

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Операційні бізнес-процеси суб'єкта готельного бізнесу

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

Самусенко
Крістіни
Олександрівни

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
« ____ » _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ

на випускню кваліфікаційну роботу студентові
САМУСЕНКО КРИСТИНИ ОЛЕКСАНДРІВНИ

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Операційні бізнес-процеси суб'єкта готельного бізнесу»

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

Мета роботи розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження операційних бізнес-процесів суб'єкта готельного бізнесу.

Об'єкт дослідження – технології бізнес-процесів суб'єкта готельного бізнесу.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до удосконалення бізнес-процесів у готелі «Hyatt Regency» міста Київ.

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ОПЕРАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ГОТЕЛЮ «HYATT REGENCY», М. КИЇВ

1.1. Аналіз операційних бізнес-процесів в готелі

1.2. Оцінка операційних бізнес-процесів готелю

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ГОТЕЛІ «HYATT REGENCY», М. КИЇВ

2.1. Організаційні форми операційних бізнес-процесів в готелі

2.2. Впровадження інноваційних операційних бізнес-процесів у готелі «HYATT REGENCY»

ВИСНОВКИ

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. - 12.01.2023 р.	10.01.2022 р. - 12.01.2023 р.
9	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	13.01.2023 р.- 17.01.2023 р.	13.01.2023 р.- 17.01.2023 р.
10	Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування	18.01.2023 р.	18.01.2023 р.
11	Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії	19.01.2023 р. 26.01.2023 р.	19.01.2023 р. 26.01.2023 р.
12	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Відповідно до Розкладу	Відповідно до розкладу

6. Дата видачі завдання «1» 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)

К.О. Самусенко
(ініціали, прізвище)

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Самусенко Крістіна виконала випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно календарного плану. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає вимогам. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У випускній кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні, методологічні та практичні засади щодо впровадження інноваційних операційних бізнес-процесів у готелі. Проаналізовано фактори впливу на операційні бізнес-процеси в готелі Hyatt Regency міста Києва. Розглянуто напрямки впровадження організаційних форм операційних бізнес-процесів в готелі. На основі отриманих результатів економічно обґрунтовано програму заходів щодо впровадження інноваційних операційних бізнес-процесів у готелі. Обґрунтовано прогноз результативності удосконалення впровадження інноваційних впровадження інноваційних операційних бізнес-процесів у готелі

Керівник випускної
кваліфікаційної роботи

М.В. Кулик

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Самусенко К.О.
(прізвище, ініціали)
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)

« » 2022 р.

ЗМІСТ

6

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ОПЕРАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ГОТЕЛЮ «НУАТТ REGENCY», М. КИЇВ.....	9
1.1. Аналіз операційних бізнес-процесів в готелі.....	9
1.2. Оцінка операційних бізнес-процесів готелю.....	15
РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАЦІЙНИХ БІЗНЕС- ПРОЦЕСІВ У ГОТЕЛІ «НУАТТ REGENCY», М. КИЇВ.....	24
2.1. Організаційні форми операційних бізнес-процесів в готелі.....	24
2.2. Впровадження інноваційних операційних бізнес-процесів у готелі «НУАТТ REGENCY».....	30
ВИСНОВКИ	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	
ДОДАТКИ	

Актуальність теми. Описання загальної роботи підприємства та його бізнес-процесів – це дуже складне завдання. Складність управління бізнес-процесами, які існують на сучасних підприємствах, утворює об'єктивні передумови для використання сучасних засобів для їх моделювання, що обумовлює актуальність роботи. Тема операційних бізнес-процесів в готелі є дуже актуальною, оскільки вона важлива для функціонування готелю як компанії. Операційні бізнес-процеси включають в себе різні дії, які необхідно виконувати для забезпечення гостинності та комфорту гостей, а також для ефективного управління ресурсами готелю. Операційні бізнес-процеси в готелі включають в себе бронювання номерів, оформлення проживання, обслуговування гостей, обладнання, забезпечення безпеки та охорони, обслуговування гостей в ресторані та барі, проведення конференцій та мережеві заходи та інші. Успішне виконання цих процесів може допомогти готелю підтримувати свою репутацію.

Метою є розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження операційних бізнес-процесів у підприємствах готельного господарства.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд наукових завдань:

- дослідити організацію операційних бізнес-процесів підприємства готельного господарства;
- проаналізувати фактори впливу на ефективність операційних бізнес-процесів готелю;
- оцінити рівень якості сервісних процесів ресторану;
- розробити напрями удосконалення бізнес-процесів у готелі;
- обґрунтувати пропозиції щодо впровадження інноваційних бізнес-процесів у готелі «HYATT REGENCY».

Об’єкт дослідження – операційні бізнес-процеси суб’єкта готельного бізнесу.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до удосконалення операційних бізнес-процесів у готелі «Hyatt Regency», м. Київ.

Методи дослідження. У роботі використані такі способи і прийоми наукових досліджень: статистичні, аналіз, метод експертних оцінок.

Інформаційна база. Основними інформаційними джерелами, що були використані в процесі виконання випускної кваліфікаційної роботи, є матеріали, наведені в вітчизняній та закордонній науковій спеціалізованій літературі, законодавчих та нормативних актах, наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених, мережі Інтернет, статистичні дані Державної служби статистики України, внутрішня звітність готелю «Hyatt Regency» та матеріали з сайту готелю.

Практичне значення одержаних результатів полягає у обґрунтуванні положень, висновків та рекомендацій, що можуть бути методичною основою для впровадження операційних бізнес-процесів у готелі.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел із 23 найменувань та додатків. Загальний обсяг роботи становить 44 стор., на яких представлено 2 таблиці, 2 рисунки та 7 додатків.

РОЗДІЛ 1

ДІАГНОСТИКА ОПЕРАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В ГОТЕЛІ «HYATT REGENCY», М. КИЇВ

1.1. Аналіз операційних бізнес-процесів в готелі

Питання забезпечення належної якості бізнес-процесів були актуальні у всі часи, проте особливу гостроту вони набули в період становлення й активного розвитку ринкових відносин в економіці. Раніше споживач бажав якості, а зараз він його вимагає оскільки насиченість ринку продукції і послуг сприяє їх вільному вибору.

Головним атрибутом ринку готельного бізнесу є конкуренція, яка постійно посилюється у зв'язку з виходом на український ринок світових готельних мереж. Конкуренція для готелів є значною спонукальною силою для втілення у свою діяльність інновацій і випуску конкурентоспроможної продукції.

