

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Кафедра готельно-ресторанного бізнесу**

# **ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

## **«Логістика послуг суб'єкта готельного бізнесу»**

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

Науковий керівник  
к.е.н., доц.

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

Сабрі  
Саміні  
Абідівні

Полтавська  
Оксана  
Володимирівна

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 студентіві

***Сабрі Саміни Абідівні***

*(прізвище, ім'я, по батькові)*

**1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:** «Логістика послуг 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 логістики послуг суб'єкта готельного бізнесу.

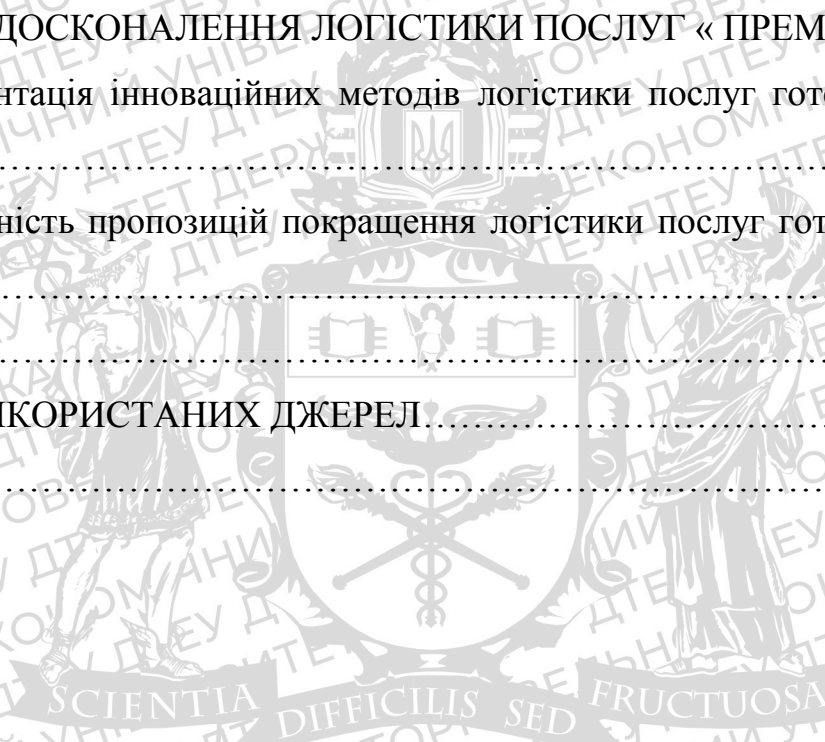
*Об'єкт дослідження* – логістика послуг суб'єкта готельного бізнесу

*Предмет дослідження* – методичні та практичні підходи до удосконалення логістики послуг суб'єкта готельного бізнесу

## ЗМІСТ

Стр.

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ЛОГІСТИКИ ПОСЛУГ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	
1.1. Теоретичні основи дослідження.....	8
1.2 Оцінка логістики послуг готелю «Премєр палац».....	11
РОЗДІЛ 2. УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИКИ ПОСЛУГ «ПРЕМЄР ПАЛАЦ»	
2.1. Імплементация інноваційних методів логістики послуг готелю «Премєр палац».....	27
2.2. Ефективність пропозицій покращення логістики послуг готелю «Премєр палац».....	37
ВИСНОВКИ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ.....	49



## 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	16.02.23	16.02.23

6. Дата видачі завдання «1» жовтня 2022 р.

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

(підпис)

**О.В. Полтавська**

(ініціали, прізвище)

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

(підпис)

**А.М. Расулова**

(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

(підпис)

**С.А. Сабрі**

(ініціали, прізвище)

## 10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи



Керівник випускної  
кваліфікаційної роботи

О.В. Полтавська

(підпис, дата)

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

Сабрі С.А.

(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.

## ВСТУП

Логістика – автономна наука, за допомогою якої споживач отримує максимум задоволення від послуги, а надавач послуги мінімум витрат. Виникла логістика досить давно, ще з часів Римської імперії, коли існували логісти, які займалися розподілом засобами харчування тощо. Джаміні стверджував, що логістика це не тільки перевезення а й мистецтво планування, управління, постачання і визначення дислокації, будівництва. Пошук шляхів скорочення витрат відбувається при досконалому управлінні постачанням, продажем та зберіганням товару, порещенного маркетингу, взамовідносини між постачальником та споживачем і посередником. В обслуговуванні туристів під час подорожі беруть участь різні підприємства та організації, що є складовими міжнародного туристичного бізнесу. У туристичній практиці їх називають постачальниками послуг.

Один із найважливіших постачальників – сектор розміщення, до якого належать готелі, мотелі, кемпінги, турбази, пансіонати, туристичні гуртожитки, батьки, ботелі, флотелі тощо. За стандартами міжнародного класу всі об'єкти розміщення поділяються на дві категорії: колективні (наведені вище) та індивідуальні (квартири, вілли, кімнати, що орендуються у приватних осіб). Класичним типом об'єктів розміщення є готелі

Головними завданнями, які стоять перед логістикою, можна визначити наступні:

- пошук потрібного асортименту товарів;
- підбір транспорту;
- вибір оптимальних маршрутів;
- маркування та нумерація товарів;
- упаковка і збереження товарів;
- організація оптимального і доступного розташування товарів на складах;
- формування загальних і збірних замовлень.



# 1 ДІАГНОСТИКА ЛОГІСТИКИ ПОСЛУГ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

## 1.1. Теоретичні основи дослідження

**Логістика** – наука, про організацію пересування будь-чого від точки

А до точки Б

### Ефективність логістики

Суспільно-господарська ефективність - вона економить витрати що згідно формули прибутковості веде до збільшення прибутку. Витрати підприємства відображаються в структурі собівартості де є 4 основні статті витрати:

1. Витрати на сировину;
2. Витрати на паливо та енергію;
3. Витрати на робочу силу;
4. Витрати на логістику тобто на транспорт та зберігання;

### Методи логістики

Логістичний Інжиніринг який полягає у розгляді інтегрованого логістичного потоку який проходить через ділянки постачання виробництва збуту господарських систем усіх масштабів та галузевої належності у тому числі готельний бізнес.

Цей метод включає такі складові:

1. Узгодження параметрів логістичних потоків (потужність, швидкість, інтенсивність, ритмічність) на ділянках постачання виробництва збут при цьому визначальною ділянкою є збут.



2. Часова синхронізація логістичного потоку на ділянках постачання виробництва збуту.
3. Оптимізація логістичного потоку для якого виділяються логістика постачання, логістика виробництва, виробництво збуту.
4. Екологічна безпека логістичного потоку, пов'язані питання транспортування використання відходів.
5. Необхідність моніторингу реку логістичного потоку за допомогою штрихкодів, радіоміток (RFID) та систем GPS (глобального позиціонування).

### **Логістика як науковий так і бізнесовий напрямки**

Логістика визначається:

1. Науковий метод який має метою дослідження та оптимізацію логістичних потоків та систем.
2. Бізнесовий метод як важливий інструмент менеджменту який дозволяє зменшити витрати отже збільшити прибуток.
3. Як функція господарського управління яка має дві складові внутрішню де оптимізація в межах країни та міжнародна пов'язана з міжнародним потоком товарів.
4. Як чинник сталого розвитку - забезпечує екологічну безпеку логістичних потоків.
5. Як освітній напрямок з такими аспектами як нормативна дисципліна за фахом менеджменту в Україні з 2000р. Як напрям підготовки бакалаврів та магістрів з логістики.

### **Категорії логістики**

1. Логістична система - адаптивна система із зворотнім зв'язком яка виконує логістичні функції, складається з підсистем та має зв'язки з навколишнім бізнессередовищем.

2. Логістична операція - сукупність дій з перетворення логістичного потоку: транспортування, зберігання, складування.
3. Логістичний потік - інтегрований товарно-інформаційно та фінансовий потік який пов'язує учасників логістичної системи.
4. Логістична функція - сукупність логістичних операцій яка виконує певне логістичне завдання. Виділяють три функції: постачання, виробництво, збут.
5. Логістичні витрати - є сумою транспортних, складських та витрат адміністративних та на обробку замовлень.
6. Логістичний канал - організаційно впорядкована сукупність учасників логістичних операцій.
7. Логістичний ланцюг - територіально впорядкована сукупність учасників логістичної операції.
8. Логістична мережа - схема розміщення учасників логістичних операцій яка показує взаємозв'язок.
9. Логістичний цикл - час виконання логістичних операцій, мета логістики максимальне скорочення циклу.
10. Логістична координація - тісний взаємозв'язок дій всіх учасників логістичної системи.
11. Логістичний інтерфейс - програмне забезпечення яке дозволяє спільну роботу логістичної системи, така взаємодія позначається EDI (електронний обіг даних).
12. Логістичний аутсорсинг - передача логістичних спеціалізованим логістичним фірмам.

### **Логістика бізнесу**

Логістика у сфері послуг відстає від логістики матеріального виробництва через:

- Велика різноманітність послуг і збільшується.

- Особливість процесу надання послуг і самої послуги як товару: невідчутність товару, неможливість складувати і зберігати, невідривність від споживача, невідривність від виробника.

Подолати ці труднощі дозволяє застосування револьверного принципу логістики послуг який полягає у тому що: кожному виду послуг визначити один головний потік та декілька допоміжних.

Логістичний потенціал - максимальна можлива головного потоку або приписної спроможності інфраструктури. Можливі три варіанти такого співвідношення:

1. ЛПГП > ЛПС - кризовий
2. ЛПГП = ЛПС - ризиковий
3. ЛПГП < ЛПС - задовільний

Але ця задовільна модель має 2 варіанти:

1. ЛПГП < ЛПС - м'який (позначає що при збільшенні лпгп можливе збільшення лпіс).
2. ЛПГП < ЛПС - жорсткий (немає можливості збільшити лпіс при збільшенні лпгп отже тут необхідно регулювати лпіс).

В логістиці застосовується жорсткий метод.

