

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет бізнесу і права

Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

**ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ У ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ
НА ПРИКЛАДІ БАЗИ ВІДПОЧИНКУ «КОЛОС»**

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконав: студентка IV курсу 421 групи
денної форми навчання

Спеціальності: 241 Готельно-ресторанна справа

Освітньо-професійної програми

«Готельно-ресторанна справа»

Антонюк Альона Романівна

Керівник: проф. Бурак В.Г.

Рецензент: Лиманець Л.М.

Івано-Франківськ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРИТИЧНІ АСПЕКТИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ У ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	6
1.1. Обслуговування туристів у готельному підприємстві в Україні та за кордоном.....	6
1.2. Критерії та фактори, що впливають на обслуговування туристів у готельному підприємстві.....	11
1.3. Якість обслуговування у готельному підприємстві.....	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ БАЗИ ВІДПОЧИНКУ «КОЛОС».....	23
2.1. Загальна характеристика бази відпочинку «Колос».....	23
2.2. Аналіз обслуговування туристів на базі відпочинку та виявлення основних проблем, що впливають на обслуговування туристів.....	28
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОБСЛУГОВУВАННЯ БАЗА ВІДПОЧИНКУ «КОЛОС».....	34
3.1. Заходи, необхідні для покращення якості обслуговування на базі відпочинку «Колос».....	
3.2. Пропозиції щодо покращення обслуговування туристів на базі відпочинку «Колос».....	38
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	47

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний туризм так само суперечливий, як і процеси, які у сучасному світі, але саме туризм став одним із способів формування загальнолюдських цінностей, найбільш доступним способом пізнання, вивчення та збереження історичної, культурної та природної спадщини у XXI столітті.

«У сучасній професійній літературі широко застосовується термін «індустрія туризму та гостинності» [13, с.25], і, хоча гостинність входить у цей термін як складовий елемент, слід зазначити, що гостинність – це більш емне і загальне поняття, тому що його завданням є задоволення потреб не тільки туристів у вузькому сенсі. Індустрію туризму та гостинності не можна розглядати як різні індустрії, оскільки туристи – це, передусім споживачі, мають різноманітні потреби, зокрема і специфічні, залежні від цілей і мотивів подорожей, і навіть від низки моментів. Проте туристи – це, передусім споживачі взагалі, отже, індустрія туризму та гостинності має розглядатися як єдине ціле через нерозривну спільність» [2].

Актуальність обраної теми полягає в тому, що вимоги до якості послуг та сервісу у туристів різко зросли, і не всі готелі відповідають усім вимогам європейського рівня. «У зв'язку з цим, назріла необхідність реконструкції готелів, розробки програм прийому та обслуговування туристів та підготовки кваліфікованого персоналу. Тому одне з головних завдань індустрії гостинності полягає в тому, щоб розвивати сторону бізнесу, розвивати культуру сервісу.

Також розглядаються теоретичні аспекти обслуговування в готельному підприємстві в Україні та за кордоном, і критерії, і фактори, що впливають на обслуговування туристів» [3].

Гостинність – це привітність у прийомі та частуванні відвідувачів (гостей), безоплатний прийом та частування мандрівників, або дивовижність. Так образно пояснює цей термін В.І. Даль у «Тлумачному словнику живої

мови» [8, с.32]. Бути гостинним – означає вміти запропонувати теплий прийом для відвідувачів, створити для них спокійну, сприятливу та доброзичливу атмосферу.

«Гостинність – одне з фундаментальних понять людської цивілізації, нині під впливом науково-технічного процесу перетворилося на потужну індустрію, у якій працюють мільйони професіоналів, створюючи затишок та комфорт на благо людей.

Зараз у Україні малою вважається готель місткістю від 10 до 100 номерів (засіб розміщення, що не має 10 номерів, готелем у нас не вважається). Як правило, малі готелі складаються з 10 – 30 номерів. Крім того, в них передбачена рецепція, службові приміщення, кафе або ресторан.

Малі засоби розміщення в даний час складають серйозну конкуренцію об'єктам розміщення «старого типу», оскільки вони нові, оснащені сучасним обладнанням, у них відповідне оздоблення інтер'єрів, комфортні санвузли і т.д.

Індустрія гостинності поєднує різноманітні професійні сфери діяльності людей: туризм, готельний та ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок та розваги, організацію конференцій, семінарів та виставок, спортивну, музейно – виставкову, екскурсійну діяльність, а також сферу професійної освіти у галузі гостинності. Індустрія гостинності – складна, комплексна сфера професійної діяльності людей, зусилля яких спрямовані задоволення різноманітних потреб клієнтів (гостей), як туристів, і місцевих жителів» [3].

Серед проблем, що висувуються туризмом, найважливішою є проблема обслуговування та гостинності.

Метою і задання роботи є виявлення особливості обслуговування туристів у малих готелях на прикладі бази відпочинку «Колос».

Для реалізації поставленої мети варто вирішити наступні завдання:

- розгляд аспектів обслуговування туристів на підприємствах готельного типу в Україні;

- визначення критеріїв та факторів, що впливають на обслуговування туристів у готельних підприємствах;
- дослідження особливостей обслуговування клієнтів на основі бази відпочинку «Колос»;
- розробка заходів щодо вдосконалення обслуговування туристів на базі відпочинку «Колос».

Об’єкт дослідження – обслуговування туристів на базі відпочинку «Колос».

Предметом дослідження: особливості обслуговування туристів у готельному підприємстві.

Структура роботи. Робота складається: вступ, три розділи (сім підрозділів), висновки, список використаних джерел (40 найменувань). Загальний обсяг роботи – 50 сторінок.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРИТИЧНІ АСПЕКТИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ У ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

1.1. Обслуговування туристів у готельному підприємстві в Україні та за кордоном

З погляду здорового глузду про якусь гостинність не може бути й мови без задоволення первинних потреб людини - потреб у харчуванні, відпочинку та сні. У цьому найбільш обґрунтованим і досить логічним є таке визначення готелю, яке дав С.І. Байлік [9; 13]:

«Готель - це підприємство, що надає людям, які перебувають поза домом, комплекс послуг, найважливішими серед яких однаково є послуга розміщення та харчування».

Гостинність – «одне з фундаментальних понять людської цивілізації. У міру її розвитку надання гостинних послуг людям, які опинилися з тих чи інших причин поза домом (поза своїм “замкненим простором”), перетворювалося на професію для дедалі більшої кількості людей, доки перетворилося на справжню індустрію. Індустрія гостинності - це бізнес, спрямований забезпечення приїжджих людей житлом, харчуванням, і навіть на організацію їхнього дозвілля. Індустрія гостинності об'єднує всі споріднені галузі економіки, що спеціалізуються на обслуговуванні людей, що подорожують через спеціалізовані підприємства: готелі, ресторани, туристичні агенції, національні парки, парки культури та відпочинку і т.д. У США ця індустрія є другим за значенням роботодавцем, забезпечуючи робочі місця для більш ніж десяти мільйонів осіб. У багатьох штатах - це найважливіша галузь економіки, яка щорічно постачає товари та послуги на чотириста мільярдів доларів» [4].

Вищою метою ділової активності у сфері індустрії гостинності є, насамперед, задоволення потреб клієнта, і потім - підвищення доходів

підприємства. «В умовах жорсткої конкуренції, що панує на ринку гостинних послуг, тільки таким чином можна залучити і, головне, утримати клієнта, а саме це створює основу справжнього процвітання готельних підприємств у умовах. За даними Forum Company, витрати на утримання постійного клієнта становлять лише 20% того, що довелося б витратити на залучення нового. "Менеджери, що люблять підраховувати миттєві доходи, обраховують не тільки клієнтів, а й власну компанію", - стверджує Філіп Котлер.

Туризм - одна з найбільших галузей світового господарства, що динамічно розвиваються. На сферу туризму припадає близько 7% сумарних капітальних вкладень, кожне 16 робоче місце, 11% світових споживчих витрат і 5% всіх податкових надходжень. У більшості країн, де активно розвивається сфера туризму, держава надає їй суттєву підтримку - від прямих інвестицій, спрямованих на формування об'єктів інфраструктури податкових та митних пільг, що стимулюють надходження інвестицій, розширення внутрішнього та в'їзного туризму» [4].

Основний туристський регіон світу – Європа. На її частку припадає майже $\frac{2}{3}$ кількості іноземних туристів, і таку частку у світовому туристському потоці становлять європейці, які, зазвичай, мало виїжджають межі континенту. «Основною причиною є відносно високі ціни на міжконтинентальний транспорт і висока вартість обслуговування в багатьох неєвропейських країнах. У Європі туристські потоки багато років мали точне напрям із півночі на південь. У 80-90-ті роки. через перевантаженість популярних туристичних центрів Середземноморського узбережжя Франції та Італії, а також конкурентного розвитку матеріально-технічної бази міжнародного туризму в інших країнах середземноморського басейну відбулася помітна переорієнтація європейського туристичного потоку на південний захід та південний схід.

Другий великий туристський регіон — Північна Америка (США та Канада), на який у 1995 році припадало близько 16% світового потоку туристів. В основному це так званий взаємний туризм між США, Канадою та

Мексикою. За межі континенту щорічно виїжджає близько 5 млн осіб. зі США та близько 0,5 млн. з Канади. Спостерігається абсолютне зростання обсягу світового туризму і в країнах Латинської Америки, Африки, Азії, Австралії та Океанії, але на них, як і раніше, припадає лише трохи більше 9% кількості іноземних туристів. Маючи в своєму розпорядженні багаті рекреаційні ресурси, більшість країн не мають необхідної матеріально-технічної бази для міжнародного туризму» [4].

Увійшовши міжнародний ринок, «організації включилися у так звану міжрегіональну конкуренцію, тобто. конкуренцію з іншими гостинно приймаючими країнами та містами, курортами. Цю конкуренцію, що складається не тільки з ресурсної та матеріальної частин, але з безлічі додаткових послуг, грамотного їх пакетування, оригінальності та психологічної розробки під споживача, з можливостей неповторних розваг і спеціальних програм обслуговування, з широкого спектру спеціальних цін, знижок і пільг, заснованих на комплексному наданні послуг та іноземних послуг, цю конкуренцію в іноземній країні, цю конкуренцію за кордоном, цю конкуренцію, на основі комплексного надання послуг та обслуговування.

Тому одне з головних завдань індустрії гостинності полягає в тому, щоб розвивати сторону бізнесу, розвивати культуру сервісу.

Коли людина подорожує, їй потрібен відпочинок і місце, де можна переночувати – для цього і потрібен такий сегмент індустрії туризму, яким є підприємства, що надають послуги з розміщення (готелі, мотелі, пансіонати, будинки відпочинку тощо))» [4].

