживача від розірвання взаємовідносин і формування бар'єрів його виходу. Інші зв'язки, такі як соціальні, ідеологічні та психологічні, навпаки, сприяють прив'язанню споживача до готельного закладу з позитивним іміджем та позитивними емоціями. Зв'язки, які сприяють поглибленню відносин між готельним підприємством та його споживачами, мають більший потенціал для

стимулювання лояльності та підтримки позитивного іміджу підприємства (табл. 1.1.).

Таблиця 1.1

Рівні зв'язків у маркетингу відносин [1, с. 104]

| Рівень | Тип зв'язків | Ступень орієнтованості на споживача | Основний елемент маркетинг - мікс | Потенціал конкурентної переваги |
|--------|-----------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| 1 | Економічні (фінансові) | Низька | Ціна | Низький |
| 2 | Економічні, соціальні | Середня | Персональні зв'язки | Середній |
| 3 | Економічні, соціальні, структурні | Від середньої до високої | Набір послуг | Високий |

У сучасних умовах глобалізації та зростання конкуренції, ефективна стратегія функціонування готельного підприємства базується на реалізації стратегії сталого розвитку. Дана стратегія ґрунтується на комплексному та інтегрованому механізмі управління підприємством, спрямованому на побудову довгострокових взаємовідносин зі своїми споживачами [22].

З кожним роком спостерігається значне зростання вимог туристів до якості обслуговуючого персоналу та розмаїття додаткових послуг, котрі пропонуються готельно-ресторанними комплексами. Клієнти все більше віддають перевагу готелям, де за високу ціну надають якісне обслуговування. Основними критеріями вибору готелю для потенційних гостей є швидкість, ненав'язливість і висока якість обслуговування.

Враження про якість готельних послуг гість отримує вже з перших хвилин перебування в готелі. Сформування думки споживача щодо якості готельного сервісу та різноманітності пропонованих послуг відбувається на основі суб'єктивного досвіду та особистих спостережень.

Висока якість обслуговування гостей у готелі забезпечується спільними зусиллями працівників усіх відділів, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, а також впровадженням нових методів та технологій, вдосконаленням асортименту та якості послуг. Однак, серйозним недоліком

для готелів України є недостатня кількість кваліфікованих співробітників, які могли б самостійно та на високому рівні будувати взаємовідносини з гостями.

Слід відзначити, що у країнах Європи та США велике значення приділяється не лише розвиненій інфраструктурі та комфортному середовищу, але й відмінному сервісу для клієнтів. Це означає, що готель, який забезпечує високий рівень обслуговування, визнається як успішний, незалежно від розміру і розкішності приміщень та меблів [6, с. 131].

Зарубіжні готелі сьогодні активно пропонують широкий спектр послуг, що надаються різноманітними закладами харчування, розважальними та оздоровчими центрами, салонами краси та іншими закладами. Вони володіють різноманітністю фітнес-, велнес- та спа-послуг, музичними та тематичними салонами, спортивними майданчиками, зали для конференцій, переговорів та бізнес-центрами. Також важливими є персоналізовані послуги, коли персонал запам'ятовує ім'я гостя, його уподобання та намагається створити враження, що він є особливим гостем.

До так званих компліментарних послуг належать привітальний коктейль або чашка чаю, цукерки або шоколадка на ліжку, невеличкі сувеніри, фрукти та мінеральна вода. Ці послуги спрямовані на створення позитивного враження від перебування гостя в готелі та підвищення рівня комфорту і задоволення від перебування.

Останнім часом помітно зростає популярність спеціалізованих підприємств зі скороченим набором послуг поряд із традиційними повносервісними готелями та ресторанами. Такі спеціалізовані підприємства можуть бути орієнтовані на обслуговування певних сегментів туристичного ринку, наприклад:

- готелі для гольфістів, які спеціалізуються на обслуговуванні клієнтів, що присвячують свій час грі в гольф;
- гірськолижні готелі, які пропонують послуги для любителів лижного спорту;
- кіннотуристичні готелі, які спеціалізуються на конних екскурсіях та

активному відпочинку з конями;

–готелі для учасників конференцій, виставок і ярмарків, які надають відповідні сервіси для бізнес-туризму.

Також з'являються готелі, спеціалізовані на обслуговуванні людей з особливими потребами, наприклад, готель для інвалідів «Лазарусхоф» («Будинок Лазаря») в Німеччині [13].

У готелях, спеціалізованих на обслуговуванні осіб з особливими потребами, існують спеціально обладнані ліфти та туалети, широкі коридори та пандуси, а також гаражі для інвалідних візків. Персонал таких готелів має спеціальну підготовку для надання відповідних послуг та допомоги.

За результатами проведеного аналізу можна виокремити такі ключові напрями розвитку готельного бізнесу, які дадуть можливість покращити систему обслуговування також і в досліджуваному готельному підприємстві «Pallada»: поглиблення спеціалізації і концептуалізації готельних закладів; утворення міжнародних готельних ланцюгів та консорціумів під впливом глобалізації; персоніфікація обслуговування і повна концентрація на запитах та потребах клієнтів; диверсифікованість готельних послуг, як основних так і додаткових; упровадження в індустрію гостинності інформаційних комп'ютерних технологій.

Отже, готельне підприємство – це комерційна організація, яка надає різноманітні готельні та гостьові послуги. Готель може включати в себе номери різного класу, ресторани, конференц-зали, спортивні та розважальні послуги, а також інші додаткові сервіси для гостей. Готельні підприємства працюють на ринку гостинності, сприяючи зручному та комфортному перебуванню гостей під час подорожей, відпочинку або бізнес-подій. В аспекті дослідження специфіки та особливостей надання готельних послуг будуть дослідженні практичні аспекти організації надання послуг споживачам у готелі «Pallada», що буде представлено у розділі 2.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ СПОЖИВАЧАМ У ГОТЕЛІ (НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «PALLADA»)

2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності готелю «Pallada»

Об'єктом наукового дослідження є господарська діяльність готельного комплексу «Pallada», яке спеціалізується на наданні готельних та ресторанних послуг. Досліджуване готельно-ресторанне підприємство функціонує відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД) під кодами 55.10 (готельна діяльність), 79.11 (туристичні агентства) та 56.10 (управління ресторанами та мобільне харчування).

Зареєстроване місцезнаходження готельно-ресторанного підприємства розташоване за адресою: вул. Будного 1, м. Тернопіль. Загальний вигляд закладу представлено на рис. 2.1.



Рисунок 2.1. Загальний вигляд готельного комплексу «Pallada» [15]

Заклад вирізняється своїм зовнішнім виглядом та інтер'єром, при цьому досить зручно розташовано у закладі номерний фонд (23 номери різного класу та розміру), ресторан, лоббі бар, конференц зал та сауна.

На сучасному етапі своєї господарської діяльності готельний комплекс

«Pallada» успішно функціонує на готельному ринку міста Тернополя завдяки високій конкурентоспроможності та високій якості наданих послуг, що призводить до досягнення фінансової стабільності та прибутковості. Кількість працюючих на готельному підприємстві складає 23 особи (станом на 2023 рік).

