

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Сервісні технології суб'єкта готельного бізнесу

Студента 3 курсу, 9 с групи
спеціальності
241 «Готельно-ресторанна справа»
освітньої програми
«Готельно-ресторанна справа»

Шубіної
Валерії
Валеріївни

Науковий керівник
к.е.н., доц.

Полтавська
Оксана
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 студентіві****ШУБИНОЇ ВАЛЕРІЇ ВАЛЕРІЇВНИ**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту) «Сервісні технології суб'єкта готельного бізнесу «Франція», м. Вінниця»Затверджена наказом ректора від «30» вересня 2022 р. № 2417.**2. Строк здачі студентом закінченого роботи (проекту) 27 січня 2023 р****3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)***Мета роботи* розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження сервісних технологій у підприємстві готельного господарства*Об'єкт дослідження* виступають сервісні технології підприємств індустрії гостинності.*Предмет дослідження* є процес, у межах якого формується та досягається успішна реалізація сервісних технологій готельними підприємствами за допомогою застосування теорій та методів готельно-ресторанної справи

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ОРГАНІЗАЦІЇ СЕРВІСНИХ ПРОЦЕСІВ ГОТЕЛЮ

1.1. Сутність сервісних технологій у готелі

1.2. Ефективність залучення сервісних технологій у діяльності готелю

РОЗДІЛ 2. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ СЕРВІСНИХ ПРОЦЕСІВ ГОТЕЛЮ (НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «ФРАНЦІЯ»)

2.1. Міжнародний досвід використання сервісних технологій підприємств сфери готельної індустрії

2.2. Дослідження форм сервісних технологій готелю «Франція»

2.3. Вплив сервісних процесів на прихильність споживача готелю «Франція»

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

6. Календарний план виконання роботи (проекту)

№ Пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	фактично
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 р.- 29.09.2022 р.	
2	Оформлення та затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	01.10.2022 р.- 07.10.2022 р.	
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.	
4	Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 20.11.2022 р.	
5	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	21.11.2022 р.- 09.01.2023 р.	
7	Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях	10.01.2023 р.- 12.01.2023 р.	
8	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	13.01.2023 р.- 17.01.2023 р.	
9	Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування	18.01.2023 р.	
10	Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії	19.01.2023 р.- 26.01.2023 р.	
11	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Відповідно до розкладу	Відповідно до розкладу

7. Дата видачі завдання «01» жовтня 2022 р.

8. Науковий керівник
випускної кваліфікаційної
роботи (проекту) к.е.н., доц.**О.В. Полтавська***(підпис)*9. Гарант освітньої програми
к.е.н., доц.**А.М. Расулова***(підпис)*10. Завдання прийняв до виконання
студент-дипломник**В.В. Шубіна***(підпис)*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ОРГАНІЗАЦІЇ СЕРВІСНИХ ПРОЦЕСІВ ГОТЕЛЮ	9
1.1. Сутність сервісних технологій у готелі	9
1.2. Ефективність залучення сервісних технологій у діяльності готелю	16
РОЗДІЛ 2. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ СЕРВІСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ГОТЕЛЮ (НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «ФРАНЦІЯ»).....	21
2.1. Міжнародний досвід використання сервісних технологій підприємств сфери готельної індустрії	21
2.2. Дослідження форм сервісних технологій готелю «Франція»	27
2.3. Вплив сервісних процесів на прихильність споживача готелю «Франція»	41
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56
ДОДАТКИ.....	61

ВСТУП

Індустрія гостинності – динамічний сектор економіки України, який демонструє соціально-культурний та економічний розвиток країни та забезпечує її конкурентоспроможність. Тому розвиток індустрії гостинності є важливою складовою інтеграції українського туристичного ринку на загальносвітовий.

Сучасна індустрія гостинності складається з групи галузей та підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку та розваг. Діючими особами на ринку гостинності є суб'єкти туристичного, готельного, ресторанного бізнесу, відпочинку і розваг. Індустрія гостинності також потребує транспортного обслуговування, фінансової та інформаційної підтримки.

Об'єктом дослідження – виступають сервісні технології підприємств індустрії гостинності, **предметом** – є процес, у межах якого формується та досягається успішна реалізація сервісних технологій готельними підприємствами за допомогою застосування теорій та методів готельно-ресторанної справи і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Метою дослідження – є визначення шляхів розвитку індустрії гостинності в контексті використання сучасних сервісних технологій, як напрямів розвитку складових елементів індустрії гостинності.

Завдання дослідження визначаються метою і є конкретними послідовними етапи рішення проблеми дослідження для досягнення мети.

Методи дослідження – це сукупність методів наукового пізнання, за допомогою яких забезпечується набуття достовірних наукових знань, умінь та практичних навичок у різних сферах діяльності. Під час виконання випускної кваліфікаційної роботи були використані наступні методи дослідження: загальнонаукові (аналіз і синтез, індукція, узагальнення, аналітичний, формалізація, класифікація, порівняльний) та конкретно-наукові (статистичний, історичний, економічний) та географічні методи (картографічний).

Інформаційною базою для написання випускної кваліфікаційної роботи слугували нормативно-правові акти України, наукові публікації, довідкова література, статистичні дані, аналітичні публікації та матеріали офіційних веб-сайтів органів державної влади.

Розроблені в ході дослідження підходи, теоретичні узагальнення, висновки та рекомендації можуть бути використані для активізації готельного бізнесу за допомогою формування та надання якісних послуг клієнтам в Україні.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел із 50 найменувань та додатків. Загальний обсяг роботи становить 55 сторінок, на яких представлено 6 таблиць та 9 рисунків.



РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ОРГАНІЗАЦІЇ СЕРВІСНИХ ПРОЦЕСІВ ГОТЕЛЮ

1.1. Сутність сервісних технологій у готелі

Туризм на сьогодні є важливим багатоаспектним явищем, значущість якого зростає. Подорожуючи, люди мають можливість набути нових знань, досвіду, культури інших країн та народів [29].

«Під впливом суспільно-політичних чинників у 1970-х рр. туризм як сфера задоволення потреб людини, яка подорожує, перетворився на індустрію – складову світового господарства, потужний господарський комплекс національних економік, що функціонує у тісному взаємозв'язку з природним середовищем, економічною системою, суспільством у цілому» [11].

Сьогодні науковці трактують це як «індустрія гостинності». «Індустрія гостинності – це система заходів та порядок їх здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів гостей туристських підприємств, їх запобігливого обслуговування, надання низки послуг» [27].

Готельні послуги – це специфічний товар, особливість яких полягає у наданні короткотермінового проживання. Серед величезної різноманітності видів послуг, послуги готельних підприємств передбачають залучення великої кількості капітальних вкладень, що означає можливість інвестованих коштів тільки за умови кількох років прибуткової діяльності. Майже всі готельні підприємства надають чотири групи послуг: розміщення, харчування, відпочинок та побутове обслуговування. Саме через таку різноманітність послуг, їх прийнято поділяти на основні, додаткові та периферійні послуги [36]. Зазвичай, периферійні послуги не замовляються та не оплачуються гостями. У готелях нижчих класів, додаткові послуги можуть надаватись на замовлення або за окрему плату. У готелях вищих класів – додаткові послуги можуть

повністю або частково входить до вартості номера. У готелях передбачені основні служби для надання повного циклу обслуговування клієнтів: служби приймання та розміщення, експлуатації номерного фонду, технічна, комерційна та адміністративна. Це лише основний перелік служб, які мають забезпечувати надання готельних послуг.

«Готельний комплекс – це високо категорійний готель, що надає максимальну кількість послуг, володіє сукупністю забезпечувальних служб, кожна з них має вузько специфічні функції.

Роботу готелю очолює дирекція, до складу якої входить комерційна служба. Служба приймання та розміщення забезпечує приймання, реєстрацію, розміщення клієнтів у номера, проводить розрахунки бронювання місць. Як правило, службу очолює менеджер по розміщенню. В його підпорядкуванні знаходиться бюро реєстрації; портсьє; адміністратори; бюро обслуговування; швейцари; гардеробники; комірники камери схову; служба бронювання.

Служба експлуатації номерного фонду забезпечує технічне обслуговування та ремонт жилих та допоміжних приміщень, підготовку їх до заселення, прибирання та вивід із експлуатації номерів для косметичного або планового ремонту. Менеджер даної служби керує групою по ремонту та обслуговуванню номерного фонду, покоївками, прибиральницями, конс'єржками тощо» [36].

Система бронювання включає в себе використання комплексу обчислювальної техніки, що об'єднана в мережу та пов'язана зв'язком з різними географічними центрами. Основним завданням комплексу є: бронювання номерів за замовленням в конкретному готелі та бронювання білетів на різні види транспорту.

Окрім основних завдань, дана система вирішує ще й локальні задачі, які реалізуються безпосередньо в готелі: планування номерного фонду, розрахунки із клієнтами, облік матеріальних ресурсів, розрахунки по заробітній платі з персоналом готелю, бухгалтерська звітність тощо.

«Служба допоміжних та периферійних послуг в ряді випадків має власне

екскурсійне бюро, власне автогосподарство (або орендний транспорт), спеціальне бюро по забезпеченню ділових, конгресових семінарів, які включають штат секретарів-референтів, гідів-перекладачів, а також обладнані конференц-зали, кабінети, оргтехніку тощо. В склад цієї служби також входять: перукарні, косметичні салони; пральні; ательє, швейні та взуттєві майстерні; майстерні побутових послуг; служби нагляду за дітьми; служби медичних послуг; хімчистка; служба прокату та інші служби. Служба дозвілля забезпечує клієнтів фізкультурно-оздоровчими та видовищними послугами, включаючи кіно, концерти, телебачення (в тому числі кабельне та супутникове), відео, роботу спеціальних клубів та інші послуги. Роботу всіх інженерних систем та комунікацій (ліфтове господарство, енергопостачання, тепло-, водо-, газопостачання, експлуатація приміщення тощо) забезпечує технічна служба, яку очолює технічний директор або головний інженер. В окремих готельних комплексах є централізована інформаційно-довідкова служба [35; с. 56].

Створення сучасної сервісної інноваційної інфраструктури в готельній індустрії залежить від багатьох факторів: рівня розвитку економіки, політичного та екологічного станів та інших. Країни, що демонструють розвинену виробничу інфраструктуру, характеризуються випереджаючим розвитком сфери послуг та більшими можливостями щодо їх впровадження. А отже, формуються реальні можливості створення глобальної мережі необхідних готельному комплексу послуг, що сприяють його інноваційному розвитку. В цілому, інноваційна інфраструктура в готельній індустрії формує повноцінну базу умов, що спрощують надання послуг та дозволяють їх сформувати вищої якості (табл. 1 1).

Послідовна розробка сервісного обслуговування в готелі є складним комплексним завданням, результативність якої залежить від якості формування структурної схеми. Яка поєднує в собі всі процеси обслуговування у вигляді потоків та взаємозв'язків.

Таблиця 1.1.

Типи сервісних інновацій в готелях

Тип інновацій	Характеристика	Конкретні способи для реалізації
Технологічні інновації	Створення нових матеріалів, продуктів, послуг та технологій, нові способи надавати послуги і удосконалення старих	Розширення асортименту спеціалізованими та еквівалентними закладами розміщення відповідно до потреб туристів
Організаційні інновації	Нові рішення та підходи в управлінні або організації робочого процесу	Реалізація у формі вдосконалення моделей гостинності за допомогою організацій сфери гостинності інших моделей, які використовуються.
Економічні інновації	Виникнення нових ринків, які дозволяють ввести нові продукти або технології, створення нових способів купувати і продавати товари, розвивати економічні процеси та інноваційний процес	Розширення індустрії гостинності організації від центру до периферія, стираючи "порожні плями" в географічному просторі країни індустрія гостинності
Маркетингові інновації	Нові або значно вдосконалені маркетингові методи охоплення нових аудиторій, упаковка продуктів, розробка нових методів продажу та товарів чи послуги, презентація та просування їх на ринках, що розвиваються, створення нових цінових стратегій	Впровадження результатів дослідження ринку, спільно з експертами, дослідження конкурентів. Наприклад, розробка та впровадження концепція сенсорного маркетингу
Правові інновації	Нові закони чи нормативні акти Введено або ж суттєві зміни в існуючих.	Одночасно впровадження міжнародних конвенцій та національного законодавства у сфері гостинності, що включає система міжнародного права
Соціальні інновації	Нові ідеї та рішення з метою вирішення соціальних та культурних проблем, з якими стикається суспільство.	Впровадження нових концепцій для розширення видів туризму (діловий туризм, освітній туризм, екотуризм, паломництво, космічний туризм)

Джерело: складено на основі [40]

При розробці процесу планування та створення сервісного процесу потрібно розмежовувати види діяльності які реалізуються виключно працівниками готелю та в яких споживач активно залучений та приймає участь. Схематично процес сервісного обслуговування готельного підприємства

зображено на рис. 1.1.