Розміщення займає центральне місце у комплексі послуг, що надаються туристам під час подорожі. Засоби розміщення, під якими розуміють будь-який об'єкт, що регулярно або епізодично надає місця для ночівлі, становлять основу туристичної індустрії.

Сутність «надання послуги розміщення полягає в тому, що, з одного боку, у користування надаються спеціальні приміщення (готельні номери), з іншого боку, надаються послуги, що виконуються безпосередньо персоналом

готелю: послуги портьє з прийому та оформлення гостей, послуги покоївок прибирання готельних номерів тощо.

Готельні номери є основним елементом послуги розміщення. Це багатофункціональні приміщення, призначені для відпочинку, сну, роботи гостей. Найважливішою функцією є забезпечення можливості сну. Важливість інших функцій готельних номерів залежить від призначення готелю та потреб гостей. Наприклад, у готелях ділового призначення» [8].

«У різних готелях є різні категорії номерів, що відрізняються один від одного площею, меблюванням, обладнанням, обладнанням і т.д. Однак незалежно від категорії готельний номер повинен мати такі меблі та обладнання: ліжко, стілець та крісло, нічний столик, шафа для одягу, загальне освітлення, сміттєвий кошик. Крім цього, у кожному номері повинна міститися інформація про готель та план евакуації у разі пожежі» [10].

Інші «послуги доповнюють пропозицію послуг розміщення та харчування. До них відносяться пропозиція басейну, конференц-залів, залів для переговорів, спортивного обладнання, прокат автомобілів, послуги хімчистки, пральні, перукарні, масажного кабінету та низка інших» [21]. Залежно від того, як вони оформлені та скомбіновані в єдиний комплекс, складається певний тип підприємства, такі, як готель-люкс, готель середнього класу, готель-апартамент, готель економічного класу, готель-курорт, мотель, приватний готель типу «ніч і сніданок», готель-гарні, пансіон, готельний готель.

«Рівень комфорту – це комплексний критерій, доданками якого є:

- стан номерного фонду: площа номерів, частка одномісних, багатокімнатних номерів, номерів-апартаментів; наявність комунальних зручностей у номерах;
- стан меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення» [2] .

У міжнародній практиці прийнято «Стандартну класифікацію засобів

розміщення туристів, розроблену експертами СОТ. За нею всі засоби розміщення поділяються на дві категорії – колективні та індивідуальні.

Аналогічні заклади включають пансіонати, мебльовані кімнати, туристичні гуртожитки та інші засоби розміщення, які складаються з номерів та надають певний перелік готельних послуг, до яких обов'язково входить щоденне прибирання номера та санвузла, заправка постелі.

Мебльовані кімнати – це підприємства готельного типу, де здаються в оренду постійним мешканцям недорогі кімнати з обстановкою, найчастіше без харчування.

Малі засоби розміщення в даний час складають серйозну конкуренцію об'єктам розміщення «старого типу», оскільки вони нові, оснащені сучасним обладнанням, у них відповідне оздоблення інтер'єрів» [3].

Малі «готелі легше адаптуються до кожного клієнта, створюють атмосферу «вдома далеко від дому», що не виключає привнесення в побут гостей національного колориту. Крім того, малі готелі, як правило, застосовують гнучкішу систему знижок і обходяться клієнту дешевше, ніж великі готелі аналогічного класу.

Туристична база - спеціально відведена територія в зоні відпочинку, розташована на туристичному маршруті з активним способом пересування, з комплексом будівель та споруд, пристосованих для тимчасового відпочинку.

База відпочинку - засіб розміщення, з мінімальними зручностями, як правило, сезонного функціонування, розташований у рекреаційній зоні, який забезпечує умови для відпочинку.

Перелік та якість надання платних додаткових послуг повинні відповідати вимогам присвоєного готелю категорії.

Найбільш поширені: екскурсійне обслуговування; замовлення послуг гідів-перекладачів; організація продажу квитків на всі види транспортів; організація продажу квитків у театри, цирк, на концерти тощо; замовлення автотранспорту на замовлення гостей; виклик таксі; прокат автомобілів; замовлення місць у ресторанах міста; купівля та доставка квітів; продаж

сувенірів, листівок та іншої друкованої продукції; ремонт взуття; ремонт та прасування одягу; прання та хімчистка одягу; користування сауною; послуги перукарні; послуги буфетів, барів та ресторанів; оренда конференц-залу, залів переговорів; послуги бізнес-центру» [26].

При наданні послуг важливою є не лише їх кількість, а й якість. Тому в багатьох готелях, які проживають при від'їзді, просять заповнити невеликі анкети.

Система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту, що задовольняють «різноманітні побутові та господарські запити гостей, називається у готельному господарстві сервісом.

Сервіс може бути різним – від швидкого та професійного оформлення службою прийому до бездоганної роботи сантехнічного обладнання. Кожна ланка в ланцюзі сервісу важлива.

Вся робота з організації послуг має бути добре продумана та організована. Підприємства, що надають послуги, повинні розміщуватись у доступному місці (найчастіше на першому поверсі). У вестибюлі, на поверхах, у номерах має бути інформація про те, як і де отримати послуги, години роботи повинні бути зручними для гостей» [37].

У світі існує безліч принципів та критеріїв класифікації готельних підприємств, все залежить від національних та географічних особливостей країни, а також місцевих традицій, але, на жаль, не всі пропонують обслуговування, яке відповідає міжнародним стандартам якості.

1.2. Критерії та фактори, що впливають на обслуговування туристів у готельному підприємстві

Історія розвитку «різних готельних корпорацій та ланцюгів, як правило, свідчать, що прибуток є результатом якості. Перед готельним підприємством стоїть завдання надання та підтримання якості обслуговування на належному рівні, своєчасного усунення недоліків у

наданні послуг, розробки стратегії покращення обслуговування. Дослідження показують, що головною причиною того, чи клієнт удостоює своїм відвідуванням підприємство обслуговування ще раз чи ні, є хороше або погане обслуговування, йому надане. Вперше гостя можна залучити гарною рекламою, багатим інтер'єром або різноманітним меню, але вдруге він приходить завдяки професійній роботі персоналу та високій якості обслуговування, отриманого раніше.

Для готелю такими показниками можуть бути: швидкість розміщення туристів; відповідність номерів, що надаються класу обслуговування; комфортність; чистота номерів та громадських приміщень; наявність додаткових послуг; різноманітність меню; висока якість приготування їжі, а головне - відсутність нарікань з боку туристів» [12].

«Перед готельним підприємством стоїть завдання надання та підтримання якості обслуговування на належному рівні, своєчасного усунення недоліків у наданні послуг, розробки стратегії покращення обслуговування.

Надання готельних послуг високої якості є складовою постійної уваги адміністрації готелю незалежно від форми власності. Досягнення якості у сфері обслуговування - важливе завдання, вирішення якого забезпечує підприємницький успіх» [23].

У наш час у багатьох «директорів готельних підприємств сформувалася думка, що висока якість означає високу собівартість. Ця думка неправильна, тому що ігнорує потенціал зустрічі клієнта з обслуговуванням як самопідсилюючим механізмом. Розуміння значення клієнта, якості, збалансованості вартості та собівартості може збільшити прибуток, надаючи готельному підприємству можливість підвищити ціну та продати більше.

Постійне підвищення якості - це витрата, а довгостроковий внесок, заснований на забезпеченні вірності клієнтури шляхом задоволення її потреб. Це твердження ґрунтується на дослідженні, що показує, що витрати на придбання нового клієнта вп'ятеро більші за витрати на те, щоб утримати

старого за допомогою пропозиції якісного обслуговування. Це дослідження базується на таких факторах:

- здатність до утримання клієнтів дозволяє скоротити витрати на маркетинг та, відповідно, збільшує рентабельність;
- задоволений клієнт здійснює безкоштовну рекламу, розповсюджуючи усну інформацію, що сприяє готелю.

Якість готельних послуг великою мірою залежить від кваліфікації та зацікавленості людського капіталу, з його творчих здібностей, уміння освоювати нові технології, і навіть від використання нових організаційних процесів і форм використовуваної обслуговування клієнтів матеріальної бази. Якість послуг у готельному бізнесі - це міра, як рівень наданої послуги задовольняє очікування клієнта» [9].

Якість відноситься до розряду таких понять, про які всі неодноразово чули і мають уявлення. «Разом з тим це уявлення лише підкреслює надто суб'єктивне трактування змісту терміна, в який кожен вкладає щось своє, отримане на особистому досвіді.

Інше утруднення щодо поняття якості виникає через занадто тісного зв'язку понять «якість» і «цінності» (під цінностями у тому контексті мають на увазі послуги, мають певну споживчу значимість). Те, що якісно, то одночасно і цінно, але зворотне твердження не завжди вірне, і в цьому перша істотна відмінність цих понять.

Якість, крім того, часто асоціюється із розкішшю, послугами класу «люкс». Цей висновок дуже спірний, оскільки можна отримати якісні послуги за помірну ціну і не отримати їх за великі гроші (якість послуги - це не лише її зміст, а й форма подання).

Таким чином, якість - це насамперед відчуття задоволення клієнта від обслуговування, а якісна послуга - це послуга, яка відповідає потребам гостя. Рівень якості, своєю чергою, залежить від ступеня збігу уявлень клієнта про реальне та бажане обслуговування у готелі чи ресторане» [18].

Багато компаній визначають якість як відповідність стандартам та

нормативам. «Такий підхід добре працює на операційному рівні виробництва послуг, особливо там, де можуть виникати проблеми із визначенням потреб гостей, але він небезпечний на найвищому рівні менеджменту.

Грунтуючись на вищевикладеному, можна визначити зміст поняття «якість» в готельній індустрії:

1. Якість – це правильно певні потреби клієнтів. Тут береться до уваги концепція, за якою необхідно надавати продукти/послуги, що відповідають потребам гостей. Якщо клієнт має потребу оформляти виїзд, не виходячи з номера, необхідно йому це забезпечити. Якщо конкуренти не надають ще такої послуги, то компанія має можливість досягти переваги, ставши першою на ринку. Саме в цьому контексті якість створює конкурентну перевагу.

2. Якість – це правильно надані послуги. Тут комбінується дві концепції: послуги повинні не тільки відповідати потребам клієнта (технічний аспект), але й вся система обслуговування має бути сконструйована таким чином, щоб забезпечувати зручність гостей, і хороші міжособистісні відносини персоналу. У цьому вся значенні якість - це основа компетентності.

3. Якість – це сталість. Тут мається на увазі необхідність надавати продукт/послуги на тому самому рівні мільйони разів. Непостійність - бич готельної промисловості. Суспільство не любить неприємних сюрпризів і чекає на певні речі, що асоціюються з іміджем конкретної торгової марки. Коли торгова марка виправдовує очікувань, формується негативне сприйняття. Тому можна сказати, що якість – це гарне виконання» [12].