У готельному бізнесі важко контролювати якість, тому що його продукт не можна виміряти як щось матеріальне: товаром є послуга. Якість її залежить від того, хто й при яких умовах виконує свою функцію. Готельні послуги виробляються й споживаються одночасно, що обмежує можливість контролювати їхню якість. Непросто зберегти високу якість обслуговування в умовах підвищеного попиту.

Проте, незважаючи на усі труднощі контролю та підвищення якості, існують переваги випуску якісного продукту або послуги:

- розширення ринку збуту;
- підвищення іміджу готелю;
- збільшення ефективності виробництва;
- збільшення задоволеності споживача;
- ріст конкурентоспроможності підприємства;
- зменшення числа помилок;

- створення позитивного мікроклімату в колективі;
- можливість розширення мережі клієнтів;
- збільшення доходів підприємства.

Сьогодні одним з основних завдань українських готельєрів є створення системи якісного надання послуг, що дозволяє забезпечити надання конкурентоздатних готельних послуг.

Важливим елементом процесу надання якісних послуг є втілення в діяльність підприємства процесного підходу, який є ключовою вимогою ДСТУ ISO 9001:2009. Основною проблемою вітчизняних підприємств є те, що весь процесний підхід розробляється формально, лише на папері задля отримання сертифікату систем управління якістю (СУЯ).

У рамках процесного підходу будь-яке підприємство розглядається як бізнес-система, яка являє собою сукупне зв'язання безлічі бізнес-процесів, кінцевою метою яких є випуск продукції або послуги.

Поняття «бізнес-процеси» останнім часом досить популярно й навіть покрито деяким нальотом містики. Насправді все просто. Бізнес-процес - це набір дій, що виконується в компанії для одержання заданого результату.

Відповідно до цього визначення у діяльності готелю «Hyatt Regency» можна виділити наступні групи бізнес-процесів:

1. Бізнес-процеси продажу готельних номерів;
2. Бізнес-процеси обслуговування готелю:
 - 2.1. Господарське обслуговування готелю;
 - 2.2. Інженерне обслуговування готелю;
 - 2.3. Інформаційно-технічне обслуговування;
3. Бізнес-процеси організації харчування;
4. Бізнес-процеси постачання готелю;
5. Бізнес-процеси надання додаткових послуг:
 - 5.1. Бізнес-процеси надання послуг Wellness-центру;
 - 5.2. Бізнес-процеси надання бізнес-послуг;
 - 5.3. Бізнес-процеси надання розважальних послуг;

- 5.4. Бізнес-процеси надання послуг тренажерного залу;
6. Маркетингова діяльність у готелі;
7. Організація обліку та фінансової діяльності;
8. Організація охорони готелю;
9. Транспортні бізнес-процеси;
10. Юридичний супровід діяльності;
11. Бізнес-процеси керівництва готелем.

Бізнес-процес продажу готельних номерів в «Hyatt Regency» складається з наступних операцій: бронювання номеру, прийом та реєстрація клієнта, розрахунок з клієнтом, супроводження клієнта в номер.

Бізнес-процеси обслуговування готелю мають 3 вектора діяльності:

- господарське обслуговування готелю;
- інженерне обслуговування готелю;
- інформаційно-технічне обслуговування.

Господарське обслуговування готелю включає наступні процеси: прибирання номерного фонду, прибирання території готелю, прання текстильної продукції готелю.

Інженерне обслуговування готелю включає забезпечення технічної справності систем вентиляції, кондиціонування, освітлення, опалення, водопостачання, каналізації та вертикальних комунікацій.

Інформаційно-технічне обслуговування готелю – це технічне обслуговування автоматизованої системи керування готелем, лагодження комп'ютерів та оргтехніки, контроль роботи систем готельного телебачення та зв'язку, Інтернету.

Бізнес-процеси організації харчування клієнтів у ресторанах готелю – це надання послуг департаментом їжі та напоїв.

Бізнес-процеси постачання готелю – це закупівля та контроль наявності продуктів харчування, меблів, обладнання, інвентарю, необхідних для якісного функціонування готельного комплексу.

Бізнес-процеси надання додаткових послуг – це надання послуг Wellness-центру, бізнес-центру, розважального центру та тренажерного залу.

Організація обліку та фінансова діяльність – контроль фінансової діяльності готелю, бухгалтерський облік, розробка бюджету готелю, планування економічних показників діяльності, розрахунки з клієнтами та працівниками.

Організація охорони готелю – це діяльність по забезпеченню безпеки гостей готелю та їх речей, а також безпеки співробітників готелю. До організації безпеки готелю також належить забезпечення економічної безпеки «Hyatt Regency».

Транспортні бізнес-процеси характеризують діяльність служби таксі, послуги зустрічі гостя у аеропорту, на залізничному або авто вокзалі.

Юридичний супровід діяльності готелю – це процеси, які стосуються юридичних питань: укладання договорів, врегулювання питань з постачальниками, співробітниками, клієнтами, захист інтересів підприємства у суді.

До бізнес-процесів керівництва готелем належать діяльність генерального директора, зокрема через діяльність департаменту по роботі з персоналом готелю.

Виходячи з цього визначення, до основних бізнес-процесів готелю належать бізнес-процеси продажу готельних номерів, організації харчування, надання додаткових послуг.

Бізнес-процеси підприємства поділяються на 4 групи: основні, підтримуючі, бізнес-процеси управління та розвитку (рис 1.1)

Рисунок 1.1

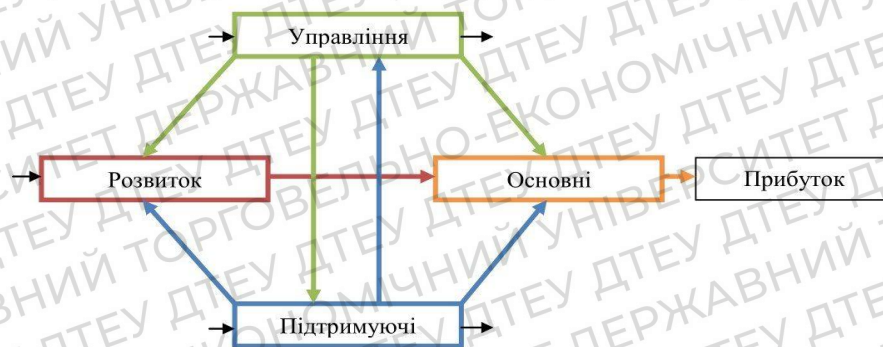


Рисунок 1.1 Назва рисунку

Основні бізнес-процеси – це процеси, які створюють вартість продукту і сам продукт, що має цінність для клієнта; формують результат і споживчі якості, за які клієнт згоден платити гроші. Вони безпосередньо спрямовані на отримання прибутку.

