

**Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»**

**ОПТИМІЗАЦІЯ НАДАННЯ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ
ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА
(НА ПРИКЛАДІ ГРК «СРІБНІ ЛЕЛЕКИ»)**

спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Виконав: здобувач вищої освіти
Групи ГРС 41
Гринчук Юлія Сергіївна

(підпис)

Керівник:
к.т.н., доцент
Подольак Володимир Миколайович

(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«19» травня 2023 р.
к.т.н., доцент
Гарант освітньої програми:
Громик Оксана Миколаївна

(підпис)

Луцьк – 2023 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Ступінь вищої освіти: бакалавр
Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітня програма: «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

«_____» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Гринчук Юлії Сергіївни

1. Тема кваліфікаційної роботи «Оптимізація надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства (на прикладі ГРК «Срібні Лелеки»)»
Керівник роботи: *Подольк Володимир Миколайович, к.т.н., доцент*
затверджені наказом вищого навчального закладу від «27» грудня 2022 р. № 966/01-02
2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи до 01.06.2023 р.
3. Вихідні дані до роботи *нормативні документи ГРК «Срібні Лелеки», світові та національні стандарти гостинності, наукова література за темою роботи, періодичні видання, Інтернет-ресурси, статистичні дані України, ГО «Асоціація гостинності України».*
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
ВСТУП.
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методичні засади розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства.
РОЗДІЛ 2. Діагностика розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства.
РОЗДІЛ 3. Перспективні напрями оптимізації надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства.
ВИСНОВКИ
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
1. Графічне відображення світових готельних корпорацій-лідерів у 2021 році.

6. Консультанти розділів роботи

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|--|---|----------------|------------------|
| | | завдання видав | завдання прийняв |
| РОЗДІЛ 1. Теоретико-методичні засади розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства | к.т.н., доцент, Подоляк В.М. | | |
| РОЗДІЛ 2. Діагностика розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства | к.т.н., доцент, Подоляк В.М. | | |
| РОЗДІЛ 3. Перспективні напрями оптимізації надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства | к.т.н., доцент, Подоляк В.М. | | |
| Висновки | к.т.н., доцент, Подоляк В.М. | | |

7. Дата видачі завдання 15.09.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № п/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
|-------|--|-------------------------------|----------|
| 1 | Обґрунтування теми | до 15.09.2022 | |
| 2 | Огляд літератури із досліджуваної проблеми | до 27.12.2022 | |
| 3 | Розділ 1. Теоретико-методичні засади розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства | до 10.01.2022 | |
| 4 | Розділ 2. Діагностика розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства | до 15.02.2023 | |
| 5 | Розділ 3. Перспективні напрями оптимізації надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства | до 15.03.2023 | |
| 6 | Висновки | до 22.04.2023 | |
| 7 | Формування списку використаних джерел | до 29.04.2023 | |
| 8 | Формування додатків | до 12.05.2023 | |
| 9 | Оформлення ілюстративного матеріалу | до 15.05.2023 | |
| 10 | Нормоконтроль | до 24.05.2023 | |
| 11 | Інструментальна перевірка на академічний плагіат | до 26.05.2023 | |
| 12 | Представлення кваліфікаційної роботи бакалавра до захисту | до 01.06.2023 | |

Здобувач вищої освіти

_____ (Гринчук Ю.С.)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ (Подоляк В.М.)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Гринчук Ю.С. «Оптимізація надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства (на прикладі ГРК «Срібні Лелеки»»». Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». Луцький національний технічний університет, Луцьк, 2023.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків

У роботі досліджено процес оптимізації надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства. Запропоновано інструменти допомагають ГРК «Срібні Лелеки» покращити свою організаційну структуру, ефективно управляти ресурсами та забезпечити високу якість надання сервісних послуг. Це сприяє підвищенню задоволення клієнтів, залученню нових клієнтів та створенню стійкого конкурентного переваги. Ці інструменти можуть сприяти покращенню ефективності та якості надання сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки». Проте, важливо зазначити, що кожна компанія має свої унікальні особливості та може використовувати різні підходи до оптимізації своєї діяльності.

Розроблено протокол оптимізації якості сервісу готельних послуг, який включає ряд складових елементів, що сприяють досягненню високої якості обслуговування та задоволення потреб гостей. Якість сервісних послуг є одним з визначальних чинників успіху готельних господарств.

Ключові слова: якість сервісу, готельне господарство, індустрія гостинності, процес оптимізації.

ANNOTATION

Hrynychuk Yu.S. «Optimization of the provision of service services by hotel enterprises (on the example of the Silver Storks)». Manuscript.

Bachelor's qualification work of EP «Hotel and restaurant business» specialty 241 «Hotel and restaurant business». Lutsk National Technical University, Lutsk, 2023.

The bachelor's qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used sources and appendices

The paper examines the process of optimizing the provision of service services by hotel enterprises. The proposed tools help HRC «Silver Storks» to improve its organizational structure, effectively manage resources and ensure high quality of service provision. This helps increase customer satisfaction, attract new customers and create a sustainable competitive advantage. These tools can contribute to improving the efficiency and quality of service provision of Sribni Leleky HRC. However, it is important to note that each company has its own unique characteristics and may use different approaches to optimizing its operations.

A protocol for optimizing the quality of hotel services has been developed, which includes a number of components that contribute to the achievement of high quality service and satisfaction of guests' needs. The quality of services is one of the determining factors of the success of hotel businesses.

Keywords: service quality, hotel management, hospitality industry, optimization process.

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 7 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА | 10 |
| 1.1. Інституційні засади розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства | 10 |
| 1.2. Міжнародний досвід розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства | 14 |
| 1.3. Методика дослідження розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства | 17 |
| РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА РОЗВИТКУ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА | 22 |
| 2.1. Розвиток сервісних послуг підприємствами готельного господарства регіону | 22 |
| 2.2. Оцінка якості сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки» | 25 |
| РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ НАДАННЯ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА | 34 |
| 3.1. Організаційно-економічні інструменти оптимізації надання сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки» | 34 |
| 3.2. Якість сервісних послуг як визначальний чинник успіху готельних господарств | 37 |
| ВИСНОВКИ | 41 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ | 43 |
| ДОДАТКИ | 48 |

ВСТУП

Обґрунтування актуальності теми дослідження. Оптимізація надання сервісних послуг є важливим аспектом діяльності підприємств готельного господарства. Пристрасне та ефективне обслуговування клієнтів є ключовим фактором успіху готельного бізнесу, і оптимізація процесів надання послуг може сприяти поліпшенню якості обслуговування, підвищенню задоволення клієнтів та збільшенню прибутку. Одним із аспектів оптимізації є ретельне планування та управління ресурсами готельного підприємства. Це включає ефективне розподілення робочої сили, матеріальних ресурсів та інфраструктури з метою досягнення найвищої продуктивності та мінімізації витрат. Наприклад, здійснення ретельного планування графіка роботи персоналу може забезпечити належну кількість співробітників в кожен момент часу, щоб забезпечити якісне обслуговування гостей без зайвих витрат на персонал.

Важливо використовувати інформаційні технології та програмні системи для автоматизації процесів надання сервісів. Наприклад, системи управління готелями (Property Management Systems) дозволяють забезпечити ефективне управління процесами бронювання, розрахунками, інвентарем та іншими аспектами роботи готелю. Вони сприяють автоматизації рутинних завдань, зменшенню помилок та покращенню комунікації між різними відділами готелю. Додатковою стратегією оптимізації є надання персоналу відповідного навчання та підвищення кваліфікації. Компетентний та добре навчений персонал здатний надати високоякісне обслуговування та ефективно вирішувати проблеми гостей. Інвестиції в навчання та розвиток персоналу можуть принести значні результати в подальшому забезпеченні відмінного сервісу та задоволення гостей. Крім того, важливим аспектом оптимізації є збір та аналіз даних про клієнтів і їхніх уподобаннях. Застосування систем управління взаємовідносинами з клієнтами дозволяє готелям збирати, аналізувати та використовувати дані для персоналізації обслуговування,

рекомендацій та акцій. Це допомагає готелям краще розуміти потреби своїх клієнтів та надавати індивідуальні та унікальні послуги.