Таким чином, на якісне «обслуговування у готельному підприємстві» впливають такі фактори:

1. Стан матеріально - технічної бази, а саме: зручне планування та якісне оздоблення приміщень готелю, оснащення його громадських приміщень та житлових номерів комфортабельними меблями та обладнанням, повні комплекти високоякісної білизни, сучасне високопродуктивне кухонне обладнання, зручне ліфтове господарство та ін.

2. Прогресивна технологія обслуговування. Вона має на увазі порядок та способи прибирання громадських приміщень та житлових номерів; реєстрацію та розрахунок з клієнтами; рецептуру приготування страв та напоїв у ресторанах та барах; форми обслуговування у торгових залах та ін.

3. Високий професіоналізм та компетентність обслуговуючого персоналу, його вміння та готовність чітко, швидко та культурно обслуговувати гостя.

4. Найважливішим чинником у сучасних готельних підприємствах є управління якістю обслуговування, що передбачає розробку та впровадження стандартів якості, навчання персоналу, контроль, коригування, вдосконалення обслуговування на всіх ділянках діяльності готелю» [4].

Проблема «якості обслуговування в туризмі – одна з найактуальніших у розвитку цієї галузі народного господарства. На міжнародному туристському ринку якість обслуговування – найсильніша зброя у конкурентній боротьбі. Туристи, які задоволені обслуговуванням у готелях, ресторанах, бюро послуг, туристичних комплексах певних країн, стають активними пропагандистами. Вони багато разів відвідують ці місця, сприяючи збільшенню потоків туристів, створюючи високу репутацію туристським районам, що їм сподобалися. Якість обслуговування, зрештою, сприяє підвищенню економічної ефективності туризму.

Готельний бізнес – чудовий приклад. Важливою особливістю готельних послуг, що відрізняють їх, насамперед послуг промисловості, де більшою мірою використовуються машини і автомати, є широке участь людей виробничому процесі. Залучення людського чинника сильно впливає на неоднорідність, мінливість якості та пов'язаний з ними недолік стандартизації, що становить одну з найважливіших проблем у сфері розвитку готельних послуг. Для вирішення цієї проблеми на багатьох готельних підприємствах запроваджено стандарти обслуговування – комплекс обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, які мають гарантувати встановлений рівень якості всіх операцій, що

здійснюються.

Якість послуг, що надаються, повинна відповідати умовам договору, а за відсутності або неповноті умов договору – вимогам, які зазвичай пред'являються до цих послуг» [22].

На «якість обслуговування також впливає асортимент пропонованих послуг. Але сам собою асортимент не забезпечує якості. Необхідні комплексність послуг і товарів, їх спрямованість конкретного споживача, і навіть своєчасність їх надання, що дуже впливає якість обслуговування» [23].

Для «якості туристського обслуговування мають значення і такі, що не піддаються прямому виміру показники, як естетика, комфортність, етика, культура праці, поведінки та мови» [17].

Таким чином, не тільки керівництво має відповідати за якість обслуговування туристів. Воно поділяє цю відповідальність зі своїми службовцями. Кожен працівник впливає атмосферу, у якій протікає робота всього персоналу, і може створювати умови, у яких клімат гостинності виникає чи зникає. Важливим є чітке визначення зобов'язань щодо гостей, а також їх неухильне виконання. Тому, «при комплексному підході до проблеми досягнення якісного обслуговування, з урахуванням основних критеріїв і чинників, які впливають якість наданих послуг, результатом виявиться збільшення кількості постійних клієнтів, розширення загального визнання, зміцнення сприятливих взаємин у колективі та загального духа товариства» [28].

1.3. Якість обслуговування у готельному підприємстві

У Україні її існують державні вимоги до розробки туристського продукту, які вважатимуться вимогами з якості. «Загальною вимогою до туристичних послуг, що визначає первинні параметри якості турпродукту є: безпека життя, здоров'я та майна громадян та охорона навколишнього середовища. Рекомендованими вимогами, отже, обов'язковими, є:

відповідність призначенню, точність і своєчасність виконання, комплексність, етичність обслуговуючого персоналу, комфортність, естетичність і ергономічність.

Розробники орієнтувалися досвід роботи туристичної галузі країни, на зарубіжні стандарти, і навіть на дослідження потреб туристів. Тому ці параметри також є базовими показниками якості туристичного обслуговування.

Можна сформулювати основні напрямки організації якості обслуговування туристів:

- споживчу якість кожної окремої послуги (розміщення, харчування, доставка, екскурсії та ін.);
- функціональну відповідність послуг вимогам певного сегменту обслуговування (диференціація);
- якісна технологія надання послуг (її ергономічність та комфортність);
- гарантія надання заздалегідь оплачених послуг;
- анімація обслуговування;
- гарантія безпеки життя, здоров'я та майна громадян та навколишнього середовища;
- кваліфіковані кадри» [24].

Кожен із цих аспектів важливий і служить досягненню якісного обслуговування туристів. Показники якості обумовлюються та затверджуються у договорі купівлі-продажу, що укладається з клієнтом.

Система якості в туризмі це стандарт встановлює основні вимоги до систем забезпечення якості послуг відповідно до «міжнародних стандартів ISO (ISO) 9004, 9002 та спрямований на забезпечення необхідної якості послуг, що надаються споживачеві. Стандарт призначений для сертифікації систем якості послуг, а також оцінки систем якості на підприємствах, що надають послуги населенню.

Цей стандарт не є суто туристським, він визначає системи якості та

їхню оцінку на підприємствах, що надають послуги населенню. Оскільки туризм - це, насамперед, надання туристських послуг, цей стандарт поширюється і туристські підприємства.

Вимоги до системи якості послуг передбачають відповідальність керівництва підприємства щодо:

- до політики у сфері якості;
- до організації роботи з якості;
- до аналізу функціонування системи якості із боку керівництва»

[21].

«Система якості повинна передбачати матеріально-технічне забезпечення сервісної організації (виконавця послуги) усіма необхідними ресурсами (матеріалами, виробами, що комплектують, обладнанням, інструментами)». У туристичному випадку - це ресурси туризму: розміщення, харчування, екскурсії, дозвілля, рекреаційні ресурси, транспорт та ін» [29].

«Договори на постачання продукції або надання послуг (з постачальниками послуг) повинні містити точний опис замовленої продукції чи послуг, включаючи:

1. Назва продукції або послуги, тип, вид, модель, клас, сорт або іншу точну інформацію.
2. Нормативні та технічні документи (технічні умови, технічний опис, креслення, вимоги до технологічного процесу), інструкції з контролю та інші відповідні вихідні дані, включаючи вимоги до апробації» [25] .

Результати контролю (оцінки) мають реєструватися.

«Виконавець послуги має розробити та підтримувати у робочому стані процедури, що забезпечують отримання інформації від споживача послуги.

Аналіз інформації, що отримується від споживача, необхідний для того, щоб забезпечити:

1. Правильне встановлення вимог до послуги та умов обслуговування та їх відображення у документації.

2. Вирішення питань, пов'язаних із розбіжністю вимог, закладених у систему, від вимог споживача.

3. Впевненість виконавця послуги у своїй здатності виконати вимоги споживача.

Джерелами отримання відповідної інформації від споживачів є: соціологічні обстеження, інформація товариств споживачів, засобів, муніципальних органів управління.

У разі потреби сервісна організація повинна розробити процедури, що забезпечують вибір статистичних методів, необхідних при зборі даних та їх застосуванні в процесі контролю (перевірки) якості, при відборі технологічного процесу, аналізі дефектів, прогнозуванні попиту та вимог споживача, опрацюванні результатів соціологічного обстеження щодо задоволеності споживачів якістю послуг та умов обслуговування» [26] .

Перевірка повинна включати контроль, оцінку та регулювання процесів виконання послуг під час проектування, виробництва та обслуговування споживача. «Перевірки системи якості, процесів виконання послуг чи результату послуг має проводити персонал, який не відповідає за виконання робіт».

Аналіз, що проводиться керівництвом, зазвичай включає оцінку результатів внутрішніх перевірок, які безпосередньо проводять керівництво або представник керівництва, відповідальний за функціонування системи» [26].

Важлив є розділ, який регулює документальне оформлення системи якості: «Сервісна організація повинна розробити та підтримувати в робочому стані документально оформлену систему якості, яка забезпечує відповідність наданої послуги встановленим вимогам. Ця система включає:

- підготовку документально оформлених процедур управління якістю відповідно до вимог цього стандарту;
- ефективне застосування документованих процедур та інструкцій системи якості».

У примітці до цього пункту йдеться про те, що: «відповідність системи якості встановленим вимогам забезпечується:

- наявністю планів та посібника з якості;
- визначенням та придбанням необхідного контрольно-вимірювального та технологічного обладнання, технологічного оснащення, матеріальних ресурсів та підбором кваліфікованих кадрів для забезпечення необхідної якості послуг;
- визначенням прийнятних стандартів з погляду закладених у них показників та вимог, включаючи вимоги, що містять суб'єктивний елемент (соціологічна оцінка задоволеності споживача якістю послуги);
- забезпеченням відповідності процесів проектування, надання послуги та контролю вимогам документації;
- підготовкою звітів щодо якості» [27] .

У розділі процедури розробки, ведення та забезпечення документацією описуються таким чином: «Сервісна організація повинна встановити процедури розробки, ведення та забезпечення всіма документами та даними, що належать до системи.

Документація має бути розглянута та затверджена повноважною особою до її введення в дію.

Усі складові, вимоги та положення системи якості, прийняті сервісною організацією, повинні бути систематично та впорядковано документовані у вигляді планів, методик, стандартів підприємств, інструкцій та протоколів.

Сервісна організація повинна встановити та підтримувати в робочому стані процедури ведення всіх необхідних документів та форм банку даних, що належать до вимог цього стандарту. Такі вимоги мають забезпечувати:

- надання документів на всі виробничі ділянки, де виконуються роботи, що забезпечують ефективне функціонування системи якості;
- своєчасне видалення застарілої документації;
- включення змін до документації.

Слід розробляти основний перелік процедур, що визначають порядок

постійного перегляду документів.

Сервісна організація повинна здійснювати внутрішні перевірки якості з метою перевірки відповідності діяльності у сфері якості запланованим заходам та визначення ефективності функціонування системи якості. Перевірку слід планувати на основі стану та важливості різних видів діяльності. Перевірки та наступні заходи слід проводити відповідно до документально оформлених процедур. Результати перевірок слід оформляти документально та доводити до відома персоналу, відповідального за перевірену ділянку роботи. Керівництво, відповідальне за цю ділянку, має здійснювати своєчасні коригувальні заходи та усувати недоліки, виявлені у процесі перевірки» [28].