Підтримуючі бізнес-процеси – це постачальники основних процесів, процеси, які забезпечують інфраструктуру готелю та її надійне функціонування.

Бізнес-процеси розвитку – це процеси, які не створюють прибутку у поточній діяльності, але спрямовані на отримання вигод і прибутку у майбутньому, забезпечують розвиток готелю.

Бізнес-процеси управління – це процеси, які спрямовані на керування усіма трьома групами бізнес-процесів.

Оскільки методологія функціонального моделювання бізнес-процесів порівняно новий напрямок у дослідженні проблем теорії і практики людської діяльності, то вона тільки починає привертати увагу науковців і провідних керівників-практиків. Як показує аналіз сучасної періодичної наукової літератури, область застосування цієї методології вже достатньо різноманітна.

Найбільш активно ця методологія застосовується для вирішення економічних питань, зокрема фінансових, та проблем управління виробничою, організаційною, фінансовою та іншою діяльністю підприємств і організацій.

Сучасне, складне й динамічне ринкове середовище жадає від українських підприємств постійного удосконалення своїх систем управління й

інформаційних систем їхньої підтримки. Одним з основних напрямків створення ефективної системи управління підприємством є застосування процесного підходу до організації й управління фінансово-господарською діяльністю підприємства.

Готельне господарство характеризується широким набором надаваних послуг як тим споживачам, що проживають у готелі, так і тим, що мешкають поряд з готелем. Широкий набір послуг вимагає здійснення різноманітної діяльності, що значно ускладнює організацію та управління цією діяльністю.

Саме ця галузь економіки потребує застосування системного і процесного підходу до вивчення питань і розробки перспективних методів організації та управління процесами надання готельних послуг.

Аналіз літературних джерел показав відсутність відомостей щодо функціонального моделювання бізнес-процесів у готельному господарстві на прикладі роботи департаменту їжі та напоїв.

1.2. Оцінка операційних бізнес-процесів готелю

Динамічний розвиток зумовлює появу закладів готельного господарства різних типів і цінових категорій, що дає споживачам можливість вибрати такий заклад, який найбільше підходить для них за всіма критеріями ефективності управління.

Діяльність готелів та подібних засобів тимчасового розміщування протягом 2015-2018 рр. характеризується поступовим зростанням кількості суб'єктів господарювання. Так, у 2016 р. порівняно з 2015 р. кількість суб'єктів господарювання у цій сфері зросла з 4035 од. до 4104, тобто збільшилася на 1,7%. У наступних 2017 та 2018 рр. така тенденція до зростання продовжилася і кількість суб'єктів господарювання зросла до 4432 та 4985 од. відповідно, тобто збільшення відбулося у 2017 р. на 8%, а в 2018 р. ще на 12,4%. Переважна більшість суб'єктів господарювання у цьому секторі - це суб'єкти малого підприємництва, точніше мікропідприємництва.

Безумовно, технологічний процес операційних бізнес-процесів споживачів у готелях включає стандартний перелік послуг, які надаються гостю, але він може бути варіативним у технологічному циклі. Також слід зазначити, що завжди зберігається послідовність надання основних послуг на кожному етапі процесу:

- бронювання місць;
- прийом, реєстрація і розміщення гостя;
- виїзд і остаточна оплата послуг готелю тощо.

Поняття «якість» у готельній індустрії має свої особливості. У найзагальнішому сенсі можна виділити три основні підходи до визначення якості послуг:

По-перше, якість - це точне визначення потреб клієнтів для їх подальшого виконання. Найголовніше правило обслуговування - задовольнити всі потреби клієнтів.

По-друге, якість - це не лише задоволення потреб клієнтів, а ще й правильне їх надання. Наприклад, якщо послуга буде надана, але персонал закладу буде надавати дані послуги з небажанням та недобросовісно, то задоволення від споживання подібної послуги клієнт, скоріше за все, не отримає.

По-третє, якість повинна бути постійною. Однотипні послуги повинні надаватися багаторазово і з постійною якістю. Клієнт, який постійно відвідує один і той самий готель, не повинен бачити суттєвої різниці між послугами, наданими в перший раз і в усі наступні факти відвідування готелю.

Проблему надання якісного обслуговування в готелі можна вирішити кількома способами. Перший напрям - американська модель інтернаціоналізації. У сучасній індустрії туризму мандрівник має можливість вибирати з безлічі підприємств, отримуючи якісне і різноманітне обслуговування там, де він вважає за потрібне. На вибір часто впливає можливість отримання гарантованого рівня сервісу без «будь-яких сюрпризів». Сьогодні лідерами такої гарантованої інтернаціональної системи якості є готельні ланцюги.

У міжнародній практиці існує два найпопулярніших підходи до визначення якості обслуговування. Перший - визначення якості обслуговування на основі оцінки корисних властивостей і характерних особливостей процесу надання послуг: інформація щодо точного уявлення про особливості та властивості наданих послуг, які викликають задоволення споживачів, є засобом виміру рівня якості. Щодо іншого підходу до визначення якості обслуговування, то це оцінка недоліків у процесі обслуговування клієнтів. Відсутність недоліків - головний шлях досягнення високого рівня якості.

Незалежно від зусиль закладу навіть у найкраще спроектованому й організованому закладі готельного господарства може з'явитися клієнт, незадоволений його послугами, тому провідною ідеєю управління якістю є орієнтація на клієнта, повне забезпечення його вимог.

Якість послуг - це відповідність наданих послуг очікуваним або встановленим стандартам. Таким чином, стандарти, їхні реальна форма і зміст є критеріями якості обслуговування у готелі. Критерії оцінки якості наданої послуги для споживача - це ступінь його задоволення, тобто відповідність отриманого та очікуваного. Критерій ступеню задоволення клієнта - це бажання повернутися ще раз і порадити це зробити своїм друзям і знайомим.

Якість готельних послуг потрібно розглядати як єдність трьох складових частин.