Оптимізація надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства є постійним процесом, який вимагає уваги до деталей, аналізу даних та вдосконалення процесів. За допомогою ефективного управління ресурсами, використання сучасних технологій та розвитку персоналу, готелі можуть підвищити якість своїх послуг, залучити більше клієнтів та забезпечити успіх свого бізнесу.

Стан вивченості проблеми. Актуальність питань оптимізації надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства підтверджується значною кількістю наукових публікацій. Питанням розвитку оптимізації надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства присвячені праці: Мостенська Т.Л., Роглев Х.Й., Олійник О.В., Тарасюк Г.М., Чагайда А.О, Сидорук С.В. та інші. Не дивлячись на велику кількість напрацювань щодо визначеної проблеми, потребують вирішення питання оптимізації надання сервісних послуг на рівні конкретних підприємств в сучасних умовах.

Метою роботи є пошук перспективних оптимізації надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства (на прикладі ГРК «Срібні Лелеки»).

Об'єктом дослідження є процес оптимізації надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні аспекти оптимізації надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства.

З ціллю досягнення зазначеного були поставлені такі завдання:

- визначити інституційні засади розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства;
- дослідити міжнародний досвід розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства;
- здійснити діагностику розвитку сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки»;

– запропонувати перспективні напрями розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства.

Перелік використаних у ході проведення дослідження методів. З ціллю досягнення визначених завдань у кваліфікаційній роботі бакалавра використовувалися такі методи дослідження: узагальнення та систематизації (для визначення інституційних засад розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства); розрахунково-аналітичні (для аналізу розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства); економіко-математичні методи (для діагностики розвитку сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки»); процесний підхід (для формування перспективних напрямів розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства); табличні та графічні методи (для наочного зображення статистичного матеріалу).

Джерела інформаційної бази дослідження. Інформаційну базу кваліфікаційної роботи бакалавра складають законодавчі та нормативні акти готельних господарств; звітність ГРК «Срібні Лелеки», статистичні та соціо-економічні показники регіонів та суб'єктів гостинності; результати досліджень науковців з індустрії гостинності; матеріали конференцій; статистика Всесвітньої туристичної організації, звітність та показники Національної туристичної організації, ГО «Асоціація готельєрів України», ГО «Асоціація гостинності України».

Практична цінність одержаних результатів кваліфікаційної роботи бакалавра полягає в тому, що сформульовані висновки та запропоновані рекомендації можуть бути застосовані суб'єктами гостинності для удосконалення роботи, зокрема ГРК «Срібні Лелеки». Крім того, результати дослідження можуть бути цікавими та корисними в процесі підготовки фахівців готельного господарства.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Інституційні засади розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства

Інституційні засади розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства складають важливу роль у створенні сприятливого середовища для розвитку цієї галузі. Вони визначають правила, норми та процедури, що регулюють діяльність готельних підприємств і впливають на їхню конкурентоспроможність та стабільність. Ефективна система законодавства і регулювання створює стабільну та прозору основу для розвитку готельного бізнесу. Вона визначає правила та вимоги щодо стандартів обслуговування, безпеки, санітарних норм, працевлаштування та інших аспектів діяльності готелю. Чіткі та чесні законодавчі рамки сприяють створенню довіри серед клієнтів і забезпечують рівні умови конкуренції між готелями [1].

Процес ліцензування та сертифікації готельних підприємств допомагає встановити стандарти якості та безпеки. Організації, які надають сертифікати та ліцензії, оцінюють дотримання готелями встановлених норм та вимог. Це стимулює підприємства до вдосконалення своєї діяльності, поліпшення сервісу та забезпечення високої якості для клієнтів. Розвиток готельної індустрії вимагає наявності відповідної туристичної інфраструктури, такої як транспортні зв'язки, культурні об'єкти, розваги та інші послуги. Урядові органи та інші зацікавлені сторони мають забезпечити розвиток інфраструктури, що сприятиме притоку туристів, покращенню гостинності та підвищенню здатності готельних підприємств привернути клієнтів [46].

Інституційні засади повинні підтримувати професійну підготовку та розвиток персоналу готельного бізнесу. Це може включати надання підтримки у створенні навчальних програм, курсів та тренінгів для працівників готелів.

Якісна підготовка персоналу впливає на рівень обслуговування та задоволення гостей готельного господарства. Інституційні засади можуть сприяти просуванню туристичних послуг та готельних підприємств на національному та міжнародному рівні. Наявність ефективних маркетингових інструментів, програм підтримки та сприяння експорту допомагають готелям залучати нових клієнтів, розширювати ринки та конкурувати з іншими дестинаціями [2].

Усі зазначені інституційні засади сприяють створенню сприятливого середовища для розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства. Вони забезпечують правовий каркас, стандарти якості, підтримку фахівців та розвиток інфраструктури, що допомагає готелям покращити свою ефективність, конкурентоспроможність та задоволення клієнтів [45].

Систематизація готельних послуг є важливим етапом у розвитку та управлінні готельним підприємством. Цей процес включає аналіз, класифікацію та організацію різних видів послуг, які надаються готелем, з метою покращення якості обслуговування та задоволення потреб клієнтів. Шляхом систематизації готельні послуги можуть бути структуровані, диференційовані та пристосовані до конкретних сегментів ринку, що сприяє підвищенню ефективності та конкурентоспроможності готельного бізнесу [3]. Систематизація готельних послуг представлено на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Систематизація готельних послуг

Структура інституційного забезпечення управління сервісом готельних послуг включає різні елементи та організаційні структури, які сприяють ефективному функціонуванню та наданню якісних послуг готелю [4]. Структура інституційного забезпечення управління сервісом готельних послуг представлена на рис. 1.2.

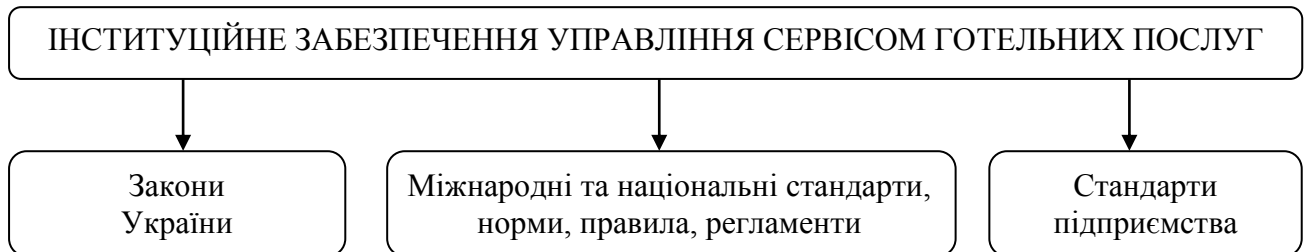


Рис. 1.2. Структура інституційного забезпечення управління сервісом готельних послуг.

Управління сервісом готельних послуг передбачає наявність керівних органів, таких як генеральний директор, директор готелю або вищий менеджмент. Ці особи відповідають за стратегічне планування, прийняття рішень, установлення політики та координацію роботи готелю. Зазначений відділ відповідає за конкретне управління сервісом та його якість. Він може включати такі підрозділи, як відділ резервацій, відділ прийому та розміщення гостей, відділ харчування та ресторанного сервісу, відділ обслуговування номерів, відділ зв'язків з громадськістю та інші [5].

Зазначена команда складається з професіоналів, які безпосередньо взаємодіють з гостями готелю. Вона включає рецепціоністів, консьєржів, келнерів, обслуговуючий персонал та інших працівників, які забезпечують високий рівень обслуговування та створюють гостинну атмосферу для гостей.