## 1.2. Оцінка логістики послуг суб'єкта готельного бізнесу.

Інформаційні потоки в логістиці готельних послуг поділяються на внутрішні та зовнішні. Перші викликані інформаційним обміном між співробітниками закладу, другі надходять від суб'єктів ринку. В межах польових маркетингових досліджень було виявлено, що найоб'ємнішими та найзначимішими зовнішніми інформаційними потоками є ті, що надходять від споживачів (вимоги щодо оформлення приміщень, персоналу, якості обслуговування тощо). Інформація, що надходить від споживачів, вагомо впливає на параметри внутрішніх потоків

готелю. Інші зовнішні інформаційні потоки чинять коригуючу дію. Внутрішні інформаційні потоки поділяють на три види:

- 1) "горизонтальний" інформаційний обмін між керівниками різних підрозділів, що включає документацію для прийняття управлінських рішень;
- 2) "вертикальний" обмін інформацією між керівництвом та співробітниками, що визначає потоки організаційно-розпорядничої документації;
- 3) обмін інформацією між клієнтами та працівниками готелю в межах обслуговування.

До основних характеристик зовнішніх та внутрішніх потоків інформації відносять те, що перші є не підконтрольними готелю, вони є первинними та впливають на характеристики внутрішніх потоків; а другі - можуть управлятися керівництвом готельного закладу. При формуванні моделі організації управлінських впливів на інформаційні потокові процеси готелю керуються наступними засадами:

- 1) зовнішні інформаційні потоки впливають на управління внутрішніми;
- 2) характеристики всіх інших потоків ресурсів залежать від інформаційних ресурсів;
- 3) інформаційні потоки ранжуються та визначаються способи дії на кожний рівень ієрархії з акцентом на потоки від споживачів;
- 4) адекватна реакція керівництва на зміну параметрів потоків інформації визначає можливості ефективного функціонування підприємства.

Щодо фінансових потоків у логістиці готельних послуг були визначені такі особливості вхідних фінансових потоків: *по-перше*, вони є наслідком відповідних вхідних інформаційних потоків; *а по-друге*, вони первинні по відношенню до відповідних сервісних потоків (наприклад, у випадку передоплати). Ще одна особливість фінансових потоків - це їх орієнтованість, за якою виділяють дохідні та витратні потоки. Основу перших становлять платежі від номерного фонду,

служби харчування та напоїв, надання додаткових послуг (доходи від оренди конференц-залу, послуги автотранспорту, побутових послуг тощо). Основу витратних фінансових потоків становлять витрати на виплату заробітної платні працівникам, податкові відрахування, сплата за комунальні послуги.

Оскільки логістичні потоки в готельному господарстві є взаємозалежними, то для побудови логістичної системи управління готельним закладом необхідно виявити їх кореляцію. Відповідні дослідження охопили декілька етапів. На першому - визначався зв'язок інформаційного потоку з відповідними дохідними та витратними фінансовими потоками. Під час другого - значення дохідних та витратних фінансових потоків використовувалися до визначення коефіцієнту відповідного інформаційного потоку. На третьому – згідно із значенням коефіцієнтів були виділені наступні види інформаційних потоків:

- а) вимоги, що надходять від споживачів;
- б) замовлення готельних служб;
- в) інші замовлення, між якими розподіляють управлінські ресурси.

Виділені групи інформаційних потоків відрізняються низкою характеристик. До інформаційних потоків, що надходять від споживачів, відносять вимоги щодо цінової політики готелю; фаховості обслуговуючого персоналу; відповідності набору послуг, що надаються, показника класності готелю, інтер'єра та підтримки порядку в приміщеннях. Доходи, що створюються цими інформаційними потоками, перевищують витрати на їхнє управління. До інформаційних потоків, що викликані замовленнями готельних служб, відносять взаємодію між гостями та працівниками при наданні супутніх та додаткових послуг; між готелем та гостями під час бронювання; між готелем та посередниками. Інші інформаційні потоки відображають канали спілкування готелю з суб'єктами ринку та канали отримання необхідної інформації. Низка таких інформаційних потоків лише опосередковано бере участь у формуванні доходу, впливаючи на інший інформаційний потік. Але вони є необхідними та пов'язаними з витратними

фінансовими потоками (наприклад: інформаційний потік - податкові документи, відповідний витратний фінансовий потік - податкові платежі).

На підставі визначення інформаційних, фінансових та сервісних потоків у готелі будується організаційна структура логістичної системи (рис. 1.1).

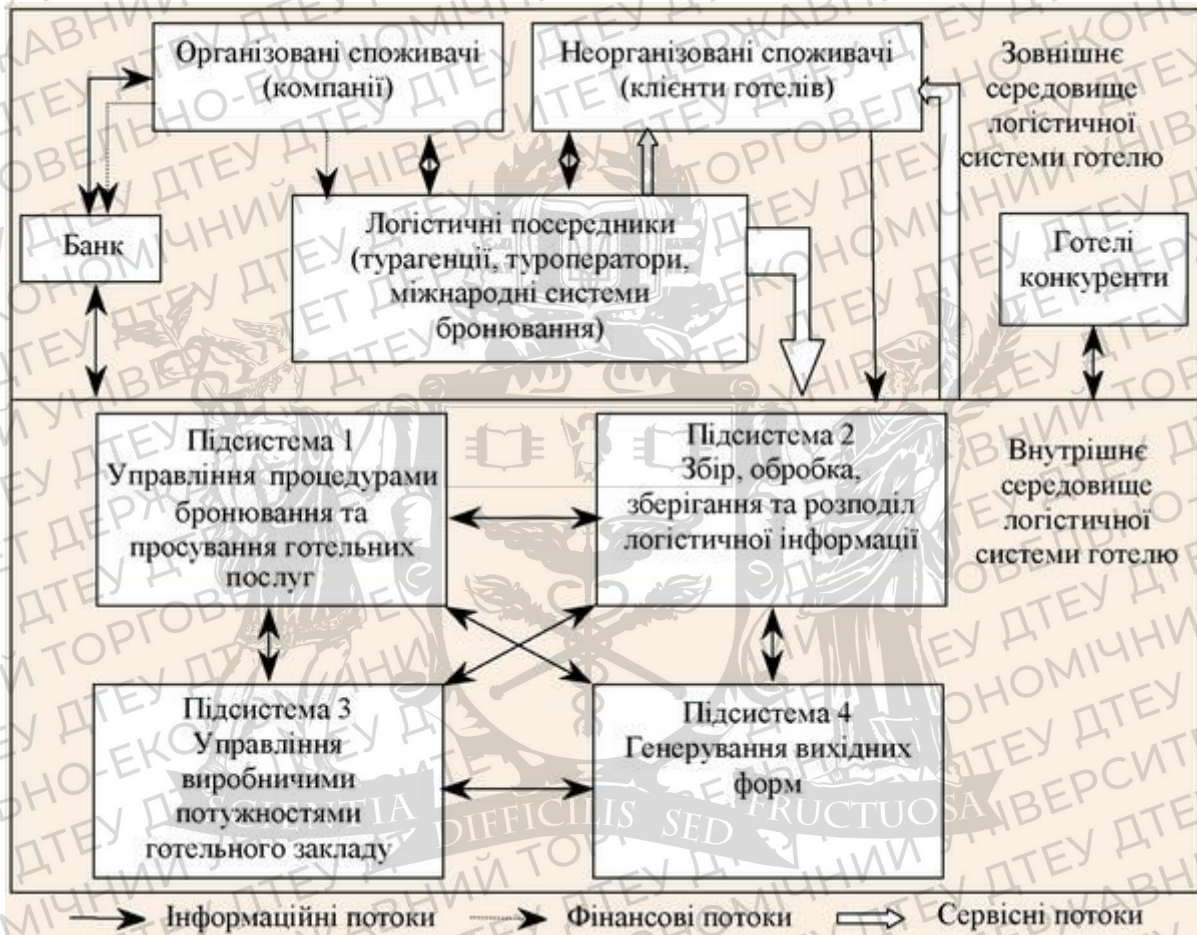


Рис.1.1 Організаційна структура логістичної системи

До її внутрішнього середовища належать чотири підсистеми, до зовнішнього - організовані та неорганізовані споживачі, банки, готелі-конкуренти та посередники. Джерелами всіх фінансових та більшої частини інформаційних потоків є гості. Логістичні потоки, що виникають між готелем та гостями, накопичуються та перерозподіляються посередниками. Обслуговування інформаційно-фінансових потоків між елементами зовнішнього та внутрішнього середовища логістичної системи готелю здійснюють банківські установи. Інформаційна взаємодія чотирьох підсистем внутрішнього середовища визначає

логістичну діяльність готелю. Основними функціями підсистеми 1, що відповідає за створення та підтримку логістичних каналів зв'язку з об'єктами зовнішнього середовища, є:

- а) вибір каналів та оптимізація процесу бронювання готельного сервісу;
- б) розробка фінансової стратегії стимулювання суб'єктів готельного бізнесу;
- в) оптимізація руху потоку ресурсів у комунікаційній діяльності готельного закладу.

До основних функцій підсистеми 2, що управляє зовнішніми та внутрішніми потоками інформації, належать:

- а) визначення каналів збору маркетингової інформації;
- б) прогнозування потоку ресурсів;
- в) оптимальне використання інформаційних технологій у готельному підприємстві та оптимізація внутрішнього документообігу.

Основними функціями підсистеми 3, що впливає на параметри внутрішніх ресурсів готелю з метою їхньої оптимізації, є:

- а) формування ефективної системи управління готелем;
- б) планування номенклатури послуг;
- в) розробка цінової стратегії;
- г) планування використання ресурсів.

У переліку основних функцій підсистеми 4 є:

- а) обробка даних;
- б) їх розподіл у формі звітів для користувачів.

