

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

ТЕХНОЛОГІЯ БЕЗКОНТАКТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ
СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Студентки 3-го курсу, 7с групи
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
освітньої програми
«Готельно-ресторанна справа»

Мариненко Анни
Станіславівни

Науковий керівник
к.е.н., доц.

Кулик Марія
Володимирівна

Гарант освітньої програми
к.е.н., доц.

Расулова
Алла
Миколаївна

Київ 2023

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**Факультет** ресторанно-готельного та туристичного бізнесу**Кафедра** готельно-ресторанного бізнесу**Спеціальність** 241 «Готельно-ресторанна справа»**Спеціалізація** «Готельно-ресторанна справа»**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри

готельно-ресторанного бізнесу

проф. _____

М.Г. Бойко

« ____ » _____

2023 р.

ЗАВДАННЯ

на випускню кваліфікаційну роботу студентці

Мариненко Анні Станіславівні*(прізвище, ім'я, по батькові)*

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Технологія безконтактного обслуговування споживачів готельних послуг бутик-готелю Number 21 by DBI (м. Київ)»

Затверджена наказом ректора від «30» вересня 2022 р. № 2417.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 27 січня 2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Метою роботи є збільшення цільової аудиторії гостей та підвищення рівня завантаженості закладу Number 21 by DBI за рахунок використання у процесі обслуговування безконтактних послуг.

Об'єктом досліджуваної роботи є сфера гостинності та безпосередньо процеси закладу готельного обслуговування Number 21 by DBI, до яких можливе застосування визначеного типу послуг.

Предметом роботи є особливості та варіації технологій безконтактного обслуговування споживачів послуг готелю Number 21 by DBI (м. Київ).

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи:

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ЗНАЧЕННЯ БЕЗКОНТАКТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ РОБОТИ. ТЕХНОЛОГІЯ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У ГОТЕЛІ NUMBER 21 BY DBI

1.1. Стан розвитку туристичної та супутніх до неї індустрій у нинішній період в Україні як передумова необхідності використання безконтактного обслуговування

1.2. Особливості та конкурентоспроможність бутик-готелю Number 21 by DBI на ринку готельного обслуговування

1.3. Методи реалізації та удосконалення послуг через безконтактне обслуговування споживачів Number 21 by DBI

РОЗДІЛ 2. РІВЕНЬ КЛІЄНТОЦЕНТРИЧНОСТІ ГОТЕЛЮ NUMBER 21 BY DBI ТА ЙОГО ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯК МІСЦЯ РОБОТИ ЗАЛЕЖНО ВІД ВИКОРИСТАННЯ БЕЗКОНТАКТНИХ ПОСЛУГ. МЕТОДИ І ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

2.1. Переваги та недоліки організації надання безконтактних послуг готелю Number 21 by DBI

2.2. Можливі шляхи удосконалення технологій надання безконтактного обслуговування задля підвищення завантаження готелю та полегшення робочого процесу команди Number 21 by DBI

ВИСНОВОК

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	факт
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 р.- 29.09. 2022 р.	01.09.2022 р.- 29.09. 2022 р.
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	01.10.2022 р.- 07.10.2022р.	01.10.2022 р.- 07.10.2022р.
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.
4	Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 20.11.2022 р.	до 20.11.2022 р.
5	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	21.11.2022 р.- 09. 01. 2023 р.	21.11.2022 р.- 09. 01. 2023 р.
8	Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях	10.01.2022 р. - 24.01.2023 р.	10.01.2022 р. - 24.01.2023 р.
9	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	23.01.2023 р.- 27.01.2023 р.	23.01.2023 р.- 27.01.2023 р.
10	Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування	28.01.2023 р	28.01.2023 р
11	Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії	29.01.2023 р. 11.02.2023 р.	29.01.2023 р. 11.02.2023 р.
12	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Відповідно до розкладу	Відповідно до розкладу

6. Дата видачі завдання «б» жовтня 2022 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи, к.е.н, доц .

(підпис)

М. В. Кулик
(ініціали, прізвище)

8. Гарант освітньої програми, к.е.н, доц.

(підпис)

А. М. Расулова
(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

(підпис)

А. С. Мариненко
(ініціали, прізвище)

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Мариненко Анна Станіславівна виконала випускну кваліфікаційну роботу на тему: «Технологія безконтактного обслуговування споживачів готельних послуг» у повному обсязі згідно виданого завдання та затвердженого графіку.

У випускній кваліфікаційній роботі студенткою опрацьовано літературні джерела та критично проаналізовані теоретичні та методологічні основи впровадження методів безконтактного обслуговування у заклад з надання готельних послуг Number 21 by DBI.

На основі аналізу основних показників господарської діяльності здійснено дослідження теоретичних, методичних та прикладних засад впровадження відповідних технологій у досліджуваному готелі.

За результатом проведеного аналізу обґрунтовані пропозиції по удосконаленню впровадження технологій безконтактного обслуговування споживачів на ринку готельних послуг.

Випускна кваліфікаційна робота оформлена згідно вимог.

Випускна кваліфікаційна робота є кваліфікованою випусковою працею і рекомендується до захисту в ЕК.