1. Базова якість - це сукупність тих властивостей послуги, наявність якої споживач вважає обов'язковою.
2. Необхідна (очікувана) якість - це сукупність технічних і функціональних характеристик послуги. Вони показують, наскільки послуга відповідає тому, що було заплановано виробником.
3. Бажана якість представляє для споживача несподівані цінності запропонованої йому послуги, про наявність яких він міг тільки мріяти, не припускаючи можливості їх реалізації.

Помилково створюється враження, що послуги готельного господарства задовольняють потреби нижчого рівня піраміди потреб Маслоу - потреби сну й голоду, а саме фізіологічні потреби, що доповнюються хіба що потребою в безпеці клієнта або його майна.

Проте у міру задоволення елементарних потреб готельні послуги задовольняють потреби вищого рівня, наприклад:

- суспільні потреби - приналежність до групи людей, які користуються послугами закладів вищого рівня обслуговування;
- потреби поваги й визнання - здатність користуватися перевагами «постійного клієнта»;

- потреби самореалізації - матеріальна здатність користуватися послугами готельного господарства тощо.

Про піраміду потреб Маслоу необхідно пам'ятати, замислюючись над наданням послуг розміщення та харчування, над остаточною їхньою формою. Це нагадує, що споживач може очікувати від закладу чогось більшого, не тільки задоволення фізіологічних потреб, а й надання додаткових послуг вищого рівня.

Залежно від ознаки класифікації продукту йому відповідають різні типи показників якості. У кожній із шести основних груп, своєю чергою, виділяють кілька типів показників якості, кожен з яких характеризує ті чи інші властивості продукції (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Основні показники якості

№	Ознака класифікації	Типи показників
1.	Відношення до властивостей продукції	1. Призначення. 2. Надійність. 3. Технологічність. 4. Ергономічність. 5. Стандартизація. 6. Патентно-правові. 7. Економічні.
2.	Кількість відображених властивостей	1. Одиничні. 2. Комплексні.
3.	Метод визначення	1. Інструментальні. 2. Розрахункові. 3. Статистичні. 4. Органолептичні. 5. Експертні.

		6. Соціологічні. 7. Комбіновані.
4.	Стадія визначення	1. Проектні. 2. Виробничі. 3. Експлуатаційні. 4. Прогнозовані.
5.	Розмір відображених величин	1. Абсолютні. 2. Приведені.
6.	Значимість під час оцінки якості	1. Основні. 2. Додаткові.

Формування показників для оцінки якості обслуговування у готелі є досить складним процесом, бо вони через свою комплексність не піддаються безпосередньому виміру, а отже, підлягають диференціації на більш прості об'єкти. Найвищий рівень якості обслуговування у готелі можливо досягти за рахунок демонстраційного типу виконання процесу, де споживач спостерігає за ходом виконання операцій із виробництва кулінарної продукції, але й вони не завжди можуть також бути доцільними для різних типів підприємств.

Основними критеріями якості надання послуг в готелі «Hyatt Regency» є комплексність послуги (рівень задоволення потреб споживачів), якість праці персоналу (рівень кваліфікації, професійність), якість послуги (результат виконання операцій з обслуговування), якість матеріально-технічної бази, де відбувається процес обслуговування. До показників якості обслуговування можна віднести комплексність обслуговування, якість роботи персоналу з обслуговування, якість приміщень та місць для виконання процесу надання послуги.

До основних методів або інструментів контролю якості відносяться такі статистичні методи (табл. 1.2):

Таблиця 1.2

Класифікація видів та методів оцінки якості

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

Оцінку якості за вибором системи показників або, інакше кажучи, за їх видом можна розділити на диференційовані, комплексні та змішані. Рід час проведення аналізу якості необхідно керуватися принципом, що думка клієнта про якість наданих готельних або ресторанних послуг є основною. Виходячи із

цього, основним методом збору даних, необхідних для проведення аналізу якості, повинен стати анкетний метод.

Можна виділити низку критеріїв якості готельних послуг:

- компетентність - виражається у тому, що персонал готелю володіє необхідними знаннями і навичками та достатнім рівнем професіоналізму для надання тих чи інших послуг;
- надійність - визначається стабільністю роботи закладу готельного господарства;
- чуйність - персонал закладу прагне за можливості задовольнити всі побажання своїх клієнтів, надаючи нетипові послуги;
- доступність - персонал повинен бути контактним і доступним, клієнт не повинен шукати працівника відповідної служби по всьому закладу;
- розуміння - один із головних елементів гостинності, який заснований на розумінні всіх специфічних потреб клієнтів та їх подальшому задоволенні;
- комунікація - персонал повинен бути максимально відкритим для клієнта і надавати доступ до необхідної йому інформації;
- довіра - показник якості, що виражається у тому, що задоволений обслуговуванням клієнт уважатиме цей готель найкращим і в майбутньому пропонуватиме його послуги своїм близьким, друзям, знайомим, підвищуючи тим самим репутацію закладу;
- безпека - основна властивість готельної послуги, що відбиває головну потребу будь-якого клієнта - потребу в моральній та фізичній безпеці;
- ввічливість - персонал повинен бути ввічливим, доброзичливим, дружелюбним, уважним;
- відчутність - клієнт повинен не тільки споживати, а й відчувати надані послуги, що досягається за рахунок оформлення приміщень і будівлі закладу, а також уніформи персоналу.

Для реалізації принципів підвищення якості послуг у готелях необхідний механізм, який буде системою, що визначає порядок діяльності менеджменту готелів, спрямованої на підвищення якості комплексу послуг засобів розміщення (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 Структура механізму підвищення якості послуг у готелях і ресторанах.

Необхідним компонентом механізму є управлінський, що передбачає відповідальність керівників засобів розміщення та ресторанів за проведення заходів у сфері вдосконалення якості та підвищення ефективності послуг і реалізацію управлінського потенціалу.

Під час оцінки управлінського потенціалу доцільно використовувати європейський і американський досвід, здійснюючи аналіз за такими характеристикам:

- вектори спрямованості особистості (на справу, на спілкування, на себе);

- рівень інтелекту;
- здатність до творчості (креативність);
- рівень агресивності;
- рівень суб'єктивного контролю;
- комунікабельність;
- самооцінка і рівень домагань;
- тривожність і впевненість у собі;
- психологічний статус;
- стиль спілкування і керівництва;
- організаторські здібності.