З метою оптимального управління потоками, що циркулюють у логістичній системі готелю, виділяються сфери максимального зосередження потоків у однакові моменти часу-вузли. Вузли інформаційного та фінансового потоків у

межах організаційної структури готельного підприємства представлені на рис.1.2

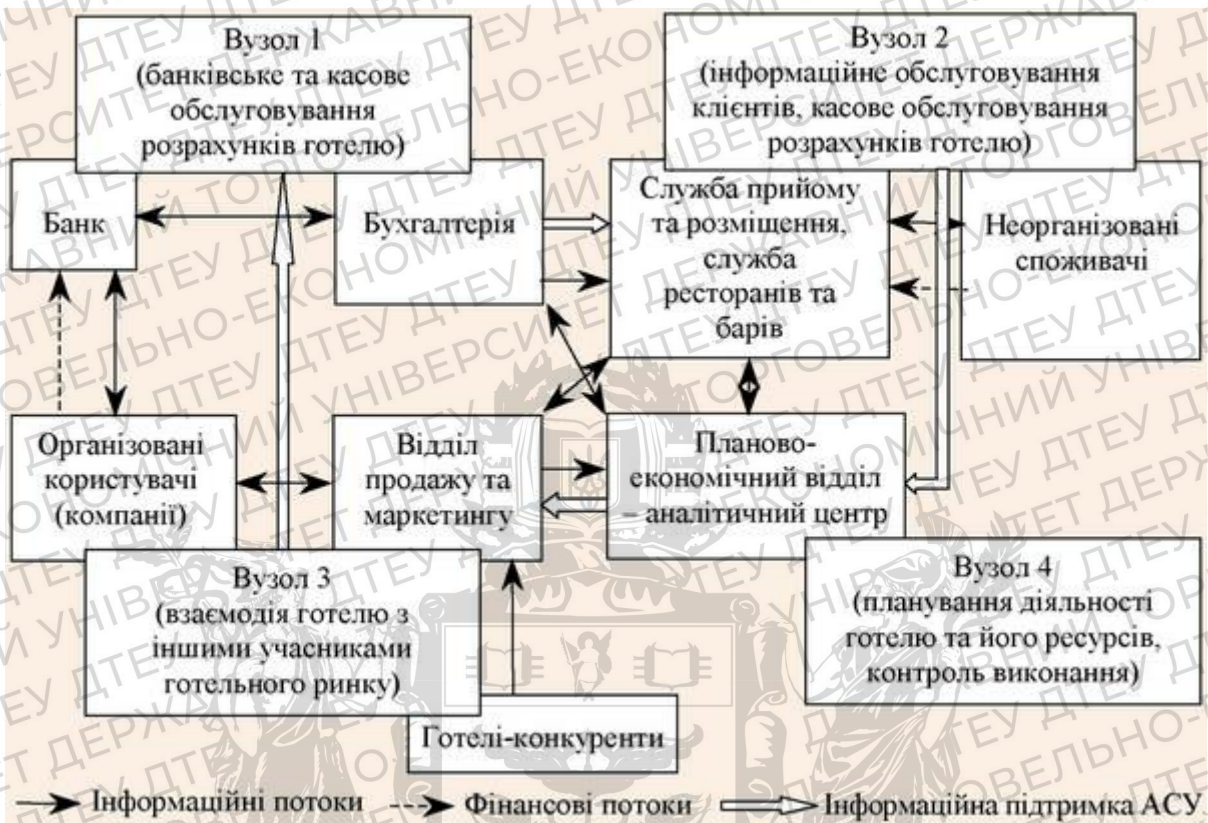


Рис. 1.2 Вузели інформаційного та фінансового потоків у межах організаційної структури готельного підприємства

У результаті руху інформаційних, фінансових та сервісних потоків у логістичній системі готелю утворюються місця, де концентрація всіх потоків є найвищою. Це так звані точки або вузли накладення ресурсопотоків. Оскільки всі ресурсопотоки пов'язані та впливають на характеристики один одного, то організація управлінських впливів на потоки найефективніша у вузлах їхнього перетину, де одна управлінська дія може бути скерована на зміну параметрів одразу декількох ресурсопотоків. Формування таких вузлів відбувається не випадково. Прийняті в готелі правила обслуговування, форми та методи розрахунків, характер руху інформації між компаніями, тур фірмами та готелем, між гостями (туристами) та персоналом, а також внутрішніми службами в процесі обслуговування, природним чином формують склад та параметри вузлів, визначають їх місцеположення по відношенню до організаційної структури



готельного підприємства, тобто до конкретних служб та відділів. У результаті суміщення запропонованої структури логістичної системи готелю з адміністративною мережею готельного підприємства були отримані вузли перетину ресурсопотоків. Як показав аналіз, усі вузли відкриті для постійного управлінського впливу і саме в них повинні концентруватися основні ресурси управління готелем. Нижче поданий більш детальний аналіз змісту, структури, а також властивостей та характеристик кожного з представлених вузлів (рис. 1.2).

**Вузол 1.** Це вузол банківського та касового обслуговування розрахунків готелю, основу якого становлять банківські та касові рахунки. Його формування визначається необхідністю здійснення розрахункових та облікових операцій на підприємстві. В адміністративній мережі готелю він прив'язаний до відділу бухгалтерії, яка відповідає за зв'язок з банком, організацію безготівкових розрахунків з споживачами послуг, підрядниками, ведеоблік руху готівкових грошових засобів у готельному підприємстві. Структуру даного вузла утворюють два види потоків - зовнішній та внутрішній. До перших відносяться зовнішні інформаційні потоки (договори, рахунки, платіжні документи), які обслуговують зовнішні фінансові потоки, що проходять через цей вузол та характеризують оплату вже наданих або майбутніх послуг. До внутрішніх потоків належить сукупність вхідних та вихідних з вузла потоків документації з елементарних логістичних пунктів (довідки, звіти, бухгалтерські форми), що забезпечують інформаційну підтримку інших вузлових служб готелю.

Наявність двох видів потоків по відношенню до логістичної системи готелю визначає змішаний тип даного вузла. Крім цього, склад та поточні параметри вузла 1 здійснюють безпосередній вплив на вузли 2 та 3 та опосередкований вплив на вузол 4.

Для прикладу, наявний у вузлі 1 інформаційний потік про дебіторську заборгованість у будь-якого корпоративного клієнта може генерувати прямі потоки інформації у відділі бронювання та продажу про призупинку бронювання

заявок та обслуговування договору. В свою чергу це впливає на параметри фінансових показників та планів.

**Вузол 2.** Його формування характеризується тим, що походження вхідних та вихідних ресурсопотоків визначається безпосереднім контактом відповідних служб готелю зі споживачами. Це вузол інформаційного обслуговування клієнтів готелю (бронювання, ресепшн), а також касового обслуговування готівкових розрахунків (каси порт'є, ресторанів та барів). Цей вузол, перш за все, прив'язаний до служби прийому та розміщення (яка будучи інформаційним посередником між гостями та внутрішніми службами готелю, виконує функції інформаційного центру), а також до служби ресторанів та барів. Структуру вузла 2 складають вхідні інформаційні потоки від гостей, що обробляються та продовжують руху різні підрозділи готелю. Вхідні фінансові потоки від клієнтів (готівка та кредитні картки) перетворюються в інформаційні токи (рахунки, інформація в електронній системі) та направляються для подальшої обробки у вузли 1 та 3 та опосередковано на вузол 4. Для прикладу, заявка на прийом групи гостей, що надійшла до відділу бронювання, генерує інформаційні потоки на вузол 3 (про кількість групи, терміни заїзду тощо - для аналізу можливостей готелю у вказаний період та визначення ціни), а також на вузол 1 (для організації розрахункових операцій з обслуговування групи).

**Вузол 3.** Є ключовим, у ньому формується клієнтська база готелю; готуються, укладаються та обслуговуються договори з надання послуг; розробляється та затверджується тарифний та маркетингові плани. Існування цього вузла пояснюється необхідністю взаємодії готелю з іншими учасниками ринку готельних послуг - компаніями, агентами, конкурентами. В адміністративній структурі готелю вузол 3 прив'язаний до відділу продажу та маркетингу, а його склад становлять зовнішні інформаційні потоки від організованих споживачів (про стан, динаміку та перспективи розвитку ринку, параметри конкуренції) та внутрішні потоки. Отже, цей вузол теж є змішаним і безпосередньо впливає на всі інші вузли. Для прикладу, при використанні інструментів маркетингу, зокрема

механізму ціноутворення, можуть бути змінені параметри вхідного потоку з бронювання послуг на вузлі 2, обсяги проведення розрахункових операцій на вузлі 1 та виконане коригування фінансових показників і планів на вузлі 4.

**Вузол 4.** Наявність цього вузла визначається необхідністю планування діяльності готелю та його ресурсів, проведення аналітичної роботи, здійснення контролю щодо виконання планів, а також можливою зміною показників. Відповідно на вузол 4 надходять потоки інформації про стан та параметри інших вузлів; ці потоки обробляються та розподіляються у вигляді планів, кошторисів служб тощо. Тому даний вузол є внутрішнім і прямо впливає на всі інші вузли.

Як бачимо, вузлові впливи охоплюють усю організаційно-управлінську структуру готельного підприємства. Більше того, прямий та тісний характер взаємодії вузлів 1 та 3 логістичній діяльності готелю доводить необхідність безпосередньої участі відповідних служб в організації та оперативному управлінні всіма логістичними процесами в готелі. За стратегічного управління та планування всіх процесів необхідною є розробка технології взаємодії представників усіх вузлових служб, що дасть можливість підвищити ступінь координації та узгодженість служб, мінімізувати можливі збої в роботі, ефективніше здійснювати управління ресурсопотоками готелю у вузлах їх перетину на кожній стадії логістичного процесу - планування, організації та контролю. Для прикладу, на стадії планування ресурсопотоків у вузлі 2 відбувається формування заявок на майбутні періоди, виконується завантаження даних комп'ютерної системи, визначаються параметри (обсяг потоку гостей, рівень неявки) для бронювання місць понад наявних. У вузлі 3 здійснюється прогноз стану ринку та туристичних прибуттів, плануються обсяги сервісних потоків і можливостей готелю на майбутні періоди, формуються цінові пропозиції на конкретні прибуття майбутніх періодів, розробляється маркетинговий план. Вузол 4 готує необхідну планову документацію з ресурсопотоків, розраховує потреби фінансових та трудових ресурсів, виконує розрахунки собівартості з окремих готельних продуктів.

На стадії організації ресурсопотоків на вузлі 1 обслуговуються безготівкові розрахунки, кредитні картки клієнтів, виконується обробка звітів касирів, організація бухгалтерського обліку. Вузол 2 здійснює касове обслуговування готівкових розрахунків у готелі, організує рух внутрішніх інформаційних потоків у процесів обслуговування, забезпечує надання додаткових послуг та вирішення поточних питань. У вузлі 3 оформляються договори та угоди, ведеться та оновлюється база даних корпоративних клієнтів, застосовуються необхідні маркетингові інструменти до впливу на параметри ресурсопотоків. Аналітичний центр (вузол 4) виконує фінансовий облік робочого часу, що оплачується, тощо.