Засновники та керівництво готельного комплексу «Pallada» ставить перед собою ряд стратегічних завдань, що включають збереження та розширення своєї частки на ринку надання готельних послуг, розробку та впровадження інноваційних сервісів, вдосконалення методів взаємодії з існуючими та потенційними клієнтами, підвищення якості готельних послуг, оптимізацію цінової політики та створення ефективної маркетингової стратегії підприємства.

У готельному комплексі «Pallada» пропонуються різноманітні готельні номери, зокрема «Стандарт економ», «Стандарт», «Стандарт плюс», «Делюкс», «Делюкс Сімейний» та «Люкс» розраховані на різноманітного споживача готельних послуг. Високоякісний номерний фонд, затишний інтер'єр і різноманітність сервісу, що доступний на різних мовах, створюють сприятливі умови відпочинку для українських та іноземних клієнтів готелю.

Готельний комплекс «Pallada» має досить зручний центральний вхід, який спрощує процес входу для клієнтів із багажем, при цьому є спеціальний вхід для персоналу готелю. На території готелю є відкрита автостоянка з цілодобовою охороною, що забезпечує безпеку готелю та його території.

Готель має власну систему водопостачання та автономне опалення для забезпечення гарячою водою усієї доби. Кондиціонування повітря здійснюється у всіх приміщеннях, включаючи номери готелю, а також є внутрішнє радіомовлення у кожному номері.

Аналізуючи структуру управління готелем, варто відзначити лінійно-функціональний її тип та функціональне підпорядкування кожного із працівників даного закладу виконавчому директору (рис. 2.2.).

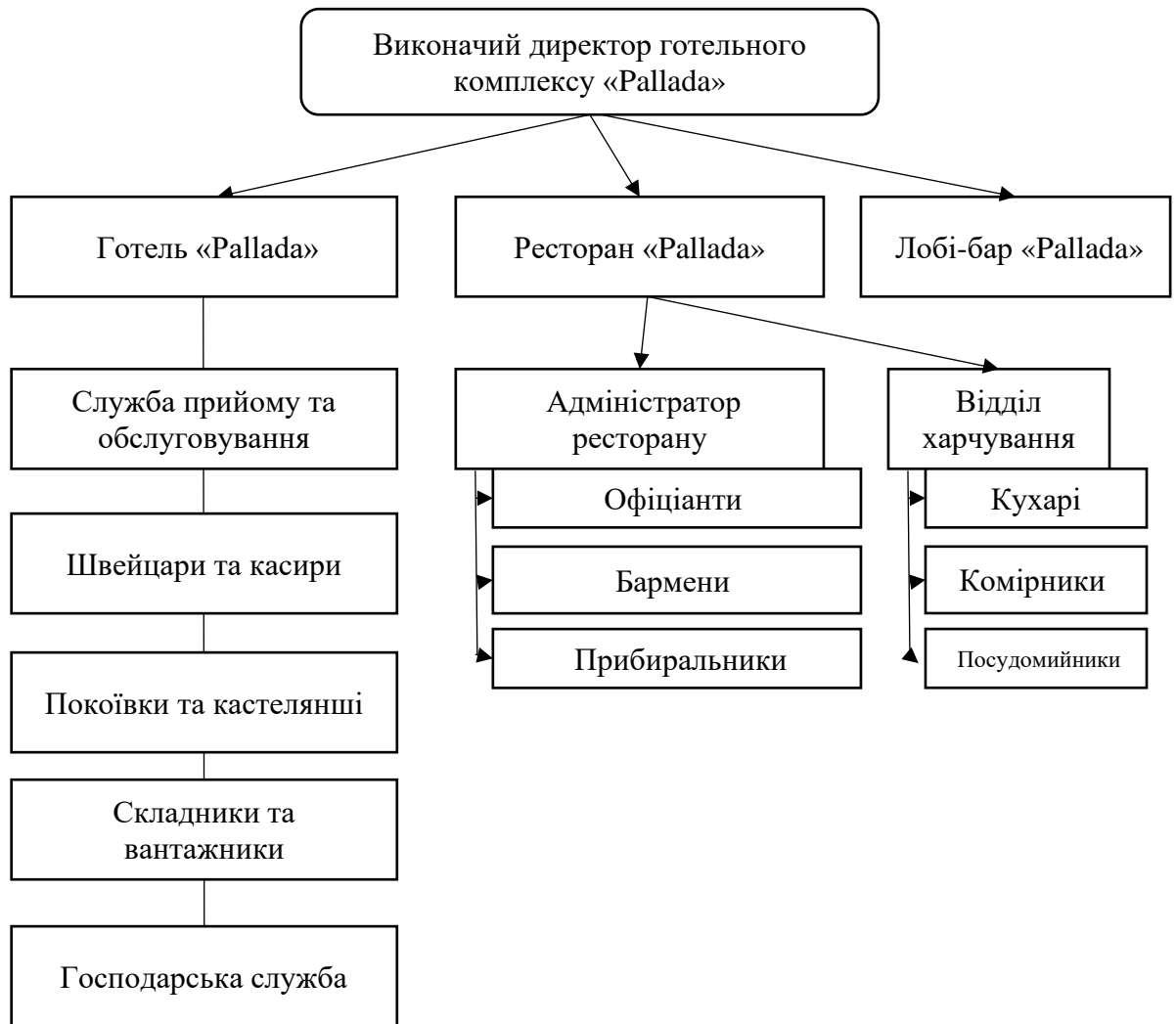


Рисунок 2.2. Організаційна структура готельного комплексу «Pallada» [16]

Організаційна структура управління даного комплексу лінійно-функціонального типу під керівництвом виконавчого директора, що охоплює усі аспекти його діяльності, такі як готельна справа, ресторанне господарство, лобі-бар та аквапарк. Головними обов'язками виконавчого директора є підбір, добір та навчання кваліфікованих працівників, реалізація фінансової політики і стратегії, проведення обліково-аналітичної роботи, управління різноманітними функціональними підрозділами, забезпечення сталого розвитку і контроль над ключовими відділами та аспектами діяльності досліджуваного комплексу.

Готель «Pallada» управляється адміністратором готелю, якому підпорядковані різні служби та функціональні підрозділи, зокрема служба

прийому та обслуговування, швейцари та касири, покоївки та кастелянші, складальники та вантажники, а також господарська служба. Основною метою управління готелем є забезпечення високої якості готельних послуг і контроль над ефективністю постачання та обслуговування номерного фонду з урахуванням швидкості та ефективності процесів.

Функціонал досліджуваних відділів готелю «Pallada» передбачає виконання наступних завдань, зокрема:

- служба прийому та обслуговування забезпечує приймання гостей та подальше обслуговування споживачів готельних послуг;
- швейцар та касири здійснює приймання споживачів, касове обслуговування та проведення розрахунків;
- покоївки та кастелянші забезпечує проведення прибирання та провітрювання номерів, заміну та облік білизни з урахуванням її різновидів та якості;
- складальники та вантажники реалізують складальні операції та доставку вантажів;
- господарська служба здійснює закупівлю засобів побутової хімії, розробку правил безпеки при поводженні з дезінфекторами та засобами побутової хімії.