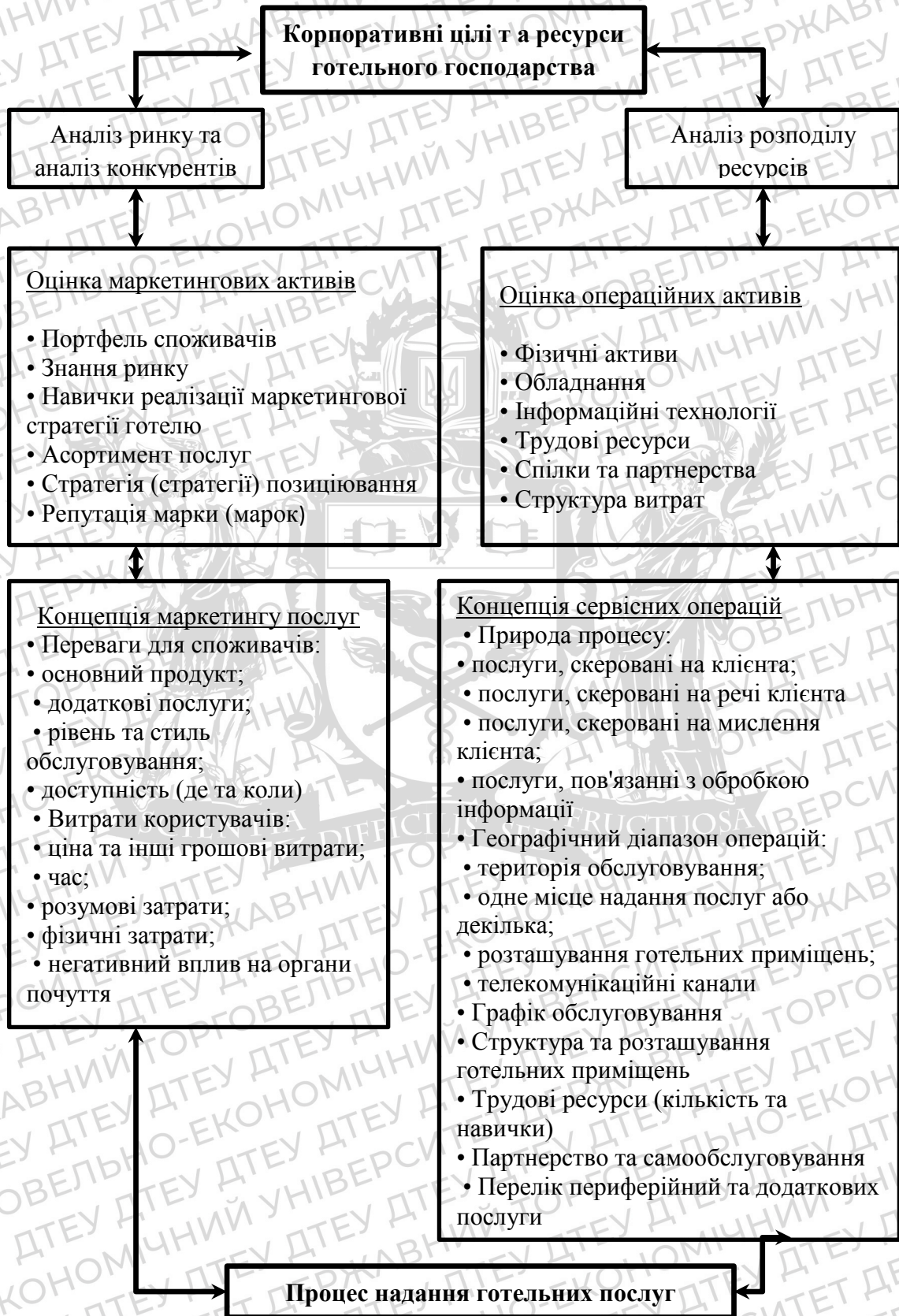


Рис. 1.1. Моделювання та створення сервісного обслуговування готельного підприємства

Джерело: [35; с. 56].

«Структурні схеми сервісного процесу дозволяють виявити характер взаємовідносин між клієнтами та співробітниками готельного господарства, а також показують яким чином ці взаємовідносини підтримуються периферійними та додатковими послугами. Оскільки ці схеми відтворюють взаємозв'язок між функціями, які виконують співробітники, операційними процесами, інформаційними технологіями, контактами з клієнтами та із їх допомогою значно підвищити ступінь інтеграції основних аспектів менеджменту готельного підприємства. Складання структурних схем дає менеджерам можливість визначити потенційні точки «провалу» в сервісному процесі, тобто моменти, котрі пов'язані з ризиком суттєвого зниження якості обслуговування. На основі цих знань менеджери зможуть розробити заходи, що дозволять уникнути даних негативних моментів, тобто підготувати план дій для невизначених обставин. Крім того у структурній схемі спеціально вказуються етапи сервісного процесу, на котрих клієнту, як правило, необхідно очікувати надання послуги. У подальшому розробляються стандарти по кожному виду готельних послуг, розраховується час необхідний для їх виконання та споживання, а також розробляються інструкції, котрі регулюють взаємовідносини між працівниками готельного підприємства та клієнтами» [3].

«Структурна схема дозволяє виявити можливості удосконалення обслуговування в процесі зміни конфігурації існуючої схеми готельних послуг, засобом додавання або усунення тих чи інших елементів або методом перепозиціонування послуг для залучення споживачів інших сегментів. Так наприклад, готельна мережа Canadian Pacific Hotels Toronto York (яка включає 27 об'єктів, включно готелі Banff Springs Hotel) у свій час вирішила змінити структуру обслуговування. Вона вже досягла певного успіху як мережа, що обслуговує учасників з'їздів, конгресів, семінарів та групових туристів, проте мала за мету отримати ще більшу прихильність до своєї марки бізнес-клієнтів. Компанія склала детальну структурну схему перебування споживачів в готелі, для кожного контакту було визначено очікуваний рівень обслуговування, обґрунтований на відгуках споживачів та розроблено систему спостереження за

якістю обслуговування. Було також змінено окремі аспекти сервісного процесу, для підвищення рівня індивідуалізації елементів обслуговування. Результатом проведених заходів Canadian Pacific Hotels на редизайн сервісного процесу стало збільшення за рік долі клієнтів, що подорожують з бізнес-метою на 6%» [3].

Доцільно відмітити перспективні напрями управління сервісним обслуговуванням в готельних підприємствах:

- 1) створення активної державної позиції, що направлена на розвиток готельних підприємств за допомогою юридичних та економічних механізмів, які б сприяли розвитку бізнесу та захищали його права;
- 2) допомога у зростанні вагомості готельних послуг в структурі споживання;
- 3) створення адаптивної системи надання кредитів та регіональних гарантійних фондів для відтворення готельної індустрії;
- 4) формування мережі інфраструктурного забезпечення підприємств сфери гостинності.

«Таким чином, сфера готельного бізнесу характеризується складними системами взаємозв'язків, що охоплюють ряд сфер економіки, є рушієм становлення сталих ринкових відносин у суспільстві» [8; с. 165].

В умовах жорсткої конкуренції готелі змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Недооцінка інноваційного управління в діяльності вітчизняних готельних підприємств призвела до зниження рівня їх конкурентоспроможності, порушення принципів і методів управління, зниження якості готельних послуг. Інновації виступають в якості стимулу для подальшого розвитку готельного бізнесу, дають змогу підприємствам не тільки займати лідируючі положення у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування.

1.2. Способи залучення сервісних технологій у діяльності готелю

Система сервісного обслуговування передбачає надання широкого спектра додаткових послуг, привабливих для споживача і супроводжуючих основну послугу. Роль додаткових послуг полягає в передбаченні потреб клієнтів і забезпеченні такого рівня обслуговування, за яке вони готові платити.

В цілому, поняття «сервіс» можна визначити як вид професійної діяльності, який би забезпечував задоволення потреб в обслуговуванні. Глибоке розуміння потреб клієнтів має для них особливу цінність. Сама ж націленість на таке розуміння є в даний час елементом ринкової орієнтації компанії.

Для ефективного функціонування готельного підприємства в сучасному середовищі було розроблено різні значущі інноваційні комп'ютерні технології. Відповідно, цифрові інновації стають стандартом готельного сервісу: автоматизуються і номерний фонд та громадські зони. На сьогоднішній день сучасний готель це місце, де все створено виключно для зручності та комфорту клієнтів. І це можна помітити в таких тенденціях: розвиток мобільних сервісів та додатків для гостей; запуск послуг на основі гаджетів; впровадження технологій для аналітики та безпеки готельного підприємства.

«За збір та аналітику різних рівнів даних про відвідувачів відповідають POS-системи, системи цифрової безпеки готелів. Використовуючи цю інформацію, готелі можуть заохочувати постійних клієнтів і робити висновки про поведінку клієнтів і їх перевагах, готувати просунуту аналітику. Системи цифрової безпеки можуть не тільки відстежувати найменші порушення суспільного порядку, але й, наприклад, надавати додаткову інформацію. Наприклад, у готелях Marriott встановлені маячки для навігації, які дозволяють визначити постійних відвідувачів (маячки роблять це, зв'язуючись зі смартфонами користувачів, якщо у них встановлено програму Marriott). Таким гостям надсилають знижки та спеціальні додатки» [6; с. 5].

Сьогодні серед підприємств гостинності присутнє впровадження та активне залучення нововведень, які більше стосуються іміджевої складової та

не можуть застосовуватись масово. Так, наприклад в китайському Шеньчжень в готелі Pengheng Space Capsules Hotel весь персонал на рецепції замінили роботами. Звісно, це ще не є тенденцією але подібні технології починають застосовуватись вже достатньо часто (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Використання сучасних технологій в індустрії гостинності

Джерело: [6; с. 5].

На рисунку запропоновані основні цифрові інновації, які застосовуються готельними підприємствами:

Використання хмарних технологій стає більш розповсюдженим, бо дає можливість замінити локальні сервери, які в свою чергу вимагають постійного обслуговування адміністратором. До того ж хмарні технології дозволяють доступ до бази даних всім, з ким, поділились інформацією та надали доступ. «Використання хмарних технологій, навпаки, має низку переваг: хмарний сервер обслуговується фахівцями Data-центру; зміна обчислювальних потужностей є програмним і не потребує фізичних дій; доступ до бази даних обмежений тільки правами доступу (логін і пароль); швидкість доступу до

даних обмежується виключно швидкістю доступу конкретного користувача; безперебійність доступу, оскільки Data-центр має кілька дублюючих каналів зв'язку та джерела аварійного енергозбереження» [21].

Набуває поширення використання «штучного інтелекту», це так звані «розумні» номери: налаштовує температурний та світовий режими, перемикає улюблені телепередачі, пригортає напоями, та, навіть розпізнає десятки мов. «Не менш важливу роль штучний інтелект відіграє у підвищенні ефективності діяльності підприємств комунального харчування. Наприклад, логістика кур'єрів дозволяє аналізувати час прибуття кур'єра і дає команду кухні почати приготування страв, щоб закінчити їх прямо до прибуття кур'єра» [25].

Технологія блокчейн дозволяє реалізувати оплату за отримані послуги у готелі за допомогою «віртуальних» грошей, а також ідентифікувати клієнта.

SaaS – це система придбання ліцензій програмного забезпечення, за якими готелі набувають ряд переваг: ліцензії оплачуються щомісячно та є можливість зміни змісту оплати вальної ліцензії.

Звісно не можна опустити рекламні технології, які найбільше та найширше розповсюджуються підприємствами сфери гостинності: чат-боти у соціальних мережах, наноблогери та інші помічники. «Практично всі підприємства індустрії гостинності так чи інакше стали замислюватися про використання чатботів для вирішення конкретних бізнес задач. Як правило цю технологію використовують для автоматичних відповідей на часті питання клієнтів; як першу лінію технічної підтримки; консультації через WhatsApp на сайті; проведення опитувань та конкурсів» [21].

Технології віртуальної та доповненої реальності стимулюють до покупок подорожей, формують ефект присутності у номері та демонстрацію місцевих переваг за допомогою віртуальної реальності. «Поява відкритих програмних продуктів – Application Programming Interface, API. Може ви користуватися для забезпечення інтеграції між різними технологічними системами, які використовуються в готелях. API надає можливість однієї технологічної системи готелю автоматично (тобто без участі співробітників

готелю) вступати у взаємодію з іншою технологічною системою та отримати доступ до її функціональності» [21].

Цінним нововведення є аналіз касових операцій що дозволяє розробляти відео-архів підприємства з журналом обліку операцій. Така новація дає можливість регулярної аналітики порушень та розробки швидкої реакції на такі порушення, навчання персоналу.

Сучасною тенденцією стає аналіз мовних скриптів, що дозволяє аудіозапис розмов персоналу з подальшим аналізом дотримання персоналом норм поведінки та технологій, виявлення кращих практик обслуговування, скорочення витрат обслуговування. І як наслідок, результатом стає зростання ефективності продажів, зростання лояльності та задоволеності клієнтів, зниження витрат на обслуговування без втрат якості, ведення аналітики.

Зручною технологією стає біометрія та розпізнавання особи, що дозволяє ідентифікувати особу клієнта, сканувати при реєстрації, розраховуватись без гаманця, що підвищує швидкість обслуговування клієнтів та формує високий рівень безпеки.

«Використання голосових помічників. Як приклад можна навести використання (поки що в режимі тестування) голосового помічника Alexa for Hospitality, який зараз проходить тестування мережі готелів Marriott. Для реалізації голосового помічника використані «розумні колонки» Echo, які знаходяться в кожному номері. Голосовий помічник дозволяє клієнту отримувати всю необхідну інформацію про готель, замовляти послуги з номера, дізнаватися інформацію про різні об'єкти (наприклад, фітнес-центрах, басейнах біля готелю), а також зв'язуватися з консьєржем або ресепшном. Також голосовий помічник можна налаштувати для контролю «розумної» техніки: регулювання температури повітря, освітлення, піднімання та опускання жалюзі, відтворення музики та управління ТВ» [7].

«Аутсорсинг послуг набуває все більшого поширення на підприємствах промисловості гостинності. До переваг даної технології можна віднести наступні: співробітники взаємозамінні, що забезпечує безперервність надання

послуг; кваліфікація співробітників зазвичай вище, ніж в середньому по ринку, або тій, що може дозволити собі середній наймач; оплачується тільки вартість послуг, придбання та оновлення програм не стосуються замовника; витрати на оплату послуг йдуть у залік збільшення видаткової бази підприємства індустрії гостинності, що зменшує податки на прибуток» [21].

«Індустрія гостинності успішно втілює сучасні цифрові технології. Клієнти підприємств індустрії гостинності в даний час мають досить великий досвід використання мобільних пристроїв» [6; с.4].