На стадії контролю та обліку ресурсопотоків бухгалтерія (вузол 1) виявляє невідповідності параметрів потоків послуг і пов'язаних з ними фінансових потоків, здійснює облік дебіторської та кредиторської заборгованостей, проводить фінансовий та управлінський облік. Служби прийому та розміщення ресторанів та барів (вузол 2) ведуть облік та коригують рівень неявки з різних видів бронювання, складають та оновлюють список постійних клієнтів. Відділ продажу та маркетингу аналізує характеристики фактичних потоків, послуг (прибуттів) за корпоративними клієнтами, здійснює коригування цінової політики, веде аналіз та облік споживчих уподобань, складає звіти про роботу готелів-конкурентів. При цьому аналітичний центр відслідковує відхилення фактичних характеристик ресурсопотоків від планових показників та зміни собівартості послуг, здійснює аналіз фінансово-господарської діяльності готелю.

Варіант поетапного планування діяльності вузлових служб готелю рекомендується до використання при розробці нових готельних продуктів та туристичних програм обслуговування, стимулюванні діяльності агентів ринку готельних послуг, розробці спеціальних програм та меню в ресторанах готелю, вдосконалень систем якості, розробці системи заохочування постійних клієнтів програм клубного членства тощо.

### **Логістичний цикл обслуговування туристів у готелях:**

Незважаючи на різноманітність закладів розміщення туристів, зокрема готелів, є

типова організаційна структура установ розміщення туристів.

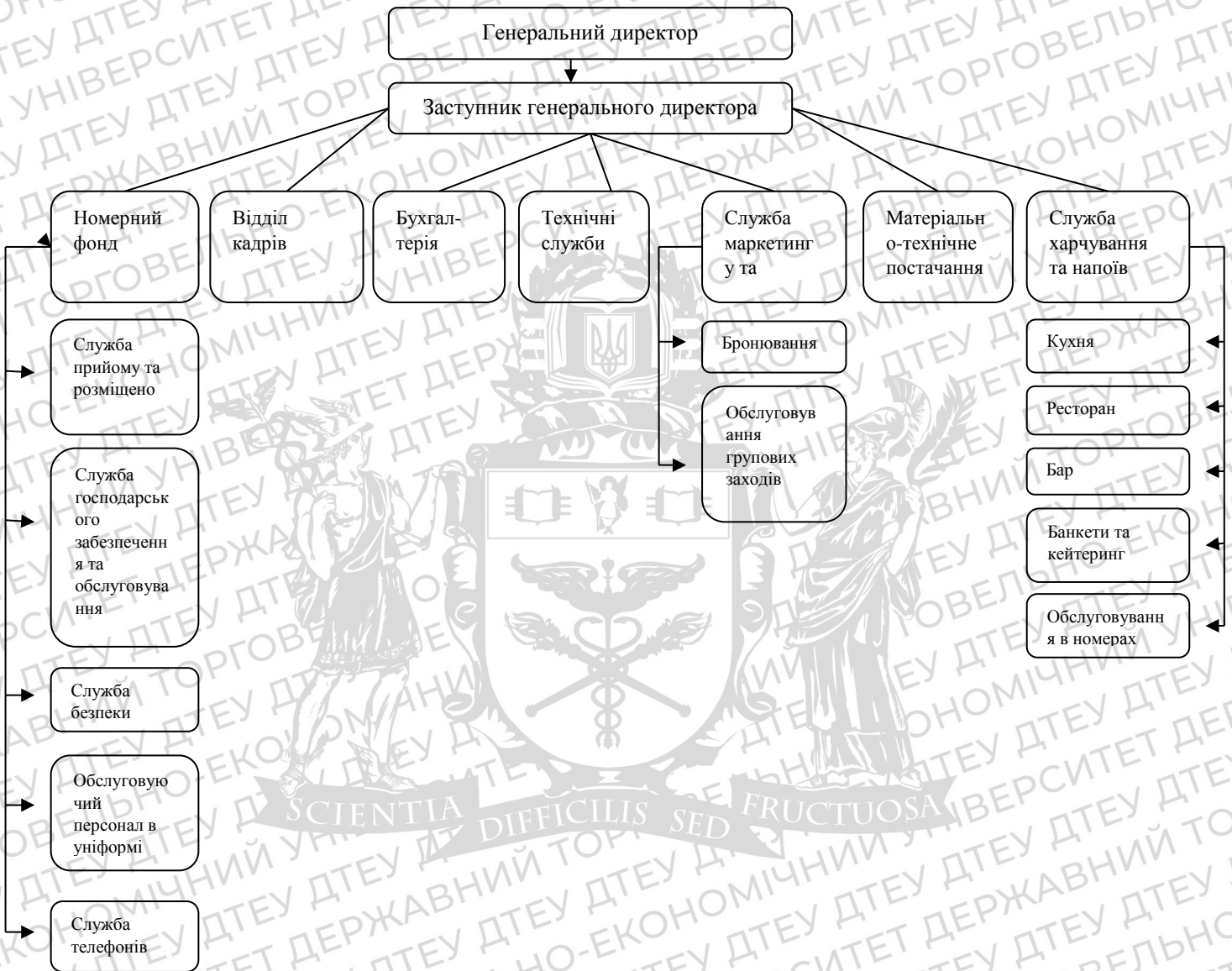


Табл.1 Схематична організаційна структура готелю



**Табл.2** схема поділу служби управління номерним фондом

### Тилова структура управління номерним фондом готелю

відображає взаємовідносини між структурними підрозділами всередині закладу. При цьому визначається позиція кожного підрозділу, а також лінії відповідальності та повноважень. Копія цієї структури зазначається в посадовій інструкції.

Головне місце в логістиці готельного сервісу займає цикл обслуговування гостя. Цей цикл поділяється на чотири стадії, кожна з яких пов'язана з певними інформаційними та фінансовими операціями з рахунком клієнта, це підготовча стадія, в'їзд, перебування, виїзд.

**Підготовча стадія:** приїзду гостя до готелю та очікування гостя його черги;

**В'їзд:** цей етап передбачає зустріч клієнта та виконання реєстраційних формальностей, у тому числі в'яснення питань платоспроможності, а також розміщення. Гостей працівники готелю можуть зустрічати не тільки "на порозі", а й в аеропорту чи на вокзалі, що залежить від досягнутих домовленостей. Перше враження від готелю у туристів виникає під час спілкування з робітниками служби прийому та розміщення вже в момент прибуття, тому останнім слід приділити кожному клієнтові максимум уваги, відповідно прийняти. Загалом час на формальності не має перевищувати для приватних осіб 8 хв., для групи із 30 осіб - 15 хв., для групи із 30-100 осіб - 40 хв. Для клієнтів, котрі забронювали номер, реєстраційні формальності передбачають уточнення всіх деталей бронювання, що можуть змінитися до моменту їх прибуття у готель. Якщо гість не замовив номер попередньо, то співробітник, який здійснює реєстрацію, повинен надати йому інформацію про типи номерів, тарифи, послуги тощо (так в інформацію згідно з Правилами надання готельних послуг в Україні потрібно розміщувати у видному місці біля служби прийому та розміщення).

Якщо турист погоджується з умовами проживання та на підставі пред'явленого ним документа (паспорт, військовий білет або інший документ, що засвідчує особу) між ним та адміністрацією готелю укладається договір, свідоцтвом якого є заповнення гостем анкети (форма № 1-Г) у двох примірниках, на яких має бути особистий підпис клієнта. Потім на основі цього бланка формують реєстраційний файл. Під час проживання клієнта в готелі анкету зберігають у діючій інформаційній картотеці осіб, які прибули, а після від'їзду гостя - в архіві (не менше року). Якщо готель відвідують іноземці, то в закладі обов'язково має бути журнал реєстрації іноземних громадян (форма №2-Г).

Реєстрацію вважають закінченою після вирішення фінансових питань, у тому числі способу оплати, платоспроможності клієнта, відкриття рахунку та встановлення дати від'їзду. Розрахунки з клієнтами можуть здійснювати готівкою, за безготівковим розрахунком, ваучерами та кредитними картками. Процедура

перевірки платоспроможності туриста визначається ступенем технічної оснащеності готелю та формою оплати. При цьому кредитна картка для готелю є найбажанішим варіантом, оскільки можна перевірити платоспроможність клієнта та переконатися у гарантуванні своєчасної та повної оплати наданих послуг. Якщо гість розраховуватиметься готівкою, працівники готелю можуть попросити його внести передоплату або розрахуватися за певні періоди проживання, при цьому конкретні умови визначаються класом готелю та контингентом його клієнтів. У процесі оформлення оплати за проживання туристові або виписують рахунок за формою № 3-Г (бланк суворої звітності), або вибивають чек, застосовуючи контрольно-касову техніку. За безготівкового розрахунку при в'їзді гостя виконують сліп-відбиток кредитної картки клієнта. Рахунок виписують у трьох примірниках: перший видають клієнтові, другий разом із "Касовим звітом" (форма № 5-Г) щоденно подають у бухгалтерію, третій зберігають до виїзду гостя в розрахунковому відділі готелю - в контрольній картотеці. Після оплати працівник служби прийому та розміщення заповнює картку туриста (форма № 4-Г). Розрахунок оплати за бронювання та проживання за безрахунковим розрахунком здійснюють згідно з формою № 7-Г. Якщо гість виїжджає з готелю достроково, йому повертають частину коштів, сплачених за проживання; для цього виписують квитанцію за формою № 8-Г. Після завершення реєстрації клієнту надають номер, видають ключі та викликають носильника, який допомагає гостеві розміститися;

**Перебування** : спосіб надання персоналом служби прийому та розміщення послуг туристам дуже важливий, оскільки це має формувати в клієнтів бажання ще раз зупинитися в готелі. Під час перебування гостя працівники служби прийому та розміщення відповідають за координування наданих послуг, здійснюють інформаційну підтримку, своєчасно реагують на запити. На етапі перебування всі фінансові операції відображаються на рахунках відвідувача та



готелю і перевіряються під час нічного аудиту (в готелях з комп'ютерною системою обліку таку процедуру здійснюють цілодобово). Багато готелів установлюють так званий кредитний ліміт, тобто рівень нарахувань, за досягнення якого не виконується проміжний розрахунок. Якщо клієнтам надають додаткові послуги, оформлюють квитанцію за формою № 12-Г; її виписують, наприклад, під час замовлення квитків, оплати послуг перекладача, надання кави або чаю за бажанням туриста. Квитанцію складають у двох екземплярах: перший подають у бухгалтерію, другий - для клієнта. На послуги автостоянки, коли приймають і видають автотранспорт, заповнюють квитанцію "Автостоянка" за формою № 11-Г; її виписують теж у двох примірниках - для бухгалтерії та платника.