Структура серії стандартів якості ISO - 9000 у загальному вигляді виглядає так:

- ISO -9000. «Управління якістю та стандарти. Гарантії якості: посібник для вибору та застосування;
- ISO -9001. Система якості - модель гарантії якості в організації/розвитку продукції. Встановлення та обслуговування.

Розглянутий вище стандарт ґрунтується на ISO -9004, тобто. забезпечення якості за цією системою будується на тих "китах" - розумінні, застосуванні, підтримці.

Загальний напрямок якості формулюється у вигляді мети у стратегічному плануванні діяльності туристичного підприємства.

Внутріфірмові процедури та відповідальність у вигляді тактовних дій виражаються у структурі відповідальності керівного та виконавчого персоналу.

Робочі інструкції складаються як посадових і виробничих інструкцій, пам'яток для виконавчого персоналу.

Виходячи з цього необхідно розробляти стандарти обслуговування для кожного підприємства окремо, враховуючи міжнародні та національні вимоги.

Стандарти мають бути гнучкими та відображати побажання клієнтів, особливо постійних, а також відповідати концепції підприємства.

Під стандартами мається на увазі як правильна технологія обслуговування гостей, а й ставлення персоналу до своєї роботи, тобто. до відвідувачів» [29].

Таким чином, «стандарти якості обслуговування дозволяють не тільки домогтися того, щоб кожен працівник чітко знав, що, як і коли він повинен робити, але й об'єктивно, абсолютно неупереджено оцінити якість його роботи, що часто буває дуже складним завданням у колективах» [31].

Виходячи з вищесказаного, можна дійти невтішного «висновку, що ефективність функціонування будь-якого готелю тісно пов'язана з рівнем обслуговування в готельному підприємстві. Рівень обслуговування великою мірою залежить від кваліфікації та зацікавленості персоналу, його творчих здібностей, уміння освоювати нові технології, і навіть від використання нових організаційних процесів і форм використовуваної обслуговування клієнтів матеріальної бази. Підвищення рівня обслуговування до міжнародних стандартів – це витрата, а довгостроковий внесок, заснований на забезпеченні вірності клієнтури шляхом задоволення її потреб. Це твердження ґрунтується на дослідженні, що показує, що витрати на придбання нового клієнта в п'ять разів більші за витрати на те, щоб утримати старого клієнта за допомогою пропозиції обслуговування, що відповідає світовим стандартам. Це дослідження базується на таких фактах:

1. Здатність до утримання клієнтів дозволяє скоротити витрати на маркетинг і, відповідно, збільшує рентабельність.

2. Задоволений клієнт здійснює безкоштовну рекламу, поширюючи усну інформацію, що сприяє готелю» [24].

Тому для того, щоб «досягати успіху в готельному бізнесі, успішно конкурувати з виробниками готельних послуг, відповідати очікуванням споживачів цих послуг готельному підприємству необхідно дотримуватися світових стандартів обслуговування» [27].

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ БАЗИ ВІДПОЧИНКУ «КОЛОС»

2.1. Загальна характеристика бази відпочинку «Колос»

База відпочинку «Колос» розташована в мальовничому місці, недалеко від селища П і має всі можливості для активного відпочинку.

База відпочинку «Колос» є затишним і не дорогим готелем. Особливістю Бази відпочинку є доступність цін у поєднанні з широким спектром послуг із проведення дозвілля.

«База відпочинку являє собою двоповерхову будівлю з 2-, 3-, 4-, 8-місними номерами. Кожен номер включає вітальню-спальню, передпокій, санвузол і ванну кімнату. Також номери обладнані холодильниками, телевізорами, додатковими теплоприладами та кондиціонерами. Для розміщення надаються також 2 котеджі, місткістю від 6 до 10 осіб. У котеджах є м'які меблі, санвузол з душовою кабінною, холодильник, телевізор, міні кухня.

На території бази багато затишних терас і альтанок з вогнищем і мангалами для відпочинку на відкритому повітрі, лазня з гарячим басейном просто неба, що дозволяє купатися будь-якої пори року, сауна. На базі є ігровий зал з більярдом, настільним тенісом та футболом, а також ігровий майданчик для пейнтболу» [27] .

База відпочинку "ВЗ" є готельним підприємством з організаційно-правовою формою - ФОП. Діяльність була заснована серпня 2006 року та діє на підставі Свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи як підприємця, основний державний реєстраційний номер: XXXXXXXXXX. ІП має друк, бланки та штампи зі своїм найменуванням та емблемою.

Ця форма підприємництва умовах діючої системи законодавства у багатьох аспектах є найефективнішою формою ведення бізнесу, що дозволяє усвідомити основи підприємництва загалом.

Основною метою діяльності «Колос» є отримання прибутку.

Основним видом (предметом) діяльності «Колос» є надання послуг.

«Організаційна структура підприємства - це форма поділу праці, що закріплює певні функції управління структурними підрозділами різного рівня ієрархії.

Кожен готель має свою організаційну структуру. Правильно організована робота персоналу обіцяє цілу низку вигод. Тут і системне осмислення ситуації, чіткіша координація зусиль всього підприємства, точніша постановка завдань та інше. Усе це має призвести до підвищення конкурентоспроможності та зростання прибутку.

Процес організаційного планування починається з ясного розуміння того, що потрібно робити. Він починається із загальних цілей, що дає можливість вибрати напрямок роботи. Цілі є категорією довгострокового планування. Вони отримують конкретизацію у постановці короткострокових завдань.

Організаційна структура – це склад, взаємозв'язок та підпорядкованість самостійних управлінських підрозділів та окремих посад.

Сутність організаційної структури у делегуванні правий і обов'язків поділу праці. Організаційна структура готелю є відображенням повноважень та обов'язків, які покладені на кожного її працівника» [29].

Метою організаційної структури є:

- розподіл праці;
- визначення завдань та обов'язків працівників;
- визначення ролей та взаємовідносин.

Для даного готелю, відповідно до зазначених завдань та цілей, чисельності персоналу та управління, найбільш підходящою є лінійна структура управління.

«Лінійна організаційна структура відноситься до централізованих ієрархічних організаційних структур, де на чолі кожного рівня ієрархії управління знаходиться одноосібний керівник, який володіє всім комплексом повноважень і здійснює на своєму рівні функції управління. Відповідно до

принципу єдиноначальності у кожного є лише один вищий керівник, а підлеглі отримують вказівки лише від одного безпосереднього начальника.

Лінійна структура має свої переваги та недоліки.

До основних переваг лінійної структури можна віднести:

- узгодженість дій виконавців;
- чітка система взаємозв'язків керівника та підлеглих;
- висока оперативність виконання вказівок;
- доручення виконавцям завдань, забезпечених ресурсами;
- особиста відповідальність виконавця перед начальником за завдання;

- Пряма відповідальність керівника за діяльність свого підрозділу.

Недоліками є:

- високі вимоги щодо кваліфікації керівника;
- неможливість реалізації всіх функцій менеджменту під час управління однією особою;
- перевантаження керівника великим потоком стратегічною та оперативною інформацією, що призводить до уповільнення вирішення питань;
- необхідність численних контактів з підлеглими та вищим керівництвом, що призводить до неефективного використання часу;
- відсутність допомоги спеціалістів при прийнятті рішень з вузькоспеціальних питань;
- авторитарне керівництво може стати причиною психологічної напруженості в колективі та зниження задоволеності роботою.

Лінійна структура є жорсткою, механістичною. Вона успішно застосовується у малих готелях, надають простий набір послуг» [29].

Кожен готель має свою організаційну структуру. «Правильно організована робота персоналу обіцяє цілу низку вигод. Тут і системне осмислення ситуації, чіткіша координація зусиль всього підприємства, точніша постановка завдань та інше. Усе це має призвести до підвищення конкурентоспроможності та зростання прибутку.

Процес організаційного планування починається з ясного розуміння того, що потрібно робити. Він починається із загальних цілей, що дає можливість вибрати напрямок роботи. Цілі є категорією довгострокового планування. Вони отримують конкретизацію у постановці короткострокових завдань.

Організаційна структура – це склад, взаємозв'язок та підпорядкованість самостійних управлінських підрозділів та окремих посад.

Сутність організаційної структури у делегуванні правий і обов'язків поділу праці. Організаційна структура готелю є відображенням повноважень та обов'язків, які покладені на кожного її працівника.

Метою організаційної структури є:

- розподіл праці;
- визначення завдань та обов'язків працівників;
- визначення ролей та взаємовідносин.

Головним завданням організаційної структури Базі відпочинку є встановлення взаємовідносин повноважень, які пов'язують вище керівництво з нижчими рівнями працівників. Ці відносини встановлюються за допомогою делегування, що означає передачу повноважень та завдань особі, яка бере на себе відповідальність за їх виконання.

Для ефективної роботи керівництво повинне розподілити серед співробітників всі завдання, необхідні для досягнення мети підприємства» [30].

Але якщо існуючі завдання не будуть делеговані, то керівник повинен буде виконувати їх сам.

«Основні напрямки та види діяльності Базі відпочинку «Колос».

Основні завдання Базі відпочинку:

1. Забезпечення тих, хто проживає готельними послугами належної якості, створення їм необхідних соціальних та культурно-побутових умов.
2. Забезпечення безпеки життя, здоров'я та майна споживачів готельних послуг та охорони навколишнього середовища.
3. Раціональне використання матеріально-технічної бази готелю.

4. Утримання у належному стані приміщень готелю» [28].

До «основних напрямів діяльності готелю належать:

1. Надання номерів (місць у номерах) у готелі «Колос» для тимчасового проживання громадян, а також додаткових послуг у вигляді послуг комунального харчування, зв'язку, побутового обслуговування та інших послуг, які можуть бути надані проживаючим.

2. Інформування про перелік послуг, прейскурант цін на послуги, надання інформації про форму та порядок оплати послуг, а також інформацію про підтвердження відповідності послуг вимогам технічних нормативних правових актів.

3. Організація оформлення необхідних заселення до готелю документів.

4. Здійснення систематичного контролю за правильним стягненням оплати за проживання у готелі.

5. Своєчасний розгляд в установленому порядку пропозицій, скарг та заяв проживаючих громадян, пов'язаних з їх господарсько-побутовим обслуговуванням, та вжиття необхідних заходів щодо задоволення їхніх вимог» [25].

Функціонування бази відпочинку «Колос», її структурних підрозділів та взаємозв'язків між ними.