Ці платформи стали одним з основних каналів комунікації між готельєрами та їх гостями. Цифровий маркетинг стає важливим каналом зв'язку готелю з мережею, що дозволяє виконувати завдання зі збору, обробки, аналізу даних, та дозволяє керівництву підприємств індустрії гостинності краще розуміти своїх клієнтів та успішніше взаємодіяти з ними. Також створюється єдиний інформаційний простір у сфері гостинності, формуються інноваційні принципи інформаційного забезпечення та управління. Саме інформаційний супровід туристичного бізнесу та використання діджиталізації стає стратегічним ресурсом, що забезпечує підвищення конкурентоспроможності індустрії гостинності.

РОЗДІЛ 2

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ СЕРВІСНИХ ПРОЦЕСІВ ГОТЕЛЮ (НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «ФРАНЦІЯ»)

2.1. Міжнародний досвід використання сервісних технологій підприємств сфери готельної індустрії

Індустрія гостинності формується з підприємств та організацій, які випускають товари й надають послуги, які тісно пов'язані з готельним бізнесом: екскурсійні бюро; транспортні підприємства; виробники сувенірів; навчальні та науково-дослідні заклади готельно-господарського профілю; інформаційні та рекламні підприємства; готелі; підприємства харчування; підприємства з виробництва готельно-господарських товарів, які необхідні туристу.

Світовий туризм як складова індустрії гостинності вже давно став стратегічним напрямом світового господарства. Він увійшов у життя майже третини населення всієї планети та за обсягами доходу справедливо посідає третє місце серед провідних галузей світової економіки. Готельна індустрія також коригує політичну мапу світу: туристично-привабливі регіони починають позиціювати себе як кращі (рис. 2.1.).

На рисунку подано розподіл туристів за прихильністю до конкретного регіону світу. Понад 300 мільйонів туристів на рік є мешканцями Азії. Це 25% всього туристичного потоку, зокрема, завдяки Китаю (рис. 2.6). Цікаво, що саме китайці витрачають на подорожі найбільше за всіх, а саме 261 мільярд доларів на рік. Це втричі більше, ніж ВВП України.

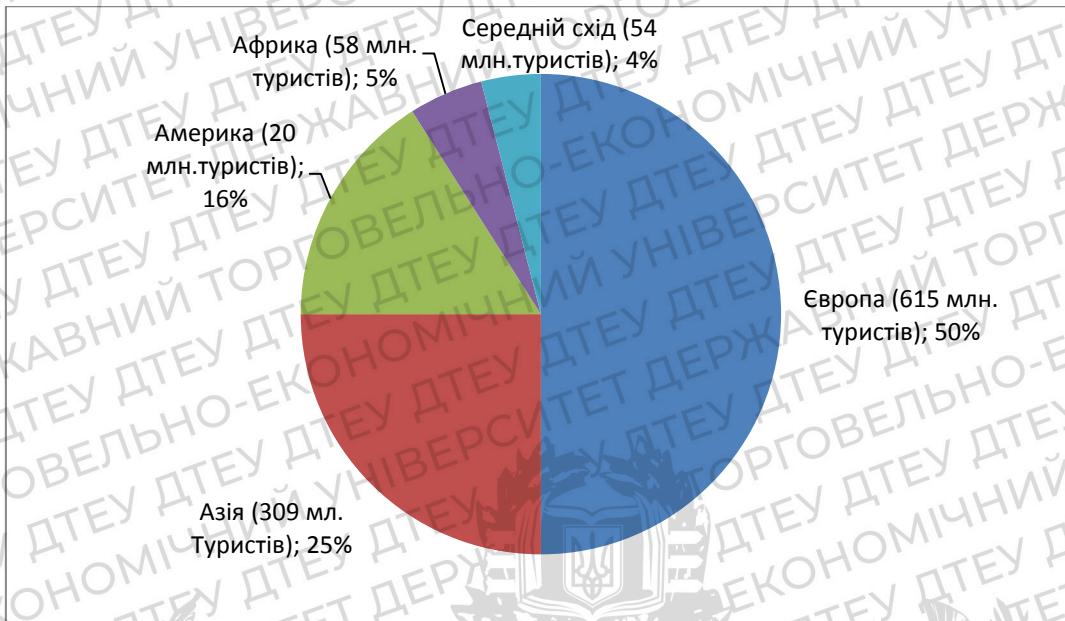


Рис. 2.1. Співвідношення кількості подорожуючих туристів

Джерело: складено на основі [39]

Під час подорожей туристи отримують величезну кількість послуг; і це не лише проживання та харчування, а також послуги зв'язку, розваги, лікування, послуги салонів краси, екскурсійне обслуговування, транспортні послуги та інші. Аналізуючи данні ЮНВТО, готельний фонд європейських країн становить близько 45% всього світового готельного фонду (рис. 2.2).

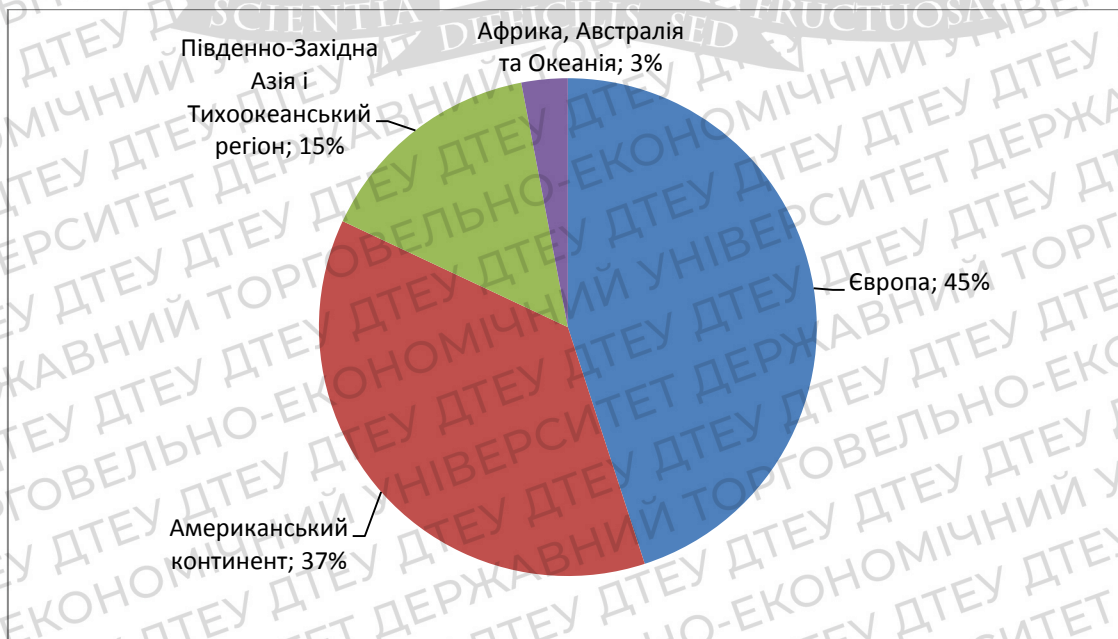


Рис. 2.2. Співвідношення часток готельного фонду у світі

Джерело: складено на основі [39]

Американський континент посідає друге місце з часткою 37%. Відповідно, частка готельного фонду Південно-Західної Азії та Тихоокеанського регіону складає 15%, а Африка, Австралія та Океанія володіють лише 3% готельним фондом [28, с. 121].

Розглянемо сервісні новації, що застосовуються підприємствами готельно-ресторанному бізнесу. «Згідно з проведеним дослідженням серед впроваджених новітніх послуг слід виділити Sleepbox – капсули, цифрові технології мультимедіа Digital Signage (цифрові вивіски), нову технологію «Телепорт» від готельної мережі «Marriott» [28; с. 124].

Зважаючи на один з недоліків індустрії гостинності, це відсутність в центральних частинах міста хороших готелів за невелику плату. Зазвичай, в хостелах зупиняються туристи, чий бюджет вельми обмежений (молодь, студенти). Цей сегмент туристів надає перевагу самодіяльному, неорганізованому туризму, або турам з метою пізнання. Такі туристи обирають заклад не далеко від центральної частини міста, але це не повине бути заклад з околиці міста. Як варіант, такої сервісної інновації може стати «капсульний готель» – один з варіантів японських готелів, що представляє собою невеликі спальні комірочки, розташованих одна над одною. Здебільшого, такі готелі розміщують біля вокзалів або у близькості до курортних, розважальних центрів. Кімната в капсульному готелі виглядає як капсула розміром близько 2×1×1,25 м. Такий тип тимчасового розміщення може стати популярним, особливо серед молоді або людей, які відвідують місто з короткостроковою метою.

«До інноваційних процесів, що відбуваються в готельній індустрії належить технологія Digital Signage (цифрові вивіски) – ефективний інструмент залучення уваги гостей та туристів до послуг готелю. За допомогою Digital Signage можна показувати захоплюючий відеоролик про затишну атмосферу і вишукану кухню ресторану готелю, це може вирішити майбутнє місце ве чері, не відходячи від ресепшину. Технологія Digital Signage покращує зв'язок з відвідувачами. На відміну від традиційних маркетингових матеріалів цей

процес може бути автоматизований для передачі потрібної інформації» [47]. Впровадження технології Digital Signage вирішить питання покращення якості та швидкості обслуговування гостей готелю та може пришвидшити продажі додаткових послуг.

Сучасний готель є складним комплексом різних функціональних ланок від злагоджені роботи яких залежить успішність існування всього підприємства на ринку. Враховуючи сучасні тенденції у сфері гостинності та наростаючу конкуренцію, загострюється необхідність забезпечення оперативності роботи персоналу та готельного підприємства. Одним з рішень даної проблеми є впровадження систем автоматизації роботи готелю, тобто впровадження Автоматизованих Систем Управління (АСУ) готелем.

«Найбільш популярними на цьому ринку є західні системи – «Micros Fidelio», «Lodging Touch LIBICA», Hospitality Enterprise Resource Planning «Senium», Epitome PMS, Amadeus PMS, OPERA; російські розробки – «Nimeta», «Едельвейс», «Готель 3», «KEI Hotel», «UCS Shelter», відповідні модулі корпоративних систем Галактика і Парус» [43].

Проте основою будь-якої готельної АСУ є система управління номерним фондом. Вона концентрує в собі інформацію про його поточний стан, проживання, очікуваних гостей і їх рахунки.

«На сьогоднішній день найбільш поширеними автоматизованими готельними системами, що застосовуються в світовій практиці, є (табл. 2.1):

- Система управління готелем (PMS – Property Management System);
- Система управління заходами (Sales & Catering);
- Система телефонного сервісу (Telephone Management System);
- Система електронних ключів (Key System);
- Система електронних мінібарів (Mini bar System);
- Система інтерактивного телебачення (Video Services System);
- Система енергозбереження (Energy Management System);
- Система обробки кредитних карт (Credit Card Authorization System);
- Система складського обліку та калькуляції (Food & Beverage);

- Система фінансово бухгалтерського обліку (Accounting System);
- Система центрального бронювання (Central Reservation System);
- Система інтернет бронювання (Web Reservation System);
- Система кадрового обліку (Human Resource System);
- Система безпеки (Security System)» [20].

Таблиця 2.1

Автоматизовані системи управління готелями

АСУ готельних комплексів	Англomовний аналог	Основні представники
Система управління готелем	Property Management System (PMS)	Micros Fidelio, Lodging Touch LIBICA, Epitome PMS, Amadeus PMS, OPERA, Optima, Cenium, Nimeta, Едельвейс, Готель3, KEI Hotel, UCS Shelter, Парус-Готель, Галактика
Система управління рестораном	Point Of Sales (POS)	Epitome POS, InfoGenesis POS, Rkeeper, Micros, Парус-Ресторан, 1С: Підприємство 8. Ресторан
Система управління заходами	Sales & Catering (S&C)	Skyware Hospitality Solutions Sales and Catering, OPERA Sales & Catering Full Service
Система телефонного сервісу	Telephone Management System (TMS)	Alcatel, Ericsson, Siemens, NEC, Definity, Meridian, GDX, Bosch, Panasonic
Система електронних ключів	Key System (KS)	VingCard, Timelox, TESA, CISA, Salto, Onity, Messerschmitt, Saflok, Inhova
Система електронних мінібарів	Mini bar System (MBS)	Fidelio Suite8, Opera Property Interfaces
Система інтерактивного телебачення	Video Services System (VSS)	General Satellite, GuestLink
Система енергозбереження	Energy Management System (EMS)	StruxureWare software, Powerstar, Hotelstar
Система обробки кредитних карт	Credit Card Authorization System (CCAS)	Mercury Payment Systems, Tsys Acquiring Solutions, Heartland Payment Systems
Система складського обліку та калькуляції	Food & Beverage (F&B)	Quintiq, Libra F&B
Система фінансово бухгалтерського обліку	Accounting System (AS)	Scala, Navision, 1С
Система центрального бронювання	Central Reservation System (CRS)	Amadeus, Sabre, Apollo, Galileo, Worldspan, Abacus, Infini, Core CRO
Система інтернет бронювання	Web Reservation System (WRS)	Genares, Pegasus IDS Systems
Система кадрового обліку	Human Resource System (HRS)	Faraon, mySAP HR, Scala HR, E-Staff, 1С
Система безпеки	Security System (SS)	Access Control Systems, 2-WAY 9000 Remote Start

Джерело: сформовано на основі [20]

«В інструментарій типової автоматизованої системи управління готелями входять сховище для інформації, засоби аналітичної обробки MOLAP і бібліотека стандартних форм звітності та аналізу. Крім того, такі системи містять систему бізнес аналітики (Business Intelligence), призначену для здійснення багатовимірного аналізу та стратегічного планування бізнесу в рамках всього готеля. Використання такого набору інструментів дозволяє своєчасно отримувати необхідну інформацію для проведення маркетингу і стратегічного аналізу діяльності підприємства з метою розширення частки ринку, збільшення доходів та підвищення заповнюваності готелю» [43].