**Виїзд:** гість збирає свої речі та залишає номер для покоївки, щоб вони ідеально прибрала номер для наступних гостей

Готель "Прем'єр Палац" є одним з найкращих виробників послуг на ринку готельного господарства в Україні. Отже, відповідно до цього підприємство має продуктову політику. Готель "Прем'єр Палац" пропонує різноманітні послуги, які поділяє на 3 рівні :

1-й рівень - основний продукт - послуга проживання в номерах типу Single, King, Twin та Business Junior Suite.

2-й рівень - супутній продукт - послуги чи товари, які необхідні гостям для того, щоб використати основний продукт: послуга реєстрації, послуги ресторану та бару, телефонні апарати, телевізори, міні-бари в номерах, фітнес-центру та масажного кабінету, послуги пральні та хімчистки.

3-й рівень - послуги, що надають можливість гостям отримати задоволення: ресторани, бари, розважальні заклади, додаткові послуги.

Готель "Прем'єр Палац" надає послуги, які можна поділити на основні та додаткові.

Основною послугою є: послуга проживання та харчування. Для гостей пропонуються 298 номерів високого класу, які обладнані електронним замком, мають освітлення та індивідуальний сейф, сучасну сантехніку та підлогу з підігрівом, герметичні вікна та двері, супутникове телебачення та міні-бар, телефон в ванній кімнаті та доступ до Інтернету.

Додатковими послугами є ті, що надають індивідуального задоволення кожному з гостей.



## 2 УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИКИ ПОСЛУГ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

### 2.1. Імплементація інноваційних методів логістики послуг суб'єкта готельного бізнесу.

Готель «Прем'єр Палас Готель» знаходиться в самому центрі столиці, на бульварі Шевченка, поряд з Бессарабською площею, за кілька кроків від Хрещатика. У готелі панує атмосфера європейського комфорту, який відповідає запитам сучасної людини. Дух старовини поєднується із ультрасучасними рішеннями. Саме тут є можливість здійснити подорож коридорами готелю, що протягом століття зберігає історії численних мандрівників і знаменитих постояльців з усього світу, які обживали номери цього готелю в Києві. Дорога від аеропорту "Бориспіль" займає 40 хвилин, від залізничного вокзалу - 10 хвилин.

Цільовою аудиторією готелю "Прем'єр Палас Готель" є бізнесмени, відряджені співробітники великих забезпечених фірм, зірки естради, театру та кіно.

Розміщення: Всі номери відповідають класу "люкс". Гостям, що не палять, пропонуються кімнати на спеціальному поверсі. Для гостей, які страждають на алергію, передбачені особливі номери з дерев'яною підлогою. Всі номери в готелі обладнані:

- доступом до високошвидкісного Інтернету (на Представницькому поверсі – до бездротового Інтернету);
- телефонами із прямим міжнародним доступом;
- підлогами з підігрівом у ванній кімнаті;
- електронним замком.

Номери: Економ. Затишний однокімнатний номер середньою площею

18,2 м<sup>2</sup>, ванна кімната - 4,1 м<sup>2</sup> (деякі ванні обладнані біде). Ширина ліжка від 140 до 160 см. Можливе розміщення на поверсі для некурців та на Представницькому Поверсі. Серед номерів цієї категорії є 3 номери з адаптованими ванними для людей з обмеженими фізичними можливостями. Кількість номерів – 19, з них 1 – на Представницькому поверсі.

Одномісний. Однокімнатний номер середньою площею 22,8 м<sup>2</sup>, ванна кімната - 4,9 м<sup>2</sup> (більшість ванних обладнано біде). Ширина ліжка від 140 до 160 см. Можливе розміщення на поверсі для некурців та на Представницькому Поверсі. Номер чудово підходить для тих, хто мандрує один чи приїхав до Києва у службових справах. Кількість номерів – 135, з них 23 на Представницькому поверсі.

Номер з широким ліжком. Однокімнатний двомісний номер середньою площею 26,7 м<sup>2</sup>, ванна кімната - 5,4 м<sup>2</sup> (більшість ванних обладнано біде). Ширина ліжка 180 см. Номер ідеально підходить для пар та ділових людей, яким потрібно більше комфорту. Можливе розміщення на поверсі для некурців та на Представницькому Поверху. Кількість номерів – 77, з них 11 на Представницькому поверсі.

Номер із двома роздільними ліжками. Однокімнатний двомісний номер середньою площею 28,9 м<sup>2</sup>, ванна кімната - 5,5 м<sup>2</sup> (ванна обладнана біде). Два роздільні ліжка шириною від 100 до 120 см кожне. Можливе розміщення на поверсі для некурців та на Представницькому Поверху. Кількість номерів – 25, з них 1 на Представницькому поверсі.

Двокімнатний напівлюкс. Двокімнатний номер середньою площею 40,9 м<sup>2</sup>. Номер складається з вітальні та спальні. У номері 2 санвузли (ванна, що примикає до спальні, обладнана біде). Ширина ліжка від 160 до 180 см. Можливе розміщення на поверсі для некурців та на Представницькому Поверху. Кількість номерів – 17, з них 4 на Представницькому поверсі. Люкс. Трикімнатний номер середньою площею 78,8 м<sup>2</sup>.

Кількість номерів – 2, з них 1 на Представницькому поверсі. У номері на

6-му поверсі (№ 603) - 2 спальні з ліжками шириною 180 см кожна та вітальня. В одній із 3-х ванних кімнат встановлена джакузі. У номері на 7-му Представницькому поверсі (№ 703) є вітальня, спальня та кабінет. У ванній кімнаті, що прилягає до спальні, встановлені сауна та джакузі. Ширина ліжка 180 см. (King Size).

Є можливість встановлення додаткового ліжка у кабінеті.

Номер "Клуб". Двокімнатний номер на 8-му поверсі поруч із номером "Делюкс" та Президентськими апартаментами. Площа кімнат 42,3 м<sup>2</sup>, ванною - 8,1 м<sup>2</sup> (ванна кімната обладнана біде). Ширина ліжка 180 см. (King Size).

Номер "Делюкс". Чотирикімнатний номер на 8-му поверсі поряд із Президентськими апартаментами площею 110 м<sup>2</sup>. Площа ванної кімнати, де встановлена сауна – 24,7 м<sup>2</sup>. Усього в номері 4 санвузли. Номер складається з двох спалень, кабінету, вітальні, кімнати для сервіровки і вбиральні. Можливе поєднання номера з президентськими апартаментами.

Президентські апартаменти. П'ятикімнатний номер на 8 поверсі площею 171 м<sup>2</sup>. Знаходиться у пентхаусі з видом на вулицю Пушкінську та бульвар Т. Шевченка. Номер складається зі спальні (ліжко шириною 200 см), кабінету з бібліотекою, камінної зали, їдальні (може використовуватись як кімната для переговорів) та гостьової спальні (ліжко шириною 180 см). У номері 3 санвузли. В ванних кімнатах є сауна та джакузі. Є вбиральня, кімната для охорони та невелика кухня. Можливе з'єднання з номером "Делюкс" через гостьовий кабінет. Є також іменні та тематичні номери. Харчування: сніданок "шведський стіл". Водопостачання: цілодобово. Інфраструктура: фітнес-клуб; бізнес центр; Софіївський Гранд Холл (до 350 осіб); 2 зали для проведення переговорів, презентацій та безлічі інших заходів; цілодобовий підземний паркінг; Представницький поверх; Президентські апартаменти; казино "Прем'єр Палас"; салон краси та Spa ALDO COPPOLA; розкішні номери, у тому числі іменні та тематичні; цілодобова пральня та хімчистка; цілодобове ресторанне

обслуговування у номерах; транспортне обслуговування; бездротовий доступ до Інтернету; послуги консьєржа; бутик Fabulous; бутик NIJOLE; галерея бутиків; ресторан "Імперія"; японський ресторан "Sumosan"; вітамін-бар "Лагуна"; лобі-бар; спорт-бар FAN FEST; кондитерська "Волконський".

Якщо приїзд гостя до Києва має діловий характер, то він може скористатися послугами Бізнес-центру готелю: відправити або отримати електронну пошту, факс, попрацювати на комп'ютері з доступом до Інтернету.

Крім того, у будь-який час доби не виходячи з номера або за чашкою кави в лобі-барі можна скористатися послугою доступу до бездротової мережі INTERNET за технологією WI-FI. Послуги, що надає Прем'єр Палас Готель" для гостей. Послуг які надає готель просто нереально багато, наприклад: критий басейн; оздоровчий спа-центр; сауна; турецька/парова лазня; гідромасажна ванна; фітнес-центр; масаж; ресторан; бар; запаковані ланчі; спеціальне дієтичне меню; обслуговування номерів; сніданок у номер; послуги трансферу; прокат автомобілів; трансфер з/до аеропорту; цілодобова стійка реєстрації гостей; індивідуальна реєстрація заїзду/виїзду; послуги консьєржа; послуги квиткової каси; туристичне бюро; обмін валют; банкомат; приватна парковка; камера зберігання багажу; сейф; доставка преси; тераса; спільна зона відпочинку з телевізором; казино; хімчистка; прасування одягу; пральня; щоденне прибирання; чистка взуття; прес для штанів; конференц-зал/банкетний зал; бізнес-центр; факс/ксерокопіювання; магазини в готелі; салон краси; сувенірний магазин; спеціальні номери для алергіків; куріння на всій території готелю заборонено; місця для куріння; номери для некурців; номери зі зручностями для осіб з особливими потребами; ліфт; сімейні номери; звуконепроникні номери; номер для молодят; VIP послуги; кондиціонер; опалення; безкоштовний Wi-Fi; представницький лаундж; чайник/кавоварка; мінібар; трансфер; послуги дворецького; дитяче ліжечко; тренажерний зал; дитяче меню; дозволено проживання з тваринами; масажні крісла; електрозаправна станція; парковка;

фітнес та спа центр; сигарна кімната.

У вартість входить: проживання в номері обраної категорії, сніданок - шведський стіл, послуги фітнес-центру. Решта послуг, що надаються інфраструктурою - за додаткову плату.

За проживання дитини до 12 років без надання місця плата не стягується. При наданні дитині до 12 років основного місця, а також при проживанні з батьками двох та більше дітей стягується плата згідно з прейскурантом.