Для ефективної реалізації механізму необхідне дотримання принципів управління, виконання спеціальних функцій управління, застосування методів та інструментів управління. Лише взаємодія з динамічним середовищем передбачає рух коштів розміщення в напрямі розвитку, що вимагає врахування потреб туристів, підвищення конкурентоспроможності та якості послуг, формування ефективної цінової політики.

РОЗДІЛ 2

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В ГОТЕЛІ «HYATT REGENCY», М. КИЇВ

2.1 Організаційні форми операційних бізнес-процесів у готелі.

Операційні бізнес-процеси - це сукупність дій та етапів, які спрямовані на надання послуг гостям у готелі. Вони включають у себе всі дії, які виконуються у готелі з метою забезпечити гостям комфортне проживання, сприяти їх релаксації та задоволенню їхніх потреб.

Надання послуг у готелі - це система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту та задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити гостей. З кожним роком ці запити і вимоги до послуг підвищуються. Причому, чим вища культура і якість обслуговування гостей, тим вищий імідж готелю, тим привабливіший він для клієнтів і тим успішніша його діяльність.

Висока якість надання послуг гостям забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб готелю, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалювання форм і методів обслуговування, вивчення і впровадження передового досвіду, нової техніки і технологій, розширення асортименту та вдосконалення якості наданих послуг.

Послуги проживаючим може надавати персонал готелю (сервісне і номерне обслуговування) і персонал інших підприємств (підприємства торгівлі, перукарня, медпункт тощо), розташованих у готелі.

У сфері гостинності організація операційних бізнес-процесів належить до вагомих чинників, які впливають на якість процесу обслуговування, фінансово-економічну ефективність функціонування, процес управління підприємством. Організація цього процесу в готелі є стандартною стосовно такого типу

підприємств, хоча в кожному з них, відповідно до розмірів, структури організації, категорії орієнтації на ринковий сегмент.

Перша фаза гостьового циклу у готелі «Hyatt Regency» починається зі спілкування потенційного клієнта з персоналом готелю задовго до прибуття гостя у засіб розміщення. Це здійснюється через телекомунікаційні засоби і пов'язане з можливістю попереднього замовлення (бронювання) послуг готелю. Інформація про змогу бронювання номерів (місць) може надходити з різних джерел — постійних та епізодичних. Постійні джерела заявок на бронювання надходять від туристичних агентів із продажу, компаній, фірм, які організують виставки, конференції, семінари, а також від промислових та інших компаній, близьких у розташуванні до готелю, що зумовлює необхідність розміщення співпрацівників, партнерів у бізнесі. Епізодичні (поодинокі) заявки на бронювання надходять від фізичних осіб або компаній, у котрих виникла потреба в одноразовому розміщенні в готелі.

У процесі першого потенційного контакту клієнт отримує від працівника готелю вагомий інформацію про структуру послуг, розташування відомих об'єктів, тарифи тощо або може підтвердити важливу для себе інформацію про засіб розміщення. Попереднє спілкування завершується внесенням працівником служби реєстрації заявки клієнта в журнал реєстрації календарного бронювання номерів (місць) та обліку клієнтів у готелі. Відтоді починається офіційний початок гостьового циклу обслуговування клієнта у готелі. Журнал реєстрації заявок бронювання номерів (місць) та обліку клієнтів у готелі, крім прогнозування та планування обсягів завантаження готелю, раціонально розподіляє на перспективу затрати зусиль і ресурсів у створенні готельного продукту, руху фінансових ресурсів, визначає необхідну кількість штатних працівників та ін.

Упродовж першої фази гостьового циклу відбувається остаточна підготовка засобу розміщення до прийому гостя — до прибуття підтверджується факт його приїзду, ймовірна часткова зміна терміну прибуття,

необхідність трансферу, передбаченого послугами готелю, екскурсійні послуги, спрямовані на ознайомлення з культурно-історичними особливостями міста. У переддень поселення здійснюють остаточну санітарну підготовку номера.

Друга фаза гостьового циклу пов'язана зі зустріччю гостей на вокзалі, в аеропорту, трансфером у готель, реєстрацією та розміщенням клієнта в готелі. Зустріч гостей і трансфер у готель мають важливу психологічну й анімаційну функцію, адже перші враження від контакту з персоналом, містом, готелем найяскравіше та найдовше запам'ятовують клієнти. Водночас зустріч і трансфер менше втомлюють гостей. Вагомий момент у готельному бізнесі; надто втомлений, невдоволений клієнт — це втрачені кошти від невикористання ним додаткових послуг готелю. У процесі трансферу доцільно надати інформацію клієнтові про особливості положення готелю стосовно важливих об'єктів соціально-культурної, ділової інфраструктури міста.

З прибуттям у готель друга фаза гостьового циклу причетна до організації поселення гостей. Клієнт отримує інформацію про послуги, особливості організації роботи засобу розміщення, його планування, попередньо оплачує проживання та наперед обумовлені додаткові й супутні послуги готелю. Отже, ця фаза виконує також інформаційну, адаптаційну й комунікаційну функції. Третя фаза гостьового циклу у готелі «Hyatt Regency» найтриваліша і пов'язана з обслуговуванням гостей. Готелі, крім пропозиції номерів, мають для комфортного проживання надавати (згідно з категорією, спеціалізацією, розмірами та ін.) певний обсяг додаткових послуг.

Для всіх вищезазначених послуг готель «Hyatt Regency» використовує внутрішнє посвідчення особистості.

Картка, яка включає ім'я гостя та період перебування видається при реєстрації разом із ключем. Така картка використовується для підтвердження особистості гостя в окремих службах готелю:

- басейн,

- пляж,
- тенісні корти,
- врахування витрат (їжа, напої з бару або кафетерію чи ресторану, сувеніри тощо). На той час, як реєстрація гостя близька до завершення і гість отримує картку, до обслуговування підключається посильний.

Служба посильних (коридорних) виконує ряд важливих функцій. Функції посильного:

- супроводжує гостя до кімнати і допомагає з багажем;
- пояснює розташування відділів та служб готелю, ресторану, відпочинкових послуг, інформує про порядок їх роботи;
- здійснює заключну перевірку кімнати при заселенні гостя;
- розміщує багаж гостя на спеціальному столику, пояснює функціонування освітлення, телебачення та кондиціонера, перевіряє стан ванної кімнати;
- пропонує додаткові послуги. Гаражна служба, швейцари та служба посильних першими зустрічають і до останньої хвилини супроводжують гостя готелю. Перше враження від спілкування з цими службовцями готелю має довготривалий позитивний (чи негативний) вплив на сприйняття гостем якості обслуговування в готельному підприємстві.