Керівник випускної
кваліфікаційної роботи

М. В. Кулик

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студентки _____ **А. С. Мариненко** може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої
програми

А.М. Расулова

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Завідувач кафедри

М.Г. Бойко

(підпис)

(ініціали, прізвище)

« _____ » 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ЗНАЧЕННЯ БЕЗКОНТАКТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ РОБОТИ. ТЕХНОЛОГІЯ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У ГОТЕЛІ NUMBER 21 BY DBI.....	9
1.1 Стан розвитку туристичної та супутніх до неї індустрій у нинішній період в Україні як передумова необхідності використання безконтактного обслуговування.....	9
1.2 Особливості та конкурентоспроможність бутик-готелю Number 21 by DBI на ринку готельного обслуговування.....	12
1.3 Методи реалізації та удосконалення послуг через безконтактне обслуговування споживачів Number 21 by DBI.....	14
РОЗДІЛ 2. РІВЕНЬ КЛІЄНТОЦЕНТРИЧНОСТІ ГОТЕЛЮ NUMBER 21 BY DBI ТА ЙОГО ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯК МІСЦЯ РОБОТИ ЗАЛЕЖНО ВІД ВИКОРИСТАННЯ БЕЗКОНТАКТНИХ ПОСЛУГ. МЕТОДИ І ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	18
2.1. Переваги та недоліки організації надання безконтактних послуг готелю Number 21 by DBI.....	18
2.2. Можливі шляхи удосконалення технологій надання безконтактного обслуговування задля підвищення завантаження готелю та полегшення робочого процесу команди Number 21 by DBI	24
ВИСНОВОК	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	29
ДОДАТКИ	32

ВСТУП

Споконвічно суспільством було визначено піраміду потреб для досягнення людиною вищого рівня самопізнання та розвитку. Вершину графічної піраміди очолюють потреби у самовираженні, у міру задоволення яких формується повноцінна, усебічно розвинена особистість [3, ст. 651].

Туризм відкриває безмежні можливості для реалізації цієї групи потреб — розширює горизонти пізнання життя, створює можливість спілкування з людьми інших культур [8]. Тобто туризм — це унікальний метод мирного взаємозбагачення.

Актуальність теми. Однією з провідних ланок туризму є готельне господарство, що забезпечує комфортне проживання та супутні послуги для споживачів туристичних послуг.

Сучасний ринок готельної індустрії України відіграє важливу роль у розвитку та відновленні національної економіки за рахунок сплати податків до державного бюджету та активізації внутрішнього і, навіть, міжнародного політичного туризму [4, ст. 10].

Проте, у сучасних умовах країни, сфера готельного бізнесу, як і більшість галузей економіки, опинилася у скрутному становищі, що призвело до зменшення попиту і, відповідно, низького рівня завантаження, якості та обсягу послуг і кількості персоналу. Це стало приводом для необхідності впровадження нових засобів та методів підходу до надання послуг, яскравим та продуктивним прикладом яких є **безконтактне обслуговування**.

Практичним значенням обраної теми є те, що, згідно аналізу маркетологів, саме безконтактні послуги є ефективним методом збільшення цільової аудиторії гостей за рахунок надання обслуговування для них у більш ненав'язливому форматі та доступності у застосуванні [15].

Об'єкт і предмет досліджень. Об'єктом досліджуваної роботи є сфера гостинності та безпосередньо процеси закладу готельного обслуговування Number 21 by DBI, до яких можливе застосування визначеного типу послуг.

Предмет — особливості та варіації технологій безконтактного обслуговування споживачів послуг готелю Number 21 by DBI.

Метою дослідження є збільшення цільової аудиторії гостей та підвищення рівня завантаженості закладу Number 21 by DBI за рахунок використання у процесі обслуговування безконтактних послуг.

Завданням проведеного дослідження було отримання конкретизованої інформації щодо переліку та організації послуг Number 21 by DBI, які надаються споживачу без попереднього контакту з працівниками закладу; оцінка рівня їх якості та формування переліку рекомендацій по удосконаленню, а також можливих варіантів розширення їх асортименту.

Головними методами, що були задіяні під час проведення дослідження даного питання, є аналіз асортименту надаваних готелем Number 21 by DBI послуг, які відносяться до числа безконтактних; статистичне визначення переваг та недоліків у технології їх надання залежно від рівня задоволення та комфорту у використанні споживачами.

РОЗДІЛ 1. ЗНАЧЕННЯ БЕЗКОНТАКТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ У СУЧАСНИХ УМОВАХ РОБОТИ. ТЕХНОЛОГІЯ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У ГОТЕЛІ NUMBER 21 BY DVI

1.1 Стан розвитку туристичної та супутніх до неї індустрій у нинішній період в Україні як передумова необхідності використання безконтактного обслуговування

На сьогодні туризм, компонентом якого являється готельне обслуговування, є однією з високодохідних галузей господарювання, що в сучасних умовах глобалізації динамічно розвивається.

Розвиток туризму та, зокрема, готельного бізнесу відіграє важливу роль у вирішенні цілого комплексу соціально-економічних проблем, адже це сприяє виникненню нових робочих місць, підтриманні високого рівня життя населення, створення передумов для поліпшення платіжного балансу країн. У такий спосіб, готельна індустрія в сучасній світовій системі господарювання займає провідні позиції та являється невід'ємним складником розвитку світового туристичного ринку

Що стосується розвитку даної індустрії в Україні, то, на нинішній момент, готельні, як і решта супутніх туристичних підприємств, на превеликий жаль, не мають таких можливостей та умов для розвитку у зв'язку з несприятливим для туризму становищем у країні, яке викликане широкомасштабним військовим вторгненням сусідньою країною.