Готель не стягує плату за номер.

Для групових та масових заїздів діє система знижок.

Розрахункова година – 11.00. Час заїзду до готелю з 12.00 поточної доби.

Гарантоване заселення з 0.00 до 8.00 поточної доби оплачується у розмірі 50% від добової вартості номера та проводиться за попередньою бронєю. При не заїзді в зазначену в броні дату стягується плата за фактичний номер або місця, але не більше ніж за добу.

Ануляцію заявки на бронювання необхідно надсилати не менше ніж за добу до заїзду, лише письмово факсом або електронною поштою.

Організаційна структура готелю "Прем'єр Палас Готель" є лінійно-функціональною, представлена на рис. 2.1.

Директор готелю «Прем'єр Палас Готель» є посередником між власниками підприємства та управлінським персоналом, з одного боку, та гостями, з іншого. На генеральному директорі лежить рішення величезної кількості завдань: прийняття орієнтованих обраних сегмент ринку рішень, вкладених у задоволення потреб клієнтів, визначення загальних напрямів політики підприємства у межах поставлених цілей і завдань, зокрема проведення фінансової політики, до якої можна віднести такі питання, як визначення лімітів витрат на утримання персоналу, граничних асигнувань на адміністративні господарські потреби. Власники підприємства та генеральний директор визначають коло постачальників, пайові відносини з

якими готель підтримує в першу чергу.

Відділ номерного фонду готелю «Прем'єр Палас Готель» складається з таких підрозділів, як служба бронювання, адміністративна служба, служба покоївок, служба безпеки. Керівник відділу номерного фонду несе відповідальність за створення основних готельних послуг та підтримку номерного фонду відповідно до прийнятих на підприємстві стандартів. Адміністративна служба виконує функції оформлення при в'їзді та виїзді, розрахунків із клієнтами, а також функції інформаційного центру. Служба бронювання займається резервуванням номерів для клієнтів.

Служба покоївки готелю «Прем'єр Палас Готель» є найчастіше найбільш функціонально значущим підрозділом. Цей підрозділ відповідає за прибирання номерів, холів, туалетів, коридорів, внутрішніх приміщень, у яких здійснюється прийом та обслуговування клієнтів. Покоївки перетворюють використаний продукт, яким є готельний номер після від'їзду гостей, на готовий для подальшої реалізації чистий і затишний номер. Служба покоївок використовує власну пральню, в якій використана постільна білизна, рушники перетворюються на чистий, готовий до вживання продукт.

У безпосередньому контакті зі службою покоївок працює АХО, яка здійснює профілактичний та поточний ремонт не лише номерного фонду та встановленого в ньому обладнання, а й усього підприємства загалом. Характер виконуваних цією службою робіт надзвичайно різноманітний: від електротехнічних та слюсарних до столярних та будівельних робіт. Залежно від можливостей служби та характеру робіт, частина з них може бути передана стороннім організаціям. До найпоширеніших робіт, що доручаються стороннім будівельно-монтажним організаціям, можна віднести покрівельні та настилкові роботи.

Служба адміністраторів є першою в ланцюжку взаємодії з гостями, вона зустрічає та розміщує гостей, приймає оплату за проживання, вирішує питання, що виникають. Безперечно, є однією з найважливіших служб



готелю.

Служба безпеки також є прикладом двоїстого підходу, коли виконання функції підтримання порядку та безпеки на підприємстві може бути доручено власній службі, але не виключено варіантів залучення сторонньої організації. Готель відповідає за забезпечення розумної безпеки своїх клієнтів.

Інженер вивчає стан експлуатації машин та обладнання: ліфти, пральні машини, насоси для підкачування води, каналізаційні труби, батареї, сантехніка.

Організація бухгалтерської служб, бухгалтерський облік для підприємства здійснюється спеціалізованим підрозділом (бухгалтерією), безпосередньо підпорядкованого головному бухгалтеру, який відповідає перед керівництвом підприємства за організацію бухгалтерського обліку та подання бухгалтерської звітності.

Індикація ступеня задоволеності споживача дозволяє кількісно оцінити внесок різних складових якості у загальну думку споживача якості досліджуваного об'єкта. Для даної оцінки необхідно визначити важливість складових якості роботи за п'ятибальною системою та важливість компонентів дерева якості за п'ятибальною системою в порядку зменшення ступеня важливості:

Для розрахунку індексу споживчої задоволеності ста восьми споживачам було запропоновано оцінити:

- важливість десяти запропонованих дослідником складових роботи готелю за п'ятибальною системою;
- якість цих складових за п'ятибальною системою.

Для дослідження рівня сервісу готелю "Прем'єр Палас Готель" було опитано 108 іноземних гостей готелю.

Як видно найважливішою складовою готельної послуги є привітний прийом у рецепції, тому всі опитувані поставили цьому компоненту дерева

оцінку 5. В результаті цього і середнє значення оцінки важливості для споживача прийому в рецепції вийшло також 5. Практично таку ж важливість в очах споживача мають такі компоненти дерева якості як чистота в номері та організація харчування у ресторані.

Обстеження задоволеності споживачів сервісом готелю «Прем'єр Палас Готель»

Середнє значення оцінки якості (прийом у рецепції) =  $(27*5+49*4+25*3+7*2+0*1)/100 = 4,2$

Індекс споживчої задоволеності (прийом у рецепції) =  $(27*100+49*75+25*50+7*25+0*0)/100 = 78,00\%$

Середнє значення оцінки роботи та відповідного ступеня споживчої задоволеності =  $44,78/11 = 4,07$

Середнє значення оцінки роботи та відповідного ступеня споживчої задоволеності =  $823,50/11 = 74,86\%$

У той же час більшості споживачів готельних послуг не надається важливої кондиціонера в номері. Ця складова отримала найменшу оцінку важливості компонента дерева, лише 2,5 бала. Однак слід брати до уваги той факт, що опитування споживачів проводилося восени, а до літа попит на номери з кондиціонером зі зрозумілої причини зростає.

Варто зазначити також і той факт, що надання телематичних послуг у готелі знаходиться на дуже низькому рівні, майже половина опитаних поставила оцінку 3 і третину споживачів - оцінку 2. Слід зазначити, що з кожним роком важливість надання якісного інтерактивного телебачення зростає.

Звернімо увагу і на важливість географічного розташування готелю. Під час проведення опитування абсолютна більшість споживачів поставила оцінку 5 у графі важливості компонента дерева. Можна з упевненістю заявити про те, що виключно вигідне географічне положення готелю має стати тим локомотивом забезпечення стабільної переваги перед більш

віддаленими від центру конкурентами.

Індексація ступеня задоволеності споживача дозволяє формалізувати організаційну роботу готелю виходячи з потреб та очікувань споживача. Для порівняння ступеня задоволеності споживачем якості готельних послуг було проведено дослідження споживчої задоволеності в готелі Редіссон САС.

Обстеження задоволеності споживачів сервісом готелю Редіссон САС (Дерево задоволеності споживачів). Готель Редіссон САС є одним із найсерйозніших конкурентів готелю «Прем'єр Палас Готель» за ціновим сегментом ринку. Усього було опитано 56 осіб. Оскільки кількість опитаних приблизно вдвічі менша за опитаних при з'ясуванні індексу споживчої задоволеності по готелі «Прем'єр Палас Готель», то результати слід збільшити в 1,9 разів ( $108/56 = 1,9$ ). Для зручності порівняння ступеня споживчої задоволеності готельних послуг, що надаються вищезгаданими готелями, побудуємо карту профілів споживчої задоволеності.

За допомогою карти профілів можна порівняти профілі задоволеності споживачів продуктом фірми з профілем задоволеності подібним продуктом, що поставляється ринку її конкурентом. Це порівняння показує переваги і недоліки продукту, що випускається, після відповідної оцінки різних компонентів дерева задоволеності (аналіз конкурентоспроможності продукту) і дозволяє намітити шляхи поліпшення його якості з метою утримання існуючого споживача компанії та залучення на свій бік споживача конкурента.

Аналізуючи карту можна зробити висновок про те, що головними конкурентними перевагами готелю Редіссон САС перед готелем «Прем'єр Палас Готель» є наявність власного паркування та організованого доступу до Інтернету. Також незаперечною перевагою є те, що в готелі Редіссон САС дві третини номерів забезпечені кондиціонером. У літній сезон цей фактор відіграє значну роль у завантаженні номерного фонду. Головною ж перевагою готелю «Прем'єр Палас Готель» є його зручне географічне

розташування, що дозволяє потенційним споживачам, які обирають готель в залежності від віддаленості його від ділового та культурного центру міста, зробити вибір на користь готелю «Прем'єр Палас Готель». Однак опитані постояльці готелю Редіссон САС надають невисоку питому вагу такому компоненту дерева, як віддаленість від центру, всього 3,5 бали, що дозволяє зробити висновок про те, що для них географічне розташування готелю не є фактором, що формує вибір. Для того щоб переманити цих клієнтів у свої готелі «Прем'єр Палас Готель» слід розробити стратегію залучення клієнтів не зручним розташуванням, а рівнем якості готельних послуг. У середньому оцінки якості послуг у готелях розрізняються в половину бала, або на 10 відсотків. Війна та повномасштабне вторгнення – слова, які стали синонімами словам збитки та криза. Через повномасштабне вторгнення РФ в Україну готельний бізнес зазнав великих утрат. Внутрішній туризм, бізнес-подорожі, курортний відпочинок та відвідування історичних місць стало неможливою мрією через агресію зі сторони росії. Як наслідок спорожнілі готелі втрачають свою потребу. Це може підтвердити готель Прем'єр Палац, який до початку війни був функціонуючим, розвиваючим та дуже прибутковим, його номери бронювали за декілька місяці, а у ресторанах були повні посадки гостей цілодобово.

Зрештою, і сьогодні, але вже зовсім в іншій проекції. Пошук персоналу, зарплати, податки, розвиток та розбудова, потоки іноземних гостей – все це довоєнне минуле. Актуальним напрямом ведення готельного бізнесу у період ВІЙНИ – це вижити, допомогати людям і максимально підтримувати економіку України, зберегти робочі місця для своїх людей. Прагнення перемогти ворога, яке підсилюється активною участю зі сторони готелів у волонтерських проектах та гуманітарній допомозі. Готельний бізнес намагається не лише втриматися власними силами та допомагати внутрішньо переміщеним особам, ай «Прем'єр Палац», який входить до групи Financiere, активно допомагає у Києві організовуючи волонтерські фонди та

жертвуючи великими сумами грошей для наших хлопців в ЗСУ задля захисту неньки. В наших реаліях більшість готелів закрились, а деякі навіть не встигли відкритися. Бізнес збиткує. Причиною стала терор зі сторони агресора путіна.