Такий відділ відповідає за контроль та оцінку якості наданих послуг. Він може проводити аудити, опитування гостей, моніторинг задоволеності клієнтів та внутрішні огляди для виявлення проблем та вдосконалення процесів обслуговування [6].

Управління сервісом готельних послуг також підпорядковане регуляторним органам, таким як туристичні відділи, готельні асоціації, організації сертифікації тощо. Ці органи встановлюють стандарти, норми та правила для готельного бізнесу, сприяють збільшенню професіоналізму та розвитку галузі.

Структура інституційного забезпечення управління сервісом готельних послуг є складною та багатоаспектною системою, що допомагає забезпечити ефективну організацію та високу якість обслуговування для задоволення потреб гостей готельного господарства [7]. Схема піраміди якості сервісу готельних послуг представлено на рис. 1.3.

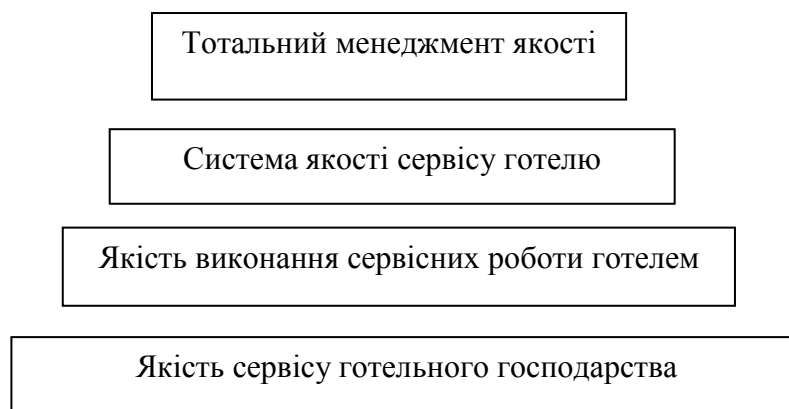


Рис. 1.3. Схема піраміди якості сервісу пропонованих послуг готельного господарства.

Таким чином, оптимізація надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства є надзвичайно важливим елементом успішної діяльності в готельній індустрії. Цей процес спрямований на покращення якості послуг, ефективного використання ресурсів та задоволення потреб гостей. Піраміда якості сервісу готельних послуг є моделлю, що відображає ієрархічну структуру елементів, які впливають на загальну якість обслуговування в готелі. Ця модель складається з кількох рівнів, кожен з яких складає ключову роль у формуванні задоволення клієнтів і визначенні якості обслуговування.

1.2. Міжнародний досвід розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства

Міжнародний досвід розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства засвідчує впровадження Європейського готельного стандарту, як системи стандартів і вимог, розробленого для готельної індустрії в Європі. Стандарт регулює різні аспекти готельної діяльності, включаючи обслуговування гостей, комфортність номерів, безпеку, харчування та інші аспекти. Він встановлює мінімальні вимоги і рекомендації щодо якості обслуговування, інфраструктури, оснащення та інших аспектів, які повинні відповідати готелю, щоб отримати сертифікацію за стандартом [8].

Європейський готельний стандарт враховує різні класи готелів, від економ-класу до розкішних готелів, і встановлює вимоги, адаптовані до кожного класу. Наприклад, він встановлює критерії щодо площі кімнат, рівня зручностей, якості меблів, наявності ресторану та інших послуг, які повинні відповідати відповідному класу готелю.

Система сертифікації Європейського готельного стандарту дає можливість готелям підтвердити свою відповідність стандарту і використовувати спеціальний логотип, що позначає їхню сертифікацію. Це допомагає гостям легше визначити готелі, які відповідають вимогам якості та зручностей. Європейський готельний стандарт сприяє підвищенню якості готельних послуг, стимулює конкуренцію і надає гостям більшу впевненість у виборі готелю. Він також допомагає підтримувати єдиний стандарт готельної індустрії в Європі і забезпечує високий рівень гостинності для мандрівників у всьому регіоні [9].

Міжнародний досвід розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства засвідчує застосування алгоритму проведення досліджень, схема якого представлена на рис. 1.2:



Рис. 1.2. Алгоритм оцінки якості сервісного обслуговування гостями

Готельні корпорації-лідери пропонують різноманітні типи готельних послуг та мають велику мережу готелів по всьому світу. Світові готельні корпорації-лідери у 2021 році представлено на рис. 1.3.

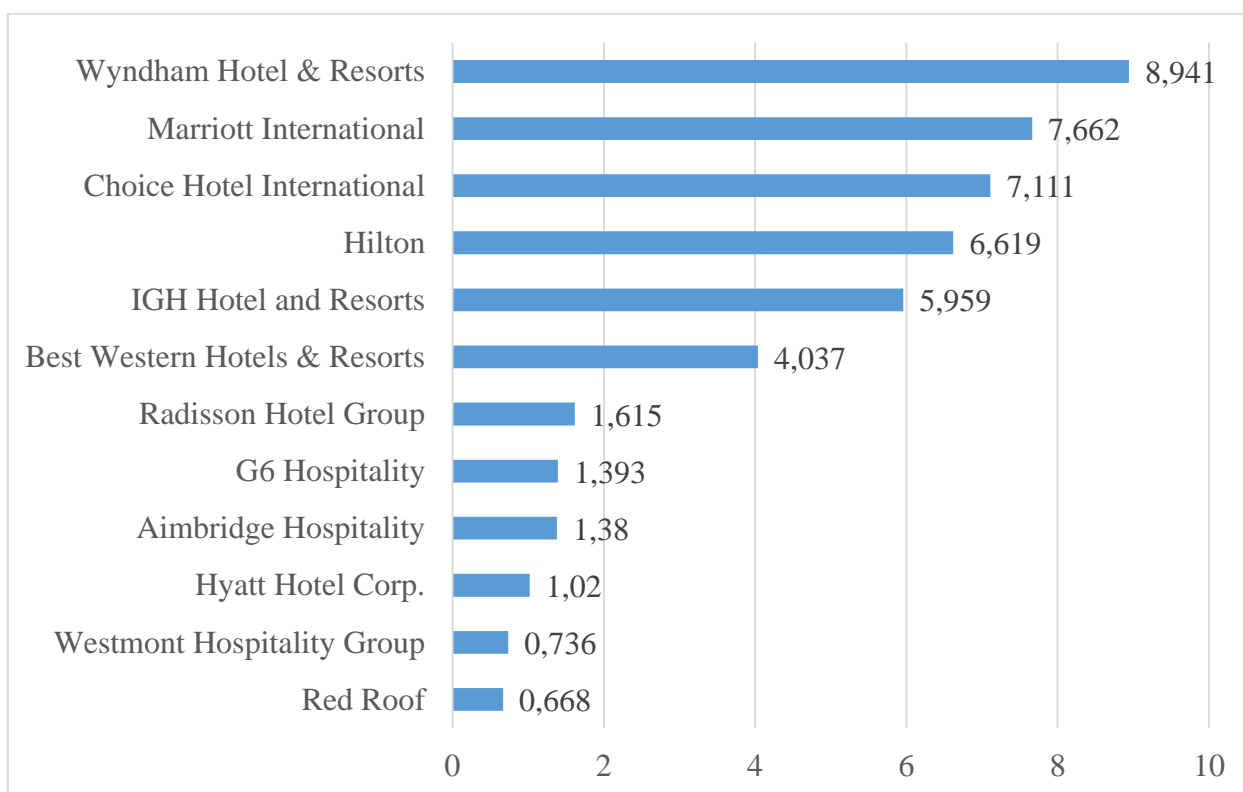


Рис. 1.3. Світові готельні корпорації-лідери у 2021 році (млн. дол.).