«У закордонній практиці готельні підприємства при впровадженні систем автоматизації своєї діяльності виділяють наступні основні операції: технологія резервування, автоматизація функції прийому, розміщення та виїзду, автоматизація допоміжних функцій, автоматизація звітів» [9; с. 46].

Мережа готелів Marriott, яка виступає одним із технологічних лідерів в сфері гостинності, впровадила програму HotSOS Housekeeping. Ця програма полегшує роботу прибиральницям. Кожного ранку працівниці отримують повідомлення, в якому вказано який номер слід прибрати. Програма дозволяє відстежити час, який витрачається на прибирання, тому, за допомогою програми можна якісно налагодити організацію продуктивного робочого процесу. Також система дозволяє злегкістю зв'язатися з прибиральницями, якщо усі працівниці роззосередженні по різних куточках готеля, зробити це з програмою набагато легше ніж без неї. Подібна можливість використання різних технологічних програмних засобів є дуже привабливою та дозволяє вийти на новий рівень сервісного обслуговування гостей. Якщо гостям дати можливість використовувати те, в чому вони навіть не мають потреби, вони матимуть приємне враження, що стане корисним в довготривалій перспективі.

Співробітники готелів мережі Ribas спілкуються з гостями під час проживання і виселення лише через Telegram і WhatsApp, комунікація віч-на-віч – обмежена. Що також дає можливість економно витрачати час.

В готелях мережі Ribas Hotels Group встановлені сканери, за допомогою яких адміністратори зчитують штрихкод документа в Дії для реєстрації. Гостю потрібно лише підтвердити запит у застосунку на передачу копії цифрового документа. Цифрові копії документів передаються до інформаційної системи готелю Servio HMS. У процесі передачі отримувачу даних надається цифрова копія електронного документа у форматі PDF (підписана КЕПом Дії та з накладенням позначки дати, часу та назви отримувача даних), а також метадані у форматі JSON із відповідними полями з документа.

На сьогоднішній день чітко простежується тенденція надбудови над стандартними digital-послугами. Це нормально, оскільки технології прискорюються, а потрібних фахівців більше не стає. Дуже важливим видається у даному контексті, щоб українські готельєри наздогнали просунутих західних колег як щодо рівня сервісу, так і щодо використання технологій у своєму бізнесі. Україна інтегрує в свої системи нові і нові інновації.

2.2. Дослідження форм сервісних технологій готелю «Франція»

Готель «Франція» розташований у місті Вінниця, за 5,9 км від Національного музею-садиби М. І. Пирогова.

Серед сервісних технологій гостям пропонуються безкоштовні прокат велосипедів і власна парковка, а також спільний лаунж і тераса. У помешканні працює ресторан, бар і казино. Стійка реєстрації працює цілодобово, гості можуть скористатися трансфером із/до аеропорту, обслуговуванням номерів і безкоштовним Wi-Fi у всьому помешканні.

У кожному номері готелю є кондиціонер, зона відпочинку, телевізор із плоским екраном і кабельними каналами, сейф і окрема ванна кімната з біде, феном і безкоштовними туалетно-косметичними засобами. У всіх номерах наявний чайник, у деяких – балкон, а з інших відкривається вид на місто. Гостям номерів готелю «Франція» надають рушники й постільну білизну згідно

із стандартами обслуговування, що притаманні 4-зірковим закладам розміщення. Щоранку в помешканні подають сніданок "шведський стіл" або сніданок по меню.

У цьому 4-зірковому готелі можна взяти напрокат автомобіль, а район популярний для занять велоспортом. Готель «Франція» приймає гостей Booking.com з 16 груд. 2015.

Можливе розміщення дітей будь-якого віку. Діти віком до 5 років можуть бути розміщені на наявному ліжку безкоштовно. Діти до 11 років включно можуть бути розміщені на додатковому ліжку за ціною 150 UAH за особу за ніч. Гості 12 років і старші можуть бути розміщені на додатковому ліжку за ціною 300 UAH за особу за ніч. Дитячих ліжечок немає. Додаткові ліжка і дитячі ліжечка надаються за запитом. Потрібне підтвердження з боку готелю щодо надання цієї послуги. Додаткові послуги не включаються автоматично до загальної вартості та оплачуються окремо під час проживання [22].

Харчування пропонує ресторан, кафе, а також доступна послуга замовлення їжі прямо в номер. Кухня узбецька та європейська. Ресторан Франція працює до 22:00.

Готель розміщує гостей в зручних номерах (додаток А). Загальна кількість – 48. Номери оснащені сучасними технологіями та зручними, красивими, багатофункціональними меблями. Можна віддати перевагу апартаментам певної площі та забронювати їх заздалегідь. Вигляд із вікна особливо тішить, адже виходить на місто, що приваблює відпочиваючих [23].
Номери та ціни на них представлені в таблиці 2.2

Таблиця 2.2

Вартість проживання у готелі «Франція», грн/добу

Тип номеру	Вартість проживання, грн/добу
Економ	450/650
Класік твін	650/800
Стандарт	750/900
Комфорт	950/1100
ДеЛюкс	1000/1150
Супер Люкс	1500/1650

Джерело: сформовано автором

Економ – не великий і затишний однокімнатний номер в Готелі «Франція» призначений для комфортного одно або двомісного розміщення з усіма зручностями. Інтер'єр оформлений в світлих тонах і «кантрі стилі», з красивими функціональними меблями, що дозволить насолодитися відпочинком в повній мірі. Номер оптимально підійде для туристів і мандрівників. У номері є два односпальні ліжка (90 x 200 см) або одне двоспальне (140 x 200 см) зі зручним ортопедичним матрацом і гіпоалергенною постільною білизною. Номер Економ обладнаний: індивідуальною системою кондиціонування; телевізором Full HD 32" з кабельним телебаченням; шафою; чемоданною тумбою з дзеркалом; тумбами з лампами; журнальним столиком; сейфом; високошвидкісним Wi-Fi; душовою кабіною з приладдям.

Класік Твін – однокімнатний номер в Готелі «Франція» з можливістю розміщення двох гостей. Приємний інтер'єр, оформлений в теплих, світлих тонах у поєднанні з елегантними і функціональними темно-коричневими меблями. Номер оптимально підходить, як для корпоративного розміщення, так і для ділових людей. У номері два односпальні ліжка (90 x 200 см) зі зручним ортопедичним матрацом і гіпоалергенною постільною білизною. Є можливість об'єднати два ліжка в одне. Двомісний Класік Твін обладнаний: зручною робочою зоною з телефоном, лампою і письмовим приладдям; телевізором Full HD 32" з кабельним телебаченням; шафою; чемоданною тумбою з дзеркалом; сейфом; міні-баром (платно); високошвидкісним Wi-Fi; душовою кабіною з приладдям. У номері на підлогах - м'яке безшумне килимове покриття.

Стандарт – просторий однокімнатний номер для комфортного двомісного розміщення з усіма зручностями. Затишний номер, оформлений у світло-бежевих тонах у поєднанні з вишуканими і функціональними меблями. Номер оптимально підійде, як для ділових людей, так і для туристів, які звикли до першокласного якісного обслуговування. У номері двоспальне ліжко (160 x 200 см) зі зручним ортопедичним матрацом і гіпоалергенною постільною білизною. Двомісний Стандарт обладнаний: зручною робочою зоною з телефоном, лампою і письмовим приладдям; індивідуальною системою кондиціонування;

телевізором Full HD 32" з кабельним телебаченням; шафою; чемоданною тумбою з дзеркалом; сейфом; міні-баром (платно); високошвидкісним Wi-Fi; душовою кабіною з приладдям. У номері на підлогах - м'яке безшумне килимове покриття.

Комфорт – номери підвищеної комфортності, призначені для комфортного двомісного розміщення з усіма зручностями. Всі номери категорії «Комфорт» великої площі і дуже затишні, оформлені в теплих світло-бежевих тонах з вишуканими та функціональною меблями. У деяких номерах є додаткові дуже комфортні розкладні дивани. За запитом в номери можна доставити додаткове спальне місце. У номері двоспальне ліжко (160 x 200 см) зі зручним ортопедичним матрацом і гіпоалергенною постільною білизною. Двомісний Комфорт обладнаний: зручною робочою зоною з телефоном, лампою і письмовим приладдям; додатковим столом зі стільцями; журнальним столиком; індивідуальною системою кондиціонування; телевізором Full HD 32" з кабельним телебаченням; великою вбиральною; чемоданною тумбою з дзеркалом; сейфом; міні-баром (платно); високошвидкісним Wi-Fi; душовою кабіною з приладдям. У номері на підлогах - м'яке безшумне килимове покриття.

ДеЛюкс – просторні номери високого рівня комфорту. Кожен номер виконаний в світлих тонах, має функціональні меблі. ДеЛюкс обладнаний: зручною робочою зоною з телефоном, лампою і письмовим приладдям; додатковим столом зі стільцями; журнальним столиком; індивідуальною системою кондиціонування; телевізором Full HD 32" з кабельним телебаченням; великою вбиральною; чемоданною тумбою з дзеркалом; сейфом; міні-баром (платно); високошвидкісним Wi-Fi; душовою кабіною з приладдям. У номері на підлогах - м'яке безшумне килимове покриття.

Люкс та Супер Люкс – просторні номери, які мають великі двоспальні ліжка розкладні дивани. Зазвичай в них зупиняються високоповажні особи та дипломати. Номери обладнані: зручною робочою зоною з телефоном, лампою і письмовим приладдям; додатковим столом зі стільцями; журнальним столиком;

індивідуальною системою кондиціонування; телевізором Full HD 32" з кабельним телебаченням; великою вбиральною; чемоданною тумбою з дзеркалом; сейфом; міні-баром (платно); високошвидкісним Wi-Fi; душовою кабіною з приладдям. У номері на підлогах - м'яке безшумне килимове покриття.

Для відвідувачів передбачені такі послуги: трансфер від/до аеропорту, автостоянка, номери та зручності для гостей з обмеженими фізичними можливостями, затишний сад, затишний ресторан, швидкісний інтернет, замовлення їжі та напоїв у номер, конференц-зал/банкетний зал. Серед обмежень сервісу можна зазначити заборону паління на території [24].

Задля того, щоб досягти найвищих результатів, виконати поставлені цілі і завдання готельного закладу було розроблено остаточну організаційну структуру, і робота в ній має бути розділена між усіма працівниками. Крім того, ця структура необхідна для ефективного перетворення ключових функцій працівників, визначення їх підзвітності та забезпечення належних зусиль з боку персоналу.

Правильна розробка організаційної структури є ключовим показником ефективної організаційної трансформації. Організаційна структура в підприємствах індустрії гостинності визначає не тільки економічну ефективність, але й моральне і трудове задоволення персоналу. Керівникам необхідно визначити вплив організаційної структури та методів організації роботи на поведінку та діяльність працівників підприємства.

В організаційну структуру готелю «Франція» входять наступні співробітники: директор, головний бухгалтер, керівник номерного фонду, фахівець з бронювання, адміністратор, старша покоївка, покоївки, служба безпеки, бухгалтер, інспектор персоналу, інженер, електрики, директор закладів харчування, кухари, офіціанти (рис. 2.3.).

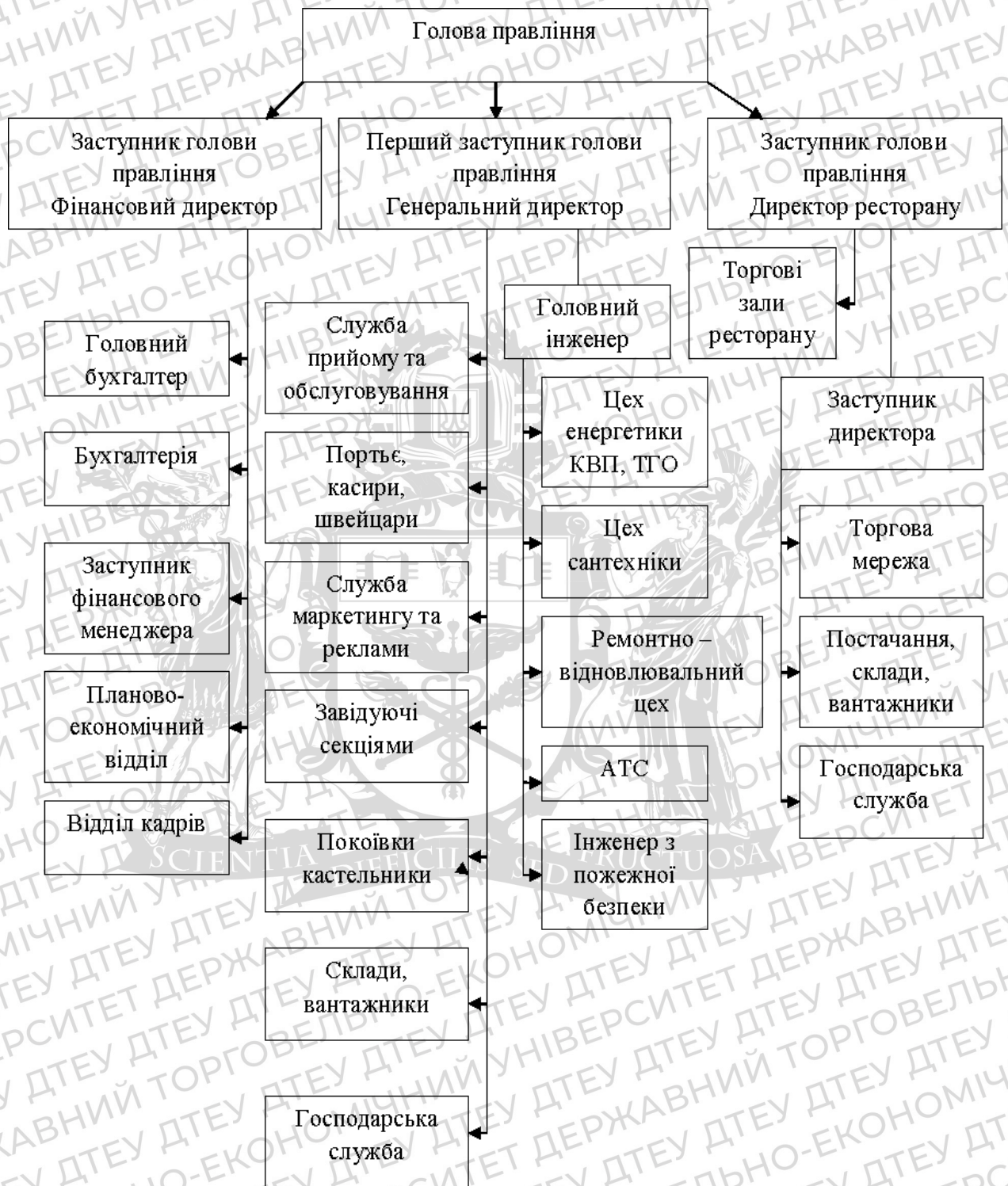


Рис. 2.3 Організаційна структура готелю «Франція»

Джерело: сформовано автором

У комплекс готельного сервісу якісних послуг для туристів входить управління якістю основних і додаткових послуг. Якість обслуговування в готелі забезпечується належним наданням таких послуг: прибуття; прийом і

розміщення; проживання; бронювання; підготовка номеру; облік і контроль стану номерів; розміщення; захист; поточне прибирання; контроль після від'їзду.