Найважливішого значення при визначенні гостями якості і рівня організації надання послуг в готельному підприємстві має оцінка персоналу, який напряму спілкується з клієнтами. Крім вже зазначених службовців, які першими зустрічають гостей готелю - швейцари, посильні (коридорні), порт'є - велику роль у наданні повсякденних послуг клієнтам відіграють - консьєржі. Консьєржі розміщуються за спеціальним столиком у вестибюлі готелю або на поверсі, якщо в даному готелі передбачено такий вид обслуговування.

Серед основних послуг, надання яких покладається на консьєржів:

- добування квитків на найпопулярніші спектаклі, навіть якщо замовлення поступає саме в день вистави. Звичайно, така послуга сплачується з 50% націнкою;
- замовлення столика в ресторані, навіть, якщо вільних місць немає;
- поради про місцеві ресторани, атракціони, заклади розваг;
- бронювання та підтвердження місць на авіарейси;
- окремі послуги клієнтам-VIP, іноді, навіть, здійснення покупок за замовленням;
- виклик лікаря, замовлення, доставка через службу посильних ліків тощо;
- організація відправки сувенірів, подарунків, квітів в різні куточки світу в залежності від замовлення клієнта.

Іноколи консьєржам доводиться організовувати надання послуг досить незвичайного характеру:

- організація весілля за декілька днів;
- оформлення віз в консульстві або посольстві;
- виконання ділових доручень, - власне будь-яких потреб, що можуть виникнути у клієнта під час перебування в готелі.

У четвертій фазі гостьового циклу відбувається повний розрахунок клієнта за проживання та надані додаткові платні послуги. Під час остаточного розрахунку необхідно переглянути точність рахунку і разом з клієнтом — відповідність усіх нарахувань за термін його перебування в готелі. Потрібно завжди звертати увагу гостя на перевірку правильності нарахування суми, а якщо допущена помилка, — внести відповідні зміни і вибачитись перед клієнтом. Підтверджує правильність рахунку підпис клієнта.

В готелі «Hyatt Regency» завершальна фаза гостьового циклу пов'язана зі трансфером гостей на вокзал. Запровадження цієї послуги стимулюватиме гостей повторно відвідати засіб розміщення завдяки комфортності, індивідуальному підходу в процесі надання послуг.

До складу житлової частини готелі входять: номери, горизонтальні комунікації (коридори), вітальні, сходово-ліфтові холи, приміщення чергового персоналу. Номер для того, що приїжджає має багатофункціональне призначення. Він забезпечує ночівлю, є місцем відпочинку, їжі, особистої гігієни, роботи, спілкування. У номері зберігаються особисті речі гостей.

Для підтримки чистоти і порядку в номерах проводиться прибирання, яке класифікують по категоріях, видах і призначенні для того, щоб правильно організувати проведення робіт по забезпеченню чистоти в готелі. Для цього виділяють також певні категорії персоналу:

- покоївки, які прибирають житлові номери;
- прибиральники, зайняті на прибиранні коридорів, холів, сходів, вестибюля;
- прибиральники виробничих і службових приміщень, майстрових і технічних служб.

Першочерговими послугами, які отримують туристи в готелі, є розміщення і харчування. Харчування є однією з основних послуг в технології туристського обслуговування. Можна виділити три основні форми обслуговування: харчування, сплачене гостем; харчування, не включене у вартість номера; харчування, що надається за додаткову плату.

2.2 Впровадження інновацій операційних бізнес-процесів у готелі

Технології в області гостинності розвиваються стрімко. Це пов'язано з тим, що перед готельєрами стоять дві основні завдання: отримати якомога більше клієнтів, організувавши максимальну кількість продажів, і завоювати гостя, зробивши його постійним гостем. Здійснити ці завдання без інноваційних рішень нереально. Боротьба за кожного гостя, особливо в умовах кризи, вимагає від готелів модернізації як в технологіях, так і у свідомості. Перешкоди до впровадження інноваційних технологій зазвичай такі: вартість самої інноваційної розробки, необхідність адаптації до неї самого підприємства і, нарешті, те, що керуючі, як правило, зосереджені на отриманні доходу з поточної діяльності підприємства. Довести власнику, що те чи інше інноваційне рішення дозволить отримати більший дохід у майбутньому - завдання складне. На жаль, ще не всі зрозуміли, що криза поставила жорсткі умови: або ти приймаєш нові правила, або програєш.

У 2009 р. компанія Лібра Хоспіталіті вивела на готельний ринок новий революційний продукт - мульти-готельне рішення для мереж, що надається за моделлю Saas - Libra OnDemand CRM. Даний продукт вже інтегрований з системою управління готелем epitome PMS і Fidelio, істотно розширює функціональні можливості системи управління готелем.

Серед основних функціональних можливостей Libra OnDemand можна виділити наступні:

- управління відділом продажів і маркетингу готелю;
- управління взаємовідносинами з клієнтами;
- управління програмами лояльності та заохочення постійних клієнтів (дозволяє готелю створювати власні програми лояльності);
- управління продажами та заходами в готелі.

Звичайно, існують електронні системи управління рестораном. Ресторан в готелі - це свого роду держава на території гостинності. Тут свої технології, спрямовані, переважно, до клієнта. Почалося все з того, що деякий час тому в

Азії відкрився ресторан, що пропонує своїм відвідувачам замість звичайного меню інтерактивне. Інтерактивне меню являє собою екран, вбудований в стіл, за яким розташовуються відвідувачі. За допомогою меню вони можуть подивитися всі страви, представлені в ресторані, включаючи їхні фотографії. Поки їжа буде готуватися, можна розважити себе читанням місцевих новин або провести час за парою простих логічних іграшок. З додаткових можливостей особливо варто виділити те, що дане меню дозволяє, не відходячи від каси, замовити таксі прямо до ресторану. Багато аналітиків припускають, що вже скоро частка ресторанів перейде на інтерактивні меню, переваги яких перед стандартними просто незаперечні.

