

Перед розробкою системи якості в готельному бізнесі необхідно оцінити стан якості послуг на підприємстві.

Невід'ємним критерієм оцінки готельних послуг є якість обслуговування готелю. Критеріями якості готельної послуги є такі характеристики, як вартість послуг, зміст сервісу, професійні послуги та надання матеріально-технічних ресурсів.

Якщо сукупний результат оцінки якості є меншим, ніж середній, то рівень якості готельних послуг є низьким. Якщо показник є середньою якістю. Результат вище середнього означає, що рівень сервісу в цьому готелі високий.

Щоб оцінити якість готельних послуг, що надаються споживачем, можна скористатися цим методом експертного огляду як анкети.

Оцінка якості готельних послуг визначатиме рівень, за який знаходиться якість послуг, що надаються в конкретному готелі. За результатами роботи в готелі розробляється система управління якістю, метою якої є підвищення якості обслуговування. Така оцінка дозволяє виявити недоліки в якості готельних послуг.

РОЗВИТОК СИСТЕМИ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Мартинов Д.Г.

Науковий керівник – Золотухіна І.В., канд. техн. наук, доцент

Система заходів, яка забезпечує високий рівень комфорту, що задовольняє різноманітні побутові та господарські запити гостей, називається в готельному господарстві сервісом.

Сервіс потрібно будувати не тільки за принципом попиту (що хоче гість), але і за принципом пропозиції (готель пропонує нові послуги, які може надати, а гість обирає). Але не можна нав'язувати послуги. Виконавець не має права без згоди споживача надавати додаткові послуги, що надаються за плату. Споживач має право відмовитися від оплати послуг, не передбачених договором. Також забороняється обумовлювати виконання одних послуг обов'язковим наданням інших послуг.

Історія виникнення додаткових готельних послуг сягає своїм корінням в глибоку старовину. З ускладненням і диференціацією людських потреб розширювалася і вдосконалювалася система додаткових послуг. Цей процес відбувається і в даний час. Розвитку системи додаткових послуг сприяло становленню готельної справи як галузі економічної діяльності, з плином часу вона приносить все більші та стабільні доходи. Різноманітність і різнобічність у переліку надаваних додаткових готельних послуг дозволяє готельному підприємству здобувати перемогу в складній конкурентній боротьбі на ринку розміщення.

Додаткові продукти готелів дозволяють отримувати додаткову вигоду поряд з вигодою від реалізації основного продукту, а так само допомагають відрізнити основний продукт від продуктів-конкурентів. Фактор професійної пропозиції додаткових послуг є важливим, оскільки непрофесійне впровадження додаткових готельних послуг часом може принести підприємству більше шкоди (у формі невдоволення з боку клієнтів), ніж користі.

Система додаткових послуг на відміну від інших частин готельного бізнесу вимагає нестандартних підходів до вирішення багатьох питань. Правильна організація процесу впровадження та надання додаткових послуг обумовлює можливість розширення переліку пропозицій для клієнтів готелю та залучення додаткових категорій споживачів.

Індустрія ділових зустрічей і пов'язаних з ними поїздок за останні десятиліття виросла в самостійну сферу бізнесу. Обсяг коштів, що витрачаються щорічно у всьому світі на проведення ділових зустрічей, наукових конференцій, навчальних семінарів, виставок і корпоративних нарад, оцінюється в сотні мільярдів доларів, і сміність цього ринку постійно зростає.

Раніше готелі забезпечували лише проживання та харчування учасників заходів, надаючи спеціально створеним конгрес-центрам займатися приміщеннями для засідань і необхідним технічним обладнанням. Однак учасники всіляких конгресів, що бережуть свій час, хотіли, щоб засідання та ділові зустрічі проходили як можна ближче до місця їх проживання. Та й з організаційної та економічної точок зору отримувати якомога більше послуг на місці для них було б вигідніше.

У наш час у готелі вже недостатньо надати клієнту звичайний номер зі сніданком. Запити гостей стають все вищі, і, щоб задовольнити їх, готельним підприємствам доводиться вигадувати масу додаткових послуг.

Розвиток системи додаткових послуг можливий і поза стінами готельного підприємства, у зв'язку з чим багато хто справедливо вказує на суттєву роль держави, як творця сприятливого клімату для діяльності всіх складових частин готельної галузі. Вирішення таких питань, як координація діяльності готелів, необхідна при вирішенні багатьох галузевих проблем, або створення відповідної міської інфраструктури, може і повинна здійснювати якась зовнішня сила, і держава на цю роль підходить якнайкраще.

Виходить, що розвиток додаткових послуг не повинно бути самоціллю, їх роль вторинна й чітко обмежена. Вони дійсно є чимось, що доповнює «основну страву» - надання власне готельних послуг.

За певних початкових умов і правильної організації процесу додаткові послуги - це серйозна підмога в роботі готельного підприємства.

Розвиток додаткових послуг дозволяє не тільки розширювати перелік пропозицій для клієнтів готелю, але і залучати до відвідування готельного комплексу жителів міста.

Перелік додаткових послуг може доповнюватися, змінюватися і диференціюватися в залежності від розмірів готелю, його місця розташування та цільового призначення, рівня комфортабельності й інших причин. Найчастіше готелі пропонують своїм гостям скористатися послугами підприємств харчування (бару, ресторану, кафе, коктейль-бару, фіто-бару), продуктового та сувенірного магазинів, торгових автоматів тощо.

Сприятливий розвиток даного напрямку діяльності готелю неможливо без вдалого поєднання зовнішніх і внутрішніх умов, наявних ресурсів, які безпосередньо впливають на повсякденну роботу готелю, і грамотного керівництва даним напрямком роботи. Примітно, що фінансові питання при організації та розвитку додаткових послуг далеко не завжди стоять на першому плані. У системі додаткових послуг, як ні в якій іншій частині готельного бізнесу, затребувані нестандартні підходи до вирішення багатьох питань. Це дає готелю хоч і невелику, але реальну можливість виділитися на тлі конкурентів.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

Шиян Д.В.

Науковий керівник – Гордієнко Т.В., асистент

Туристична сфера розглядається як специфічний, екологічний і привабливий сектор економіки та складова державної і регіональної політики, від якої значною мірою залежить як соціальний, так й економічний розвиток країни, формується її імідж на міжнародній арені. На цьому фоні значний інтерес представляє івентивний туризм.

Одним із перспективних напрямів за оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) є подієвий або ж івент (event) туризм. У перекладі з англійської слово «івент» (event) означає «подія», тобто запланована соціально-суспільна подія або захід, яка відбувається в певний час і з певною метою.

Івентивний туризм – вид туризму з метою відвідання та участі у видатній або цікавій події [1]. До видів івенту (event) можна віднести: фестивалі, карнавали, паради, святкування, конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи, освітні заходи, спортивні змагання, концерти, виставки, ярмарки, торгівельні шоу, презентації, заходи, пов'язані з просуванням торгівельної марки тощо.

Значення подієвого туризму зводиться до відвідин подій, які відбуваються в інших країнах, тобто, основна ціль подорожі присвячена події в якій турист прийматиме пасивну (спостерігача) або активну участь. Це є унікальний вид туризму, оскільки за характер невичерпний.