Функціонал даних відділів є важливою складовою системи управління готелем, спрямованою на забезпечення якісного та ефективного обслуговування гостей.

Адміністрування ресторану «Pallada» реалізується адміністратором, якому підпорядковані служба обслуговування та відділ харчування. Адміністратор ресторану «Pallada» відповідає за контроль якості та ефективності обслуговування та приготування основних страв і напоїв. Служба обслуговування включає офіціантів (обслуговуючий персонал закладу), барменів (виготовлення та подача напоїв) та прибиральників (забезпечують дотримання чистоти у ресторані).

Відділ харчування відповідає за приготування основних страв та напоїв, а також за належну організацію постачання сировини та матеріалів. У контексті обслуговування відбувається взаємодія з готелем і лобі-баром (щодо напоїв) та готелем і рестораном (щодо страв і напоїв).

Аналізуючи фінансово-економічну діяльність готельного комплексу «Pallada», визначимо та проаналізуємо динаміку основних показників фінансово-господарського становища даного підприємства, представивши дані у табл. 2.1.

Таблиця 2.1.

Основні показники фінансово-господарської діяльності готельного комплексу «Pallada» за період 2021-2023 рр.

| Показник | од. вимір. | Роки | | | Відхилення (+;-) 2023-2021 рр. | |
|--|--------------------|--------|--------|--------|-----------------------------------|--------|
| | | 2021 | 2022 | 2023 | Δ | % |
| Чистий дохід від реалізації продукції (послуг) | тис. грн | 45428 | 50847 | 39248 | -6180 | -13,6 |
| Собівартість реалізованих послуг | тис. грн | 39326 | 43706 | 33009 | -6317 | -16,06 |
| Валовий прибуток | тис. грн | 6102 | 7141 | 6239 | 137 | 2,25 |
| Прибуток від основної діяльності | тис. грн | 338 | 365 | 684 | 346 | 102,37 |
| Чистий прибуток | тис. грн | 248 | 228 | 523 | 275 | 110,89 |
| Рентабельність реалізації продукції | % | 0,55 | 0,45 | 1,33 | 0,79 | 144,09 |
| Рентабельність активів (капіталу) | % | 3,55 | 2,98 | 9,65 | 6,1 | 171,82 |
| Загальна вартість активів | тис. грн | 6986 | 7657 | 5420 | -1566 | -22,42 |
| Власний капітал | тис. грн | 1895 | 2125 | 2662 | 767 | 40,47 |
| Кількість персоналу підприємства | осіб | 28 | 25 | 23 | -5 | -17,86 |
| Фонд оплати праці | тис. грн | 3354 | 3838 | 3005 | -349 | -10,41 |
| Продуктивність праці на одного працівника | тис. грн/ особу | 1622,4 | 2033,8 | 1706,4 | 84 | 5,18 |
| Залишкова вартість основних засобів | тис. грн | 3023 | 2643 | 2944 | -79 | -2,61 |
| Середньорічні залишки обігових коштів | тис. грн | 3911 | 4965 | 2340 | -1571 | -40,17 |
| Коефіцієнт оборотності обігових коштів | частки | 11,62 | 10,24 | 16,77 | 5,16 | 44,4 |

Аналізуючи результати фінансово-господарської діяльності готельного комплексу «Pallada» за період 2021-2023 рр. необхідно відмітити зниження

показника чистого доходу від реалізації продукції та послуг, відповідний показник 2021 року становив 45428 тис. грн, при цьому у звітному 2023 році знижується на 6180 тис. грн або ж на 13,6% до показника 39248 тис. грн. Зниження показника обумовлюється зниженням попиту через війну із РФ та наслідки пандемії коронавірусу. Поряд із зниженням розміру чистого доходу від реалізації готельно-ресторанної продукції та послуг, необхідно відмітити зниження розміру собівартості реалізованих послуг на 6317 тис. грн або ж на 16,06%, зниження показника відбувається із 39326 тис. грн у 2021 році до рівня 33009 тис. грн у 2023 році. Зниження показника обумовлено зниженням попиту на продукції та послуги досліджуваного закладу.

Поряд із цим, зазначені тенденції позитивно вплинули на узагальнюючий фінансовий результат діяльності готельного комплексу – чистий прибуток, при цьому значення показника зростає на 275 тис. грн або ж на 110,89%, відповідний розмір чистого прибутку у 2021 році становив 248 тис. грн і збільшується до значення 523 тис. грн. Приріст показника засвідчує ефективність управлінських рішень та покращення операційної та фінансової діяльності готельного підприємства.

Зростання вартості чистого прибутку позитивно вплинуло на рентабельність активів (капіталу) та рентабельність реалізації продукції. Рентабельність реалізації продукції збільшилася на 0,79% до рівня 1,33%, при цьому рентабельність активів (капіталу) зросла на 6,1% до рівня 9,65%. Приріст рентабельності активів засвідчує ефективність їх використання, поряд із цим необхідно відмітити зниження їх загального обсягу. Значення показника активів у 2021 році становило 6986 тис. грн, а у звітному 2023 році показник знизився на 1566 тис. грн або на 22,42%, при цьому значення показника становило 5420 тис. грн.

На зростання фінансової автономії та забезпечення власними фінансовими ресурсами засвідчує приріст власного капіталу, зокрема значення показника у 2021 році становило 1895 тис. грн, а у звітному році

зростає до рівня 2662 тис. грн, приріст показника за весь досліджуваний період становив 767 тис. грн або ж на 40,47%.

Зниження обсягу реалізації продукції та послуг обумовило зниження розміру кількості персоналу у готельному комплексі, відповідно у 2021 році кількість персоналу становила 28 осіб, а у звітному 2023 році знизилася на 5 осіб або ж на 17,86% до рівня 23 особи. Зниження показника кількості персоналу обумовило зростання продуктивності праці, відповідний показник 2021 році становив 1622,4 тис. грн на працівника до рівня 1706,4 тис. грн на працівника у 2023 році, приріст показника становив 84 тис. грн на працівника за весь досліджуваний період, відповідний темп зростання продуктивності праці складає 5,18%.

Аналізуючи основний та оборотний капітал досліджуваного готельного комплексу необхідно відзначити його зниження, відповідно вартість основних засобів знизилася на 79 тис. грн або на 2,61%, а вартість оборотного капіталу знизилася на 1571 тис. грн або ж на 40,17%. Даний факт вплинув на зростання оборотності обігових коштів підприємства, при цьому показник збільшується на 5,16 пунктів або ж на 44,4%, а у 2023 році значення показника складало 16,77 пунктів.

В цілому, необхідно відмітити тенденції зниження чистого доходу від реалізації і собівартості реалізації продукції та послуг готельного комплексу «Pallada» за період 2021-2023 рр., що, проте, позитивно вплинуло на фінансові результати його діяльності, а саме зростання чистого прибутку та показників рентабельності активів і реалізації. Позитивним є також зростання власного капіталу та фінансової автономії досліджуваного закладу.

Слід констатувати, що досліджуваний готельний комплекс «Pallada» має хороший вибір різноманітного номерного фонду у місті Тернопіль. Зокрема, у закладі можливо забронювати різноманітні види номерів, а саме:

- Стандарт економ – 1 номер;
- Стандарт – 1 номер;
- Стандарт плюс – 5 номерів;

- Делюкс – 2 номери;
- Делюкс сімейний;
- Люкс – 2 номери.