У 2021 році декілька готельних корпорацій займали лідируючі позиції в глобальній готельній індустрії, а саме [10]:

- Marriott International є однією з найбільших готельних корпорацій у світі. У 2021 році вона мала більше 7 600 готелів у понад 130 країнах світу. Маріотт володіє різноманітним портфелем брендів, включаючи Ritz-Carlton, Sheraton, Westin, JW Marriott та багато інших;

- Hilton Worldwide є ще однією видатною готельною компанією, яка має глобальну присутність. У 2021 році її портфель налічував понад 6 400 готелів у більш ніж 120 країнах. Деякі з популярних брендів, які входять до складу Hilton Worldwide, включають Hilton Hotels & Resorts, DoubleTree by Hilton, Conrad Hotels & Resorts та Hampton by Hilton;

- InterContinental Hotels Group є ще однією відомою готельною корпорацією, що оперує на міжнародному рівні. Вона має більше 5 900 готелів у понад 100 країнах світу. Деякі з відомих брендів, які входять до складу IHG, включають InterContinental Hotels & Resorts, Crowne Plaza Hotels & Resorts, Holiday Inn та Holiday Inn Express;

- AccorHotels є французькою готельною корпорацією, яка має широке присутність у світі. У 2021 році вона мала понад 5 100 готелів у понад 100 країнах. Компанія володіє різноманітним портфелем брендів, включаючи Raffles, Fairmont, Sofitel, Novotel та інші;

- Wyndham Hotels & Resorts є однією з найбільших готельних компаній у світі за кількістю готелів. У 2021 році вона налічувала близько 9 000 готелів у понад 80 країнах. До портфелю Wyndham входять різні бренди, такі як Wyndham Grand, Ramada, Days Inn, Super 8 та інші.

Ці готельні корпорації-лідери пропонують різноманітні типи готельних послуг та мають велику мережу готелів по всьому світу. Вони визначають стандарти гостинності і продовжують розширювати свої присутності, надаючи клієнтам широкий вибір готельних варіантів у будь-якій частині світу.

1.3. Методика дослідження розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства

Дослідження розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства є важливим інструментом для розуміння потреб і очікувань клієнтів, виявлення тенденцій ринку та визначення стратегій удосконалення обслуговування. Показники якості сервісу послуг є однією з основних характеристик ефективності діяльності готельного господарства. До таких показників належать [11]:

- якісні показники, пов'язані з наданням сервісу у вигляді готельних місць: час очікування поселення, кількість заповнених документів, стан номера та постільної білизни, наявність необхідних предметів побуту;

- показники якості додаткових платних та безкоштовних послуг: наявність у номерах холодильників, фенів тощо, замовлення квитків у театри, музеї, на екскурсії;

- культура обслуговування, наскільки обладнання номерів та інших приміщень готельного господарства відповідає нормативам: оформлення інтер'єру, готельний етикет – «зовнішній вигляд обслуговуючого персоналу, уміння спілкуватись, дотримання правил гостинності, акуратність, дисциплінованість»[13].

Сприйняття гостями якісного сервісного готельного обслуговування – це «формування в їх свідомості образу відмінностей між очікуваним і вже одержаним обслуговуванням з подальшим переростанням цього образу в емоційний настрій стосовно готельного господарства» [12]. Наприклад, яскраво виражений позитивний настрій – досконалий ступінь задоволеності, висока якість, а також негативний настрій – високий ступінь незадоволеності, що зумовлене низькою якістю. Кількісна характеристика цього настрою є оцінкою якості готельного обслуговування.

Схема впливу очікувань зацікавлених сторін на якість сервісу готельних послуг представлено на рис. 1.4.

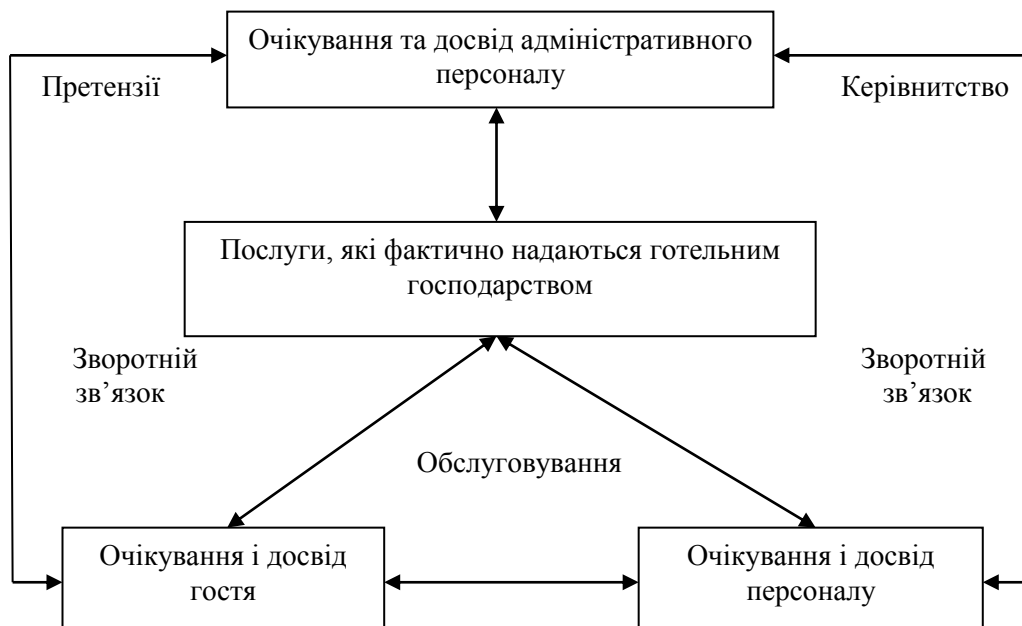


Рис. 1.4. Схема впливу очікувань зацікавлених сторін на якість сервісу готельних послуг.

Доцільним, для виявлення перспективних напрямів розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства є проведення опитувань, щодо якості сервісу пропонованих послуг. Анкета є дієвим інструментом, оскільки для одержання інформації можна використати запитання, що відрізняються формою, формулюванням, послідовністю. Відповідно до наявних в дослідженні та систематизованих завдань, з метою оцінки якості готельних послуг, які пропонуються готелем ГРК «Срібні лелеки», були проведені дослідження зазначеного готелю [14].

На рис. 1.5. представлено послідовність етапів здійснення опитування гостей готельних послуг відповідно до обраної тематики дослідження кваліфікаційної роботи.

Етапи дослідження включають послідовну розробку програми визначення показників, з зазначеною метою і завданнями опитування. Метою даного дослідження є оцінка якості сервісу ГРК «Срібні лелеки».