Розробка організаційної структури:

«Основні вимоги до організаційної структури ось у чому:

- здатність відбивати зміст діяльності підприємства, забезпечувати функціональну доцільність ланок управління;
- мінімізація числа ланок та кількості персоналу;
- високий рівень професіоналізму працівників;
- мінімізація витрат за апарат управління і діяльність у целом.

Етапи проектування організаційної структури.

Процес проектування організаційної структури відбуватиметься зверху донизу:

- розподіл організації на функціональні блоки, які відповідають

важливим напрямом діяльності організації;

- встановлення співвідношень повноважень різних посад. На цьому етапі встановлюється ланцюг команд і за необхідності виробляється розподіл функціональних блоків більш дрібні підрозділи;

- визначаються посадові обов'язки, як сума певних завдань та функцій та доручається їх виконання конкретним особам.

Всю повноту відповідальності за якість та своєчасність виконання покладених на готель завдань та функцій, а також за збереження матеріальних цінностей відповідно до законодавства несе адміністратор готелю. Ступінь відповідальності інших працівників готелю встановлюється функціональними обов'язками» [29].

2.2. Аналіз обслуговування туристів на базі відпочинку та виявлення основних проблем, що впливають на обслуговування туристів

Аналіз обслуговування туристів проводився шляхом спостереження та опитування. В результаті «проведеного аналізу обслуговування туристів на Базі відпочинку «Колос» ми дійшли висновків, що база відпочинку відноситься до середнього класу за рівнем обслуговування та цінами на послуги.

Вартість послуг Базі розрахована на людей із середнім статком.

База відпочинку має в своєму розпорядженні як окремі номери, так і два гостьових будиночки. Гостьові будиночки повністю обладнані та відповідають сучасним вимогам у сфері комфорту.

Всього номерний фонд складає 12 номерів, з яких 3 однокімнатні двомісні, 5 двокімнатні чотиримісні 4 однокімнатні багатомісні. Гостьові будиночки можуть прийняти до 10 осіб кожен.

У будні та вихідні дні База використовує свій номерний фонд для надання послуги розміщення, здаючи номери спортсменам, які відрядили або приїхали на змагання, або просто бажаючим відпочити поза домом.

Конкретно, у разі розміщення команди спортсменів, База відпочинку бере він зобов'язання у забезпеченні їх триразовим харчуванням, відповідно до наданим командою меню і договором розміщення. У разі керівник Бази наймає кухаря. Обслуговування столів та прибирання посуду покладається на адміністратора. Щодо дорогі послуги розміщення не відрізняються добрим рівнем обслуговування. Крім того, що матеріально-технічна база давно застаріла, і приміщення готелю потребують термінового ремонту та обладнання номерів комфортабельними меблями та повним комплектом постільної білизни, так і порядок, і способи прибирання громадських приміщень та житлових номерів потребують сучасної технології обслуговування» [29].

Аналіз потоку клієнтів бази відпочинку «Колос» розглядали цілі поїздки (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Аналіз потоку клієнтів Бази відпочинку по цілях поїздки

Період (рік.) Цілі поїздок (%)		2008	2009	2010
№				
1.	Дозвілля, відпочинок	39	45	48
2.	Ділова	30	34	36
3.	Інше	31	21	16

На основі даних таблиці 2.1 можна дійти невтішного висновку, що «сегментація потоку клієнтів Бази відпочинку змінюється за роками: клієнтів із єдиною метою відпочинку побільшало, зате зменшилася кількість клієнтів, які мають на меті поїздки ділове спілкування.

Обслуговуючий персонал зацікавленості у якісному виконанні своєї роботи не виявляє, що негативно впливає на враження від обслуговування у гостя. Звичайно, основні свої функції вони виконують, а це – здавання та прийом номерів відпочиваючих, зміна білизни, її прання та прасування, вологе прибирання приміщень та номерів, але знання правил гостинності я не виявила. Виходячи з цього, ми дійшли висновку, що службовці не мають

необхідної освіти, що дозволяє кваліфіковано виконувати свою роботу. До того ж, заробітна плата дуже низька, а кількість обов'язків велика через нечисленність штату співробітників» [29].

Таким чином, «керівник економить не лише на чисельності штату та на зарплаті некомпетентних у питаннях обслуговування працівників, а й на гостинності та якості обслуговування загалом, що може негативно позначитися на іміджі Базі відпочинку у майбутньому.

На час свят, наприклад, новорічних, на базі відпочинку розроблено «Новорічний тур», що включає: зустріч Нового Року з банкетом, розважальну програму і триденне проживання. Передбачено попереднє бронювання будиночків, номерів та замовлення столу у банкетному залі. Вартість «Новорічного туру» на одну особу становить 6500 грн., що порівняно не дорого для підприємств, що надають подібний вид послуг» [29] (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Тарифний план підприємства для проведення «Новорічного туру» на
Базі відпочинку «Колос»

Найменування послуги		Вартість грн./добу з особи
№ 1.	Зустріч Нового року, банкет, розважальна програма	2700
2.	Триденне проживання	3800
«Морський будиночок», «Кедровий будиночок» оренда:		
3.	Триденне проживання до 6 осіб	3800
4.	Триденне проживання до 12 осіб	3500
5.	Триденне проживання до 18 осіб	3200

Тому, спираючись на дані таблиці 2.2, ми зробили висновок, що завдяки «доступній ціні подібного відпочинку, не розпечені підвищеним комфортом і висококласним обслуговуванням, охочі відпочити далеко від міста люди, обирають базу відпочинку «Колос».

Завжди залишаються затребуваними, забезпечуючи базі відпочинку економічну стабільність, додаткові послуги» [24], такі як:

- «проведення урочистостей, весіль, корпоративних заходів;
- організація активного відпочинку, наприклад, влітку - прогулянки лісом, пейнтбол, катання на квадроциклах та велосипедах, а взимку катання на снігоході;
- для любителів риболовлі пропонується риболовля на річці;
- пропонується полювання» [23].

Передбачена «система знижок для бажаючих зняти гостьовий будиночок, для цього необхідно, щоб кількість гостей перевищувала 10 осіб, а також робляться знижки на проживання дітей без надання спального місця.

Звичайно, асортимент послуг, що надаються, не гарантує якість їх виконання. У цьому полягає основна проблема бази відпочинку.

Загалом діяльність підприємства вважатимуться успішною. У цьому слід зазначити залежність показників бізнесу від загальної економічної ситуації країни, від рівня доходів населення і зажадав від ступеня розвитку промисловості бізнесу, т.к. рівень обслуговування та склад додаткових послуг визначається платоспроможністю покупця, тобто. залежить від рівня доходів населення та від ступеня розвитку бізнесу. Ще одним, що позитивно впливає на стабільне існування бази відпочинку, фактором є відсутність конкуренції в районі її розташування» [27]. В даний час, на околицях п. ХХХХХ, практично немає підприємств даного профілю з відповідним рівнем послуг. Існуючі підприємства або спеціалізуються на окремих видах послуг (організація спортивного рибальства), або обслуговують обмежене коло клієнтів (відомчі). Вони часто не обладнані належним чином.

Виходячи з проведеного дослідження в галузі «діяльності бази відпочинку «Колос» можна зробити висновок, що головною причиною низької якості обслуговування є неправильне розміщення пріоритетів керівництва. Діяльність бази відпочинку насамперед спрямована на отримання доходу. Керівництво не зацікавлене та не займається питаннями підвищення якості обслуговування, що негативно позначається на думці про Базу у туристів, адже погане обслуговування викликає більшу реакцію, ніж хороше. Коли з гостями поводяться погано, вони частіше розповідають про

інцидент, ніж про хороше обслуговування. Дослідження показали, що якщо людину обслужили добре, вона розповість про це п'ятьом. Якщо ж людина отримала негативний досвід, вона повідомить про це десятеро. Поширення позитивних відгуків відбувається складніше, кілька негативних моментів можуть зіпсувати масу позитивних.

Відсутність конкуренції в даному сегменті послуг могла принести підприємству величезну вигоду, адже за правильної організації та грамотного керівництва, навіть без великих капіталовкладень, можна було б створити цілий комплекс туристичних послуг для залучення більшого потоку любителів активного відпочинку, а кваліфікований персонал створив би необхідну атмосферу затишку та гостинності.

Аналізуючи проблеми, що впливають на обслуговування туристів на базі відпочинку «Колос», ми дійшли висновку, що основною проблемою бази відпочинку є кваліфікованого персоналу. Як відомо, культура поведінки готельного працівника включає всі сторони зовнішньої і внутрішньої культури людини: правила обходження і звернення, вміння правильно висловлювати свої думки, дотримуватися мовної етикет. Ввічливість свідчить про культуру людини, її ставлення до роботи та до колективу. Дуже важливо бути тактовним у взаєминах з гостями. На жаль, персонал Базі відпочинку не має необхідної кваліфікації і не має достатніх знань для якісного надання послуг» [30].

Інтер'єр та обстановка номерів застаріла. «Кімнати невеликі, а через укомплектованість їх телевізором, холодильником та столом зі стільцями, в них дуже тісно, особливо не комфортно буде у 3-х, 4-х, 5-ти місцевих номерах. Зважаючи на те, що База відпочинку стилізована під мисливський будиночок, у номерах, на стінах, розвішані шкури тварин, що саме не відповідає санітарним нормам. Шкури створюють дискомфорт постояльцям, як своїм виглядом, так і тим, що розташовуючись безпосередньо в узголів'ї і дуже старими, обсипаються на голови сплячих.

Текстиль та постільна білизна в поганому стані. У деяких номерах висять прокурені штори; порвані покривала. Постільна білизна запраана або з

плямами, рушники дуже старі, різні за розміром та кольором. Доріжки та килимки зношені. У ванних кімнатах ірвані душові фіранки, несправні скриньки.

Дуже погана звукоізоляція. Двері в номерах з тонкого дерева, нещільно прилягають до дверей, при відкритті/закритті - риплять, туго закриваються на замок.

Більшість меблів у задовільному стані, але деяка, хоч і справна, естетично не придатна. Це стосується столів та стільців, що знаходяться в номерах. На стільцях стара оббивка, на столах є сліди від затушених сигарет.

Дуже незручно розташована кімната адміністратора. Гостю необхідно подолати коридор, у який виходять двері номерів, наприкінці якого знаходиться адміністративна кімната. У готелі не передбачено спеціально відведене місце для реєстрації, тому охочий заселитися гість змушений стояти в коридорі, біля кімнати адміністратора і чекати, коли його зареєструють, візьмуть оплату, визначаться з кімнатою та розмістять» [31].

Зовсім не організовано винесення сміття із заселених номерів. Під час проживання «гостя прибирання номера не передбачене. Існує проблема з організацією харчування, т.к. у готелі немає ресторану чи бару. У номерах немає можливості приготувати або розігріти їжу, а наявний харчовий блок відноситься до додаткових послуг, вартість за годину використання 600 грн.