Загальна кількість номерного фонду у закладі становить 23 номери різноманітного профілю та якості, котрі розташовані на двох поверхах (Додаток В).

2.2. Дослідження специфіки надання готельних послуг у закладі

Готель «Pallada» пропонує такі основні і додаткові сервіси і послуги.

Основні сервіси готелю [16]: поверхи для некурящих; цілодобова реєстрація; бізнес-центр; можливість підключення Інтернету в номері; пункт обміну валют; банкомат; фітнес-центр; сауна; масажний кабінет; цілодобове обслуговування в номері; послуги пральні; хімчистки; прибирання в номерах 2 рази в день, включаючи торндаун (вечірній сервіс);

Безкоштовні послуги готелю «Pallada»: сніданок; користування фітнес-центром.

Додаткові послуги, які надає готель: цілодобове ресторанне обслуговування в номерах (Room service); парковка; замовлення таксі; прокат автомобілів; послуги пральні, хімчистки; послуги секретаря і перекладача за попереднім замовленням.

Ресторан готелю зможе задовольнити смаки найвитонченіших гурманів, європейська і національна кухня, блюда приготовлені в авторському стилі, відзначених нагородами шеф-кухаря. Цілодобово працює відкритий бар, який пропонує широкий вибір коктейлів і ароматну каву.

Просторий конференц-зал на 70 чоловік і функціональні кімнати переговорів (на 12-15 чоловік) зі всім необхідним устаткуванням, стануть, незамінні при ділових зустрічах і переговорах. Залежно від формату заходу, можлива різна конфігурація конференц-залу: театром, класною кімнатою або круглим столом.

При конфігурації «круглий стіл»: учасники розміщуються за 1 столом, або столи розставляються буквою П, при цьому є можливість встановити додаткові місця без столів для преси. Конференц-зал і функціональні кімнати переговорів зі всім необхідним устаткуванням. Устаткування: фліпчарт, проекційне устаткування (плазмовий екран з можливістю підключення ноутбука), звукопідсилення, 2 мікрофони, DVD плеєра, відеомагнітофон, підключення до мережі Інтернет Wi-Fi (у конференц-залі, кімнаті переговорів), доступ в Інтернет [16].

Процес надання основних послуг у готелі «Pallada» відзначається чіткою координацією та включає ряд взаємопов'язаних етапів, що структуровані та представлені на рис. 2.10.

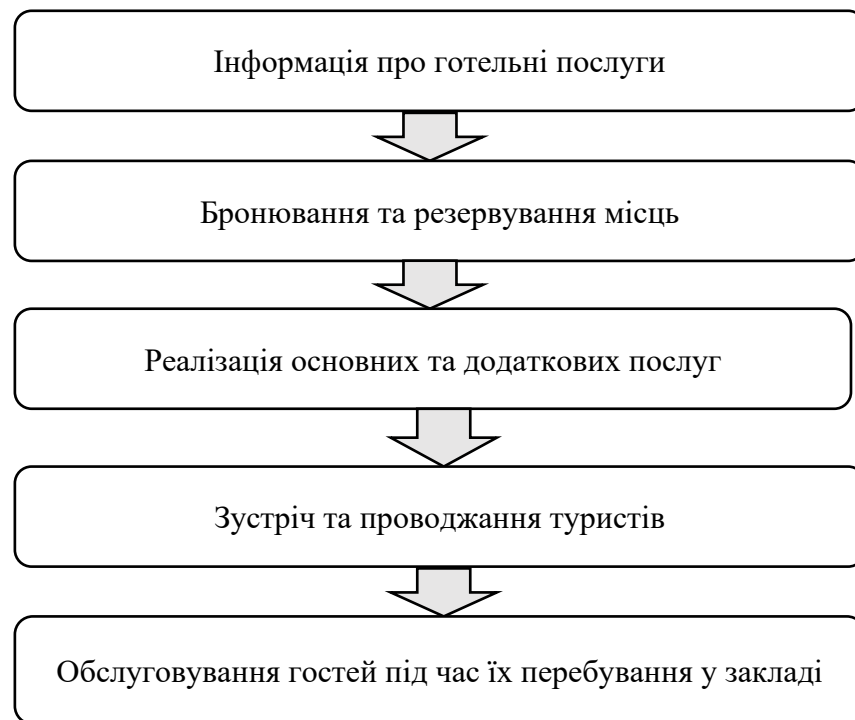


Рисунок 2.10. Етапність процесу надання основних послуг у готелі «Pallada»

Розглянемо кожен із поданих етапів функціонування готелю. Спершу, клієнт отримує інформацію про готельні послуги через офіційний веб-сайт готелю «Pallada», платформи резервування готелів в Інтернеті (наприклад, Booking, Airbnb), проспекти, розміщені у міських торгових точках, а також через ЗМІ та особисті контакти, які мають досвід перебування у готелі.

Бронювання та резервування номерів здійснюється різними способами, включаючи телефонний зв'язок, факс, офіційний веб-сайт, соціальні мережі та безпосередньо на рецепції готелю. Процес бронювання включає фіксацію конкретного номера для клієнта на певний термін, який зазвичай починається з моменту прибуття клієнта та закінчується о 11:00 наступного дня, коли відбувається виселення.

Основні послуги, такі як проживання в комфортабельних номерах готелю «Pallada», а також обслуговування під час перебування, є ключовим етапом діяльності готельного закладу.

Серед ключових атрибутів можна відмітити додаткові сервіси, які надає готель «Pallada», такі як обслуговування у барах і ресторанах, наявність парковки, конференц-залу, кейтерингу та інших додаткових можливостей. Ці сервіси широко пов'язані з обслуговуванням туристів, включаючи екскурсійні послуги на власному транспорті, бронювання залізничних, культурно-розважальних та авіа квитків, а також послуги гіда.

Значною є популярність проведення різних наукових конференцій та семінарів у готелі «Pallada». У разі необхідності організації ділових заходів, презентацій або конференцій, а також обговорення важливих бізнес-питань зі спонсорами чи партнерами, гостям пропонується використовувати різноманітні конференц-зали готелю. Ці зали мають різну вмісткість та високотехнологічне обладнання, що задовольняє високі вимоги найвибагливіших клієнтів.

Крім того, конференц-зал готелю «Pallada», зображений на рис. 2.13., є ідеальним для проведення брифінгів, локальних та регіональних семінарів, а також офіційних ділових зустрічей. Зазвичай він складається з двох кімнат або об'єднує «Зал засідань» та «Бібліотеку».

Під час організації офіційних заходів у готелі «Pallada» існує можливість замовлення послуг у сфері харчування та обслуговування протягом цих заходів. Конференц-зал (зал засідань) відзначається можливістю реалізації різноманітних заходів, які проводяться з використанням мультимедійних

технологій, що сприяє оптимізації роботи з будь-якими візуальними посібниками та презентаціями. У конференц-залі готелю «Pallada» використовуються наступні засоби техніки, такі як проектор, мультимедійна дошка, фліп-чарт та відеодвійка.