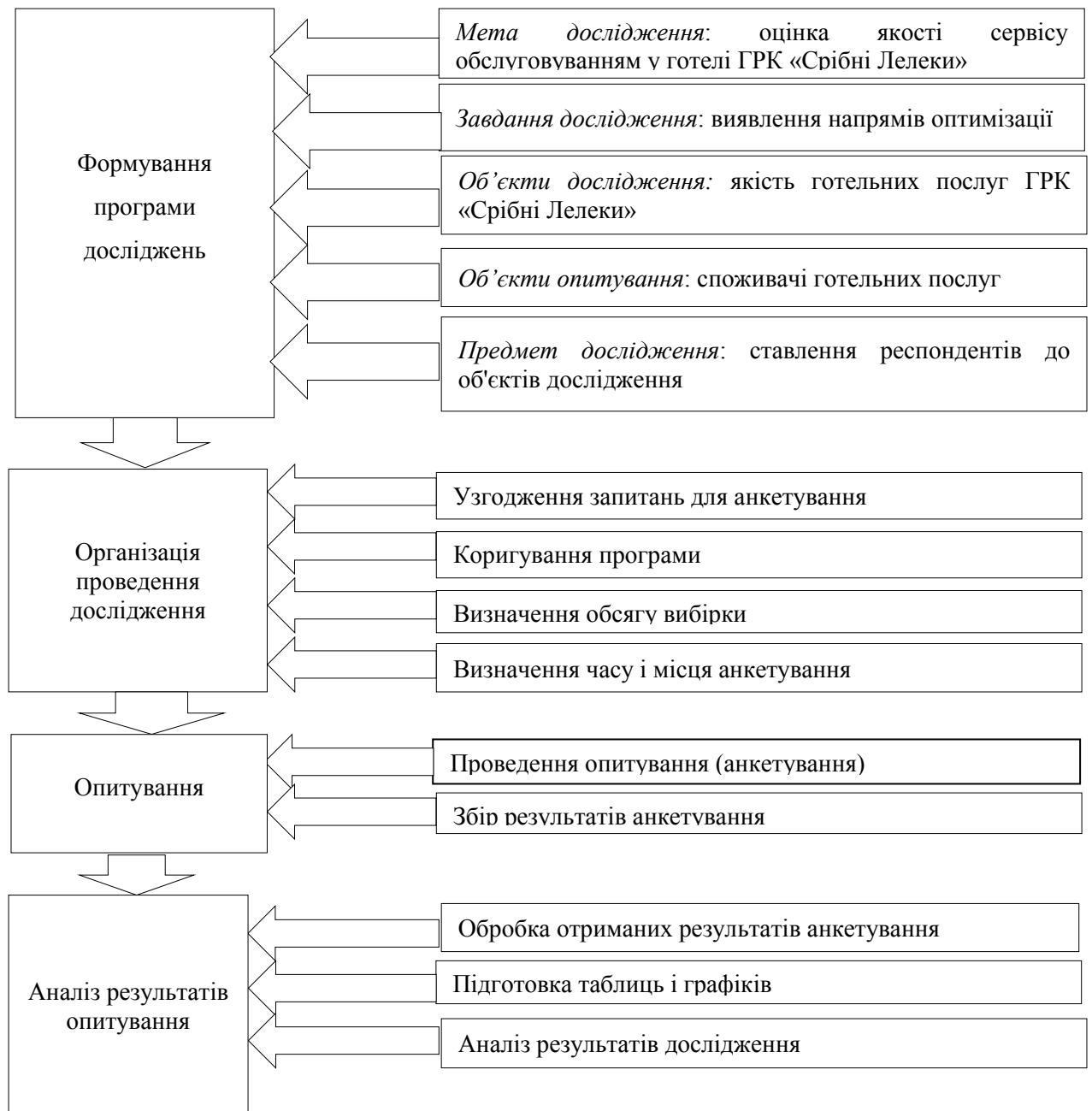


Рис. 1.5. Методика дослідження якості сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки».

Основними завданнями дослідження згідно методики є виявлення чинників, які впливають на вибір самого готелю, конкретного номеру в ньому чи якоїсь послуги, оцінки споживачами якості та рівня задоволеності від отриманих сервісних послуг, бажання гостей у майбутньому повернутись в готель чи обрати інший [15].

Об'єктом дослідження є якість сервісу ГРК «Срібні Лелеки», готельні

номери, ресторанне обслуговування, реальні споживачі сервісу готельних послуг тощо, а предметом дослідження – відношення гостей до об'єктів дослідження. Гости були анкетовані в письмовому вигляді, тобто власноруч заповнили анкету (додаток А).

Систематизація запитань опитувальника за ключовими категоріями представлено на рис. 1.5.

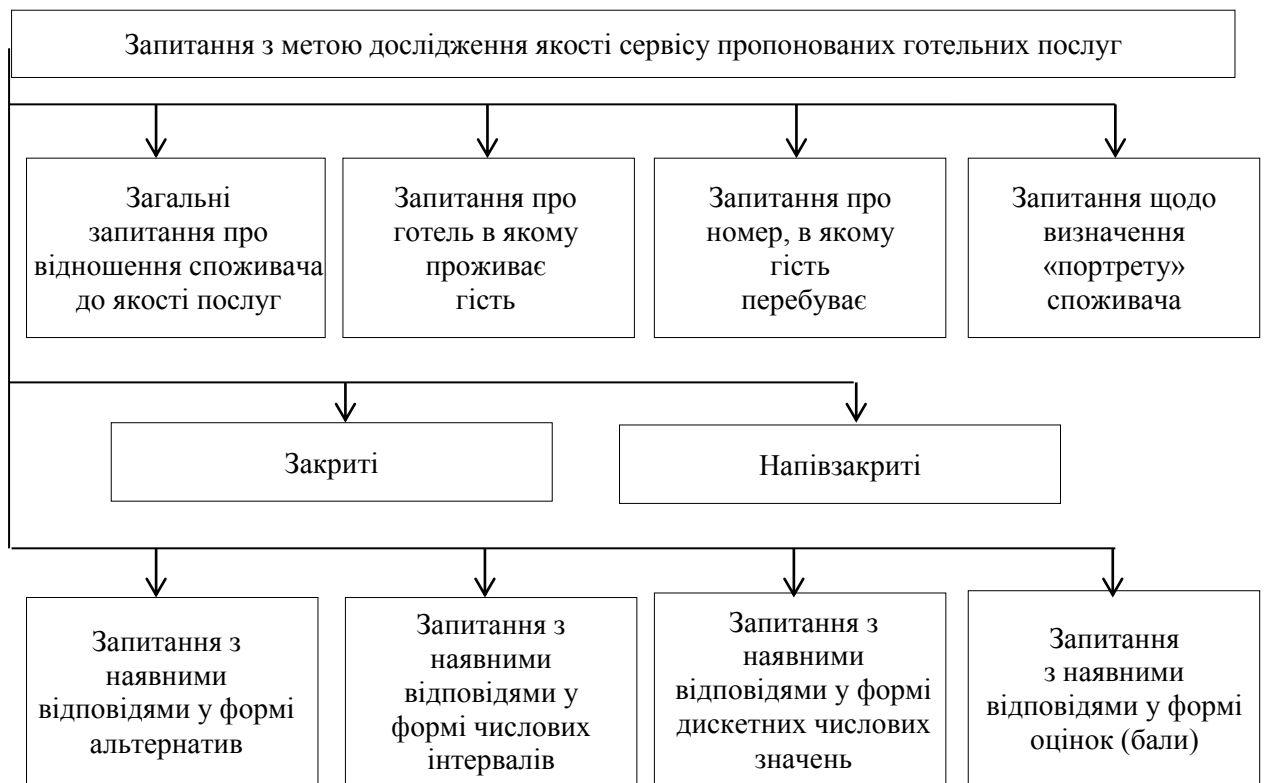


Рис. 1.5. Ключові групи запитань з метою дослідження якості сервісу ГРК «Срібні Лелеки».

За складом опитуваних, найбільш привабливим є опитування споживачів, тому що саме їх точка зору є головною на ринку готельних послуг. Структура анкети з метою опитування споживачів розроблявся з урахуванням практики використання даної методики. Зміст реально опитаних респондентів наведено на рис. 1.6.



Рис. 1.6. Структура гостей готельного господарства

Таким чином, застосування опитування дає можливість оцінити якість сервісу готельних послуг через сприйняття таких процесів безпосередніми гостями (споживачами), що дозволяє в подальшому обґрунтувати певні висновки та рекомендації для пошуку перспективних напрямів поліпшення якості сервісу системи послуг ГРК «Срібні Лелеки» та інших готельних господарств загалом.

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА РОЗВИТКУ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

2.1. Розвиток сервісних послуг підприємствами готельного господарства регіону

Розвиток сервісних послуг підприємствами готельного господарства в Україні зазнав значного прогресу протягом останніх років. Завдяки зростанню туристичного потоку в країні та підвищенню вимог туристів, готелі активно розширюють свій спектр послуг та удосконалюють якість обслуговування.

Одним із ключових напрямків розвитку є впровадження новітніх технологій та інформаційних систем. Багато готелів в Україні використовують онлайн-бронювання, що дає змогу клієнтам легко забронювати номери через Інтернет. Також широко застосовується електронна система управління готельним бізнесом, яка дозволяє ефективно контролювати резервації, фінанси, інвентар та інші аспекти діяльності [16].