Корпус оснащений кнопкою-викликом чергового у зв'язку з тим, що на ніч вхідні двері закривають на замок.

Територія бази відпочинку погано обладнана. Майданчики для відпочинку на свіжому повітрі оснащені мінімумом зручностей, які не відповідають призначеній ціні за їх використання. Немає дитячого майданчика» [32] .

Проводячи «аналіз діяльності бази відпочинку «Колос» було розглянуто загальна характеристика готелю, її організаційну структуру. Проводився аналіз обслуговування туристів та виявлення основних проблем, що впливають на їхнє обслуговування.

РОЗДІЛ 3.

РЕКОМЕНДАЦІЇ З ОБСЛУГОВУВАННЯ

БАЗА ВІДПОЧИНКУ «КОЛОС»

3.1. Заходи, необхідні для покращення якості обслуговування на базі відпочинку «Колос»

Проблема «якості обслуговування дуже актуальна у багатьох готельних підприємствах нашої країни. На жаль, рівень готельного сервісу на наших підприємствах ще далекий від світових стандартів. Враховуючи той факт, що вимоги клієнтів щодо надання високої якості обслуговування постійно зростають та змінюються, найважливішою стратегією є надання обслуговування такої якості, яка б задовольняла всі потреби клієнтів та відповідала встановленим стандартам. Досягнення якості у сфері обслуговування – важливе завдання, вирішення якого забезпечує підприємницький успіх.

Відсутність професійного персоналу є проблемою більшості готелів. І важливою проблемою Базі відпочинку, яка потребує вирішення, є підготовка кадрів. Персонал має створювати відкриту, доброзичливу атмосферу. Кожен гість, який звернувся до співробітника Базі відпочинку зі своїми проблемами та турботами, повинен отримати максимально повну інформацію, що цікавить його, або необхідну послугу, що виправдовує його очікування – це і є гарантією успіху та конкурентоспроможності на ринку готельних послуг. Гість – це найважливіша персона, незалежно від того, чи зателефонував він, написав листа і прийшов особисто. Гість – це хто – те, хто заважає роботі персоналу, навпаки, він – головна причина, через яку працює весь персонал. Гість – не та людина, з якою слід сперечатися або якій слід доводити, хто сильніший. Гість завжди правий! Культура поведінки готельного працівника включає всі сторони зовнішньої та внутрішньої культури людини: правила обходження і звернення, вміння правильно висловлювати свої думки, дотримуватися мовної етикет. Ввічливість свідчить про культуру людини, її

ставлення до роботи та до колективу. Дуже важливо бути тактовним у взаєминах з гостями» [33].

Будь-який «готель схильний до амортизації. Для покращення якості обслуговування на Базі відпочинку необхідно провести капітальний та плановий ремонт номерів та приміщень, оновити інтер'єр.

Для того щоб зберегти фірмовий стиль в оформленні інтер'єру Базі відпочинку, дотримуючись при цьому санітарно-гігієнічних, етичних та естетичних норм, необхідно позбутися вже наявних в інтер'єрі шкір і опудал тварин. Замість них можна використовувати в елементах оздоблення та декору дерев'яні панелі та штучне хутро, картини із зображенням сцен полювання та тварин, що мешкають у тутешніх лісах, мисливське приладдя та макети зброї.

Загальна площа приміщень, що потребують чорнового оздоблення стін - 508м²; загальна площа стін коридору – 125м²; загальна площа стін у вестибюлі – 43м²; загальна площа стін номерів – 340м²; загальна площа підлог у номерах – 132м². Витрати на ремонт та оздоблення приміщень наведено у таблиці 3.1» [34].

Таблиця 3.1

Кошторис витратних матеріалів на проведення ремонту та оздоблення приміщень Базі відпочинку «Колос»

№	Найменування оздоблювальних матеріалів	Ціна за м ² , грн.	Загальна вартість грн.
Витратні чорнові матеріали			
1.	Штукатурні суміші, шпаклівка, ґрунтовка, гіпсокартон	1000	508000
Оздоблювальні чистові матеріали			
2.	Настінне високоміцне (антивандальне) покриття (у коридорі)	407,20	50900
3.	Дерев'яні панелі (вестибюль)	573	24639
4.	Звукоізоляція (у номерах)	271	92140
5.	Килимове покриття (у номерах)	250	33000
6.	Шпалери (у номерах)	60	20400
РАЗОМ:			729079

Різноманітність «номерного фонду дозволить приємно дивувати клієнта щоразу, коли він приїжджає до готелю, а також надасть можливість

запропонувати йому вибір між різними варіантами номерів. Адже клієнти люблять, коли вони мають вибір.

Досягти цього можна за допомогою різного планування, облаштування відповідними меблями. Правильне тло і настрій здатні створити вдало підібрані шпалери, килимове покриття, штори, покривала, постільна білизна гарної якості, а також незначні на перший погляд деталі, які можуть відіграти ключову роль при точно підбраному освітленні. У таблиці 3.2 наведено кількість та вартість необхідних оновлень застарілого майна бази відпочинку» [34].

Таблиця 3.2

Витрати на оновлення застарілого майна

№	Найменування майна	Кількість, шт.	Ціна за од., грн.	Вартість
1.	Різні елементи декору (картини, мисливське приладдя, макети зброї)			30000
2.	Шафа для одягу	9	4000	36000
3.	Диван	5	12000	60000
4.	Стіл	10	1200	12000
5.	Комплект фіранок	8	2500	20000
6.	Комплект постільної білизни (1,5)	46	600	27600
7.	Комплект постільної білизни (2,0)	22	1200	26400
8.	Покривало (1,5)	15	1000	15000
9.	Покривало (2,0)	11	1500	16500
10.	Рушник для рук	68	200	13600
РАЗОМ:				257100

Немаловажне значення має і «щоденне прибирання номерів. Для прибирання слід використовувати спеціальне обладнання та інструменти (пилососи, відра на коліщатках, швабри з віджимом, щітки для стелі, щітки для радіаторів опалення, щітки для країв килима, де скупчується пил, що важко видаляється пилососом, губки для миття посуду та губка, серветка). Прибирання проводиться за допомогою спеціальних хімічних складів для чищення та дезінфекції, поліролі для меблів, шампуні для килимів, двоокису вуглецю для заморожування та видалення жувальної гумки, пестицидів для боротьби з комахами тощо. Вся необхідна побутова хімія та засоби для

прибирання номерів, а також їх вартість наведені в табл. 3.3. Метою всіх збиральних робіт є не лише підтримка привабливого іміджу готелю. Чистота приміщень зберігає здоров'я клієнта, а турбота про меблі, килими та інші предмети оснащення готелю продовжує термін їхньої служби. Постійна підтримка чистоти в номерах сприятливо позначиться на формуванні позитивного враження від проживання» [37].

Таблиця 3.3

Розрахунок місячної потреби у витратних матеріалах

Найменування	Кількість на місяць	Ціна за од., грн.	Загальна вартість, грн.
Засоби для чищення	3	46	138
Засіб для миття посуду	1	56	56
Пральний порошок (кг)	2	127	254
Рукавички	6	20	120
Губка для миття посуду	3	8	24
Серветка, що не залишає волокон (для скла)	4	30	120
Туалетне мило	22	14	308
Папір туалетний	11	7	77
Серветки (100шт)	2	12	24
Канцтовари			300
Продукти харчування (міні-бар)			50000
РАЗОМ:			51421

Щоб уникнути «порушення права на відпочинок мешканців, необхідно позбутися від гучного звукового сигналу, що здійснюється кнопкою-викликом. Тому систему сповіщення потрібно помістити в адміністративній кімнаті, а гучність сигналу знизити.

Однією з умов надання готельних послуг є їхня безпека. Послуги, що надаються, повинні відповідати вимогам підтримки здоров'я людей, збереженню майна громадян, сприяти охороні навколишнього середовища. Дані вимоги передбачають здійснення необхідних заходів спільно із спеціальними організаціями та навчання персоналу діям в екстрених ситуаціях. Тому, до заходів, вжитих Basis відпочинку для поліпшення якості обслуговування, має бути забезпечення безпеки життя, здоров'я гостей та збереження їхнього майна. У будівлі має бути аварійний вихід, сходи та

забезпечена вільна орієнтація гостей та персоналу, як у звичайній, так і надзвичайній ситуації.

База повинна бути обладнана відповідно до чинних Правил, оснащена системами протипожежного захисту та оповіщення, а також засобами гасіння пожежі.

До покращення якості обслуговування необхідно віднести і технічне облаштування території бази відпочинку, яке має відповідати вимогам Правил, та мати справний та якісний інвентар, необхідний для відпочинку на свіжому повітрі. Обладнання дитячого майданчика позитивно позначатиметься на іміджі бази відпочинку, свідчить про виявлену турботу до дозвілля дітей.

Необхідно підвищити ефективність роботи за рахунок просування послуг Бази відпочинку через Інтернет, який надає величезні можливості щодо залучення клієнтів з усіх регіонів країни, дає змогу розсилати рекламу електронною поштою» [36].

Аналізуючи проблеми, що впливають на якісне надання послуг розміщення, нами було запропоновано конкретні заходи та заходи, необхідні для покращення якості обслуговування на даному підприємстві, такі як: капітальний та плановий ремонт номерів та приміщень; удосконалення процесу збирання; впровадження систем безпеки.

3.2. Пропозиції щодо покращення обслуговування туристів на базі відпочинку «Колос»

З кожним роком конкуренція у всіх напрямках стає дедалі сильнішою. Битва за клієнта малих готелів переважно розгортається у ціновій боротьбі. Але в такій боротьбі лише один переможець – клієнт. Тому потрібно шукати інші способи боротьби з конкурентами, один з них - поліпшення сервісу обслуговування туристів.

Що стосується бази відпочинку «Колос», з метою «поліпшення якості обслуговування, ми пропонуємо низку заходів, спрямованих на

вдосконалення наявного обслуговування. А також пропозиції щодо впровадження нових послуг, здатних підвищити попит на відпочинок у цьому готелі, за рахунок покращення сервісу.

Загальновідома проблема вітчизняних готелів - відсутність професійного персоналу.

Насамперед необхідно підвищити рівень компетентності обслуговуючого персоналу. Для цього необхідно організувати навчання співробітників, наприклад курси підвищення кваліфікації.

Коли найважливішим чинником розвитку є підвищення кваліфікації співробітників, складається план розвитку, який називають освітнім планом. У плані розвитку зазвичай вказуються два найважливіші моменти:

1) Цілі розвитку, які поділяються за:

- робочим місцям, що містять конкретні посади, які мають бути зайняті після здійснення плану розвитку;
- професіям, які вказують конкретні професії та не дають жодних прав на певні посади;
- областям, визначають конкретні знання, які мають бути набуті за цим планом розвитку та не мають прямого відношення до будь-якої посади.