Крім того, приміщення під назвою «Бібліотека» у готелі слугує як додатковий простір для проведення кава-брейків, а також може бути використано як окрема зала для проведення офіційних переговорів «за закритими дверима».



Рисунок 2.13. Загальний вигляд конференц-залу у готельному комплексі «Pallada» [15]

Додаткові сервіси, що пропонуються у готелі «Pallada», включають надання доступу до інтернету та Wi-Fi, забезпечення окремої кімнати для переговорів з мультимедійним обладнанням, автостоянку з системою безпеки, послуги таксі на виклик та інші зручності.

Гостям доступна послуга замовлення транспорту, така як оренда легкового автомобіля за 1000 грн за добу або автобуса за 2500 грн за добу, а також можливість трансферу до і від готелю, за додаткову оплату залежно від точки замовлення.

Серед інших додаткових послуг варто відзначити можливість замовлення квитків до Драматичного театру, музеїв міста Тернопіль, участь у різноманітних конкурсах та шоу в рамках подій, а також послуги прання і прасування одягу, юридичні консультації та послуги перекладача.

Система прийому та розміщення туристів у готельному підприємстві «Pallada» охоплює співпрацю служби прийому та розміщення, адміністратора закладу та швейцара. Кожному гостю, який замовляє номер, забезпечується бездоганно чиста білизна та нові засоби гігієни. Перед прибуттям гостей проводиться загальне прибирання у всьому номерному фонді.

У готельному підприємстві «Pallada» існує кілька видів прибиральних робіт, включаючи:

- прибирання прилеглої території, центрального входу, вестибюлю, гардеробу та інших приміщень;
- прибирання сходових площ, коридорів, холів та інших загальних місць;
- прибирання житлових номерів та індивідуальних санвузлів.

Приміщення готелю поділяються на різні групи для проведення прибиральних робіт згідно з призначенням та характером приміщень, включаючи внутрішні приміщення, санітарні вузли, житлові номери та конференц-зали.

Під час виконання основних завдань забезпечення чистоти в готелі «Pallada» беруть участь різні категорії працівників. Покоївки відповідають за утримання чистоти та порядку в номерному фонді, прибиральники здійснюють прибирання зон загального користування, працівники відповідальні за прибирання адміністративних приміщень та конференц-залів, а технічна служба та майстерня надають обслуговування прибиральникам.

Процес прибирання в готелі «Pallada» включає різні види, такі як щоденне, генеральне, проміжне прибирання, а також прибирання після виїзду гостей та після звільнення заброньованих номерів.

Початок процесу прибирання в готелі визначається, коли покоївка одягає фірмовий одяг та взуття та отримує від старшої покоївки основні інструкції та

завдання на прибирання номерного фонду. Перед початком прибирання проводиться перевірка наявності та стану інвентарю.

Процес поточного прибирання номерного фонду готелю «Pallada» включає проміжне прибирання у випадках, коли воно виявляється необхідним під час перебування гостей. Генеральне прибирання проводиться згідно з плановими заходами, як правило, один раз протягом десяти днів. Зазначимо, що план реалізації прибирання може змінюватися в залежності від завдань управлінського персоналу або врахування побажань гостей.

Також передбачається можливість проведення проміжного прибирання номерного фонду за запитом гостей, за визначеною ціною, яка враховується у прайсі послуг досліджуваного закладу. Це включає в себе вивіз сміття, миття посуду та укладання його, зміну постільної білизни, підготовку ванни до використання, заміну рушників та миття підлоги.

Проміжне прибирання в готелі «Pallada» зазвичай здійснюється у другій половині дня за відповідним графіком або за запитом гостей. Це включає різноманітні роботи, такі як прибирання постелі, видалення сміття, організація робочого простору та інші послуги.

Таким чином, під час реалізації процесу прибирання використовуються різні види прибирання, такі як щоденне, генеральне, проміжне прибирання, а також прибирання після виїзду гостей та після звільнення заброньованих номерів. Процес прибирання у готелі «Pallada» включає в себе роботу різних категорій працівників, таких як покоївки, прибиральники, працівники адміністративних приміщень та конференц-залів, технічна служба та майстерня. Також було зазначено, що можливе проміжне прибирання номерного фонду за запитом гостей, яке надається за визначеною ціною і включає в себе ряд додаткових послуг.

У цілому, процес прибирання в готелі «Pallada» організований відповідно до стандартів готельної галузі та враховує індивідуальні потреби гостей, сприяючи підтриманню високого рівня чистоти та комфорту під час їх перебування.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ СПОЖИВАЧАМ У ГОТЕЛІ «PALLADA»

Розробка та реалізація програми заходів ефективної системи обслуговування у готелі «Pallada» може орієнтуватися на наступні аспекти:

1. Персонал та тренінг. Забезпечення кваліфікованого персоналу через систему навчання, тренінгів та постійного професійного розвитку для всіх співробітників готелю, зокрема, адміністраторів, офіціантів, прибиральників і технічного персоналу.

Забезпечення кваліфікованого персоналу через систему навчання, тренінгів та постійного професійного розвитку є дуже важливим аспектом у готельному бізнесі. Пропонуємо проводити наступні заходи, зокрема:

- здійснювати навчальні програми. Розробляти комплексні навчальні програми для різних категорій співробітників, що охоплюють важливі аспекти їхньої роботи, такі як обслуговування клієнтів, безпека та гігієна, робота з обладнанням тощо;
- проводити тренінги та семінари. Організовувати регулярні тренінги та семінари з практичними завданнями та вправами для підвищення навичок та знань персоналу;
- забезпечити реалізацію менторської програми. Слід ввести систему менторства, де більш досвідчені співробітники надають підтримку та поради новачкам для їхнього успішного адаптування та розвитку.
- оцінювати навчання. Важливим є проведення оцінки знань та навичок після навчання, щоб переконатися, що персонал розуміє та використовує отримані знання на практиці;
- забезпечити здійснення постійного професійного розвитку. Завжди слід сприяти постійному професійному розвитку співробітників через участь у конференціях, курсах та інших освітніх заходах у сфері готельного бізнесу;

Дані заходи допоможуть забезпечити високий рівень навичок та компетенцій усього персоналу вашого готелю.

2. Стандарти обслуговування. Визначення чітких стандартів обслуговування для кожного етапу взаємодії з клієнтом, включаючи прийом гостей, реєстрацію, обслуговування номерів, ресторанний сервіс та інші послуги.

Стандарти обслуговування є ключовим елементом успішної роботи готельного бізнесу. Визначення чітких стандартів для кожного етапу взаємодії з клієнтом допоможе підвищити рівень задоволеності та забезпечити якісне обслуговування. Важливими аспектами розробки стандартів обслуговування є:

- прийом гостей: забезпечення швидкої та привітної зустрічі гостей у ресепшні; надавати інформацію про послуги та зручності готелю;
- реєстрація: забезпечити швидку та ефективну процедуру реєстрації без зайвих затримок; надавати гостям всю необхідну інформацію про правила та умови проживання;
- обслуговування номерів: забезпечення чистоти та порядку у номерах перед прибуттям гостей; слід здійснювати щоденне обслуговування номерів та забезпечити необхідний рівень зручностей;
- інші послуги: для інших послуг (наприклад, пральня, трансфер, екскурсії) також слід визначати стандарти обслуговування та якість виконання; забезпечити доступність інформації про всі доступні послуги та їхні вартості.