Більшість готелів намагаються задовольнити потреби різних груп клієнтів, пропонуючи широкий спектр сервісів. Наприклад, бізнес-готелі зазвичай мають конференц-зали, обладнані сучасною аудіо-відео технікою, щоб задовольнити потреби бізнес-зустрічей та конференцій. Для туристів-подорожуючих з дітьми готелі можуть пропонувати послуги няні, дитячі майданчики та ігрові кімнати. Також поширеними є послуги спа-центрів, фітнес-залів, ресторанів та барів, що дозволяє гостям насолоджуватися комфортним перебуванням у готелі [42].

У зв'язку зі зростанням популярності екологічного туризму, деякі готелі в Україні звертають особливу увагу на сталість та енергоефективність. Вони використовують екологічно чисті матеріали, встановлюють системи енергозбереження, а також пропонують послуги, пов'язані з еко-туризмом, наприклад, екскурсії до природних заповідників та національних парків [17].

Окрім того, сервісні послуги готельного господарства стають більш персоналізованими. Готелі намагаються створити особливу атмосферу та забезпечити індивідуальне обслуговування для кожного гостя. Вони враховують особисті вподобання та потреби клієнтів, надаючи послуги, які відповідають їхнім очікуванням [18].

Розвиток сервісних послуг підприємствами готельного господарства в Україні є важливим фактором залучення туристів та підвищення конкурентоспроможності. Цей процес сприяє покращенню інфраструктури, розвитку туристичного сектору країни та забезпечує задоволення потреб туристів у комфортному та якісному перебуванні [39].

Оптимізація надання сервісних послуг готельних господарств є надзвичайно важливим елементом успішної діяльності в готельній індустрії. Цей процес спрямований на покращення якості послуг, ефективного використання ресурсів та задоволення потреб гостей. Аналіз розвитку сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки» виявляє позитивні тенденції та зростання компанії протягом останніх років. ГРК «Срібні Лелеки» є відомим та популярним сервісним оператором, що надає широкий спектр послуг у сфері готельного бізнесу та гастрономії [19].

У зв'язку з розширенням мережі та поліпшенням якості обслуговування, ГРК «Срібні Лелеки» зміцнила свою позицію на ринку готельного сервісу у Луцьку. Вони пропонують різноманітні категорії номерів, від стандартних до люксових, що задовольняють різні потреби клієнтів. Крім того, Заклад активно розвиває систему бронювання онлайн, що забезпечує зручність та доступність для клієнтів з усього світу [40]. Характеристика ГРК «Срібні Лелеки» станом на 01.01.2023 представлено в таблиці 2.1.

Поселення гостей готелю відбувається з 14.00 год.. При виїзді споживачі послуг повинні повернути електронний ключ. За втрату електронного ключа, може накоадатись штраф. Заклад надає послуги трансферу.

Ресторанна діяльність також стала однією з основних сфер діяльності ГРК «Срібні Лелеки». Заклад пропонує різноманітні страви, від традиційної

української кухні до міжнародних делікатесів. Заклад акцентує увагу на якості продуктів та обслуговуванні, що робить їх ресторани популярними серед місцевих мешканців та туристів [41].

Таблиця 2.1

Характеристика ГРК «Срібні Лелеки» станом на 01.01.2023 р.

| Назва статті | Характеристика |
|---|--|
| Структура управління | лінійна |
| Місце розташування: - центральна частина міста - бізнес або діяльнісний район - паркова територія - інше | ні так так |
| Відстань від засобів прибуття/відбуття: - залізниці, км. | 2 |
| Засоби сполучення: - власний транспорт готелю - замовлені, спеціальні автобуси - загальнодоступний, міський транспорт - таксі | так так (на замовлення) так так |
| Тип розміщення: - з сніданком - півпансіон - повний пансіон | так так так |
| Споруда готелю - поновлена, реставрована, історична - архітектурна - типова - індивідуальний проект - пристосована | так так |
| Дата сертифікації | 07.09.2010 р. |

Одним з ключових факторів успіху ГРК «Срібні Лелеки» є їхнє прагнення до постійного вдосконалення та інновацій. Компанія впроваджує сучасні технології та розвиває нові сервіси, щоб задовольнити зростаючі потреби клієнтів. Наприклад, вони активно використовують соціальні медіа та мобільні додатки для взаємодії зі своїми клієнтами та забезпечення швидкого обміну інформацією [20].

Крім того, ГРК «Срібні Лелеки» приділяє увагу екологічній стійкості та сталому розвитку. Вони впроваджують енергоефективні технології та промовляють за збереження довкілля. Це дозволяє компанії не лише

виконувати свої соціальні обов'язки, але й отримувати позитивний імідж серед своїх клієнтів та громадськості.

Загалом, аналіз розвитку сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки» у Луцьку показує успішну діяльність компанії та її здатність відповідати зростаючим потребам клієнтів. Завдяки постійним інноваціям, якості обслуговування та екологічному підходу, ГРК «Срібні Лелеки» зберігає свою конкурентоспроможність та зміцнює своє лідерство на ринку сервісних послуг у Луцьку.

2.2. Оцінка якості сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки»

Оцінка якості сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки» може бути здійснена за допомогою декількох критеріїв, які враховуються при оцінці сервісних компаній. Оцінка задоволення гостей може включати опитування та збір фідбеку від гостей, які перебували у готелі або відвідували ресторани компанії. Це може дати уявлення про те, наскільки клієнти задоволені якістю обслуговування, комфортом номерів та якістю їжі. Оцінка професіоналізму та ввічливості персоналу, час очікування на обслуговування, реакцію на запити клієнтів та загальний рівень сервісу. Можна оцінити, наскільки ефективно співробітники компанії вирішують проблеми та надають допомогу клієнтам [21].

Оцінка чистоти та порядку у готельних номерах, ресторанах, громадських зонах та інших приміщеннях. Важливо враховувати стан туалетних кімнат, басейнів та інфраструктури комплексу. Оцінка зручності та доступності інформації про послуги компанії, якість комунікації з клієнтами, наявність інформаційних матеріалів та веб-сайту.

Оцінка смакових якостей страв, різноманітності меню, свіжості та якості інгредієнтів. Також можна враховувати якість сервірування столів та

професіоналізм персоналу ресторану. Оцінка відповідності цін сервісам, доступності різних пакетів та пропозицій, акцій та знижок [22].

Виявлення неточностей між функціями якісного процесу обслуговування гостей та персоналу, а також ліквідація їх джерел в процесі обслуговування – ключова функція управління якістю надання послуг в готелі ГРК «Срібні Лелеки».

Результати дослідження якості сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки» свідчать про використання керівництвом версії функції якісного обслуговування [38]. Оцінку якості сервісних послуг за відгуками на сайті продемонстровано в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Аналіз якості пропонованих готельних послуг ГРК «Срібні Лелеки» за відгуками на сайті станом на 01.01.2023 р.

| Оцінка якості | Кількість відгуків | % відгуків |
|---------------|--------------------|------------|
| чудово | 19 | 43% |
| дуже добре | 13 | 35% |
| добре | 8 | 16% |
| погано | 2 | 4% |
| дуже погано | 1 | 2% |

Загалом гості готелю задоволені сервісом і оцінюють роботу готелю позитивно – 68 %, хорошою вважають якість готельних послуг 16 % опитаних, незадоволені якістю послуг 6 % респондентів (рис. 2.1).

Недоліками сервісу послуг в готелі є:

- несвоєчасну заміну використаних рушників;
- недостатній рівень володіння іноземними мовами персоналом;
- довгий час реєстрації гостей.

Більшість споживачів задоволені якістю сервісу (рис. 2.1).