Інноваційними можуть бути методи використання вже існуючої технічної бази. Оптимізація роботи систем вентиляції, кондиціонування, кухонного обладнання та устаткування пральні дозволили скоротити споживання електроенергії на 18% і теплової енергії на 9% за перші 5 місяців, порівняно з аналогічним періодом минулого року. На прохання готелю з цією метою була вдосконалена інженерна програма фірми Johnson Controls. Система не повністю автоматизована, графік економного використання енергії вибудовується вручну, виходячи із зовнішніх умов. І це зовсім не вимагає додаткового персоналу, тільки знань і досвіду. Витрата по тепловій енергії знизилася до 9%: Разом з тим, для підвищення ефективності, в разі необхідності, режими роботи устаткування, коригуються вручну в залежності, наприклад, від особливостей погодних умов і заселеності готелю. Все це не вимагає додаткового персоналу, а тільки знань, досвіду та бажання отримати максимально можливий результат. Слід зазначити, що економія була отримана, незважаючи на підключення додаткового електрики споживає обладнання.

Не всі готелі адаптовані для останніх технічних інновацій, але всі, незалежно від давності їх побудови, можуть знайти можливість використовувати інноваційні технології. Головне - всерйоз задуматися про те, що потрібно або не потрібно вашому гостю і що працює не тільки на заощадження енергії в масштабах країни, а ще й на позитивний імідж самого

готелю. Всі ці технології можна впровадити в готель «Hyatt Regency» для ефективної роботи і обслуговування клієнтів.



ВИСНОВКИ

У наш час готельна індустрія являє собою галузь із високим рівнем конкуренції. Всі частіше ми стаємо свідками того, як відкриваються новий ресторан або готель. Нові концепції створюються з метою максимально повного задоволення потреб певних груп споживачів. Підприємства створюються, а через якийсь час частина з них не витримує конкуренції й виходить із бізнесу.

Важливим відповідальним завданням для готелів є створення репутації підприємства високої якості операційних бізнес-процесів. Висока якість надання послуг гостям забезпечується колективними зусиллями працівників всіх служб готелю, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалення форм і методів обслуговування, вивченню й впровадженню передового досвіду, нової техніки й технології, розширенню асортиментів і вдосконаленню якості надаваних послуг. В умовах сьогоденної конкуренції підприємства індустрії гостинності, якщо вони хочуть вижити, не можуть більше опиратися на традиційні неефективні консервативні форми культури виробництва.

Згідно даним Всесвітньої туристичної організації, щорічно компанії, що займаються міжнародним туризмом, збільшують свої доходи на 9%. Крім того, з кожним роком росте на 4% і кількість міжнародних туристів.

Рішення гостя відвідати визначене місце звичайно ґрунтується не на факторі наявності в цьому місці конкретного готелю, а приймається зовсім з інших причин: можливість розважитися, відпочити, зайнятися спортом, прийняти лікувальні ванни і т.д. Людина, що планує свою поїздку під час відпустки, вибирає спочатку визначене місце відвідування або регіон, можливо, цілу країну. Тільки після цього він задумується про вибір підходящого готельного підприємства або іншого засобу розміщення. Однак така послідовність у виборі діє не завжди. Все може відбуватися й у зворотному порядку, якщо людина з

власного досвіду знайома з певним готелем. Таким чином, обслуговування туристів у готелі повинно бути на найвищому і найякіснішому рівні.

Рівень комфорту у готелі відіграє одні з важливих ролей у діяльності обслуговування готелю. Стан номерного фонду, площа номерів, наявність комунальних зручностей, стан меблів, наявність і стан підприємств харчування, ресторанів, кафе, барів і т.п., стан будинку, облаштованість прилягаючої до готелю території, інформаційне забезпечення і технічне оснащення, у тому числі наявність телефонного зв'язку, телевізорів, холодильників, міні-барів, забезпечення можливості надання ряду додаткових послуг - все відіграє значну роль у формуванні думки про готель.

В міру розвитку технічного прогресу зростають вимоги клієнтів до послуг, пропонованим готелями ділового призначення. Оскільки готель «Hyatt Regency» саме таким і є, то у сучасних умовах ділова людина при виборі готелю звертає увагу на те, щоб у робочій зоні готельного номера поруч з письмовим столом знаходилася електророзетка і модемна розетка для підключення до Інтернету й електронної пошти. Телефон, встановлений у номері, повинний бути обладнаний кнопкою електронного виклику і мати багато функцій. Щодо організації обслуговуючих процесів, у готелі то всі вони є чітко стандартизованими і майже досконалими за вимог їх повного дотримання. Моєю пропозицією є надання їм більшої еластичності.

Прихильність до впровадження технічних новинок сьогодні виступає одним з найважливіших факторів, що дозволяють готелю успішно "завойовувати" ділового клієнта.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ ISO 9001:2009 «Система управління якістю» - ДПНДІ «Система» Держстандарту України, 2009.
2. Новак К. А. Поняття про бізнес-процес. Етапи та методи математичного моделювання бізнес-процесів Київ, 2007. 20 с.
3. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Підручник – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун – т, 2006. – 494 с.
4. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: Підручник. 2- вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.
5. Мунін Г.Б., Змійов А.О., Зінов'єв Г.О., Самарцев Є.В., Гаца О.О., Максимець К.П., Роглев Х.Й. Управління сучасним готельним комплексом: Навч. посіб. / За редакцією члена.кор. НАН України, д.е.н., професора Дорогунцова С.І.– К.: Ліра.К, 2005. – 520 с.
6. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах. –К. Альтерпрес, 2009. – 447 с.
7. Агеєва О. А. Туризм і готельне господарство : підручник / О. А. Агеєва, Д. Н. Акуленок, Н. М. Васильєв. – М. : Екмос, 2004. – 400 с.
8. Круль Г.Я. Основи готельної справи : навч. посіб. : для студентів ВНЗ / Г. Я. Круль ; М-во освіти і науки України, Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. – Київ, 2011. – 368 с.
9. Організація готельного господарства : навчальний посібник / за ред. О. М. Головка. – К. : Кондор, 2012. – 337 с.
10. Основи готельно-ресторанної справи : навчальний посібник / Н.І. Данько, А.Ю. Парфіненко, П.О. Подлепіна, О.О. Вишневська [за заг. ред. А.Ю. Парфіненка]. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. – 288 с.
11. П'ятницька Н. О. Менеджмент у громадському харчуванні : навч. посібн. / Н. О. П'ятницька, Л. П. П'ятницька. – К.: КНТЕУ, 2002. – 706 с.
12. Федорченко В. К. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг: навч. посіб. / В. К. Федорченко, І. М. Мініч. – К. : Логос, 1999. – 76 с.

13. Чередниченко А.О. Якість надання послуг як ключовий фактор привабливості підприємств готельного господарства // Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. №56. С.68-73.