Зазначені стандарти допоможуть створити однорідне та високоякісне обслуговування для всіх гостей, що позитивно вплине на їхні враження від перебування в готелі.

3. Технології та автоматизація. Впровадження сучасних технологій управління готельним бізнесом, таких як системи онлайн-бронювання, автоматизовані системи управління готелем (PMS), електронні ключі для доступу до номерів та інші інноваційні рішення. Впровадження сучасних

технологій управління готельним бізнесом допоможе підвищити ефективність роботи, забезпечити зручність для гостей та покращити управління різними аспектами готелю. Інноваційні рішення, які можна впровадити для забезпечення підвищення якості сервісу у готельному підприємстві «Pallada»:

Впровадження систем онлайн-бронювання:

- необхідно використовувати сучасні платформи для онлайн-бронювання номерів, що дозволяють гостям легко та зручно обирати та резервувати номери через Інтернет;
- слід інтегрувати систему онлайн-бронювання з офіційним веб-сайтом закладу та соціальними мережами для збільшення обсягів бронювань;

Використання автоматизованих систем управління готелем (PMS):

- впроваджувати системи PMS для автоматизації процесів управління готелем, такі як бронювання, облік гостьових заявок, розрахунків рахунків, звітність та інші адміністративні функції;
- забезпечити інтеграцію PMS з іншими системами, такими як фінансова звітність та інвентаризація, для забезпечення цілісності даних та оптимізації управління.

Застосування електронних ключів для доступу до номерів:

- використовувати електронні ключі для зручного та безпечного доступу гостей до своїх номерів;
- інтегрувати систему електронних ключів з PMS для автоматичного видачі ключів та контролю доступу;

Реалізовувати інші інноваційні рішення:

- важливо розглянути можливість впровадження мобільних додатків для гостей, де вони можуть здійснювати реєстрацію, замовляти послуги та спілкуватися з персоналом;
- використовувати системи автоматизованої інтелектуальної аналітики для вивчення та прогнозування попиту, оптимізації ціноутворення та планування маркетингових заходів.

Дані технології не лише полегшать роботу готелю «Pallada», але й підвищать задоволеність гостей та забезпечать конкурентні переваги на ринку.

4. Комунікація з клієнтами. Розвиток ефективної системи зворотного зв'язку з гостями через опитування, відгуки та аналіз скарг для постійного вдосконалення сервісу. Розвиток ефективної системи зворотного зв'язку з гостями є важливим елементом у постійному вдосконаленні сервісу та задоволенні клієнтів.

В даному контексті, перш за все важливо здійснити опитування гостей (відвідувачів) готелю, зокрема слід проводити опитування гостей щодо їхнього враження від перебування в готелі, якості обслуговування та інших аспектів, при цьому використовувати різні форми опитувань, включаючи онлайн-анкети, паперові анкети та особисті інтерв'ю.

Здійснювати постійний моніторинг відгуків та оцінок клієнтів, а саме важливо активно взаємодіяти з відгуками гостей на веб-сайті готелю, соціальних мережах та спеціалізованих платформах, поряд із цим, аналізувати та використовувати відгуки для покращення служби та виправлення можливих недоліків.

Реалізовувати аналіз скарг створивши систему для реєстрації та аналізу скарг гостей, важливим є використовувати дані з аналізу скарг для виявлення тенденцій та проблемних питань, які потребують уваги.

На основі отриманих відгуків та аналізу скарг адміністративний персонал повинен здійснювати конкретні зміни та покращення в роботі готелю, а також інформувати гостей про впроваджені зміни та оцінюйте їх реакцію.

І на сам кінець необхідно реалізовувати постійне вдосконалення, а саме розглядати зворотний зв'язок як постійний процес, що допомагає вдосконалювати сервіс та задоволення клієнтів на постійній основі, при цьому враховувати зворотний зв'язок при формуванні стратегій розвитку та маркетингових заходів.

Безпосередньо система зворотного зв'язку допоможе підтримувати високу якість сервісу, реагувати на потреби та вподобання гостей та покращувати репутацію готелю «Pallada».

5. Підвищення комфорту та безпеки: Забезпечення високого рівня комфорту для гостей через оновлення номерів, підвищення рівня безпеки засобами контролю доступу та моніторингу, а також забезпечення доступу до додаткових сервісів, таких як сніданки в ліжко або вечірні розваги.

Забезпечення високого рівня комфорту та безпеки для гостей є важливою складовою успішної роботи готелю. Відповідно, важливим є оновлення номерів закладу, зокрема слід виконати оновлення номерів, включаючи модернізацію меблів, технічного обладнання, сантехніки та декору, щоб забезпечити комфортне та сучасне перебування для гостей. Також важливо звернути увагу на зручність ліжка, наявність робочого простору, освітлення та інші деталі, які впливають на комфорт гостей.

Підвищення рівня безпеки лежить в площині встановлення системи контролю доступу та моніторингу для забезпечення безпеки гостей і майна готелю, при цьому важливо застосовувати сучасні технології, такі як електронні ключі, відеонагляд та системи сигналізації, для підвищення рівня безпеки.

Реалізація доступу до додаткових сервісів. Слід адміністрації та обслуговуючому персоналу готелю «Pallada» пропонувати гостям додаткові сервіси, які підвищують комфорт перебування, такі як сніданки в ліжко, обслуговування номерів та вечірні розваги, при цьому Створювати спеціальні пакети та пропозиції для гостей, які бажають скористатися додатковими послугами.

Зазначені заходи допоможуть створити приємну та безпечну атмосферу для гостей, що сприятиме їхньому задоволенню та поверненню до готелю «Pallada» у майбутньому.

6. Стратегія управління витратами. Вивчення та оптимізація витрат на обслуговування, включаючи закупівлю матеріалів та обладнання, управління

запасами та енергоефективність. Оптимізація витрат на обслуговування є важливим завданням для ефективного управління готельним бізнесом. Пропонується реалізовувати постійне вивчення витрат господарської діяльності, а саме важливо провести детальний аналіз витрат на обслуговування, включаючи витрати на матеріали, обладнання, технічне обслуговування, персонал і т. д. В даному контексті, визначити основні джерела витрат і їхній вплив на фінансові показники готелю «Pallada».

На рівень витрат та їх зниження має вплив оптимізація закупівель, зокрема важливо розглянути можливості для оптимізації закупівель матеріалів та обладнання шляхом вибору найкращих постачальників, переговорів щодо цін та умов поставок. При цьому, необхідно використовувати стратегії закупівельного менеджменту, такі як довгострокові угоди та закупівля великими партіями для отримання знижок.

Аспект управління запасами також є досить важливим, при цьому рекомендується встановити ефективну систему управління запасами, що дозволить підтримувати оптимальні рівні запасів, уникати надмірності та нестачі, а також використовувати технології автоматизації управління запасами для покращення ефективності та точності.