Сучасному розвитку готельного бізнесу в Україні характерною є наявність протиріч у його організаційній структурі, стані якісних та кількісних характеристик, направленості розвитку загалом [1, ст. 18].

З одного боку, сучасний стан готельної діяльності України є кризовим, що пояснюється високим відсотком міграції населення до інших країн із ціллю безпеки, закриттям повітряного простору, повного браку іноземного

рекреаційного туризму, скороченням матеріальної бази або ж її знищення через розгорнуті військові дії та, як наслідок, різке падіння досягнутих раніше обсягів надання послуг туризму [2, с.120].

Проте, з іншого боку, ситуація в країні викликала появу та посилила «політичний туризм»: активізація візитів до країни міжнародних служб, волонтерів, представників закордонних ЗМІ та співробітників відомств, що переміщуються країною з робочою метою [8].

Дані чинники характеризують стан розвитку підприємств готельної індустрії та яскраво пояснюють можливі шляхи до адаптації власної діяльності у відповідних умовах.

Готельне обслуговування, як один із компонентів туристичної інфраструктури, налічує провідну кількість підприємств саме у м. Києві — головному осередку бізнес-туризму країни [7]. Проте, якщо раніше розміщення закладів готельного бізнесу в столиці було тим «ласим шматочком» для підприємців даної індустрії, то тепер це являється чинником підвищеної необхідності пошуку додаткових методів розвитку відповідних закладів, розширення асортименту послуг для збільшення цільового сегменту споживачів. Дане ускладнення ведення готельної діяльності, як і решти туристичних, спричинено підвищеним рівнем небезпеки перебування в місті через політичний інтерес країни-агресора до інфраструктури Києва.

Тому, як було вказано вище, якщо раніше напрями розвитку та інноваційні засоби, одним із напрямів яких є безконтактне обслуговування, відігравали роль заохочення споживачів готельних послуг та методу конкурентної боротьби, то, на цей момент, це стало, скоріше, вимушеним кроком задля функціонування підприємств загалом, засобом адаптування задля відповідності потребам усіх чи більшості сегментів споживачів.

Згідно з результатами аналізу підприємств готельної індустрії за їх місткістю складно визначити, хто «страждає» від наявної ситуації більше: невеликі бутик-готелі чи готелі-гіганти — тут, імовірно, грає роль рівень

популяризованості та швидкості до адаптації самого закладу для привернення уваги споживача чи цілої групи різних категорій.

Тому під час вибору суб'єкта дослідження серед закладів готельної індустрії ключовим зіграло роль рівень складності заповнення його номерного фонду в сучасних умовах та використання технологій безконтактного обслуговування як одного з методів підвищення завантаженості закладу.



1.2 Особливості та конкурентоспроможність бутик-готелю Number 21 by DBI на ринку готельного обслуговування

Number 21 by DBI — невеликий за місткістю бутик-готель, розташований у центрі Києва в Подільському районі. Являється одним із портфоліо DBI Hotels & Resorts — міжнародної компанії готельного менеджменту з підтверженою репутацією в Східній Європі та Азії [9] [11].

Однією з особливостей закладу є його розміщення в будівлі, яка має історичну цінність як пам'ятка архітектури 1870-х років, що являється причиною збереження зовнішнього вигляду фасаду готеля в стилі класицизму та кантрі [10].

Номерний фонд закладу налічує 7 категорій різного стилю та площі, загальна кількість яких складає 18 номерів. Споживачам готельних послуг даного закладу розміщення надається можливість вибору номеру відповідно до уподобань щодо дизайну: від ампіру до Ні-Tech [11].

Ідея кожного оновленого номеру — його компактність у розмірі, але достатність у комплектації, яка не залежить від типу категорії і налічує: халати, мінібар, білі махрові рушники, кондиціонер, змінні капці, крем для взуття, стаціонарний телефон, мило, косметичні набори, телевізор, набори особистої гігієни Pure Herbs, фен для волосся, безкоштовна негазована вода та ін.

До основних та додаткових послуг готелю входять: комфортне проживання в обраній категорії номеру з бажаним краєвидом із вікна, стандартний час поселення до якого складає після 14:00 та виселення — до 12:00; послуги раннього поселення чи пізнього виселення за наявності доступного номеру; замовлення сніданку та інших страв ресторану сучасної української кухні The Kitchen 21, що розташовано на першому поверсі закладу; проживання з тваринами за попередньої передплати; безкоштовна автостоянка для гостей; цілодобове збереження речей у кімнаті багажу та сейфі рецепції та ін.

Загалом динаміка розвитку самого закладу та, відповідно, оновлення і розширення асортименту його послуг бере свій початок від дати ребрендингу готелю із чотирьохзіркового «Імпреса», що функціонував до укладення договору з компанією DBI (08.09.2017) [11].