14. Правила користування готелями та аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг: Затв. наказом Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 р. №19.

15. Ковальов С.М. Секрети успішних підприємств: бізнес-процеси і організаційна структура / С.М. Ковальов, В.М. Ковальов // М.:Бітек, 2012. 516 с.

16. Ковальов С.М. Опис бізнес-процесів – до вершин майстерності. / С.М. Ковальов, В.М. Ковальов // Консультант директора. №10. 2004.

17. Головний веб-ресурс ПГГ «Hyatt Regency». – режим доступу:
<http://kiev.regency.hyatt.com>

18. Туристичний портал. – режим доступу: <http://www.stay.in.ua>.

19. Інтернет-видання про готельний бізнес. – режим доступу:
<http://www.prohotel.ru/>

20. Бібліотека економіста. - режим доступу: <http://library.if.ua/book/38/2534.html>

21. Обслуговування гостей службою прийому. Інтернет-бібліотека «Бук-бейн». - режим доступу: <http://www.bookbrains.com/>

22. Інтернет-бібліотека «Все про туризм». - режим доступу:
http://tourlib.net/books_ukr/

23. Інтернет-видання «Отель». – режим доступу: <http://otel-e.com/>

Додаток А

(ГОТЕЛЬ «HYATT REGENCY», М. КИЇВ)



SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

(Ресторани готелю «HYATT REGENCY»)

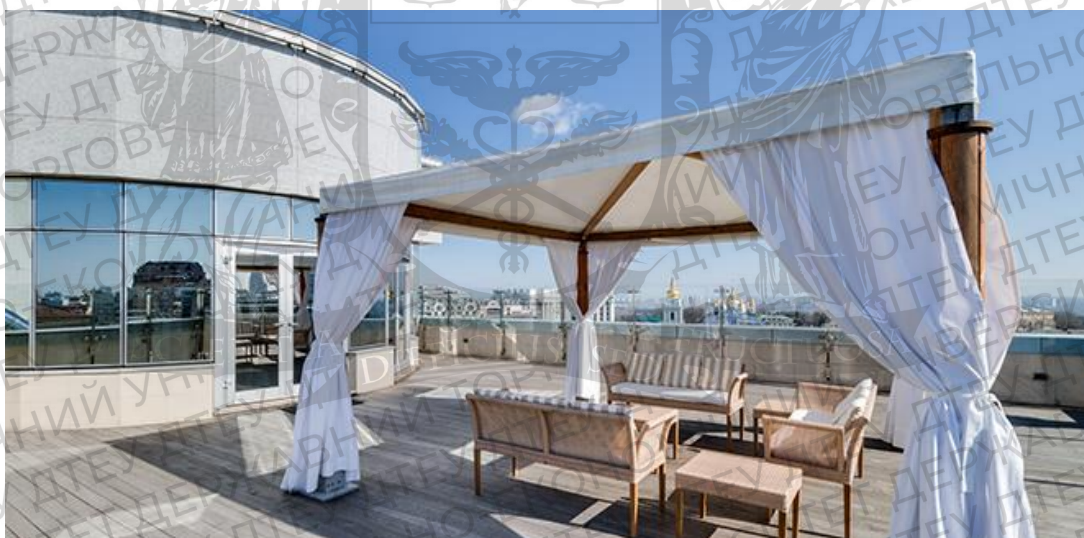


(Номери готелю «HYATT REGENCY»)



Додаток В
(Продовження)

(Номери готелю «HYATT REGENCY»)



(Конференц-зали готелю «HYATT REGENCY»)

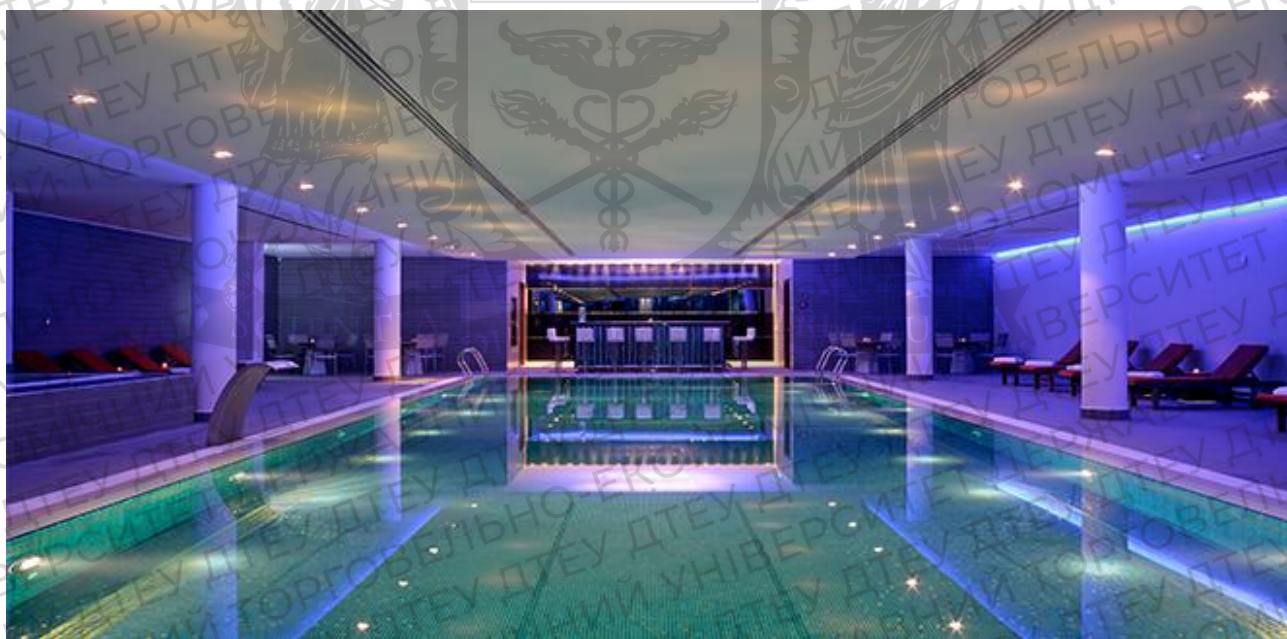


(Болрум – Бална кімната в готелі «HYATT REGENCY»)



Додаток Д

(Клуб Олімпус – тренажерний зал готелю «HYATT REGENCY»)



(Спа Натюрель – Кімната відпочинку готелю «HYATT REGENCY»)