2) Заходи, необхідні досягнення цих цілей з боку:

- підприємства, що проводяться у робочий час та фінансуються роботодавцем (враховують у плані кадрових витрат), наприклад, навчання на підприємстві, денні курси та семінари поза підприємством;
- співробітників, які приймаються ними у вільний час та повністю або переважно ними фінансуються, наприклад, навчання у вечірньому навчальному закладі, самонавчання, заочне навчання у вузі, навчання на заочних курсах.

Залежно від цілей та завдань навчання існують кілька усталених та прийнятих у всьому світі форм та методів навчання. Найбільш поширені форми та методи навчання наведені нижче» [40].

Навчання прийому працювати керівників і фахівців, вперше прийнятих працювати, проводиться «вивчення специфіки діяльності підприємства,

організації виробництва, економіки, технології, соціальних умов праці, техніки безпеки, екологічних вимог. Навчання прийому працювати проводиться, зазвичай, після оформлення документів прийому працювати. Тривалість навчання 7-14 днів. Успішне закінчення первинного навчання забезпечує допуск до роботи з конкретної посади чи спеціальності відповідно до чинного на підприємстві порядку.

Щорічне навчання для керівників та фахівців проводиться для ознайомлення їх з новою технікою та прогресивними технологіями, ефективними прийомами управління та аналізу виробництва, інноваціями на виробництві та у сфері управління людськими ресурсами. Щорічне навчання організується у вигляді кількох програм, тривалість навчання за якими 1-3 дні.

Професійне та посадове зростання – найважливіший мотив у діяльності більшості працівників. Відсутність можливості зростання часто призводить до зниження трудової активності працівників та погіршення діяльності підприємства. Загальновідомо, що здобутого одного разу професійної освіти недостатньо для виконання певної роботи чи тих чи інших функцій з виробництва. Для більшості професій у ході професійної діяльності необхідне підвищення кваліфікації, що включає:

- отримання нових спеціальних знань та навичок;
- застосування отриманих, але не використовуваних досі знань та навичок;
- підвищення та розширення кваліфікації;
- поліпшення якісних та кількісних показників виконаної роботи;
- адаптацію до умов виробничого процесу, що змінилися» [39].

Виділяють такі види підвищення кваліфікації:

- «підвищення кваліфікації на основі вже отриманих знань для усунення прогалин у знаннях та навичках, що виникають у результаті неповноцінного навчання або на окремих стадіях професійної підготовки;
- розширювальне підвищення кваліфікації, метою якого є здобуття додаткових професійних навичок;

- адаптивне підвищення кваліфікації, що служить засобом пристосування до вимог, що змінюються для певних посад;
- підвищення кваліфікації з відривом від виробництва, яке здійснюється співробітниками самостійно.

Роботодавець може впливати на цей процес різними шляхами: рекомендаціями щодо проведення певних заходів, сприянням під час проведення іспитів, повним чи частковим спонсоруванням навчання; підвищення кваліфікації без відриву від виробництва, яке здійснюється найчастіше у формі: читання методичної літератури, оформлення абонементу на спеціальну літературу, відвідування виставок та ярмарків, відвідування курсів, семінарів, участі в екскурсіях на підприємство» [37].

У сучасному розумінні це насамперед програми, сформовані на основі розробки індивідуальних планів розвитку персоналу.

Розвиток персоналу - це «безперервна робота з підвищення кваліфікації співробітників, яка повинна проводитися за різними напрямками, які враховують індивідуальні вимоги працівників та здібності учнів.

Особливості діяльності готелю, а також цілі, що стоять перед ним, висувають принципово нові вимоги до працівників – керівників, фахівців, в частині організації та змісту їх підготовки та перепідготовки.

Фактори, що визначають потребу у навчанні та підвищенні кваліфікації: плани підготовки кадрового резерву; передбачувані зміни у штатному розкладі; підтримка необхідного професійного рівня персоналу.

Види навчання персоналу: підвищення кваліфікації працівників – навчання, спрямоване на послідовне вдосконалення професійних знань, навичок; підготовка новоприйнятих працівників.

Також найважливішим фактором, що впливає на перше враження клієнта про готель, є меблі на ресепшені. Але найголовніше, що там має бути - стійка для ресепшена і, якщо дозволяє простір, диван для відвідувачів.

Стійка для ресепшена може бути виготовлена з будь-якого матеріалу, головне, щоб елементи декору відповідали інтер'єру бази відпочинку.

При цьому стійка відрізняється від звичайного письмового столу

наявністю другого рівня. На першому рівні знаходяться звичайні для будь-якого робочого місця предмети: телефон, комп'ютер, документація, канцелярське приладдя. Другий рівень призначений лише для прийому відвідувачів. Клієнт набагато зручніше почувається, якщо при спілкуванні з адміністратором може покласти руки на стільницю, або заповнити невеликі документи або поставити підпис» [37].

Оскільки основною функцією готельного підприємства є надання послуг клієнтам із розміщення та харчування, то на базі відпочинку номери необхідно обладнати міні-баром.

Міні-бар – «невеликий бар із холодильником у гостьових кімнатах. Використовувати міні-бари дуже вигідно для готелів. Вартість продукції міні-бару не входить у вартість номера. Ціни на продукти та напої в міні-барі встановлюються в кілька разів вище за роздрібні ціни. З міні-баром гість не відчуває браку напоїв у будь-який час доби. Багатий асортимент напоїв і продуктів покликаний гостя скористатися міні-баром. Дослідження показали, що наявність скляних дверцят стимулює у споживача бажання спробувати пропоновані напої та продукти, збільшуючи прибутковість міні-барів. Часто в готелях при заїзді запитують гостя: «Ви користуватиметеся міні-баром?» Ключ від міні-бару може вкладатися в конверт і вручатися гостю в Reception, якщо гість висловив бажання користуватися міні-баром. Якщо гість не має наміру користуватися міні-баром, він може не брати цей ключ.

Контроль за споживанням продукції з міні-бару та поповнення запасів відбувається щодня або силами господарських служб, або спеціальним персоналом секції міні-барів служби громадського харчування готелю.

У гостьових кімнатах є бланки, в яких гостя просять вказати кількість випитого та з'їденого з міні-бару, поставити свій підпис та передати ці відомості до Reception перед від'їздом. Щоб уникнути непорозумінь у номерах, повинна знаходитися інформація про порядок користування міні-баром та перелік продуктів та напоїв з розцінками на них. Витрати зі встановлення міні-барів наведено у табл. 3.5» [39].

Таблиця 3.5

Вартість встановлення міні-бару

№	Найменування	Кількість, шт.	Ціна за од. грн.	Загальна вартість грн.
1.	Міні-бар	12	10660	127920
2.	Вміст міні-бару (сік, лимонад, мінералка, пиво, коньяк, чіпси, сухарики, горішки, шоколад, фаст-фуд)	12	706	8472
РАЗОМ:				136392

Чистий прибуток за міні-барами становить 55% (у повністю автоматизованих системах) від виручки, що значно вище, ніж прибуток інших способів організації харчування.

На наш погляд, такий «спосіб надання послуги харчування є найбільш прийнятним для цього готелю. Це дозволяє підвищити рівень сервісу і, водночас, економити кошти на утримання та обслуговування кафе, та виключає необхідність збільшення штату обслуговуючого персоналу.

В усіх цивілізованих країнах з обмеженими можливостями спокійно відвідують місця громадського користування, т.к. скрізь передбачені необхідні пристрої, що не перешкоджають або сприяють їх переміщенню.

Людина з обмеженими можливостями може стати клієнтом готелю. Але, на сьогоднішній день, База відпочинку не здатна забезпечити такому клієнту комфортне проживання та переміщення території. Тому виникає потреба у спеціально обладнаному номері.

Для створення комфортного проживання гостя з обмеженими можливостями, базі відпочинку необхідно вжити наступних заходів щодо обладнання безперешкодного входу в готель та номери:

- обладнати на вході в готель поручні та пандус;
- збільшити розмір входних дверей та інших дверей у номері;
- організувати спеціальне обладнання у ванній кімнаті (поручні на стінах, спеціальне сидіння у самій ванній; якщо душова кабіна – то врівень з підлогою, також забезпечити поручнями та спеціальною табуреткою; поручні поруч з унітазом)» [39].

ВИСНОВКИ

Сучасне стан туризму у Україні характеризуються глибокими і неоднозначними змінами у його організаційної структурі, у спрямованості розвитку, може кількісних і якісних властивостей галузі.

У системі «туризму тісно переплетені інтереси економіки та культури, безпеки та міжнародних відносин, екології та зайнятості населення, готельного бізнесу та транспортних організацій. Розвиток туризму має значення як держави загалом, так окремої особистості.

Послуги готелю пов'язані із забезпеченням гостинності клієнтам, які проводять тривалий час під його дахом. І якість персональної взаємодії співробітників готелю з клієнтом – єдиний інструмент створення у клієнта відчуття гостинності та уваги обраного ним готелю.

Нині готельна промисловість є галузь із високим рівнем конкуренції. Все частіше ми стаємо свідками того, як відкривається новий ресторан чи готель. Нові концепції створюються з максимально повного задоволення потреб певних груп споживачів. Підприємства створюються, а через деякий час частина з них не витримує конкуренції та виходить із бізнесу. У готельному господарстві слово "сервіс" означає систему заходів, що забезпечують високий рівень комфорту, що задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські та культурні запити гостей. І з кожним роком ці запити та вимоги до послуг підвищуються. І чим вища культура та якість послуг обслуговування гостей, – тим вищий імідж готелю, тим привабливіший він для клієнтів і, що не менш важливо сьогодні, – тим успішніше матеріальне процвітання готелю.

Важливим завданням для готелів є створення репутації підприємства високої якості обслуговування. Висока якість обслуговування гостей забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб готелю, постійним та ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалення форм та методів обслуговування, вивчення та впровадження передового досвіду, нової техніки та технології, розширення

асортименту та вдосконалення якості послуг.

В даний час зросли різноманітні вимоги клієнтів, які не завжди можуть задовольнити готелі старого типу через деяку знеособленість, стандартизованість обслуговування. У зв'язку з цим, розвиток малих готелів актуально в силу їхньої унікальності та неповторності» [39].

Крім того, малі готелі, як правило, застосовують гнучкішу систему знижок і обходяться клієнту дешевше, ніж готелі аналогічного класу.

В умовах сьогоденної «конкуренції підприємства індустрії гостинності, якщо вони хочуть вижити, не можуть більше спиратися на традиційні неефективні консервативні форми культури обслуговування.