Всі види робіт, що стосуються прибирання, виконуються співробітниками служби номерного фонду. Заміна працівників різних категорій може здійснюватися тільки за розпорядженням керівництва при необхідності. Заступник директора служби номерного фонду організовує роботу всього обслуговуючого персоналу туристичної бази.

Для робіт з прибирання існують такі категорії персоналу: покоївки, які прибирають житлові приміщення; прибиральники, що прибирають коридори, зали, сходи; прибиральники виробничих і службових приміщень, майстерень і технічних служб.

Поверхова служба туристичної бази забезпечує всю роботу з прийому та обслуговування на поверсі.

Обслуговуючий персонал поверхів - покоївки, прибиральниці, технічні та допоміжні працівники.

Керівник служби покоївок відповідає за роботу персоналу з підтримки чистоти і порядку в житлових і туристичних приміщеннях туристичної бази. Обов'язком покоївки є підтримання чистоти і порядку в цих кімнатах.

Старша покоївка отримує завдання, яке розподіляє серед підлеглих. Нажаль, ніякої технічної підтримки ці служба не отримала для покращення своєї роботи та ліквідацію виконання нераціональних робіт.

Безпосереднім керівником покоївки є старша покоївка. Покоївка займається прибиранням і вентиляцією приміщень незалежно від того, проживають там гості чи ні. Весь час тримає в чистоті номери, ванні кімнати та інші приміщення, замінює постільну білизну і рушники.

В обов'язки прибиральниці входить підтримка в належному санітарному стані коридорів, сходових клітин і проходів, ванних кімнат, ванн і душових кабін загального користування, холів і прихожих, а також інших громадських приміщень, розташованих на закріпленій ділянці.

Завідуюча білизною відповідає за зберігання білизни та іншого м'якого спорядження, веде облік білизни, видає чисту білизну покоївкам і приймає брудну, стежить за своєчасним ремонтом білизни, перевіряє її стан, готує до списання те, що стало непридатним, здає білизну до пральні і бере її після прання. Підпорядковується директору туристичної бази і його заступнику.

Кастелянша займається підготовкою брудної білизни для прання, зважує і рахує білизну при здачі і отриманні з пральні, веде чіткий облік білизни за типом і якістю. Також вона ремонтує і маркує білизну. Робота всіх служб є важливою для функціонування закладу, адже надання якісних туристичних послуг на туристичній базі для найбільш повного задоволення відвідувачів є запорукою успіху готелю.

Для об'єктивного вивчення експлуатаційної програми готельної компанії визначається ряд показників (за останні два-три роки), що дозволяє дати реальну оцінку можливостям використання потужностей підприємства Метою такого аналізу є пошук резервів для збільшення кількості номерів та їх завантаженості, розробка заходів щодо скорочення часу простою, а також визначення реальної основи економічно обгрунтованого планування експлуатаційної програми. Аналіз показників експлуатаційної програми готелю наведено в табл. 2.3

Таблиця 2.3

Аналіз показників експлуатаційної програми готелю «Франція»

Показники	2020 рік	2021 рік	Абсолют. Відхил.(+-)	Відн. Відхил.(%)
1.Одноразова місткість, місць	96	96	-	-
2. Кількість ліжко-діб в інвентарі, л-д.	30 720	31 680	960	1,03
3. Кількість простоїв, л-д.	4320	3360	-960	-0,7
4. Кількість л-д в експлуатації, л-д.	26 400	28 320	1920	1,07
5. Коефіцієнт завантаження, %	63	68	3	1,07
6. Кількість ліжко-діб наданих, л-д.	16 632	19 257	2625	1,16
7. Середній тариф, грн	810	810	-	-
8. Чистий дохід від реалізації ліжко-діб, грн	13471920	15598170	2126250	1,15

Джерело: сформовано автором

З таблиці 2.3 можемо зробити висновок, що в останні часи кількість відпочиваючих у готелі збільшується, а це означає, що обслуговування туристів надається на високому рівні та даний готель користується попитом серед населення. Готель «Франція» є перспективним підприємством, що постійно нарощує свої позитивні тенденції і прагне стати одним з лідерів у своїй галузі.

У процесі обслуговування найбільш важливими є питання якості. За відсутності якісного обслуговування готель не здатний досягти своїх основних цілей.

Належна якість послуг прослідковується у ефективному забезпеченні збереження майна мешканців готельного комплексу, що знаходить свій результат через відсутність скарг та зауважень з боку мешканців готелю.

Для збору даних про рівень обслуговування в готелі використовується ряд методів, що включають, наприклад, аналіз скарг і пропозицій, команди сервіс-аудиту, інтерв'ю за телефоном, анкети, інтерв'ю, що розсилаються поштою, особисті, групові інтерв'ю.

Якість готельного сервісу в готелі «Франція» відповідає єдиним стандартам і відповідає очікуванням споживачів щодо складу і властивостей цієї послуги, що в сукупності задовольняє індивідуальні потреби гостя в проживанні, харчуванні та іншим обслуговування в межах готелю.

Таблиця 2.4

Складові якості послуг готелю «Франція»

З боку оцінки клієнтів	З боку оцінки співробітників
клас обслуговування; ціна послуг; імідж; наявність наявність засобів для забезпечення рівня обслуговування	необхідне матеріально – технічне оснащення; належне матеріально-технічне забезпечення; ефективність від роботи; соціальне забезпечення працівників

Джерело: сформовано автором

Організація санітарно-технічного обслуговування готелів у мережі – це якісне та кількісне забезпечення підприємства водою, тобто безперервне

постачання гарячої та холодної води. Вода не має видимих домішок, запаху хлору, інших запахів і присмаків, не властивих воді.

На підприємстві діє розроблена технологія роботи покоївок щодо прибирання жилих номерів, яка затверджена директором готельного комплексу. В цілому якість послуг готелю «Франція» визначається складовими, що представлені в таблиці 2.4

Було проведено оцінку якості надання послуг за наступними показниками: рівень сервісу, вартість обслуговування, імідж, наявність належних засобів обслуговування, матеріально – технічне забезпечення, соціальне забезпечення.

Оцінка здійснювалася на основі узагальнених висновків працівників в готелі «Франція» та оцінок споживачів, що виконувалася на основі анкетного опитування. Більш детальну оцінку кожної складової представлено у табл. 2.5

Таблиця 2.5

Оцінка складових якості послуг готелю «Франція»

Показник	Оцінка	Еталон	Коефіцієнт вагомості	Одиничний показник
Оцінка споживачів				
Рівень сервісу	5	5	0,51	0,510
Вартість обслуговування	3	5	0,23	0,138
Імідж	4	5	0,15	0,120
Наявність належних засобів обслуговування	5	5	0,11	0,110
Груповий показник				0,878
Належне матеріально-технічне забезпечення	5	5	0,35	0,350
Прибутковість діяльності	4	5	0,33	0,264
Соціальне забезпечення працівників	3	5	0,32	0,192
Груповий показник				0,806
Інтегральний показник				1,684

Джерело: сформовано автором

Одиничний показник розраховується шляхом ділення розрахункової величини на норму і множення на ваговий коефіцієнт. Груповий показник визначається додаванням окремих показників, а інтегральний – шляхом додавання групових показників.

Таким чином, можна сказати, що в цілому якість послуг готелю «Франція» є задовільною.

Одним з найбільш важливих факторів підтримання конкурентоспроможності «Франція» є управління сервісом надання готельних послуг, що передбачає розробку та впровадження відповідних стандартів, навчання персоналу, контроль, настройку, поліпшення обслуговування у всіх сферах готельного підприємства.

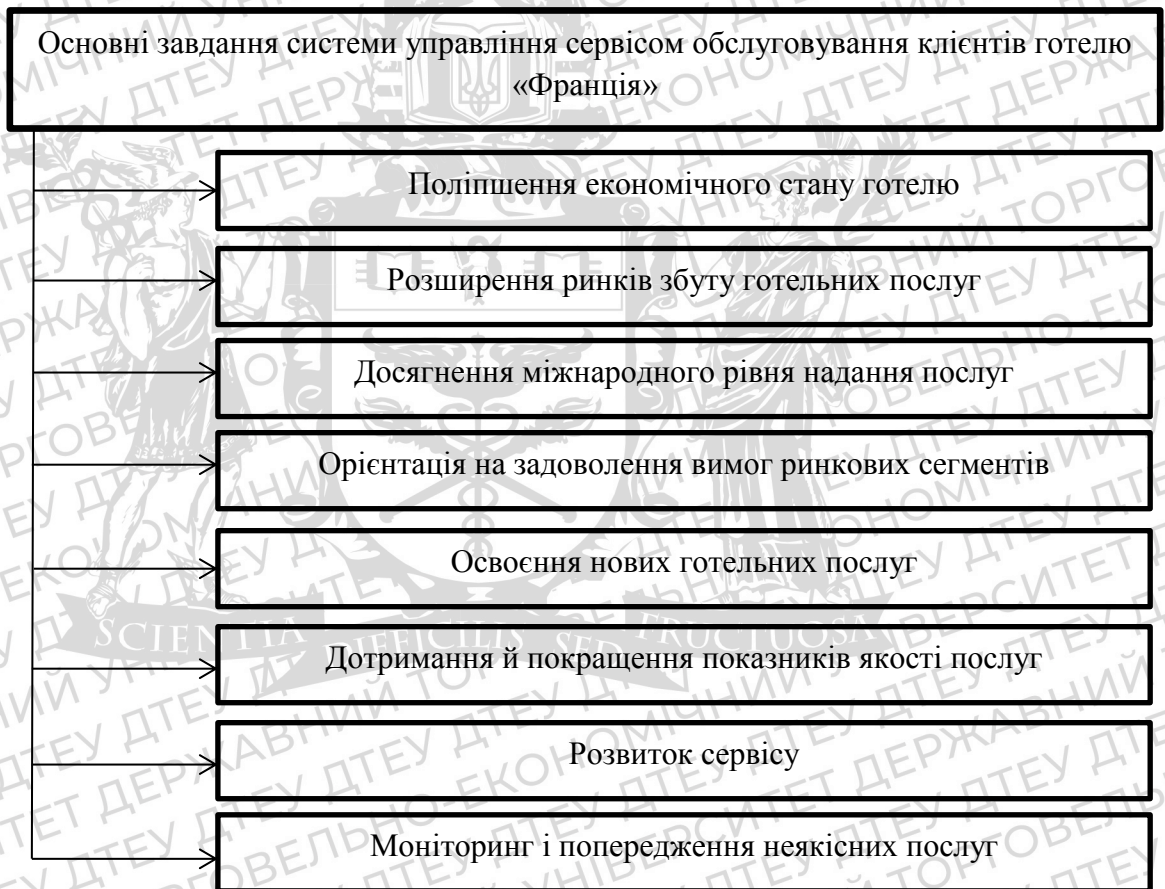


Рис. 2.4 Основні завдання системи управління сервісом в готелі «Франція»

Джерело: сформовано автором

Комплекс заходів, що здійснюються в процесі розробки, виробництва, маркетингу готельних послуг з метою забезпечення необхідного рівня їх якості і забезпечують збалансований вплив на всі показники ефективності готелю, з урахуванням критерію рентабельності, складають систему управління якості обслуговування клієнтів в готелі «Франція».

Управління сервісом обслуговування клієнтів «Франція» є складним процесом, який охоплює організаційну, економічну та соціальну діяльність. Основні завдання системи управління сервісом обслуговування клієнтів «Франція» показані на рис. 2.4.

Управління сервісу обслуговування клієнтів – це складний процес, що охоплює організаційну, економічну та соціальну діяльність готелю «Франція». На підставі дослідження була сформована структурно-функціональна модель системи управління якістю обслуговування клієнтів готельного підприємства «Франція».

У практиці управління якістю готельних послуг «Франція» виділяються наступні етапи:

- прийняття рішення про перелік послуг готельних послуг або буде забезпечений;
- перевірка готовності готелю надавати послуги і перевірка плану по персоналу;
- аналіз процесу надання готельних послуг;
- виявлення ключових факторів успіху шляхом аналізу попиту і конкуренції;
- визначення основних напрямків інновацій, якщо такі є необхідністю;
- усунення недоліків в роботі готелю;
- порівняння досягнутих параметрів робіт з встановленими стандартами;
- розробка довгострокових або стратегічних планів готелю.