Необхідно дбати за забезпечення енергоефективності готелю «Pallada» при цьому важливо провести аналіз споживання енергії у готелі та ідентифікувати можливості для зменшення витрат на енергію, а також забезпечувати впровадження енергоефективних технологій та практики, такі як LED освітлення, енергозберігаючі системи кондиціонування повітря та оптимізація використання води.

Дані стратегії допоможуть найбільш ефективно управляти витратами на обслуговування та підтримувати фінансову стійкість готелю, забезпечуючи якісний рівень обслуговування для гостей.

Визначимо економічну ефективність запропонованих заходів, перш за все визначивши елементи витрат на їх реалізацію (таблиця 3.1.).

Таблиця 3.1.

Витрати на реалізацію заходів покращення рівня обслуговування в
готелі «Pallada»

| Заходи | Рівень витрати, тис. грн. |
|--|------------------------------|
| Навчання та підвищення кваліфікації персоналу готелю | 320 |
| Впровадження нових автоматизовані системи управління готелем | 200 |
| Формування системи зворотного зв'язку із клієнтами | 50 |
| Підвищення рівня комфорту та безпеки | 450 |
| Оптимізація рівня витрат та впровадження енергоефективності | 150 |
| Всього | 1170 |

Відповідно загальний рівень витрат на проведення даних заходів становитиме 1170 тис. грн, найбільший обсяг витрат спрямовуватиметься на підвищення рівня комфорту та безпеки готелю, відповідний розмір витрат становитиме 450 тис. грн.

За рахунок впровадження даних заходів можна забезпечити зростання фінансових результатів та оптимізацію витрат господарської діяльності готельного підприємства «Pallada» (таблиця 3.2.).

Таблиця 3.2

Економічний ефект даних заходів та їх вплив на фінансові результати

| Заходи | Економічний ефект |
|--|---|
| Навчання та підвищення кваліфікації персоналу готелю | 10% зростання доходів від реалізації послуг |
| Впровадження нових автоматизовані системи управління готелем | 7% зростання доходів від реалізації послуг |
| Формування системи зворотного зв'язку із клієнтами | 4% зростання доходів від реалізації послуг |
| Підвищення рівня комфорту та безпеки | 5% зростання доходів від реалізації послуг |
| Оптимізація рівня витрат та впровадження енергоефективності | 10% зниження рівня витрат |

Дані заходи допоможуть не тільки покращити якість обслуговування та забезпечити задоволення потреб клієнтів у готелі «Pallada», але також

вплинуть на зростання рівня доходів від реалізації на 26%, при цьому спостерігатиметься зниження рівня витрат на 10%.

Розрахуємо економічний ефект враховуючи поточні фінансові результати діяльності готелю «Pallada» (таблиця 3.3.).

Результати дослідження засвідчують зростання рівня доходів від реалізації послуг та зниження собівартості реалізації послуг на 1653,3 тис. грн. Протягом досліджуваного періоду спостерігається зростання валового прибутку на 8603 тис. грн до рівня 19050,3 тис. грн. За рахунок зростання валового прибутку збільшуватиметься рентабельність продажу на 17,43% та рентабельність господарської діяльності 65,55%.

Таблиця 3.3

Планові фінансові результати діяльності готелю «Pallada»

| Показник | 2023 | 2024 план | Відхилення (+;-) |
|--|--------|-----------|------------------|
| Доходи від реалізації послуг | 26800 | 33768 | 6968 |
| Собівартість реалізації послуг | 16353 | 14717,7 | -1635,3 |
| Валовий прибуток | 10447 | 19050,3 | 8603,3 |
| Рентабельність продаж, % | 38,98% | 56,42% | 17,43% |
| Рентабельність господарської діяльності, % | 63,88% | 129,44% | 65,55% |

В цілому, запропоновані заходи матимуть економічний ефект та впливатимуть на основні фінансові результати господарської діяльності готелю «Pallada». Зазначене засвідчує необхідність їх реалізації готельним підприємством «Pallada» вже у найближчій перспективі.

ВИСНОВКИ

Дослідженням була охоплена господарська діяльність готельного комплексу "Pallada", який спеціалізується на наданні готельних та ресторанних послуг. Таким чином, готельне господарство можна розглядати як окремий сегмент, а також як готельно-ресторанний комплекс в цілому, спрямований на задоволення потреб гостей у розміщенні та харчуванні. Головною метою господарства є надання різноманітних послуг для забезпечення якісного обслуговування споживачів.

Цей заклад відрізняється своїм унікальним дизайном і інтер'єром. Він має 23 номери різних класів та розмірів, розташованих досить зручно. Крім того, в ньому є ресторан, лобі-бар та сауна.

Готель "Pallada" пропонує широкий спектр основних та додаткових сервісів для своїх гостей. Основні послуги включають: спеціальні поверхи для некурців; цілодобову рецепцію; бізнес-центр; можливість підключення до Інтернету у номерах; обмін валюти; наявність банкомату; фітнес-центр; сауну; масажний кабінет; цілодобове обслуговування номерів; пральню; хімчистку; прибирання номерів двічі на день, включаючи вечірній сервіс. Безкоштовні послуги включають сніданок та користування фітнес-центром.

Готель "Pallada" також пропонує ряд додаткових послуг для комфорту своїх гостей, включаючи: цілодобове обслуговування рестораном в номерах; парковку для автомобілів; організацію таксі; прокат автомобілів; послуги пральні та хімчистки; послуги секретаря та перекладача за попереднім замовленням.

Процес надання основних послуг у готелі "Pallada" відрізняється відмінною координацією та включає ряд взаємопов'язаних етапів надання детальної інформації про доступні послуги готелю; організація процесу бронювання номерів та інших послуг для гостей; надання запитаних основних та додаткових послуг згідно з вимогами гостей; підготовка та організація прийому гостей у готелі, а також надання послуг зустрічі та проведення за

їхніми потребами; забезпечення всебічного обслуговування гостей під час їх перебування у готелі, включаючи вирішення будь-яких проблем чи запитів.

Аналізуючи показники фінансово-господарської діяльності закладу, варто відзначити тенденції зниження чистого доходу від реалізації і собівартості продукції та послуг готельного комплексу "Pallada" за період з 2021 по 2023 роки. Однак це позитивно позначилося на фінансових результатах його діяльності, зокрема на зростанні чистого прибутку і показників рентабельності активів і реалізації. Також важливим є збільшення власного капіталу та фінансової автономії досліджуваного закладу.