Грунтуючись на дослідженні, проведеному у другому розділі дипломної роботи, сформульовані основні недоліки бази відпочинку «Колос», виявлено їх причини та варіанти їх усунення.

Виходячи з поставленої мети, у «процесі виконання роботи було проведено аналіз обслуговування туристів на базі відпочинку «Колос» та вирішено такі завдання:

- розглянуто основні аспекти обслуговування туристів у підприємствах готельного типу в Україні та за кордоном;
- визначено основні критерії та фактори, що впливають на обслуговування туристів у готельному підприємстві;
- проведено дослідження особливостей обслуговування туристів на базі відпочинку «Колос».

Аналізуючи проблеми, що впливають на обслуговування туристів на базі відпочинку «Колос», ми дійшли висновку, що основною проблемою бази відпочинку є кваліфікованого персоналу. Цю проблему можна вирішити виходячи з рекомендацій, наведених у третьому розділі диплома, де було зроблено пропозицію керівництву організувати курси підвищення кваліфікації, спрямовані на:

- підтримання необхідного рівня кваліфікації персоналу з урахуванням вимог існуючого ринку послуг та перспектив його розвитку;

- збереження та раціональне використання професійного потенціалу;
- підвищення конкурентоспроможності послуг на основі поширення знань та досвіду застосування ефективних методів організації праці, управління;
- підтримка високого професійного рівня персоналу;
- створення умов професійного зростання, самореалізації працівників з урахуванням підвищення мотивації до праці;
- підвищення рівня професіоналізму та компетенції персоналу; вдосконалення необхідних для ефективної роботи навичок та умінь» [40].

Таким чином, забезпечення конкурентоспроможності персоналу є нагальною необхідністю та першочерговим завданням всіх видів підприємств туристичної індустрії.

Не менш важливою проблемою є її технічний стан. Існує проблема з організацією харчування, т.к. у готелі немає ресторану чи бару. «Територія бази відпочинку погано обладнана. Порушено правила пожежної безпеки. Вирішення цих проблем також наведено у третьому розділі» [40].

У тому числі, запропоновано заходи, що сприяють поліпшенню якості обслуговування на базі відпочинку, а також розроблені пропозиції, спрямовані на вдосконалення обслуговування, в яких зазначені необхідні матеріали та вартість їх впровадження.

Таким чином, проведення модернізації та заходів, спрямованих на вдосконалення обслуговування на базі відпочинку «Колос», призведе до збільшення потоку туристів, збільшення прибутку та підвищення статусу підприємства готельного типу «База відпочинку «Колос»» загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева М. М. Планування діяльності фірми: навч. метод. посібник. К.: Фінанси і статистика, 2017. 248 с.
2. Бурак В.Г. Професійна підготовка майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи: дефінітивний аналіз. *Педагогічний альманах*. 2020. № 46. С. 124–131.
DOI <https://doi.org/10.37915/pa.vi46.118>
3. Бурак В.Г. Досвід професійної підготовки фахівців готельно-ресторанного господарства в закладах вищої освіти. *Інноваційна педагогіка*. 2020. № 29. Т. 1. С. 88–92.
DOI <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2020/29-1.17>
4. Бурак В. Г. Підготовка майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи в закладах вищої освіти: теорія та методика: монографія. Київ: Компринт, 2022. 537 с.
URI: <http://ekhsuir.kspu.edu/123456789/19329>
5. Бурак В.Г., Тюхтенко Н.А. Цифровізаційні аспекти антикризового управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу. *Economic synergy*. 2023. № 1 (7). С. 32–47.
DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2023-1-3>
6. Закон України “Про підприємництво”. Відомості Верховної Ради України із змінами та доповненнями, внесеними законами України від 21.12.1999 р. №1328–XIV.
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>
7. Закон України «Про захист прав споживачів». Відомості Верховної Ради України, 1991 р., № 30.
8. ДСТУ 3862-99 «Громадське харчування. Терміни та визначення».
9. ДСТУ 4281:2004 “Заклади ресторанного господарства. Класифікація” (затв. Держспоживстандарт України від 01.07.04).
https://dnaop.com/html/34057/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004
10. Правила роботи закладів (підприємств) громадського харчування (Наказ № 219 від 24.07.2002 р. Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України).
11. Рекомендації. «Характеристики підприємств громадського харчування за типами та класами» (Затв. МЗЕЗторгом України від 09.09.99).
12. Наказ Міністерства економіки та з питань Європейської інтеграції України від 03.01.2003 р., № 2. “Рекомендовані норми технічного оснащення закладів громадського харчування”.
13. ДСТУ 3279-95 «Стандартизація послуг. Основні положення».

14. HoReCa: Том 2. Ресторани: навчальний посібник / за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 312 с.
DOI
<https://doi.org/10.31617/np.knute.2017-1503>
15. Черевко О.І., Малюк Л.П., Дейниченко Г.В. Збірник нормативних документів державного регулювання у сфері ресторанного бізнесу. – Харків: ПКФ “Фавор ЛТД”, 2003. – 440 с.
16. Малюк Л.П., Кононенко Т.П. Організація виробництва на підприємствах – Навчальний посібник. - Полтава, ПУСКУ, 2012 – 254 с.
17. Пятницкая Н.А, Пятницкая Л.П. Менеджмент у громадському харчуванні. – Київ: КНТЕУ, 2012 р. – 706 с.
18. Економіка підприємства: Підручник: /За ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, – К.: КНЕУ, 2010. – 528 с.
19. Архіпов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства – К: Центр учбової літератури, 2015-340 с.
20. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства –К, Інкос, 2012-280 с.
21. Національний стандарт України. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. ДСТУ 4281:2004
https://ksv.do.am/GOST/DSTY_ALL/DSTY2/dsty_4281-2004.pdf
22. Г.Т. П'ятницька. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 456 с.
23. Макаренко С. М., Олійник Н. М. Бізнес-планування. Навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» рівня вищої освіти «бакалавр». Херсон: ТОВ «ВКФ «СТАР» ЛТД», 2017. 224 с
24. Ясинський В. В., Гайдай О. О. Бізнес-планування: теорія і практика: навч. посіб. К.: Каравела, 2017. 232 с.
DOI <https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/726/view/729>
25. Інноваційний розвиток промисловості України. Монографія [Текст] / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.; Під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Дениченка. - К.: КНТ, 2006.-648 с.
26. Козак Ю.Г., Єхануров Ю.І., Ковалевський В.В. та ін. Міжнародні стратегії економічного розвитку. - К., 2005р.-с.51.
27. Andriushchenko I. E., Ivanenko T. Ya., Burak V. H., Kovalenko G. V., Zamferesko O. V. Technologies for training specialists in the hotel and catering industry in ukraine in the context of lifelong learning. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV. № 37 (3). P.838–843.
URL: <http://gtg.webhost.uoradea.ro/PDF/GTG-3-2021/gtg.37314-716.pdf>

28. Abiltarova E., Poberezhets H., Androshchuk I., & Burak V. The methods for improving vocational education and training in modern conditions. *Journal of higher education theory and practice*. 2022. Vol. 22. №12. P. 203–211.

URL: <https://doi.org/10.33423/jhetp.v22i12.5483>

29. Kashyna G., Nazarova K., Burak V. Development of scientific and natural competence of technology teachers in the system of postgraduate education by means of information and communication support. *Edukacja – Technika – Informatyka*. 2019. № 4 (30). P. 151–155.

URL: <https://repozytorium.ur.edu.pl/items/b74e83f8-5ef3-4d71-b8fd-f75c89ca7948>

30. Dzyundzya O., Burak V., Averchev A., Novikova N., Ryapolova I., Antonenko A., Brovenko T., Kryvoruchko M., Tolok G. Investigation of technological properties of powder of eggplants. *Eureka: life sciences*. 2018. № 5. P. 22–29.

URL: <http://journal.eu-jr.eu/life/article/view/723/715>

31. Dzyundzya O., Burak V., Averchev A., Novikova N., Ryapolova I., Antonenko A., Brovenko T., Kryvoruchko M., Tolok G. Obtaining the powder-like raw materials with the further research into properties of eggplant powders. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2018. № 11–95. T. 5. P. 14–20.

URL: https://pdfs.semanticscholar.org/8d86/faa3f8cb35288f00d411feef5a759c69070b.pdf?_ga=2.116950211.45225143.1656050208-276168377.1656050208

32. Dzyundzya O., Burak V., Ryapolova I., Voievoda N., Shinkaruk M., Antonenko A., Brovenko T., Tolok G., Kryvoruchko M., Mihailik V. Establishing the effect of eggplant powders on the rheological characteristics of a semi-finished product made from liver pate masses. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2019. Vol. 4. № 11 (100). P. 56–63.

URL: <https://journals.uran.ua/eejet/article/view/174234/175427>

33. Kravchenko M., Mihailik V., Yakymchuk D., Dzyundzya O., Burak V., Romanenko O., Valko M., Korolenko E., Osypenkova I., Bondarchuk Z. Research into the structural-mechanical properties of shortbread dough with oilseed meals. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2019. T. 3. № 11 (99). P. 52–59.

34. Yakymchuk D., Dzyundzya O., Burak V., Shvets I., Shvets Yu., Myrhorodska N., Polishchuk O., Karneyenka Dz., Krasner S. Economic efficiency of textile materials cutting designer costumes of hospitality facilities. *Fibres and Textiles*. 2018. № 4. P. 90–94.

URL: https://www.researchgate.net/publication/332712138_Economic_efficiency_of_textile_materials_cutting_designer_costumes_of_hospitality_facilities

35. Yakymchuk O., Yakymchuk D., Kushevskiy N., Chepelyuk E., Koshevko J., Myrhorodska N., Dzyundzya O., Burak V. Prerequisites for the development of hydro-jet technology in designing women's headgear at hospitality establishments. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2018. № 1(1 (91)). P. 36–46.

36. Burak V. Modernization of professional training of specialists in hotel and restaurant industry. European potential for the development of pedagogical and

psychological science : Collective monograph. Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 2021. С. 121–146.

37. Burak V. Training of future specialists in hotel and restaurant industry in higher educational establishments in the conditions of distance learning. *ScienceRise: Pedagogical Education*. 2020. № 6 (39). P. 16–20.

URL: http://journals.uran.ua/sr_edu/article/view/217512/217932

38. <http://www.in.gov.ua> – сайт Державного агентства України з інвестицій та інновацій.

39. Інформаційний розділ Всесвітньої туристської організації (ВТО). – Режим доступу: <http://www.worldtourism.org/>.

40. Сайт інформаційно-аналітичного центра. – Режим доступу: <http://www.pravo-law.kiev.ua/cgi-bin/matrix.cgi/pravo.html>