Підвищення сервісу послуг має важливе значення для готелю «Франція», споживача та економіки країн, в яких готелі розташовані. Надання якісних послуг відвідувачам сприяє збільшенню обсягу їх реалізації, рентабельності підприємства, зростанню престижу.

Система управління сервісом обслуговування клієнтів «Франція» забезпечує комфортне перебування клієнта за рахунок швидкого та якісного прибирання, обслуговування номерів, створення ефективних умов роботи,

дозвілля та розваг, адаптації ряду послуг, додаткових до запитів та вимог клієнта, найм на роботу професійного персоналу.

Щороку вимоги до рівня готельних послуг зростають. Висока культура і сервіс обслуговування відвідувачів підвищують імідж готелю і, у свою чергу, залучають клієнтів.

Найважливішим завданням менеджменту у готельному бізнесі є організація виробничого процесу та надання послуг високого сервісу з урахуванням інтересів споживачів.

Сервіс обслуговування населення – це ступінь відповідності споживчих властивостей процесів обслуговування суспільної потреби, що характеризується певною сукупністю методів, умов та засобів.

Для того, щоб удосконалити сервіс готельного обслуговування необхідно виконати такі завдання:

- 1) створення високого сучасного сервісу обслуговування, який включає максимальну відповідність вимогам споживачів та його нерозривний зв'язок з основними принципами маркетингу, гнучкість та спрямованість на мінливість готельного ринку;
- 2) створення відповідних умов для продуктивної діяльності службового персоналу, що передбачають єдиний комплекс правил, обов'язкових для виконання та чітка система оцінки ефективності роботи кожного працівника, а також створення мотиваційної програми для персоналу із заохоченням до самовдосконалення;
- 3) здійснення оптимізації організаційної структури управління ресторанним господарством – забезпечення успішного функціонування елементів структури, що виключає можливість збою налагодженої діяльності всієї системи;
- 4) обов'язковим є повний та об'єктивний контроль якості сервісу, що передбачає: створення системи самоконтролю персоналу та його участь у формуванні критеріїв якості, участь гостей в оцінці якості обслуговування та

застосування технічних засобів контролю якості, створення спеціальної служби контролю за якістю обслуговування.

5) дотримання правил сертифікації з надання послуг проживання.

Для робітників та службовців необхідно створювати сприятливі умови праці. Адже сприятливі умови праці роблять можливим вищий рівень трудової активності, який, будучи правильно організований, стимулює високу трудову активність кожного і відбивається на доходах підприємства в цілому.

Необхідно інформувати своїх працівників про те, що відбувається в готелі. Для цього кожного вечора слід проводити зустріч, на якій повідомляються та вирішуються поточні проблеми готелю, визначаються завдання наступного дня. На дошці оголошень повинні бути записані спеціальні завдання, важлива інформація. Кожен новий співробітник повинен відчувати себе частиною компанії, і повинен знати основні стратегічні цілі та фінансовий стан готелю.

Для того, щоб удосконалити якість обслуговування необхідно відповідати основним вимогам що, характеризуються такими показниками:

1. Показник якості праці обслуговуючого персоналу, який передбачає:

- етика персоналу;
- технологічність процесу обслуговування;
- відповідний зовнішній вигляд обслуговуючого персоналу;
- високий рівень професійної підготовки персоналу.

2. Показник якості продукції:

- відповідність асортименту продукції типу і класу закладу;
- висока якість оформлення страв у ресторані під час їх подання;
- висока якість надання готельних послуг.

3. Показник рівня гостинності закладу:

- музичне обслуговування;
- умови відпочинку;
- інтер'єр;

- обладнання, столовий посуд, набори, столова білизна, постільна білизна (стильова єдність);

- мікроклімат (шум, освітлення, температура, вібрація, вологість повітря);

- екологічність та безпека запропонованих послуг.

4. Показник естетичності:

- виразність дизайну;

- відповідність торговельних приміщень естетичним вимогам, стилю;

- оригінальність та гармонійність в оформленні торговельних приміщень.

5. Показник якості матеріальної бази підприємства:

- відповідність торговельних приміщень санітарно-гігієнічним вимогам;

- санітарний стан приміщень, столового посуду, наборів та білизни.

Якісне обслуговування – це суть послуг готелю й умова його успішності.

Послуги, ціни, дизайн, розташування, обслуговування – все це є дуже важливим в роботі готелю. Готель, що зумів надати споживачам відмінний сервіс, одержує найсильнішу конкурентну перевагу.

2.3. Вплив сервісних процесів на прихильність споживача готелю «Франція»

Розвиток інноваційної діяльності готельних підприємств в Україні відбувається за наступними напрямками (рис.2.5.):

- 1) Маркетингові новації спрямовані на задоволення потреб існуючих споживачів та залучення споживачів неохоплених сегментів;

- 2) Запровадження періодичних нововведень, метою яких є зміна якісних властивостей пропонованих послуг готельними підприємствами та збільшення конкурентних переваг;

3) Впровадження інноваційних процесів у сферу готельно-ресторанного бізнесу, що пов'язані з розвитком підприємства, а саме, його структури управління, кадрової політики, підвищення кваліфікації персоналу та раціональної економічної та фінансової діяльності;

4) Нарощування геотаргетування передбачає активізацію індивідуальної роботи з інтернет-аудиторією. На сьогодні, геотаргетинг став популярною формою інформування, що використовує його географічне місцезнаходження та дозволяє сайту пере налаштувати контент для різних регіонів/країн;

5) Очікування гостей «Y»-покоління, які захоплюються цифровими технологіями і відповідно, очікують нову якість сервісу. При цьому, гості «Y»-покоління люблять ділитись враженнями і оцінювати обслуговування в мережі Internet та соціальних мережах;

6) Пріоритетність еко-готелів із «зеленими» стандартами, яка передбачає залежність закладу від природного середовища, екологічну стабільність, внеском у збереження навколишнього середовища, врахування місцевої культури, дотримання «зелених» принципів для того, щоб відвідувачі були впевнені, що перебували в безпечному не токсичному і енергозберігаючому житлі. Актуальність проживання в готелі, що підтримує еко-концепцію, стає дедалі популярною серед відвідувачів через наявність природних чистих територій, дотримання готелем виваженої екологічної політики. Інтерес до «зелених» стандартів не виходить з моди, він залишається у свідомості споживачів і стає пріоритетом. Дослідження переваг 1300 респондентів, проведене популярним сайтом TripAdvisor, встановило, що 62% гостей «часто» або «завжди» замислюються над екологічністю, вибираючи готель чи ресторан [12].

7) Використання відео при бронюванні онлайн. Сучасному споживачеві вже не достатньо лише світлин готельного номеру, навіть панорамні знімки не задовольняють потреби вимогливого споживача, який прагне побачити все в дрібниці. Для цього почали набувати поширення наявність ознайомчого відео;

8) Поширення онлайн-додатків набуває поширення через зростання кількості мобільних додатків і їх інтеграція в повсякденне життя, а разом з нею підвищилося значення онлайн-рейтингів готелів та ресторанів. Тому, не варто недооцінювати силу коментарів, опублікованих в інтернеті, на сайті закладу чи на форумі чи соціальних мережах. Можливість використовувати думку та асоціації значної кількості споживачів можуть впливати на популярність та завантаженість готелю.



Рис. 2.5. Напрями впровадження сервісних інновацій в індустрії гостинності

Джерело: складено на основі [33].

«Отже, інновації в індустрії гостинності – це системні заходи, що мають якісну новизну та призводять до позитивних зрушень у галузі. Інноваційний

процес отримує своє визнання, через ринок гостинності і ступінь задоволеності клієнта та завдяки ухваленню спільних рішень готельно-ресторанних підприємств з органами управління різних рівнів. Один з основних способів залучення споживачів у заклади розміщення і збільшення свого доходу, полягає в пропозиції йому нових послуг» [33; с. 194].

Провівши аналітичний огляд сервісних інновацій автоматизації керування в світових та національних готельних підприємствах, виділено найперспективніші сучасні програми, які дозволяють покращити якість та швидкість обслуговування, а також при цьому спростити роботу персоналу досліджуваного готелю.

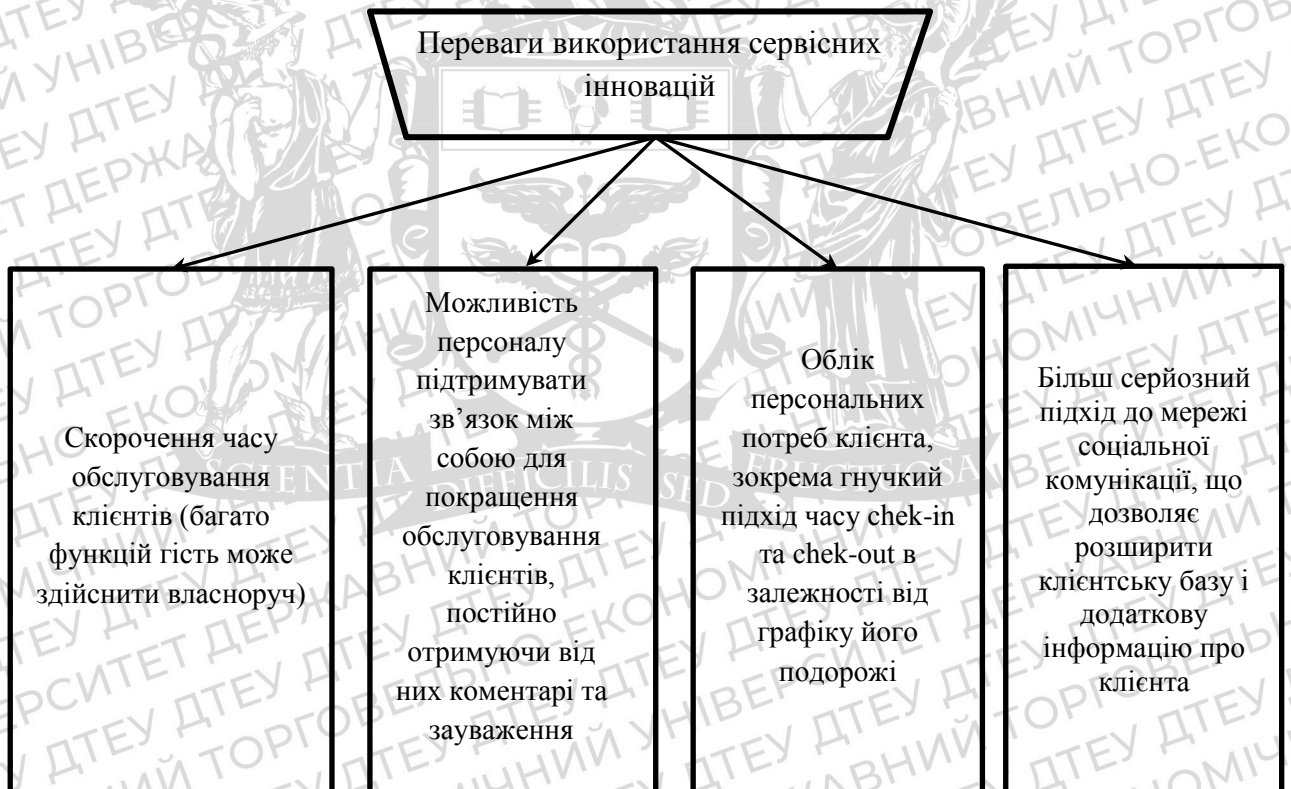


Рис. 2.6. Переваги використання сервісних інновацій на основі створення мобільного додатку для готельного підприємства

Джерело: власні дослідження

Використання сучасних мобільних додатків в готелях – це потужний маркетинговий інструмент, який може вирішити багато місій та задач: створити свій власний імідж, підтримати бренд, завоювати лояльність з боку споживачів,

щоб оптимізувати комунікаційні процеси та створити певний інформаційний простір. Сьогодні, в Україні власників пристроїв з операційними системами IOS та Android налічується понад 600 тис. Технологія мобільних додатків - це відносно нова форма інновацій, яка тільки виходить на український ринок готельних послуг, а значить, його можливості, переваги і недоліки використання готельних послуг на внутрішньому ринку є недостатньо вивчені (рис. 2.6.).

Для удосконалення надання послуг в готелі «Франція», ми пропонуємо створити новий мобільний додаток з назвою «ПомічникUA». Даний додаток стане корисним не лише досліджуваному закладу, а й цілій мережі партнерів готельного бізнесу.

Головними його перевагами стане: об'єднання усіх готельних підприємств України для можливості швидкого бронювання номерів; перелік для замовлення додаткових послуг; безконтактний check-in та check-out; можливість, в деяких номерах, за допомогою додатку коригувати температурний режим, відкривати та закривати вікна; за технічної можливості готельного підприємства сформуванню максимальну кількість номерів до яких можна під'єднати функції додатка.

Відповідно, в першу чергу додаток буде доречним для 4 та 5-зіркових готелів, які мають можливість представити широкий спектр послуг, особливо ті, які можна цифрувати.

У додатку будуть представлені три блоки: 1. Готелі; 2. Сервіс туриста; 3. Послуги.

За допомогою «ПомічникUA» можна самостійно забронювати та зареєструватись в готелі, тому що додаток автоматично заповнить внесені дані, підкаже, де можна поїсти, відпочити та яким транспортом скористатись. За повідомлень системи лояльності можна якісніше мотивувати клієнтів робити правильний вибір. Завдяки технології геолокації можна буде відправляти спецпропозиції клієнтам, які знаходяться в безпосередній близькості біля того чи іншого готелю в офлайн.