## **2.2. Ефективність пропозицій покращення логістики послуг суб'єкта готельного бізнесу**

Одним із недоліків зазначається, що надання телекомунікаційних послуг у готелі знаходиться на дуже низькому рівні. Так от пропоную:

1) використання інтерактивного телебачення в готелі.

Знайомство гостя з Готелем починається вже в номері з прогулянки Інтерактивним меню, заходячи в «Кафе, ресторани», «Бар», «Салон», «Сауна», «Бізнес-Центр», «Конференц-зал». Можна навіть ознайомитися з номерним фондом, керівниками Готелю, дізнатися хто з цікавих людей зупинявся в готелі «Прем'єр Палас Готель», дізнатися про місто.

Всі сторінки, що пропонуються, робляться індивідуально з логотипом, кольоровою гамою готелю.

Розглянемо інші функції Інтерактивного готельного телебачення докладніше. Їх можна поділити на 5 груп:

1. Основні – забезпечують інформаційний зв'язок Готелі з Гостем:

«Привітання гостя», про яку вже було трохи сказано, це ціла сторінка із зображенням на 34 екрани фасаду готелю, із зверненням до Гостя на ім'я та мінімальною інструкцією для подальшого входу до Головного Меню. Персональні повідомлення - Повідомлення від Адміністрації або передані гостею третьою особою через ресепшн, можуть бути індивідуальні, або групові. Про наявність такого повідомлення сигналізуватиме підказка «Вам

повідомлення» на Головному Меню, а при встановленні ТБ готельного виконання Philips - спеціальний індикатор на годиннику, розташований на їхній передній панелі.

«Вибір мови» запропонована Система Інтерактивного Телебачення ACTIVE-34 дає можливість надавати інформацію про себе будь-якими п'ятьма мовами одночасно, включаючи всі європейські мови, японську, грецьку, арабську і, звичайно ж, українську. Початковий варіант установки: українська та англійська мови. Вибір мови відбувається або автоматично через зв'язок з PMS мовою реєстрації Гостя або через інтерактивний вибір кнопкою «Вибір мови»

Перегляд рахунку – гість у будь-який момент може перевірити стан свого готельного рахунку не виходячи з номера.

2. Прибуткові функції – надають Гостю платні Інтерактивні послуги – Джерело Доходу від Інтерактивного Телебачення «Фільми на замовлення» - основна функція системи інтерактивного телебачення, що приносить до 70% її доходу. Вона, з технічної точки зору, надає кожному гостю за його індивідуальним запитом та в його розпорядження «відеопотік stream unicast». Таких відеопотоків, що одночасно надаються в Системі ACTIVE-34 може бути 3 варіанти серверів: 25, 50, 100, тобто з урахуванням ймовірності одночасних запитів до сервера «Відео на Замовлення» один сервер, наприклад, на 100 потоків, може вільно забезпечити цією послугою Готель до 600 номерів, на 50 потоків - до 250, на 25 потоків - до 100 номерів. Кожен гість має можливість зі своїм відеопотоком робити те, що забажає: зупинити, продовжити перегляд, промотати назад/вперед.

Кожен фільм запускається на попередній перегляд на час 3-5 хвилин для того, щоб гість захопився фільмом і побажав продовжити перегляд, але вже платно, вартість встановлює адміністрація готелю. «Відео за розкладом» - заздалегідь запланований показ фільмів на 1 - 8 внутрішньоготельних каналів

з переліку фільмів, наприклад, наступним чином: з 6 години ранку до 15 години - мультфільми; з 15 години до 22 години - фільми різноманітних жанрів; з 22 години до 6 години ранку - романтичні фільми; можлива організація перерви у роботі відео-сервера із показом «живого акваріума».

Під час встановлення кількох відео-серверів можлива організація кількох каналів «Відео за розкладом». У цьому випадку розподіл каналів можна здійснювати за жанрами або за мовним принципом.

Інтернет та E-mail - Функція «Інтернет» - доступ до Інтернету з екрану телевізора, оплата діє 24 години з моменту введення згоди на оплату;

«Продаж Інтерактивних сторінок» - Інтерактивні сторінки Меню можуть бути продані рекламодавцям: турагенства, бутіки, антикварні салони та інші компанії, націлені у своїх продажах на туристів, що проживають у вас, безсумнівно зацікавляться у пропозиції своїх товарів та послуг через інформаційну мережу. Можливості та Ємності Меню в Системі не обмежені, а здібності високої графіки навіть для високочітких LCD-телевізорів порадують найвибагливіших рекламодавців.

### 3. Розважальні безкоштовні функції:

Проходячи по Головному меню, гість входить у функцію «Телебачення», яка поділяється на кілька підгруп:

«Ефірне ТВ» – стандартний набір місцевих ефірних ТВ-каналів, перегляд безкоштовний;

«Промо ТВ» - додатковий набір супутникових ТВ-каналів, перегляд безкоштовний, окремі канали можуть бути виділені до Платного пакета;

«Відео за розкладом» - цілодобові фільмові канали з щогодинним початком фільмів (по парному або непарному годиннику) або безперервним потоком - Платний канал

«ІНФО - канал» - внутрішньоготельний інформаційний канал з різними рекламними роликами та інформацією про Готель та місто. На дистанційному пульті Готельних телевізорів цей канал виділено окремою

кнопкою. Увімкнення телевізора може бути налаштоване саме на нього.

3. Безкоштовні функції: Гість має можливість вибору радіоканалу з ретельно підбраного списку кращих каналів Інтернет-радіо абсолютно без реклами, які можуть служити музичним тлом готелю. Всі пропонувані канали мають угоди з VDA для їхнього використання по готелям. Список радіо-інтернет-каналів може бути доповнений російськими та іншими радіо-інтернет-каналами за бажанням індивідуальних гостей. Увімкнення функції на екрані телевізора відтворює мультимедійну вставку.

#### 4. Допоміжні функції

«Будильник» - встановлений гостем Будильник розбудить його м'яким сигналом гучністю, що нарощується, телевізор включиться на відповідній сторінці Меню:

"Замовлення з ресторану в номер"

"Замовлення сніданку в номер"

«Виклик - Забрати речі у хімчистку»

«Виклик - Забрати багаж»

#### 5. Службові функції:

"Стан номера: Внутрішній стан" ROOM Status - можливість доповіді покоївки або старшого по поверху адміністратору готелю про готовність номера до прийому нового гостя.

Стан номера: Технічний стан - спеціальна послуга для персоналу готелю, що дозволяє робити повідомлення до спеціалізованих технічних служб або диспетчерської.

Спеціальна сторінка інструкцій з евакуації у разі надзвичайних ситуацій - можливість адміністрації готелю дати єдину команду для примусового включення всіх номерних телевізорів і показу сторінки з вимогою евакуації.

Всі інші функції телевізора анулюються до зняття сигналу тривоги.



Залежно від кількості номерів, асортименту платних послуг, маркетингової та цінової політики в рамках Бізнесу «Інтерактивне Телебачення» окупність проекту досягається протягом від 14 до 28 місяців.

Пропонується вибрати середній рівень цін.

2) на весняно-літній період, коли київ починають відвідувати іноземні туристи, обладнати номери для людей з обмеженими можливостями. Для західних готелів наявність у фонді номерів для інвалідів – вже давно гарний тон, а то й неодмінне правило мережі.

Облаштування території починається з паркування. Важливо передбачити розширене місце для паркування автомобілів інвалідів-візочників, але основною умовою є можливість безперешкодного виїзду на візку: відсутність порогів, бордюрів на шляху прямування. Вхідна зона готелю, зрозуміло, має бути обладнана. Вкрай важливо передбачити можливість підйому на ліфті, але при цьому необхідно розміщувати номери для інвалідів на найнижчому поверсі, адже у разі відключення електрики або поломки ліфта доведеться переносити гостя на руках. До дверей номера має бути вільний під'їзд. По всій зоні проїзду потрібно встановити спеціальні поручні, поручні. У номері, призначеному для гостей з обмеженими можливостями, необхідно передбачити повну відсутність порогів. Всі дверні отвори повинні бути шириною не менше 0,9 м. Двері постачають магнітним стопором, що дозволяє їх фіксувати у відкритому стані. Площа номера перевищує площу звичайного «стандарту» – 28 кв. м. Дверне вічко і ланцюжок повинні розташовуватися на рівні 1,2 м. Олена Савеличева при цьому робить важливе застереження: люди з обмеженими можливостями, на жаль, не часто подорожують. Тому треба подбати про те, щоб номери, призначені для них, за їх відсутності не простоювали, щоб у них було комфортно і затишно всім гостям: наприклад, те ж вічко потрібно змонтувати і на стандартному рівні.

Дуже важливо приділити увагу та збереження номерів: обладнати кути

кімнати захисними панелями, щоб візок їх не обдирав. Якщо в номері є спеціальне місце для зберігання вуличного крісла і при цьому гостю видають спеціальний візок для пересування корпусом.

Телевізор краще встановити на панелі, що обертається. Письмовий стіл має бути вигнутим, щоб можна було під'їхати на візку. Розетки та вимикачі розташовуються на висоті 1-1,2 м. Особливо необхідно обладнати шафи: розмістити вішалку для одягу на рівні 1,1-1,2 м, наприклад, відкидну. Як варіант - вішалка для підлоги на колесах для костюма. Двері шафи бажано зробити за типом «шафа-купе».

У номері також мають бути додаткові подушки та «думки» на диванах та кріслах. Додаткова ковдра повинна розташовуватися на висоті не вище 1,2 м. Ідеально, коли номери оснащені спеціальним обладнанням для переходу з інвалідного крісла на ліжку, до якого спроектовані поручня поручня.

Телефон у номері для людей з обмеженими можливостями має бути переносним. Щоб ванна була зручною. Щоб гість з обмеженими

## ВИСНОВОК

У роботі розкриті питання логістичного підходу в управлінні підприємствами готельно-ресторанного бізнесу, а також особливості управління потоками та ланцюгами постачань готельно-ресторанних підприємств. Визначено основні властивості готельно-ресторанного бізнесу, які впливають на логістичні процеси. Виявлені проблеми в управлінні ланцюгами постачань підприємств індустрії гостинності, для подолання яких пропонується використання аутсорсингу логістичних функцій підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Запропоновано нові стратегічні орієнтири для розвитку логістики в індустрії гостинності.