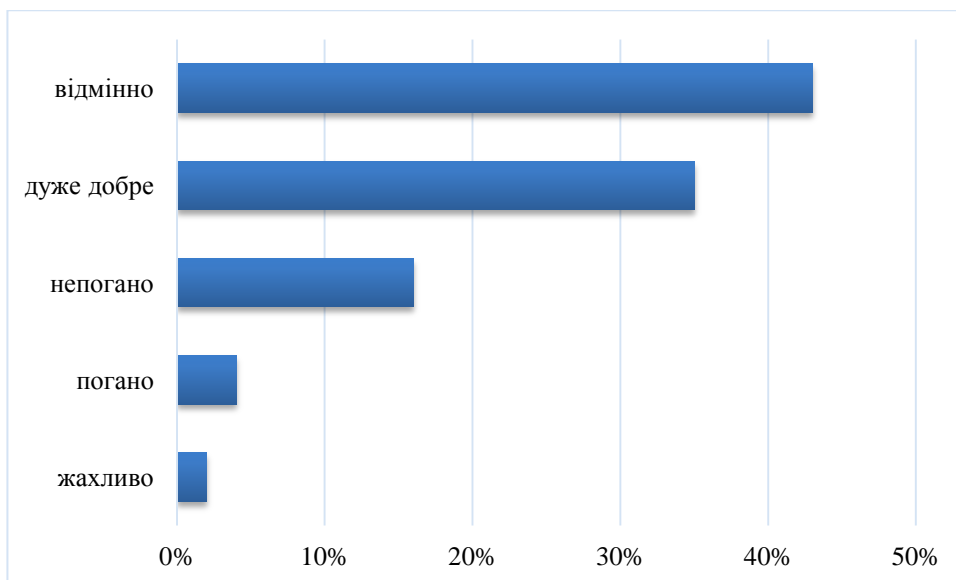


Рис. 2.1. Оцінка якості сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки» за відгуками на сайті станом на 01.01.2023 р.

Для аналізу якості сервісу послуг, ГРК «Срібні Лелеки» є SWOT-аналіз (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз розвитку сервісу пропонованих послуг
ГРК «Срібні Лелеки»

| Сильні сторони | Слабкі сторони |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - чудовий імідж готелю; - зазвичай невеликий штат працівників готелю; - молодий і перспективний персонал; - можливість онлайн бронювання номерів; - орієнтація готелю на задоволення існуючих потреб гостей. | <ul style="list-style-type: none"> - недостатня кваліфікація працівників; - погана організація маркетингової інформаційної системи підприємства; - відсутність досвіду маркетингових досліджень в готельній справі; - зазвичай невисокі заробітні плати працівників |
| Можливості | Загрози |
| <ul style="list-style-type: none"> - збільшення кількості послуг; - поширення додаткових інформаційних технологій; - застосування сучасних автоматизованих систем; - розвиток додаткових послуг, наприклад кейтерінгу з метою обслуговування додаткових груп споживачів; - участь та перемоги в грантових програмах | <ul style="list-style-type: none"> - продовження військових дій в країні; - жорстка конкуренція в сучасних умовах; - зміна уподобань споживачів; - знецінення грошей та інфляційні процеси; - незначна та неякісна туристична інфраструктура в Луцьку |

Відповідно до запропонованої методики та з метою пошуку перспективних напрямів оптимізації надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства було проведено анкетування гостей ГРК «Срібні Лелеки» на предмет визначення рівня якості сервісу. Структура анкети розміщена в додатку А 1. Показники дослідження щодо сегментування гостей ГРК «Срібні Лелеки» подано в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Сегментування гостей сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки»

| Показник | % структури споживачів готельних послуг |
|--|---|
| <i>за віком</i> | |
| до 20 років | 18,2 |
| від 21 до 30 років | 33,5 |
| від 31 до 40 років | 22,5 |
| від 41 до 50 років | 18,5 |
| від 51 до 60 років | 5,2 |
| більше 55 років | 2,1 |
| <i>за місцем проживання</i> | |
| проживають у столицях або обласних центрах | 62,0 |
| проживають в інших містах | 32,5 |
| проживають в селищах міського типу | 4,2 |
| проживають у селах | 1,3 |
| <i>за громадянством</i> | |
| громадяни України | 74,2; |
| громадяни країн східної Європи | 15,0; |
| громадяни інших держав | 10,8 |
| <i>за місцем роботи</i> | |
| працівники державних підприємств | 36,5 |
| працівники приватних підприємств | 34,0 |
| тимчасово не працюють | 29,5 |
| <i>за рівнем доходів</i> | |
| з високим рівнем доходів | 40,9 |
| з середнім рівнем доходів | 51,3 |
| з низьким рівнем доходів | 7,8 |

Показники опитування гостей щодо вибору готелю ГРК «Срібні Лелеки» подано на рис. 2.2.

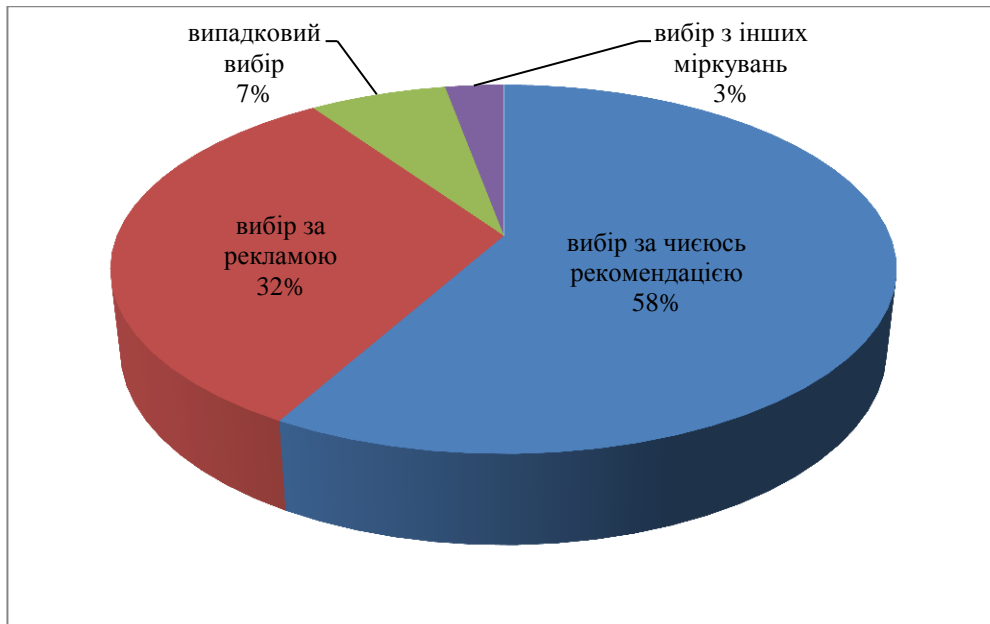


Рис. 2.2. Показники опитування гостей щодо вибору готелю ГРК «Срібні Лелеки».

Більшість гостей (58 %) обрали готель за рекомендацією, 32 % – через рекламу, 7 % – випадково і 3 % – з інших міркувань.

Зі всіх опитаних оцінили загальний стан номерів як «дуже добрий» – 52 % гостей, «добрий» – 39 %, «задовільний» – 9,2% (рис. 2.3).