Упродовж усього періоду свого існування команда працівників готелю, серед яких відповідальними за це було визначено управителя готелем та старшого адміністратора, були націлені на постійне вдосконалення та модернізування надаваних послуг: як додаткових, так і основних. Головна ціль закладу в цьому питанні — урізноманітнення їх асортименту відповідно до актуальних уподобань та потреб сучасного споживача та, як результат, зацікавлення нових і збереження постійних гостей готелю.

Крім указаних, поштовхом для необхідності постійного осучаснення асортименту послуг була та завжди залишається конкуренція. Готель Number 21 by DBI конкурує насамперед з іншими бутик-готелями, що розміщені поблизу центра міста та відповідні за рівнем розвитку й напрямом діяльності. Це такі, як: BURSA Hotel, Kontrakt Boutique Hotel, Amarant Urban, Vozdvizhensky Boutique Hotel та інші [12]. + додат із Букінга Діяльність та активний розвиток інших закладів готельного обслуговування, крім того, що підвищує привабливість самої галузі, створює спонукальні мотиви для оновлення продукції та знаходження нових форм задоволення потреб гостей.

Саме з таких причин та відповідним посилом одним із методів осучаснення послуг готелю Number 21 було обрано використання безконтактного обслуговування.

1.3 Методи реалізації та удосконалення послуг через безконтактне обслуговування споживачів **Number 21 by DBI**

Метод безконтактного обслуговування — підхід у задоволенні потреб споживачів, зміст якого полягає в частковій мінімізації чи повному уникненні необхідності прямого контакту з працівником закладу, використовуючи різні способи передачі інформації гостю дистанційно [5, ст. 7].

Яскравим та найпоширенішим прикладом подібного обслуговування є застосування у **Number 21** різноманітних **каналів бронювання**: Booking.com, Expedia, HotelBeds, TripAdvisor, веб-сайт готелю. Завдяки їх використанню для гостя надається можливість вибору дат перебування, уточнення необхідних та бажаних умов його майбутнього проживання без додаткового зв'язку безпосередньо з готелем.

Також, у випадку бронювання через відповідні канали дистрибуції, гість може скористатися методом **безконтактної оплати** — указання даних кредитної карти та проведення сплати за послуги готелю за допомогою відповідного посилання на банк. Це не тільки полегшує процес бронювання, а і пришвидшить процедуру поселення до номеру.

З метою інформування гостей щодо загальних правил та особливостей проживання в готелі, під час створення бронювання для них відправляється **повідомлення в автоматичному режимі** з персоналізованим зверненням. Зміст листа полягає не тільки в підтвердженні бронювання, а й переліку основних та додаткових послуг закладу, які б могли зацікавити гостя під час запланованого перебування. Гість отримує можливість ознайомитися з указаним повідомленням у комфортний для себе час та вибрати інформацію, яка дійсно стане для нього корисною.

Під час безпосереднього «споживання» готельних послуг — проживання в готелі, для полегшення та пришвидшення процесу комунікації, за виникнення в гостя певних питань чи побажань щодо його перебування, у

закладі активно використовуються мобільні додатки для зв'язку або ж **Messenger**. Крім листа із загальним описом основних та додаткових послуг готелю, про які ми уточнили попередньо, після процедури поселення для гостя надсилається меню ресторану та короткий інструктаж рекомендованих дій у разі виникнення повітряної тривоги. Отримання даного листа дає можливість зекономити час гостя на пошук сторінки чи акаунту готелю, а також це пришвидшує та полегшує для нього процес висловлення власних побажань і, відповідно, дає змогу команді закладу оперативно на них реагувати.

Задля забезпечення комфортного проживання гостей у готелі кожен із номерів укомплектовано **табличкою з проханням не турбувати**, яку вони можуть використати для безконтактного інформування команди закладу щодо їхнього бажання максимальної тиші та спокою під час відповідного періоду перебування. Також аналогічна табличка може бути застосована для повідомлення працівників номерного фонду щодо необхідності додаткового прибирання номеру, для чого необхідно лише перевернути її зворотною стороною з написом «**Приберіть, будь ласка, номер**» (Додаток А).

Крім уточнених засобів, як метод відповідного типу обслуговування, що використовується безпосередньо в роботі номерного фонду готелю Number 21, є укомплектування номерів **боксами для безконтактного замовлення послуг пральні**. Для комфортного та швидкого інформування щодо необхідних для гостей кількості та типу речей, а також інших їх побажань стосовно особливостей прання чи прасування, у кімнатах розміщено бланк із переліком відповідних послуг та прејскурантом до них і пакет для компактного збору визначеного одягу, які гість може залишити під дверима номеру. Речі оперативно збираються працівниками поверхової служби та передаються відділу рецепції для подальшого транспортування до пральні. Готове замовлення повертається гостю в аналогічному зворотному

порядку з актуальним рахунком для оплати, який було попередньо додано до нарахувань карти гостя через систему готелю.

Серед додаткових послуг закладу безконтактний метод обслуговування застосовується навіть за надання місць на паркінгу для автомобілів гостей — **відкриття захисного шлагбауму паркінгу за допомогою мобільного зв'язку**. За попереднім уточненням на рецепції щодо необхідності отримання безкоштовного місця для паркування авто, гостю видається номер відповідного шлагбауму, зв'язавшись за яким, водій може самостійно та оперативно потрапити на внутрішній двір закладу, де й розташований паркінг готелю.