Запропонований додаток «ПомічникUA» це запорука успіху для будь якого готелю, для досліджуваного також. Алгоритм впровадження додатку у готель не складний та передбачає такі кроки:

1. Комунікація між працівником додатку та менеджером готелю;
2. Визначення умов співпраці;
3. Підписання договору про співпрацю;
4. Перевірка інформації, що міститься у додатку на предмет достовірності;
5. Об'єднання та контакт між системами готелю та додатку;
6. Контрольна перевірка та початок співпраці.

Звісно, для створення додатку потрібні фінансові витрати близька 5000\$, але вони окуплять себе менше ніж за пів року.

Окрім запропонованого додатку для покращення сервісу надаваних послуг, пропонуємо готелю «Франція», для інтенсифікації своєї роботи, використовувати новітню автоматизовану систему управління «OPERA Enterprise Solution», що включає в себе широкий ряд модулів.

OPERA Enterprise Solution – принципово нове, що не має аналогів на ринку рішення для готелів від світового лідера у виробництві автоматизованих систем управління – корпорації Micros-Fidelio. На відміну від традиційних систем для готелів, OPERA Enterprise Solution являє собою саме повнофункціональне рішення управління, призначене як для незалежних готелів, так і для готельних мереж. OPERA Enterprise Solution пропонує нову концепцію роботи та покращення рівня обслуговування гостей, поєднуючи в собі такі безсумнівні переваги як швидкість, надійність, функціональність, простота використання.

«OPERA Enterprise Solution – складається з модулів, які з легкістю можуть бути настроєні й додані залежно від побажань конкретного готелю. Вона містить у собі систему автоматизації служби прийому й розміщення гостей (Property Management System); систему автоматизації відділу продажів і маркетингу (Sales and Catering); систему управління якістю обслуговування

(Quality Management System); систему оптимізації прибутку (Revenue Management); систему управління заходами (OPERA Activity Scheduler); систему централізованого бронювання (OPERA Reservation System); модуль бронювання через Інтернет (Web-Self Service); централізовану інформаційну систему по гостях (Customer Information System)» [24, 16].

«Нове зручне мобільне рішення системи OPERA Enterprise Solution, OPERA – Palm, дозволяє персоналу, що перебуває практично в будь-якій точці готелю, робити всі необхідні операції (поселення й виписку гостей, перевірку статусу номера, управління заходами й багато чого іншого). Новітні технології OPERA Enterprise Solution надають готелю унікальну можливість роботи як у режимі клієнт – серверного додатка, так і через Інтернет – браузер («Тонкий Клієнт»). Додаток системи OPERA Enterprise Solution, дозволяє клієнтам здійснювати бронювання безпосередньо з Інтернет сторінки» [44; с. 227].

«Центральною ланкою рішення OPERA Enterprise Solution є система автоматизації служби прийому й розміщення (Property Management System – PMS). Переваги системи управління OPERA PMS дозволяють значно підвищити рівень продуктивності й рентабельності готелю. Система легко налаштовується з обліком індивідуальних вимог і побажань гостя, дуже легка й проста у використанні, і дозволяє керівництву готелю завжди мати найточнішу й останню інформацію як в окремому готелі, так їх мереж. При цьому управління всіма підприємствами здійснюється за допомогою єдиної бази даних Oracle» [24].

Система автоматизації відділу продажів і маркетингу (Sales and Catering – S&C) – дає можливість управлінському персоналу, відділу продажів і відділу бронювання готелю обмінюватися інформацією про клієнтів, рахунками, тарифами і здійснювати контроль за всією діяльністю готелю «Франція».

Система управління якістю обслуговування (Quality Management System – QMS) – це система яка дозволяє швидко реагувати на потреби гостей та дає можливість автоматично сповіщати менеджерів про затримки у виконанні ще до того, як надійде скарга від гостя.

Використання модулю профілактичного обслуговування технологічного обладнання дозволяє встановити графік запланованих ремонтних робіт, щоб попередити незаплановані дороговартісні ремонти.

Система оптимізації прибутку на базі OPUS 2 (Revenue Management), повністю інтегрована з OPERA ORS й PMS, дозволяє управляти доходом готелю «Франція». Варто зазначити, що даний сервіс дозволяє здійснювати централізоване управління декількома готелями в одній базі даних. Серед основних функцій які реалізує система, складний груповий аналіз з управління тарифами, а також управління прибутковістю за принципом «готель в готелі». До того ж, у системі є інтерфейс із системою OPERA S&C для аналізу ефективності певних послуг і збільшення рентабельності [5].

«Система управління заходами (OPERA Activity Scheduler), всі послуги й діяльність готелю тримає під повним контролем. Дана система дозволяє відстежити всю інформацію про клієнтів, включаючи перелік послуг, якими вони скористалися, замітки обслуговуючого персоналу та їх медичні дані, і дозволяє скласти й надати кожному гостеві по приїзду свого роду «програму». А в тому випадку, якщо гість скасує свою бронь, всі інші побажання також будуть зняті.

Система централізованого бронювання OPERA (OPERA Reservation System – ORS). Це єдина система контролю завантаження всіх готелів, що входять у готельну мережу. OPERA ORS дозволяє мати повну і єдину картину про наявність вільних місць, а також здійснювати бронювання відразу в декількох готелях. Причому, забронювати номер в готелі або конференц-зал зможе, як співробітник відділу бронювання, що перебуває в центральному офісі, так і менеджер по продажах, що перебуває у відрядженні в будь-якій точці світу. Також такі традиційні функції системи PMS як підсилення, робота з депозитом, призначення номера кімнати, тепер можна здійснити в OPERA ORS, крім необхідності додаткової роботи. Сполучаючи в собі переваги централізованого бронювання з передовим функціоналом системи, ORS є наймогутнішим інструментом для менеджерів до продажів і бронювання, що

дозволяє збільшити число броней і відповідно вийти на новий рівень прибутковості» [4].

«Централізована інформаційна система по клієнтах (Customer Information System – CIS), повністю інтегрована із системою централізованого бронювання, збирає й обробляє дані про всіх гостей, туроператорах, групах і компаніях, створюючи єдину базу даних. CIS автоматично обмінюється інформацією, що втримується в профайлах, між всіма готелями й центральним сховищем даних, у такий спосіб надаючи користувачам доступ до будь – якої необхідної інформації. CIS пропонує гнучкі інструменти роботи з постійними клієнтами, а також дозволяє централізовано розрахувати тарифи, а потім застосувати їх до обраних готелів» [42; с. 267].

Окрім перерахованих, є можливість використання OPERA Xpress – це спрощена версія системи управління готелем. Всі необхідні опції й функціонал системи можна вибрати з опцій OPERA PMS. За допомогою цієї програми, можна істотно знизити витрати, вибравши лише ті опції, яким відповідає, що реалізується в готелі, а також використовувати одну систему для декількох готелів.

Перспективним для досліджуваного готелю «Франція» є система OPERA Enterprise Solution, що підтримує більше 350 інтерфейсів, включаючи інтерфейс із системою управління ресторанами, телефонними системами й системами тарифікації телефонних дзвінків й Інтернет-послуг, системою автоматичних міні барів, системою управління рахунками клієнтів, системами платного телебачення, системами електронних замків, системою авторизації кредитних карт, бухгалтерськими системами. Використання системи дозволяє не переривати роботу при проведенні операції нічного; система продовжує функціонувати у звичному режимі, а формувати потрібну звітність можна у будь – який час протягом робочого дня.

«Модуль «Звітів» системи OPERA Enterprise Solution, створений на основі потужної бази даних Oracle Report Writer, пропонує як більшість основних управлінських звітів, так і різноманітні нестандартні звіти. Система

забезпечує автоматичне управління процесом прийняття індивідуальних та групових попередніх заявок на поселення в готелі. Окрім цього, для функціонування готелю дуже важливе значення має класифікація номерів за категоріями. Це дозволяє спростити та найкращим чином організувати процес виконання попередніх заявок на поселення та встановлення тарифів, а також видачу інформації про наявність і стан кімнат. Система забезпечує ефективну та повністю автоматизовану систему контролю за станом номерного фонду. Вказується статус кожного номера (базовий тариф, категорія, характеристика, розташування). При цьому ведеться постійний облік вільних та зайнятих номерів. Це дозволяє уникнути таких непорозумінь, як заселення гостя в неприбраний або вже зайнятий номер. Гостьові рахунки ведуться автоматично, їх завжди можна вивести на дисплей. Сплата за проживання нараховується на відповідний рахунок під час нічного аудиту» [24].

Важливе значення для діяльності будь якого готельного підприємства або мережі має програма під назвою «Історія гостя». Це інформація про всіх гостей, які обирали конкретні заклади розміщування, яка зберігається в системі готелю декілька років. Вона може використовуватись для реєстрації гостей, дозволяє визначити важливих гостей – «VIP» персон, або навпаки небажаних.

Рахунки в готелі «Франція» можуть управлятися спеціальною програмою, яка відкриває, управляє, направляє та проводить необхідні операції з будь – якими рахунками. Зручністю є те, що вся інформація надходить і зберігається в системі бухгалтерії автоматично, що економить багато часу.

Отже, на основі проведеного аналітичного огляду нами було встановлено, що у готелі «Франція» доцільно впроваджувати систему автоматизації «OPERA Enterprise Solution» з широким спектром модулів. «В даний час програма «OPERA Enterprise Solution» набирає високих масштабів та обертів у системах автоматизованого управління в готелях, але при цьому досвід закордонних готельних підприємств показує, що застосування однієї програми в готелі є не дуже доцільним, оскільки не можна в повній мірі задовольнити комфорт проживання гостей. Тому для покращення умов перебування гостей в цьому

закладі ми пропонуємо поєднати систему автоматизації «OPERA» з програмою «Larnitech» [24, 16].

Інтелектуальна система від Larnitech допомагає зекономити ресурси, підвищує безпеку приміщення, забезпечує повний контроль над освітленням, системами клімат-контролю, відео та звуком. Різні «режими» легко впроваджуються і запускаються автоматично. Ця система підтримує температуру в номерах, відповідним чином налаштовуючи систему опалення для комфорту гостя та задоволення його потреб. Така система дозволяє слідкувати за поливом рослин, повертанням сонячних батарей, відключення світла в не використовуваних, в конкретний час номерах, програвати улюблену музику гостя.

В даній системі запропоновані наступні модулі, які будуть використовуватися в готелі:

- інтерфесійний модуль забезпечить інтеграцію різних пристроїв в єдину систему автоматизації і управління (сонячні панелі, вимірювальні прилади, теплові насоси) тощо;

- Larnitech «Розумний Готель» пропонує безліч готових режимів, що дозволяють виконати більшість побажань та вимог наших гостей. Також, можливе створення своїх власних режимів;

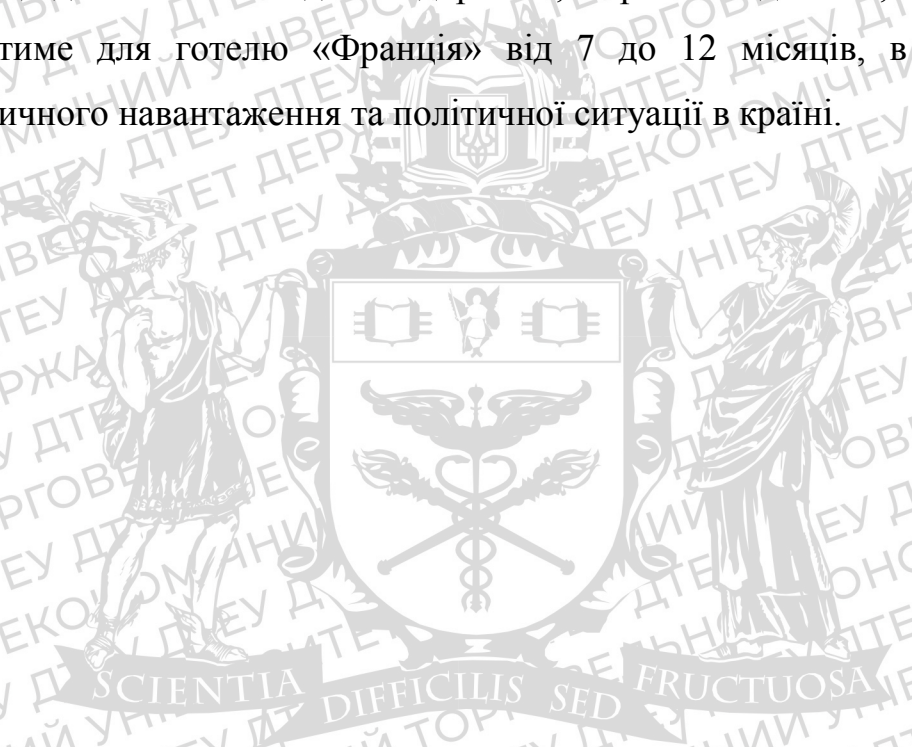
- використання високоякісних компонентів дозволить розширити функціональність обладнання і звести його розміри, вагу і енергоспоживання до мінімуму. В системі використовуватимуться мікродатчики і компактні блоки управління, які не впливають на дизайн інтер'єру готелю;

- технологія MESH використовуватиметься для створення бездротової системи, забезпечуватиме її високу надійність. Всі компоненти системи взаємодіють один з одним таким чином, щоб найбільш ефективним способом виконувати свої завдання.

В готелі «Франція» об'єднуюватимуться всі системи, що забезпечуватиме їх безперебійну та ефективну роботу. Енергоефективність досягатиметься, у першу чергу, за рахунок автоматизації освітлення та мікроклімату. Статистика

показників датчиків і використання електричних приладів може бути використана для оптимізації споживання електроенергії. Можливість управляти всіма системами програми «Larnitech» за допомогою смартфона або планшета робить його ще більш привабливим.

Найголовнішою перевагою цієї програми є те, що вона скорочує витрати, забезпечує комфорт гостей та збільшує прибуток в декілька разів. Не зважаючи, на те, що дана система є доволі дорогою, за різними даними, термін окупності складатиме для готелю «Франція» від 7 до 12 місяців, в залежності від туристичного навантаження та політичної ситуації в країні.



