Петра Першого, а також колекції зброї (вогнепальної та холодної) з Європи та країн Сходу.

У період громадянської війни між більшовиками та УНР у 1918 році відбувся 5-годинний бій під Києвом, неподалік залізничної станції Крути. У ньому брали участь прихильники Української Народної Республіки (студенти і юнкери) в кількості 400 осіб і війська Муравйова, чисельність яких була 4000 чоловік. Захисники Києва пошкодили залізничну колію і мости, затримали на кілька днів просування противника. На місці битви біля села Пам'ятне Чернігівської області побудований меморіальний комплекс «Пам'яті героїв Крут».

У селі Соколовому Зміївського району на Харківщині діє музей бойового братерства. Його експозиція присвячена подіям березня 1943 року, коли Перший чехословацький батальйон під командуванням підполковника Людвіка Свободи разом із радянськими військовими вів оборону на річці Мож, щоб уповільнити наступ німецько-фашистських військ на Харків.

Найвідоміші музеї, де буває до 20 тис. відвідувачів на рік - Національний музей історії України у Другій світовій війні в Києві, у селі Нові Петрівці - «Битва за Київ у 1943 році» на місці Лютізького плацдарму, діорама «Битва за Дніпро». Також привертають увагу туристів такі музеї як Повітряних сил ЗСУ, ракетних військ стратегічного призначення, комплекс «Спадщанський ліс», командний пункт Конєва.

Також на території України розташовано понад 30 фортець і фортифікаційних споруд. Найпопулярнішими серед них для туристів є Хотинська, Білгород-Дністровська, Кам'янець-Подільська фортеці і Тараканівський форт.

На жаль, наша держава приділяє недостатньо уваги на реставрацію фортець та інших військово-історичних пам'яток. Хоча із правильним використанням немалого потенціалу України для розвитку військового туризму та іноземним досвідом у цьому напрямку можна приваблювати тими чи іншими об’єктами не тільки українських, а й іноземних туристів. А також підняти туризм та економіку країни на більш високий рівень.

СПЕЦИФІКА ФОРМУВАННЯ ЦІН У ГОТЕЛЯХ

Коньовшій Т.І.
Науковий керівник – ***Нохріна Л.А., канд. техн. наук, доцент***

Ухвалення рішення щодо ціни послуги розміщування потребує від керівника готелю знання кон'юнктури ринку та вміння прогнозувати ситуацію. На початковому етапі формування вартості готельного

продукту важливо визначити цілі ціноутворення, які повинні відповідати іміджу готелю, загальній стратегії та позиціонуванню на ринку. Основною метою будь-якого підприємства готельної індустрії є отримання прибутку, що підкреслює актуальність завдань ціноутворення.

Всі рішення готельного менеджменту щодо питань стратегічного і тактичного ціноутворення базуються на економічних принципах співвідношення попиту і пропозиції. Попит на послуги готелю визначає верхній можливий рівень цін, витрати – нижній поріг ціни. Визначення ціни суттєво залежать від еластичності попиту (реакції покупців на зміну ціни).

Конкуренція сприяє коригуванню ціноутворення на готельному ринку.

Продукт, який має однакові характеристики щодо якості та концепції з продуктом конкурентів, повинен відповідати ціні заданій на ринку. Перевага за якістю, рівнем обслуговування або інші унікальні характеристики продукту підвищують ціну.

На формування цін суттєво впливає державне регулювання економіки в цілому і готельної сфери зокрема, політична ситуація в країні та світі, рівень економічного розвитку тощо. Проте готель має власні цілі при формуванні цінової стратегії. Сегментація є важливою ланкою в загальній стратегії максимізації доходів та інструментом підвищення ефективності ціноутворення. Застосування сегментації дозволяє готелю отримувати значно більший дохід при незмінному потенційному попиті.

Більшість готельних підприємств використовують принципи статичного ціноутворення в роботі з партнерами і позиціонування себе на роздрібному ринку. Однак статичне ціноутворення має ряд недоліків, які значно впливають на ефективність роботи готелю. Статичне ціноутворення не дозволяє оперативно перебудуватися під постійно мінливий попит на ринку і часто готель продає номера за ціною нижче або вище реально можливих.

Міжнародні готельні групи вирішують ці проблеми за рахунок використання гнучкого ціноутворення. Такий підхід до формування ціни передбачає зміну цінових ставок на розміщення в готелі відповідно до змін попиту на ринку. Багато готелів використовують окремі інструменти гнучкого ціноутворення в своїй роботі, наприклад, при формуванні ціни вихідного дня або при формуванні роздрібних цін (ціна «від стійки», інтернет-ціна тощо). Проте найефективніше використовувати гнучке ціноутворення для всіх видів тарифів в готелі. Питання гнучкого ціноутворення вимагає окремого вивчення.

В цілому слід зазначити, що формування ціни в готельному біз-

несі – це складний і клопіткий процес. Рішення щодо ціноутворення безпосередньо впливають на ефективність та фінансові показники діяльності готелю.

АСПЕКТИ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ

Чередніkова А.В.
Науковий керівник – ***Погасій С.О., канд. техн. наук, доцент***

Сфера гостинності в Україні має повільні темпи розвитку. Однією з основних проблем наявної ситуації є недостатній рівень якості обслуговування гостей в засобах розміщення.

Якість – відносне поняття, яке кожний споживач трактує своєрідно, однак, узагальнивши, можна сказати, що якість – це задоволеність клієнта (у випадку готельних послуг – гостя) від споживання послуг. Рівень якості обслуговування у готелі зумовлює рівень його конкурентоспроможності, збитки й втрату наявних та потенційних клієнтів.

Однією з вагомих проблем якості обслуговування у готельних підприємствах України є недостатня кваліфікація персоналу. Для задоволення потреб гостей в готелях функціонують багато служб. Так, результат їхньої роботи залежить від злагодженості та швидкості реагування на запити. Якщо для швидкого бронювання місць та розміщення гостей функціонують системи автоматизованого керування готелем, то за прийняття швидких, чітких та вірних рішень має відповідати досвідчений персонал з відповідними знаннями та навичками спілкування.

Навчання персоналу займає одну з провідних ролей у розвитку готельного підприємства. Розробка власних та використання діючих програм навчання та тренування персоналу допомагає розширити спектр знань та набути відповідні навички. Добре навчений персонал завжди знає як діяти в тій чи іншій ситуації. Такий працівник ніколи не буде витрачати зайвий час на те, щоб запитати дозволу чи поради у менеджера як вчинити в конкретному випадку при обслуговуванні, тоді як на нього чекає гість. Для мотивування персоналу виконувати свої обов'язки в повному обсязі та із задоволенням важливу роль відіграє мотивація та командна робота. Часто саме мотивація спонукає працівника сумлінно виконувати свої обов'язки, тому в готелях варто впроваджувати заходи з заохочення та нагороди гідних кадрів.

Керуючому готелем варто приділяти увагу та контролювати взаємовідносини у колективі. Для їхнього налагодження резонним є проведення тім-білдінгових заходів, спільних подій тощо. Варто підкреслювати, що кожен із співробітників є частина цілого механізму і саме