Було виявлено, що безконтактне обслуговування використовується закладом не тільки як метод удосконалення та урізноманітнення послуг, а й із метою збереження здоров'я та життя гостей і працівників готелю. І доказ цьому — заходи Number 21 у період роботи в умовах карантину, де максимальна безконтактність послуг була не бажанням, а, скоріше, необхідністю. У готелі було забезпечено наявність умов для безконтактного дезінфікування поверхонь тіла, одягу гостей та кімнат готелю: **автоматичні дозатори** з антисептичним засобом у загальних приміщеннях, інформування гостей щодо проведеної дезінфекції номеру через **спеціальні наліпки на дверях**, а також для відвідувачів закладу було забезпечено можливість безконтактної перевірки температури тіла за допомогою **інфрачервоних термометрів** (Додаток Б).

Проте, як результат, використання та надання певних послуг чи засобів може втратити свою актуальність завдяки послабленню чинників, що спричинили їх появу у списку бажаних чи необхідних для споживачів. Тому, на жаль, на заміну попереднім подібним умовам, прийшли інші — функціонування готелю в період режиму воєнного стану, що як ніколи вимагає введення додаткових заходів для безпеки гостей та працівників закладу.

Тому, крім поширення загальної інформації щодо дій у разі можливої евакуації та розміщення найближчого бомбосховища через інтернет-повідомлення, у приміщеннях загального користування готелю було розташовано **інформаційні стійки-вказівники** для орієнтування гостей у знаходженні підземного укриття. Для більшого акцентування уваги до даного питання аналогічну інформацію було продубльовано також у кожному з номерів у вигляді **односторонньої роздруківки** українською та англійською мовами. І, у разі оголошення місцевою владою інформації щодо наявності повітряної загрози чи інших надзвичайних ситуацій, команда закладу повідомляє про це мешканців готелю, використовуючи як персоналізоване оповіщення, тобто особистий зв'язок із кожним гостем окремо за допомогою внутрішнього телефону; так і безконтактне — **локальна система оповіщення** готелю, що підключається в ручному режимі.

Уточнені методи, які належать до безконтактного обслуговування та актуальні в застосуванні лише за відповідних умов, зокрема — воєнний стан, використовуються не тільки для того, щоби проявити закладом турботу до гостей та, відповідно, являються хорошим маркетинговим ходом. Дані заходи допомагають пришвидшити адаптацію та орієнтування відвідувачів до нових умов перебування під час виникнення обставин, які вимагають швидкої реакції.

РОЗДІЛ 2. РІВЕНЬ КЛІЄНТОЦЕНТРИЧНОСТІ ГОТЕЛЮ NUMBER 21 BY DBI ТА ЙОГО ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯК МІСЦЯ РОБОТИ ЗАЛЕЖНО ВІД ВИКОРИСТАННЯ БЕЗКОНТАКТНИХ ПОСЛУГ. МЕТОДИ І ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

2.1. Переваги та недоліки організації надання безконтактних послуг готелю Number 21 by DBI

Безконтактні послуги завжди відігравали визначну роль у процесі обслуговування споживачів готелю Number 21 by DBI. Особливо актуальним це стало у період воєнного стану, адже до основних критеріїв споживачів готельних послуг при виборі закладу розміщення, крім ціни, доступності та зручності, тепер додалися гігієна і безпека, що можуть бути ефективно забезпечені за допомогою безконтактних методів обслуговування [5, ст. 7].

Тому процес надання відповідних послуг — дуже відповідальний та вимагає більш комплексного підходу до організації їх технологій і асортименту.

Провівши попередній аналіз подібного напрямку послуг у готелі, було визначено, що заклад спеціалізується на наданні більш персоналізованого обслуговування, чим аргументовано орієнтування більшості безконтактних послуг на конкретного гостя: повідомлення при бронюванні, таблички та бокси в номерах, індивідуальний доступ до паркінгу і т.ін.

Цей чинник надає готелю велику перевагу поміж конкурентів за рахунок приваблення гостей не тільки легкістю та навязливістю послуг, чим характерне безконтактне обслуговування, а й їх персоналізованістю, що допомагає гостю відчувати себе особливим.

Крім того, варто уточнити, що прямою цільовою аудиторією закладу являються сім'ї та пари середнього і похилого віку, також невеликий відсоток припадає на бізнес-туристів, середній період проживання яких — 1-3 дні.

Проте, незважаючи на зниження попиту на готельну індустрію з метою відпочинку у зв'язку з наявними умовами в країні, упровадження безконтактних послуг, перелік яких зазначено у розділі вище, посприяло ативізації бізнес-туризму та заохоченню до поповнення цільової групи готелю такими категоріями туристів, як індивідуали та молоді пари, яких цікавить перебування у готелі на більш тривалий період. + додат. з Букінга

Також серед переваг надання готелем Number 21 by DBI зазначених послуг є те, що їх організація не вимагає додаткових витрат порівняно з іншими: для використання Messengers необхідно лише залучення допомоги безпосереднього працівника та споживання бездротового інтернету; організація автоматичної розсилки — разове налаштування і т.ін.. Тобто за мінімумом витрат готель може отримати максимум результату.