ВИСНОВКИ

Індустрія гостинності є найважливішим елементом соціальної сфери. Індустрія гостинності сприяє ефективності та розвитку національної економіки, оскільки внаслідок збільшення популярності господарства зростає державний бюджет; збільшується зайнятість населення; підвищується рівень життя місцевого населення; з'являється новий імпульс щодо розвитку народних промислів; виникає сприятливий вплив на решту галузей, пов'язаних із створенням готельно-господарських продуктів, відбувається розвиток соціальної та виробничої інфраструктури. Готельний бізнес як індустрія складається з готелів та організацій, які випускають товари і надають послуги.

Готельна індустрія є однією із найдинамічніших у світі, зате в Україні вона далеко недосконала. Тільки протягом другої половини ХХ ст. у цій сфері відбулися кардинальні зрушення, що змінили розуміння готелю як тільки місця для ночівлі та вивели готельний сегмент на провідні позиції серед складових туристичної галузі.

Готель займає важливе місце в індустрії туризму, широкий і різноманітний характер якого охоплює і елементи, пов'язані з ним секторів індустрії, наприклад харчування, відпочинок і розваги і ін. Готель – це щось більше, ніж просто місце для ночівлі, він багато в чому визначає спосіб життя – на той час, поки триває подорож, доки гість проживає у готельному номері. Проте, сучасні тенденції в економіці й туризмі дають підстави стверджувати, що ринок готельних послуг є достатньо перспективним для інвестування. Але перед інвесторами завжди постає питання вибору форм організації, управління роботою готелю, економічне та політичне становище в державі.

Важливу роль у розвитку сучасної готельної індустрії належить готельним ланцюгам, які просувають на туристичний ринок високі стандарти обслуговування, сприяють поширенню та значному підвищенню рівня організації виробництва. Готельний ланцюг є об'єднанням декількох готельних підприємств у колективний бізнес, здійснюваний під єдиним управлінням, у

рамках загальної концепції просування продукту і під єдиною торговою маркою.

Сьогодні готельний ринок України є надзвичайно привабливим для інвесторів та міжнародних готельних операторів. Попит на готельні послуги в нашій країні в декілька разів перевищує пропозицію на ринку. Водночас якість пропонованих послуг залишається на низькому рівні. Слід зазначити, що протягом останніх років було реалізовано лише декілька великих проектів зі спорудження готелів. Однак уже найближчим часом, як прогнозують експерти, відбудеться активний розвиток готельного сектору і освоєння міжнародними операторами українського готельного ринку.

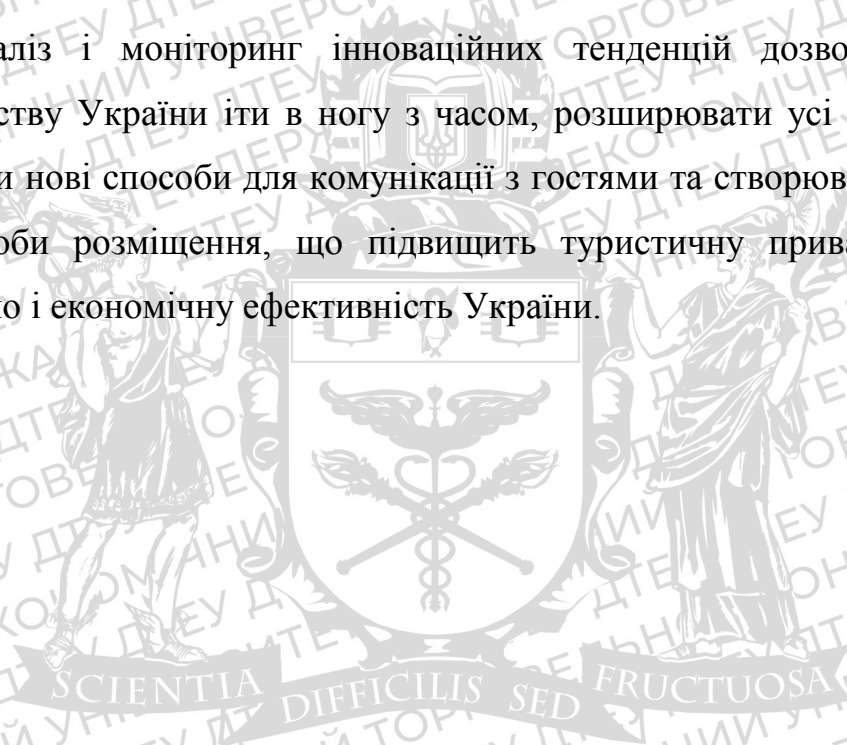
Отже, сучасні тенденції в економіці й туризмі дають підстави стверджувати, що ринок готельних послуг є достатньо розвиненими і є перспективним для інвестування. Проте транснаціональні компанії очікують від української влади створення і забезпечення сприятливих інвестиційних умов, удосконалення чинного законодавства та розвитку сучасної туристичної інфраструктури. Зауважимо, що головною складовою всієї системи готельних послуг є якість. Якість готельних послуг повинна гарантувати споживачеві задоволення його запитів. Ці властивості формуються в процесі обслуговування в готелі, на всіх його етапах і у всіх ланках.

Умови розвитку національних українських мереж Україна може представляти собою не тільки нові місткі ринки, але і стати новим рівноправним учасником світового ринку готельних послуг. Сама ж інноваційна діяльність готельного господарства України розвивається у різних напрямках, це і: поширення екологічних готелей нового типу, залучення блогерів та різних технічних помічників для поширення популярності готелю, спрощення процесів check-in and check-out. Великий вплив на інноваційну діяльність готельних господарств України мають світові мережі, які диктують тенденції.

Технологія мобільних додатків – це відносно нова форма інновацій, яка тільки виходить на український ринок готельних послуг, а значить, його

можливості, переваги і недоліки використання готельних послуг на внутрішньому ринку є недостатньо вивчені. Саме на ринку українських додатків, «ПомічникUA» є інноваційним додатком, який зможе підвищити привабливість готельних господарств України. Важливою особливістю саме його – є те, що додаток допомагає зберегти час користувачів та об'єднати усі можливі готелі України, використовувати усі послуги готелю та продавати їх комфортнішим способом.

Аналіз і моніторинг інноваційних тенденцій дозволить готельному господарству України йти в ногу з часом, розширювати усі можливі послуги, знаходити нові способи для комунікації з гостями та створювати нові готелі чи інші засоби розміщення, що підвищить туристичну привабливість країни, відповідно і економічну ефективність України.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Hospitality Marketing Trends To Be Prepared For In 2021 URL: <https://improveandgrow.com/blog/tourism-marketing/hospitality-marketing-trends/>.
2. Reframing the Infrastructure: How Hotels Navigate the New Normal URL: <https://blog.ecosystem360.com/hotels-new-normal-hospitality-industry/>.
3. Stutts A.T. Hotel & Lodging Management: An Introduction. USA, 2001. – 350 с.
4. Van Ark B., Broersma L. and den Hertog, P. (2003) Services Innovation, Performance and Policy: A Review, Synthesis Report in the Framework of the Structural Information Provision on Innovation in Services, DIALOGIC and Innovation studies, Utrecht University.
5. Акаев А.А. Современный финансово-экономический кризис в свете теории инновационнотехнологического развития экономики и управления инновационным процессом. Мониторинг глобальных и региональных рынков 2008/2009 URL: http://cliodynamics.ru/index.php?id=167&option=com_content&task=view.
6. Алеева В.А., Мочалова Ю.Д. Застосування сучасних інформаційних технологій в управлінні бізнесом у сфері туризму. *Бізнес-освіта в економіці знань*. 2018. № 3. С. 3–6.
7. Андреев А. Відвідувачі Нью-Йоркського готелю зможуть спілкуватися з персоналом за допомогою емодзи. *Отель*. 2015. № 40(400). URL: <http://exhibition.pir.ru/digest/1028/>.
8. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание. К.: ВИРА-Р, 2002. – 252 с.
9. Будя А. Направления и задачи развития информационных технологий в туризме и гостиничном бизнесе Украины. *Гостиничный бизнес*. 2001. № 1. С.46-47.
10. Верес К.О. Готелі Low Cost: зарубіжний досвід. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Готельно-ресторанний бізнес:

інноваційні напрями розвитку”, 25–27 березня 2015 р. К.: НУХТ, 2015р. 274 с.
URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/19935>.

11. Гаврилюк А. М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні: автореф. дис. ... к.держ.упр.: спец. 25.00.02 "Механізми державного управління". Київ, 2011. 23 с.

12. Геотаргетинг URL: <https://ua.wikipedia.org/wiki/>.

13. Давидова О. Ю. Формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. Бізнес Інформ. 2017. № 11. С. 459-464.

14. Данько Н. І. Оцінка економічної ефективності інвестицій у готельний бізнес. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2017. Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм; Вип. 6. С. 153–160.

15. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

16. Джон Р. Уокер. Введение в гостеприимство: ученик. Пер. с англ. М.: ЮНИТИ, 2008. 711 с.

17. Доклад «Глобальный инновационный индекс» 2016 г. URL: <http://www.eurosvita.net/index.php/?category=1&id=4887>.

18. Домінська О.Я. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2017. Вип. 52. С. 39–41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2017_52_8/.

19. Изотова М.А. Инновации в социокультурном сервисе и туризме: учеб. Пособие. М.: Советский спорт, 2010. 136 с.

20. Информационные системы управления гостиничными комплексами URL: www.stroimhotel.ru/files/pdf/metodology/metod/02.pdf.

21. Индустрия гостинности: технологичні можливості для МСП. МНІАП: вебсайт. 2019. URL: <http://xn--80aplem.xn--plai/analytics/Industria-gostepriimstva-tehnologiceskie-vozmoznosti-dla-MSP/>.

22. Інноваційні технології в готельному бізнесі. URL : http://www.rusnauka.com/6_PNI_2014/Informatica/3_160394.doc.htm.
23. Інноваційні технології в готельному господарстві: основи теорії: навчальний. Полтава: ПУЕТ, 2018. 357 с.
24. Інтернет ресурси: http://tourlib.net/statti_ukr/melnyk8.htm.
25. Клейман А.А., Бабанчикова О.А. Удосконалення технології продажів туристичного продукту на основі впровадження інноваційних технологій. *Вісник Національної академії туризму*. 2015. № 3(35). С. 20 –26.
26. Клейменов А.М. Инновационные процессы в развитии туризма. *Культура народов Причерноморья*. 2004. №52, т.2. С.62-66.
27. Круль Г. Я. Основи готельної справи. Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 368 с. URL: http://pidruchniki.com/14170120/turizm/teoretichni_osnovi_gotel'nogo_gospodarstva.
28. Малахова Н.Н. Инновации в туризме и сервисе. М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2008. 224 с.
29. Мельниченко О. А. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму. *Державне будівництво*. 2010. № 2. URL: <http://www.nbuu.gov.ua/e-journals/DeBu/2010-2/index.html>.
30. Менш Г. Технологічний пат. Дослідження Г. Менша. URL: <http://www.managerhelp.org/hoks-1458-1.html>.
31. Михайліченко, Г. І. Інноваційний розвиток туризму: монографія. КНТЕУ. К.: КНТЕУ, 2012. 608 с.
32. Молчанова В.А. Инновации в туризме: определение, особенности, классификация. Матер. науч.-практ. конф. «Проблемы устойчивого развития рекреационных регионов». Сочи: РИО СНИЦ РАН, 2008. С.62-69.
33. Науковий вісник Ужгородського університету Домище-Медяник А.М., Кляп М.П. Інноваційні процеси в туристичній галузі, 2017 с. 194, С 189-196.
34. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. Заведений.М.: Издательский центр «Академия», 2007. 208 с.

35. Олексін І.І. Управління процесом обслуговування в підприємстві готельного господарства. Вісник Хмельницького національного університету, 2010, № 1, Т. 2, С. 55-58.

36. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Колективні засоби розміщення в Україні у 2017 році. Статистичний щорічник. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_kzr_2017.pdf

37. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Колективні засоби розміщення в Україні (юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб) у 2019 році. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/tyr/kol_zas_ukr/arch_kol_zas_ukr.htm

38. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за видами економічної діяльності у 2013-2019 роках. Кількість суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за видами економічної діяльності у 2010-2019 роках. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/ioz.htm

39. Офіційний сайт Всесвітньої Туристської Організації. URL: <http://www.world-tourism.org>.

40. Особливості використання сучасних методів управління змінами у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Л.О. Гончар, І.О. Єфіменко, Ефективна економіка № 10, 2015. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6214>

41. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. М.: ОАО «НПО издательство Экономика», 2000. 207 с.

42. Перепеліцина В.Л. Світові тенденції розвитку інновацій на підприємствах готельного господарства : матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції «Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу». Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2017. 500 с.

43. Проектування готелів: навч. посіб. за ред. А. А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг.екон. ун-т, 2012. 340 с.

44. Роглев Х. Р. Основи готельного менеджменту URL: <http://www.library.tneu.edu.ua>
45. Роглев, Х. Й. Основи готельного менеджменту К.: Кондор, 2005. 408 с.
46. Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. Учебное пособие. СПб.: Питер, 2007. 512 с.
47. Стратегія інноваційного розвитку України на період до 2030 року URL: <https://www.businesslaw.org.ua/strategiya-innovaciinogo-rozvitku-ukrainy/>.
48. Тренди індустрії гостинності в майбутньому році. URL: <http://stationhotels.ru/uk/blog/88-trendy-industrii-gostepriimstva-v-budushchem-godu>.
49. Шумпетер Й. Теория экономического развития: Исслед. предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры: Пер. с нем. В. С. Автономова. М.: Прогресс, 1982. 456с.
50. Booking URL:<https://www.booking.com/index.uk>

ДОДАТКИ



Приклади номерів готелю «Франція»