Ефективна та орієнтована на клієнта логістика підприємств готельно-ресторанного бізнесу забезпечує стійку конкурентну перевагу. Використання сучасних стратегій логістики та ланцюгів постачання покращує якість та сервіс готелів, знижує витрати, тобто збільшує рівень конкурентоспроможності підприємств у готельно-ресторанному бізнесі.

Індустрія гостинності має низку особливостей, що ускладнюють управління ланцюгами постачань підприємств, які працюють у цій галузі. Наайбільш ефективним рішенням цієї проблеми є логістичний аут-сорсинг, тобто передача логістичних функцій та бізнес-процесів логістичному оператору.

## ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом: навч. пос. / Г.Б. Мунін, А.О. Змілов, Г.О. Зінов'єв, Є.В. Самарцев, О.О. Гаца, К.П. Максимець, Х.Й. Роглев та ін.; за ред. С.І. Дорогунцова. К.: Ліра-К, 2005. - с.311.
2. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: навч. пос. / Х.Й. Роглев - К.: Кондор, 2005. 198 с.
3. Смирнов І.Г. Логістика: просторово-територіальний вимір: монографія / І.Г. Смирнов. К.: Обрії, 2004. 198 с.
4. Смирнов І.Г. Бізнесові основи міжнародного туризму: навч. пос. / І.Г. Смирнов. К.: Київський університет, 2007. с.47-53.
5. Смирнов І.Г. Логістика ресурсної бази туризму в контексті його сталого розвитку / І.Г. Смирнов // Вісник ДІТБ. 2008. №12. С.159-167.
9. . Організація та моделювання процесів розвитку готельно-ресторанного бізнесу: Колективна монографія. Одеса: ОНМУ, 2019. 283 с. Doi 10.31375/978-966-7716-86-8. URL: <http://www.osmu.odessa.ua/ua/books-onmu/2394-books-org-modproc-devel-ho-re-ca.html>
10. [https://pidru4niki.com/16850303/ekonomika/ponyattya\\_pro\\_logistichniy\\_servis\\_logistichni\\_poslugi](https://pidru4niki.com/16850303/ekonomika/ponyattya_pro_logistichniy_servis_logistichni_poslugi)
11. [https://stud.com.ua/75790/turizm/marketingovi\\_doslidzhennya\\_gotel'nogo\\_rinku\\_konkurentiv](https://stud.com.ua/75790/turizm/marketingovi_doslidzhennya_gotel'nogo_rinku_konkurentiv)
12. [https://tourlib.net/books\\_ukr/skybinsky31.htm](https://tourlib.net/books_ukr/skybinsky31.htm)
13. <https://studfile.net/preview/5283297/page:2/>
14. [https://stud.com.ua/75790/turizm/marketingovi\\_doslidzhennya\\_gotel'nogo\\_rinku\\_konkurentiv](https://stud.com.ua/75790/turizm/marketingovi_doslidzhennya_gotel'nogo_rinku_konkurentiv)

15. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави : міжнародний , національний, регіональний досвід : монографія / кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – 280 с.
16. Шамара І. М. Інтеграційні процеси в управлінні підприємством туристичної галузі / І. М. Шамара // Вісник ХНУ ім. Каразіна. – Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». – 2016. – Випуск 3. – С. 179-181.
17. Подлепіна П.О. Функціонування готельного господарства України в контексті сучасних тенденцій розвитку економіки / П. О. Подлепіна / Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку: матер. І Міжнар. Наук-практич. Конф. – Черкаси: Брама-Україна, 2012. – С.370 – 374.
18. Подлепіна П. О. Кластери як організаційна форма активізації регіонального туристичного ринку / П. О. Подлепіна // Туристичний бізнес : світові тенденції та національні пріоритети: матеріали міжнародної науково-практичної конференції 21–22 травня 2010 року. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – С. 162–167
19. Михайлова О. П. Основні проблеми готельного бізнесу в Україні / О. П. Михайлова, П. В. Брінь // Вісник НТУ «ХПІ». – 2012. – № 58 (964). Серія : Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – С. 101-106.
20. Марцин Т. О. Проблеми та перспективи розвитку готельного господарства України / Т. О. Марцин, Т. В. Бурак // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – К. : КНТЕУ, 2014. – 391 с
21. Байлик С. І. Готельне господарство. Організація, управління, обслуговування / С. І. Байлик.– К. : Дакор, 2008. – 288 с.
22. Андренко І. Б. Організаційно-економічні аспекти розвитку готельного господарства регіону : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.10.01 / І. Б. Андренко; Харк. держ. акад. міськ. госп-ва. – Х., 2003. – 20 с.
23. Лепський В. В., Науменко Л. Ю., Борисова І. С. Інклюзивний туризм як вид реабілітації: наукове обґрунтування та перші кроки втілення у життя. Український

- вісник медико-соціальної експертизи. 2016. № 4. С. 47-52.
24. Наказ Міністерства транспорту України «Про затвердження "Правил перевезень пасажирів, багажу, вантажобагажу та пошти залізничним транспортом України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0620-98> (дата звернення: 25.09.2019).
25. Аніщенко А. П., Яріко М. О. Розвиток інфраструктури інклюзивного туризму як результат трансформації менталітету суспільства (XX – XXI ст.). 2016. URL: <http://socsvit.org/node/61> (дата звернення: 27.09.2019).
26. Сварник М. Г., Грибальський Я. І. Посібник з активного відпочинку та туризму для неповносправних. Товариство «Зелений Хрест». 2015. 150 с.
27. . Стельмашук, Н. А. Структурні аспекти розвитку стратегічного маркетингу підприємств / Н. А. Стельмашук // Інноваційна економіка. – 2012. – № 3. – С. 225-228.
28. Шепель Т. В. Аналіз тенденцій розвитку закладів харчування та їх вплив на дохідність ресторанного бізнесу в Україні / Т. В. Шепель // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2019. – Вип. 1. – № 18. – С. 78-82
29. Логістика, наука про логістику; Кльченко А. розділ 1.1
30. Арсененко А.І. Суспільні рекреаційні системи як об'єкт дослідження рекреаційної географії. - Регіон-2003: стратегія оптимального розвитку // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. - Харків, 2003.
- Андропов О.М. Стан рекреаційного комплексу України // Економіка і Екологія, 2005, № 24.
31. Багров Н.В. Региональная геополитика устойчивого развития. - К.: Либидь, 2002.
32. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії. - К.: Палітра, 1997.
33. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. - К.: ВПЦ "Київський

- університет”, 2001. – 395 с.
34. Воскресенський В.Ю. Міжнародний туризм. – М.: ЮНІТІ, 2006. – 255 с.
35. Географічна енциклопедія України: у 3-х т. /Редкол.: відпов. ред. О.М. Марініч – К.: УРЕ ім. М.П. Бажана, 1989. – Т. 1; 1990 – Т. 2; 1991 – Т. 3.
36. Гнатів О.К. Проблеми розвитку вітчизняного туризму // Економіка України, №5, 2005, с.23-25.
37. Гуліч О., Літаків П. Розвиток рекреаційно-туристичного комплексу як напрямок екологоорієнтованої структурної перебудови господарства Карпатського регіону. У ЗБ.: Соціально-економічні дослідження у перехідний період. Механізми реалізації регіональної політики (Збірник наукових праць). Випуск 2 (XL). – Львів: ІРД НАН України, 2003. – С. 80-87
38. Гаспарян А.А. Розвиток гірського туризму в Україні. //Бізнес, 2005 №5
39. Географічний атлас України. – НВП Картографія. – 2006.
40. Загальна медична географія світу. /Шевченка В.О. та ні. – К.: 1998.
41. Іванух Р., Жученко В. Стратегічні проблеми розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України // Економіка України. – 1998. – № 1.
42. Курорті: Енциклопедичний словник. / Гол. ред. Є.І. Чазів. - М: Рад. Енциклопедія, 1988.
43. Курортні ресурси України. – К.: ТАМЕД, 1999.
44. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України. – Львів, 1997.
45. Мироненко Н.С., Твердохлебов І.Т. Рекреаційна географія. - М: Вид-во МГУЦ, 1981.
46. Ніколаєнко Д.В., Ніколаєнко Т.В. Введення у рекреаційну географію. – Харків: Міжнародний слов'янський університет, 1998.
47. Ніколаєнко Д.В. Рекреаційна географія. - М: ВОЛОДОС, 2003.
48. Новини турбізнесу. - Журнал. - №№ 5,6 2007р.
49. Романов А.А. Зарубіжне туристичне країнознавство: Уч. Пос. - М: Рад. Спорт, 2001.

50. Смаль І.В. Основи географії рекреації та туризму: навч. посіб. – Ніжин: Вид-во НДПУ ім. Микола Гоголя, 2004.
51. Літаків П.В. Проблеми розвитку гірських територій Українських Карпат та європейська гірська політика. У ЗБ.: Соціально-економічні дослідження у перехідний період. Регіональна політика: досвід Європейського Союзу (Збірник наукових праць). Випуск 5 (XLIII) част. 3. - Львів: ІРД НАН України, 2003. - С. 108-113
52. Охріменко О. Г. Удосконалення територіальної організації рекреаційного комплексу Подільського регіону. – К., 2001. – 18 с. : Рис. Індекс рубрикатора НБУВ: У049(4УКР38)684.9 Шифр зберігання книги в НБУВ: РА313314
53. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія. – К.: Центр навчальної літератури, 2007.
54. Царик Л.П. Еколого-географічний аналіз та оцінювання території: теорія та практика. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2001.
55. Царик Л.П., Чернюк Г.О. Природні рекреаційні ресурси: методи оцінки та аналізу. – Тернопіль, 2001.
56. Ціншен Ван, Топчієв О.Г. Теоретичні та методологічні аспекти рекреаційної географії: сучасний підхід //Укр. Геогр. Журнал. – 2003. – № 1.
57. Шаблій О.І. Суспільна географія. – Львів: ЛНУ імені І.Франка, 2001.
58. Шмагіна В.В., Харічков С.К. Рекреація та туризм у системі сучасних пріоритетів соціально-економічного розвитку. – Одеса, 2000.



**Додатки:**