Чинник економності безконтактних послуг і, відповідно, відсутність їх впливу на зміну загальної ціни основних послуг закладу є також важливою перевагою для їхньої привабливості і для самих гостей. Адже, як було вказано попередньо, одним з факторів, що відіграють важливу роль під час вибору закладу розміщення, є ціна. Особливо це стало актуально зараз, у період економічної кризи та воєнного стану, коли поведінка споживачів, купівельна спроможність яких піддається впливу ряду об'єктивних і суб'єктивних факторів, характеризується більшою обережністю та вибірковістю задля збереження фінансів на більш необхідні напрями витрат, аніж дозвілля [15].

Також зменшенню витрат на забезпечення якісних безконтактних послуг сприяє їх багаторазовість, адже таблички та стійки-вказівники, листівки, що були ламіновані попередньо, піддаються повторному використанню.

Перевагою безконтактного обслуговування Number 21 by DBI є ще також легкість та невимушеність у сприйнятті гостем. Цей чинник пояснений насамперед бажанням “сучасної людиною”, сучасного користувача готельних послуг, заміни живого спілкування на віртуальну комунікацію. Ураховуючи

масовість такого явища, так звана “епідемію сором'язливості”, що, згідно даних статистики Badoo та Performics, дорівнює 64% від населення України, перехід на ведення комунікації безконтактно під час проживання гостей є досить логічним та дозволить залучити велику кількість споживачів [16].

Також цей чинник “віртуалізації комунікації” сучасного гостя дає можливість самому закладу дізнатися набагато більше щодо якості надаваних ним послуг, отримавши велику кількість зворотної відповіді споживачів. Це пов'язано з простотою та легкістю для гостя у безконтактному висловленні власних бажань чи зауважень — для нього набагато простіше та спокійніше сформулювати бажане інформаційне повідомлення наодинці, не бачачи співрозмовника, зокрема — працівника готелю [16].

Тим самим пояснюється полегшення організації та надання процесу обслуговування для їх безпосереднього виконавця — працівника Number 21 by DBI, адже забезпечення повною інформацією споживача послуг у письмовій чи віртуальній формі дозволяє працівнику не витратити власний час та енергію, уточнюючи лише основні моменти для гостя. Тому впровадження указаних безконтактних послуг являється додатковою перевагою закладу під час набору персоналу.

Перевагою використання готелем Number 21 by DBI безконтактних методів під час обслуговування є швидкість їх надання. Адже упровадження методів інформування чи перехід на повну комунікацію з гостем дистанційно, надання індивідуального доступу до потрапляння на паркінг готелю і т.ін., дозволяють зекономити час на додаткові уточнення і обговорення, а також передати необхідну інформацію коректно та стисло. Цей чинник грає важливу роль під час обслуговування гостя готелю, який бажає насолодитися комфортним проживанням та відпочити, не гаючи час на зайві розмови.

Також до переваг організації надання послуг готелем Number 21 by DBI дистанційно відноситься мобільність подібного обслуговування за рахунок

можливості використання каналів дистрибуції та безконтактного методу оплати за посиланням. Доступність для гостя до функції швидкого бронювання номеру дозволяє не залежати від його місцезнаходження у цей момент, збільшуючи тим самим коло потенційних споживачів. Мобільність безконтактних послуг особливо актуальна в умовах сьогодення в Україні, коли дуже часто виникає потреба раптової та оперативної зміни місця перебування.

Проте, крім указаних переваг, технологія надання безконтактних послуг готелем Number 21 by DBI має також певні недоліки.

Насамперед безконтактне обслуговування перешкоджає прямому щирому спілкуванню з командою готелю, яке є основою сфери гостинності. Надаючи перевагу використанню віртуальної комунікації, гість позбавляє працівника можливості обговорити безпосередньо з ним певні питання щодо послуг закладу та інших тем, чим зазвичай вони заохочують споживачів та завойовують їхню довіру. Саме це є основною причиною виникнення у відвідувача незадоволення від обслуговування — неповне “проговорення” персоналом можливостей чи умов послуг готелю, що сприймається гостем як неякісний сервіс.

Також цей чинник часто призводив до виникнення непорозумінь між готелем і гостем, адже інформація, надана у письмовій чи віртуальній формі (розсилка повідомлень чи замовлення послуг через Messenger), може сприйматися кожним гостем по-різному, залежно від коректності написання, правильності розуміння самим гостем повідомлення і т.ін. І, на жаль, дуже рідкі випадки, коли, після виникнення подібного незадоволення, гості зверталися до готелю напяму для уточнення відповідного незрозумілого питання, що ускладнює процес його вирішення для готелю. + додат відук з Букінгу

Саме тому перехід на повну автоматизації у сфері обслуговування — неможливий, адже це не можна буде вважати повноцінним обслуговуванням.

Інколи причиною попереднього недоліку, що виникає, під час надання безконтактних послуг у Number 21, є інший недолік — некоректність складення персоналом закладу пояснення до використання відповідної послуги чи написання листа до конкретного гостя з допущеною певною помилкою. Це призводить до неправильного чи повного нерозуміння гостем технології користування тією чи іншою послугою. Як приклад, подібний недолік виникає через технічну чи граматичну помилку під час автоматичного чи ручного повідомлення у звертанні до гостя, що може навіть спричинити конфлікт.