План розробки та впровадження програми покращення обслуговування в готелі "Pallada" буде орієнтований на такі аспекти: забезпечення професійного зростання всіх співробітників, включаючи адміністраторів, офіціантів, прибиральників та технічний персонал, шляхом систематичного навчання, тренінгів та професійного розвитку; визначення чітких стандартів для кожного етапу взаємодії з клієнтом, включаючи прийом, реєстрацію, обслуговування номерів, ресторанний сервіс та інші послуги; запровадження сучасних технологій управління готельним бізнесом, таких як онлайн-системи бронювання, автоматизовані системи управління готелем (PMS), електронні ключі для доступу до номерів та інші інноваційні рішення; розробка ефективної системи зворотного зв'язку з гостями через опитування, відгуки та аналіз скарг для постійного вдосконалення обслуговування; оновлення номерів, підвищення рівня безпеки за допомогою засобів контролю доступу та моніторингу, а також надання доступу до додаткових послуг, таких як розваги або обслуговування в номерах; аналіз та оптимізація витрат на обслуговування, включаючи закупівлю матеріалів та обладнання, управління запасами та збільшення енергоефективності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байлік С.І., Писаревський І. М. Організація готельного господарства: підручник; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 329 с.
2. Брич В. Я. Організація готельно-ресторанної справи: навч. посіб.: для закладів вищої освіти. Київ: Видавництво Ліра-К, 2021. 484 с.
3. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навч. посіб. Харків: ХНАМГ, 2016. 414 с.
4. Данилюк Л.П. Сутність управління якості готельних послуг. Вісник Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. 2016. №12 С.78-83.
5. ДСТУ 9004-2001. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності.: Держстандарт України, 2001. 44 с.
6. Дубодєлова А.В. Система управління якістю готельних послуг: методологічні аспекти. Проблеми економіки та управління. Львів: Вид-во Нац. ун-ту Львів. Політехніка», 2018. №611. С.130-134.
7. Іванова Л.О. Маркетинг готельного і ресторанного господарства. Львів: Магнолія. 2019. 216 с.
8. Іванова Л.О., Музика О.М. Моніторинг світового ринку готельних і ресторанних послуг: навч. посіб. Львів: Магнолія. 2019. 227 с.
9. Корж Н.В., Левицька І. В., Онищук Н. В. Готельна справа: навч. посіб. К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т., Вінниця: ПП «ТД» Едельвейс і К», 2015. 580 с.
10. Круль Г., Заячук О. К. Організація і технологія надання послуг гостинності: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці: Чернівецький національний університетт ім. Ю. Федьковича, 2022. 488 с.
11. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. 2- вид. перероб. та доп. К.: Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
12. Мирошник Ю. А. Аналіз світового досвіду організації luxury послуг в 5* готелях. Ефективна економіка. 2019. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/157.pdf (дата звернення до

ресурсу 27.03.2024 року)

13. Музиченко К. Особливості зарубіжних систем управління якістю послуг готельного бізнесу і створення системи конкурентних позицій туристичного сектору України. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/6789/1806/1/Osoblivosti_zarubizhnikh_sistem_upravlinnya_yak.pdf (дата звернення до ресурсу 21.03.2024 року)

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

15. Офіційна інформація про діяльність готельного підприємства «Pallada». URL: <https://www.agoda.com/pallada-hotel/hotel/ternopil-ua.html?cid=1844104&ds=vKnuz4gB85ZK%2BfiI> (дата звернення до ресурсу 25.03.2024 року)

16. Офіційний сайт готельного комплексу «Pallada». URL: <https://palladahotel.com.ua/> (дата звернення до ресурсу 22.03.2024 року)

17. Поворознюк І. М. Ефективна система мотивації персоналу індустрії гостинності – запорука успіху на ринку послуг. Економічний аналіз: зб. наук. праць. 2017. № 3. С. 204-212.

18. Сахно Є.Ю., Дорош М.С., Ребенок А.В. Менеджмент сервісу: теорія та практика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 328 с.

19. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах. 2-е видання, перероблене та доповнене. К.: Альтерпрес, 2012. 448 с.

20. Соколовський В.А., Щоголева І.В. Технологія гостинності: навчальний посібник. Кропивницький: Вид-во ЛАНАУ, 2023. 353 с.

21. Томаля Т.С., Щипанова Я.І. Управління якістю в готельно-ресторанному бізнесі. Економіка. Управління. Інновації. 2014. №2 (12). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_56. (дата звернення: 31.03.2023).

22. Топольник В. Г. Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві: навч. посіб. Донецьк: Національний університет економіки і торгівлі імені М. Тугана-Барановського, 2016. 328 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Процес надання основних послуг готельного підприємства [1, с. 102]

| | |
|---|--|
| 1 | інформація про надання комплексу послуг |
| 2 | резервування (бронювання) місць |
| 3 | реалізація готельних послуг |
| 4 | зустріч та проводи гостей |
| 5 | обслуговування під час перебування в готелі. |

Процес надання додаткових послуг готельного підприємства [1, с. 104]



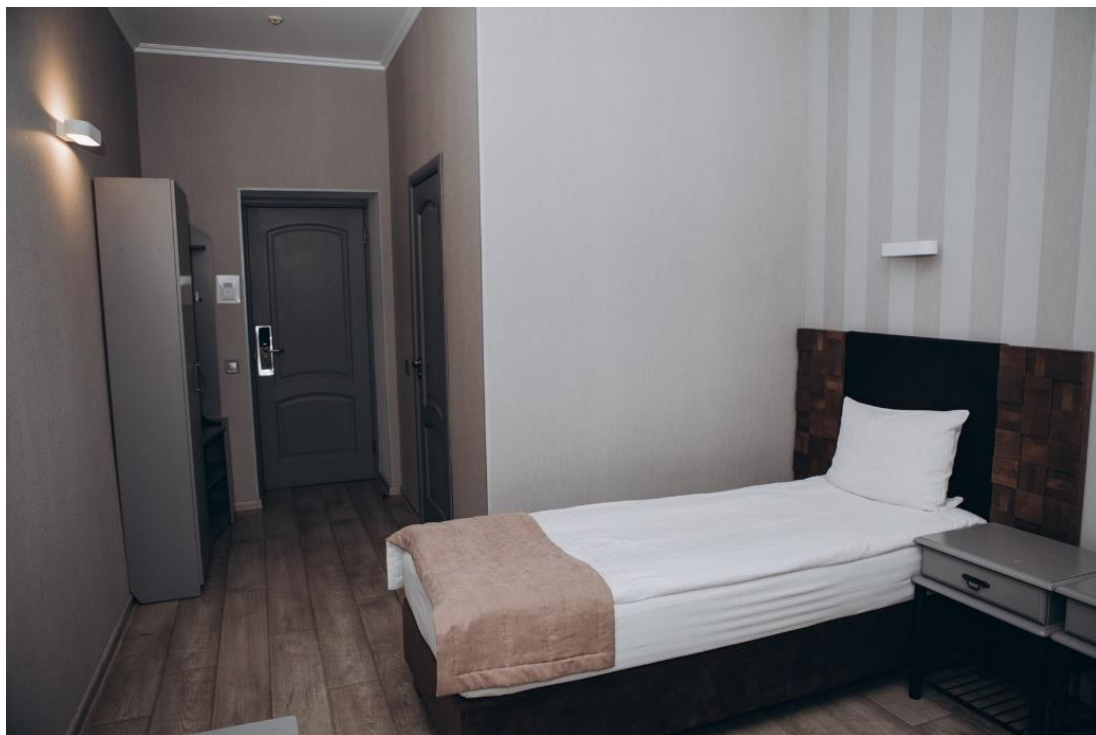
Додаток В



Номер «Стандарт економ» [15]



Номер «Стандарт» [15]



Номер «Стандарт плюс» [15]



Номер «Делюкс» [15]



Номер «Делюкс сімейний» [15]



Номер «Люкс» [16]