Також цей чинник проявляється у недотриманні логічного переходу між посиланнями сайту готелю під час здійснення бронювання, замість полегшення даного процесу, лише створює додаткові складнощі, заплутує його та позбавляє споживача бажання продовжувати процедуру взагалі.

Тому, назвавши перевагою безконтактних послуг Number 21 by DBI їх швидкість у наданні, варто уточнити недолік, який виникає при цьому, — необхідність у більш тривалому, аніж задля іншого типу послуг, процесі підготовки. Це виражається у створенні умов для їх надання на постійній основі: технічна структурованість передавання інформації, синхронізація даних з готельною системою, навчання персоналу у користуванні відповідними функціями.

Відповідно, під час використання безконтактного методу обслуговування у готелі Number 21, складність виникає і для самого персоналу — необхідність додаткової підготовки у напрямі програмного забезпечення, знання та навички у користуванні технічними засобами, уміння конкретного формулювання і висловлення інформації дистанційно, ведення ділового листування з гостем.

Упровадження безконтактних методів у період сучасних умов у країні несе за собою відповідні перепони — залежність дистанційного обслуговування від наявності електроенергії та мережі зв'язку. Адже, більшість надаваних готелем Number 21 by DBI послуг відповідного типу, такі як автоматизація допуску до проїзду чи виїзду з паркінгу, проведення безготівкової оплати, локальне оповіщення гостей і т. ін., неможливі у наданні без наявності стабільного електроживлення чи мобільного зв'язку. Цей чинник викликає необхідність передбачення подібних ситуацій та організації альтернатив до їх заміни на інші або ж контактні. Також варіантом вирішення питання, але недоліком для готелю у вигляді значних витрат, є необхідність придбання та установки додаткового оснащення по підтримці автономного електропідключення готелю.

2.2. **Можливі шляхи удосконалення технологій надання безконтактного обслуговування задля підвищення завантаження готелю та полегшення робочого процесу команди Number 21 by DBI**

Задля підвищення рівня якості надання безконтактних послуг готелю Number 21 by DBI, а також мінімізації недоліків у їх технології, у ході аналізу досліджуваного питання було розроблено ряд комплексних підходів та рекомендацій.

Як і було уточнено попередньо, перевагою готелю у напрямі безконтактного обслуговування є його співпраця з каналами дистрибуції. Проте, з метою розширення цільової аудиторії потенційних споживачів, ефективним впровадженням є збільшення чисельності відповідних партнерів, які спеціалізуються на проведенні посередницького бронювання послуг та зборі інформації щодо гостя (Agoda, Airbnb та ін.). Цей метод є дієвим для готельного бізнесу не тільки за рахунок збільшення каналів для просування інформації щодо закладу та її поширення серед потенційних споживачів, а й через покращення рівня управління готелем для керівництва готелю [17].

Також у період високої популярності соціальних мереж, з метою ефективного та оперативного поширення інформації щодо послуг готелю, актуальною є **активізація ведення профілю закладу та підключення послуг реклами** для його просування і, відповідно, збільшення аудиторії читачів його сторінки, які в майбутньому можуть стати потенційними споживачами. Активне та професійне використання соціальних мереж розкриє нові можливості та функції у вигляді збору інформації щодо уподобань сучасного споживача, їх соціального настрою, реакції на продукт готелю і т.д., що дозволить визначити шлях та методи удосконалення безконтактного та іншого обслуговування готелю [18].

Ще одним з можливих шляхів удосконалення та поповнення асортименту безконтактних послуг готелю Number 21 by DBI є рекомендація по впровадженню власного **готельного мобільного додатку** чи співпраця із

відповідними додатками для загального використання (MyStay, MyRoom). Таким чином готель зможе виокремитися серед конкурентів, адже це досить новий вид безконтактних послуг у готельному бізнесі, що поступово витісняє популярність веб-сайтів. І, звісно, такий напрям обслуговування допоможе спростити та пришвидшити процес надання послуг і покращить віртуальну комунікацію зі споживачем [19] [20].

Одним з небагатьох недоліків попереднього методу є вартість, проте альтернативою для задоволення аналогічних потреб готелю Number 21 є удосконалення листування з гостем, про яке йшлося у попередньому розділі, за допомогою використання **чат-боту** — програми, яка призначена для імітації бесіди. Перевагою їх використання, крім низьких витрат, є те, що це дозволить полегшити процес обслуговування для працівників та забезпечить наявність цілодобової оперативної відповіді на необхідні запити чи питання для гостей [21].

Методом удосконалення безконтактного поширення повідомлення щодо переліку послуг та інформації стосовно рекомендованих дій під час виникнення повітряної тривоги за рахунок комплектування номерів готелю Number 21 by DBI ламінованими листівками, рекомендовано замінити їх на QR-коди — двовимірний штрих-код, у якому зашифровано необхідну інформацію, для використання якої потрібна спеціальний встановлений додаток на смартфонах або навіть звичайна камера телефону. Це дозволить компактно розмістити необхідну інформацію, з якою гість може ознайомитися у повному обсязі і вибрати ключові моменти для себе з неї [24].

Також досить популярним та зручним є використання QR-кодів як одного з методів безготівкового розрахунку, використання яких дозволяє швидко і безконтактно провести оплату за послуги готелю.

Крім цього, комфортним для споживачів готельних послуг є наявність у відповідних закладах можливість передплати за допомогою Portmone —

міжбанківської електронної платіжної системи, яка дозволяє провести безготівковий повний розрахунок чи зробити преавторизацію коштів для подальшого їх використання у закладі дистанційно [25].

Можливістю переходу на безконтактний метод обслуговування є також спосіб заміни звичайних ключів, що використовуються у готелі Number 21 by DBI на даний момент, на електронні ключ-карти. Цей метод дозволить не тільки дистанційно керувати доступом до відповідного номеру чи цілої зони, а й покращить процес збору інформації щодо гостя та підвищить рівень безпеки за рахунок можливості відслідковування та ідентифікування осіб, якими використовується картка [22] [23].

Також одним з методів покращення безконтактного обслуговування за допомогою оповіщення гостей щодо наявності повітряної тривоги у місті, що являється актуальним у сучасних умовах в Україні, є його удосконалення за рахунок переведення на автоматичний централізований режим сповіщення, що полегшить та пришвидшить процес його підключення.

ВИСНОВОК

У період становлення та розвитку готельної індустрії у світі виникає все більше шляхів удосконалення їх послуг, що орієнтовані на зацікавлення сучасного споживача за рахунок пришвидшення та полегшення процесу його обслуговування. Ідеальним методом вирішення цього питання було впровадження безконтактних послуг, що сприяє, крім основної мети, наданню закладу конкурентних переваг серед інших готелів.

Проте, у період

Метою дослідження є збільшення цільової аудиторії гостей та підвищення рівня завантаженості закладу Number 21 by DBI за рахунок використання у процесі обслуговування безконтактних послуг.

Завданням проведеного дослідження було отримання конкретизованої інформації щодо переліку та організації послуг Number 21 by DBI, які надаються споживачу без попереднього контакту з працівниками закладу; оцінка рівня їх якості та формування переліку рекомендацій по удосконаленню, а також можливих варіантів розширення їх асортименту.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Талалай Вадим Вікторович: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Інновації та науковий потенціал світу» (м. Київ, 17.03.2016 р.) Вінниця: Видавництво-друкарня «ДІЛО», 2016. 52 с. С.18-20.
2. Арбузова Ю.В. Перспективні напрями розвитку зеленого туризму в Україні / Ю.В. Арбузова, В.Д. Яковенко // Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві. 2014. Вип.3(4). С.120-128.
3. Білецька Л. В. Економічна теорія: Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка: Навчальний посібник/ Л. В. Білецька, Л. В. Білецький, В. І. Савич; М-во освіти і науки України. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 651 с.
4. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2020. – 232 с.
5. Ковальчук С. В., Карпенко В. Л., Кравчик Ю. В., Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : тези доп. XV міжнар. наук.-практ. конф. (Хмельницький, 26–28 листоп. 2020 р.). – Хмельницький : ХНУ, 2020. – 194 с.
- 6.
7. .
8. .
9. .
- 10..
- 11..
- 12..
- 13..

- 14..
- 15..
- 16..
- 17..
- 18..
19. <https://visitukraine.today/uk/blog/40/mice-biznes-turizm-v-ukraini>
20. <https://www.synevyr.info/%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC-%D0%B2-%D1%83%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%85-%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8/>
21. <https://dbihotels.com/>
22. <http://kyiv-heritage-guide.com/page/khreschatik-vulicya>
23. <https://number21bydbi.com/about-us/>
24. <https://www.booking.com/hotel/ua/impresa.uk.html>
25. <https://forbes.ua/inside/kudi-ukraintsi-stali-bilshе-vitrachati-cherez-priskorennya-inflyatsii-infografika-19072022-7244>
26. <https://zakarpattya.net.ua/News/111470-64-ukraintsiv-zaminiuiut-zhyve-spilkuvannia-na-virtualne>
27. https://pidru4niki.com/15341220/turizm/suchasni_kanali_distributsiyi_turistichnih_poslug
28. <http://nikareklama.com.ua/analiz-efektivnosti-prosvannya-v-sotsialnih-merezhah/>
29. <https://expertsolution.com.ua/uk/mobilnie-prilozhenija-v-restoranom-i-otelnom-biznese>
30. <https://kalynivka.city/articles/234580/perevagi-ta-nedoliki-mobilnih-dodatkov-dlya-biznesu>
31. <https://internetdevels.ua/blog/pros-and-cons-of-using-chatbots-for-business>
32. <https://www.minregion.gov.ua/press/news/u-novih-i-rekonstruyovanih-gotelyah-dlya-posilennya-bezpeki-proponuyut-obov-yazkovo-vlashtovuvati-vhid-za-bezkontaktnimi-kartkami-novi-zmini-u-dbn/>
33. <https://chip-ua.com/uk/kartochki-klyuchi-dlya-gostinichnyx-zamkov.html>
34. <https://blog.ipay.ua/uk/gr-kody-u-bezgotivkovyh-oplatah-yak-cze-praczyuye/>
35. <https://www.portmone.com.ua/>



ДОДАТКИ