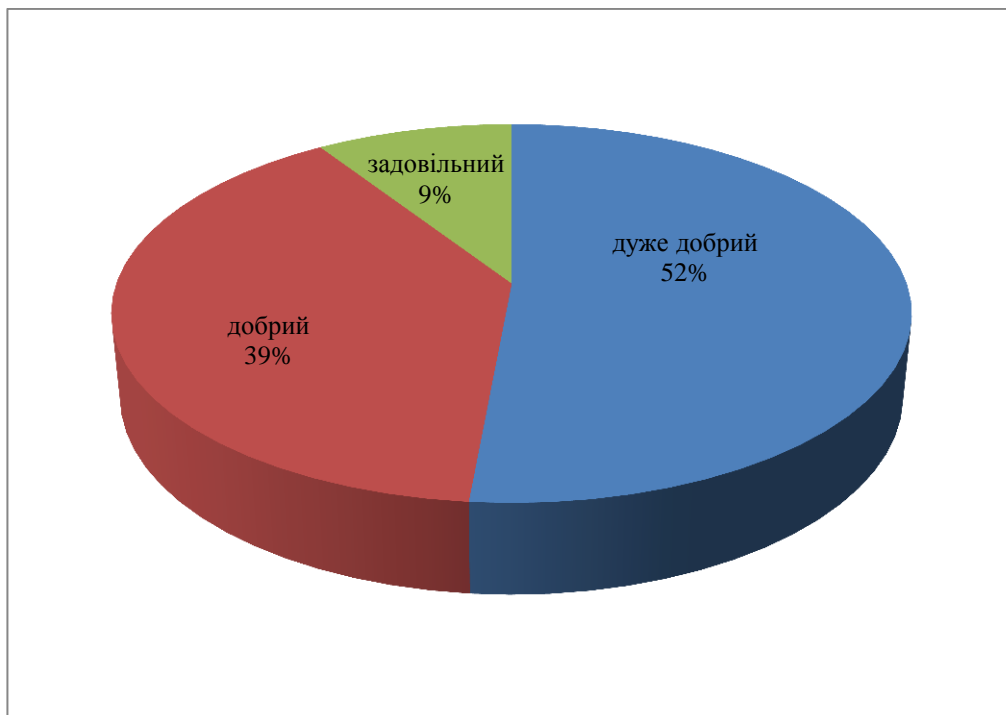


Рис. 2.3. Показники оцінки якості номерного фонду готелю ГРК «Срібні Лелеки» методом анкетування.

Показники опитування гостей щодо розміру готелю та його розташування представлено на рис. 2.4. Так, 39 % гостей відповіли, що найголовніше, щоб готель був якомога ближче до потрібного їм місця, 33 % бажали зупинитися у в центрі міста, 25 % надають перевагу малим готелям у центрі міста, 4 % – малим готелям в спокійному місці (рис. 2.4).

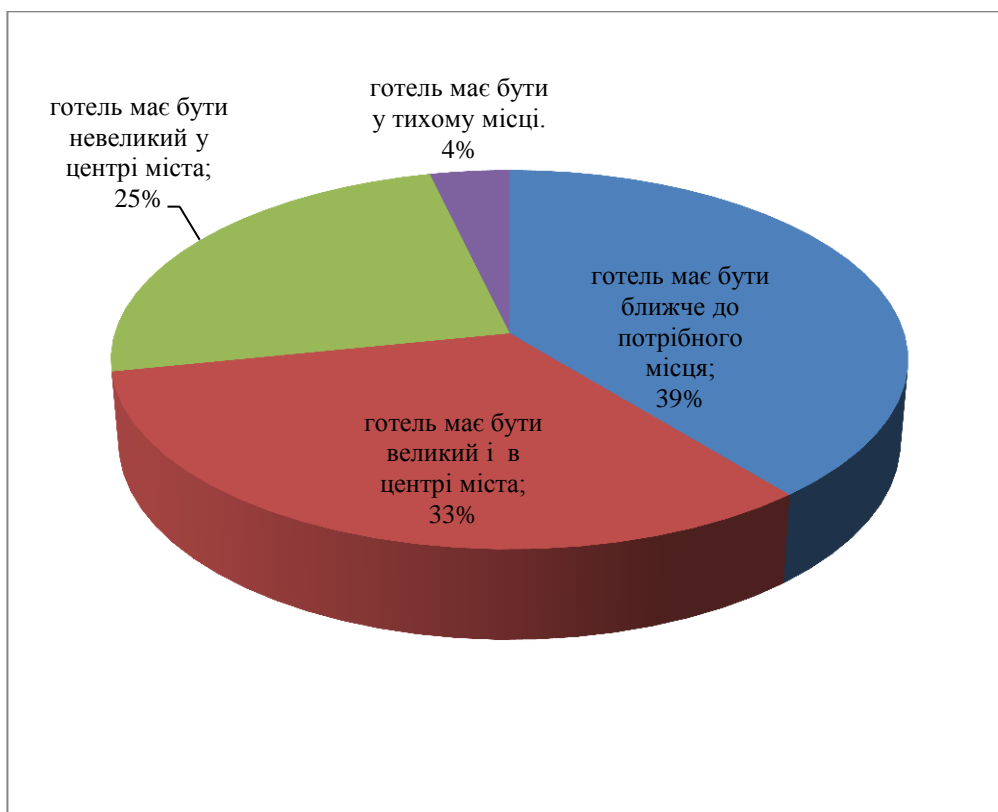


Рис. 2.4. Показники опитування гостей щодо розміру готелю та його розташування.

Показники анкетування за питанням визначення ключових чинників під час обирання готелю представлено на рис. 2.5.

Серед опитаних 19 % – важливими вважають безпеку проживання; 17 % – локація готелю; 14 % – комфортні умови, 10 % – наповненість номерного фонду; 10 % – обізнаність та ставлення персоналу до гостей; 10 % – цінова політика готелю; 9 % – швидкість надання послуги та чистота приміщення; 6 % – якість харчування; 5 % – чистота білизни; 2,4 – широкий вибір пропозицій з проведення вільного часу; 1 % – престиж готельного господарства.

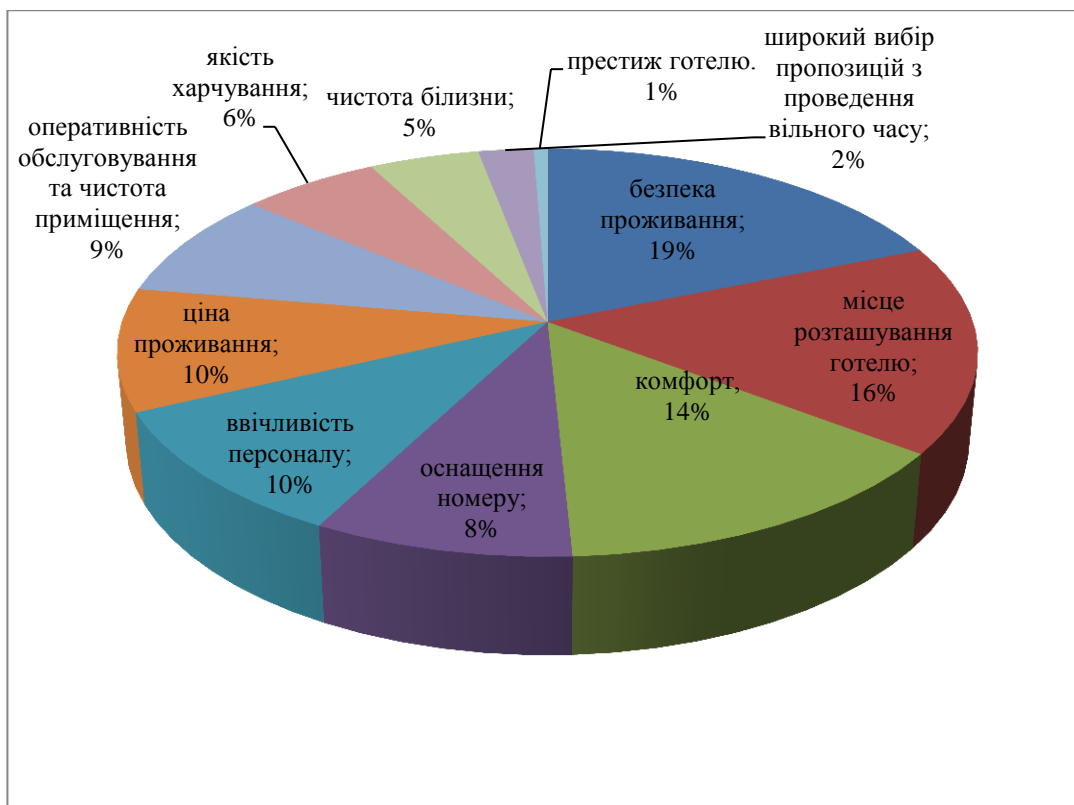


Рис. 2.5. Показники анкетування щодо найбільш важливих чинників під час вибору готелю.

Бальна оцінка якості оформлення і санітарного стану номера представлена на рис. 2.6. Середній бал становить 3,7 % (рис. 2.6).

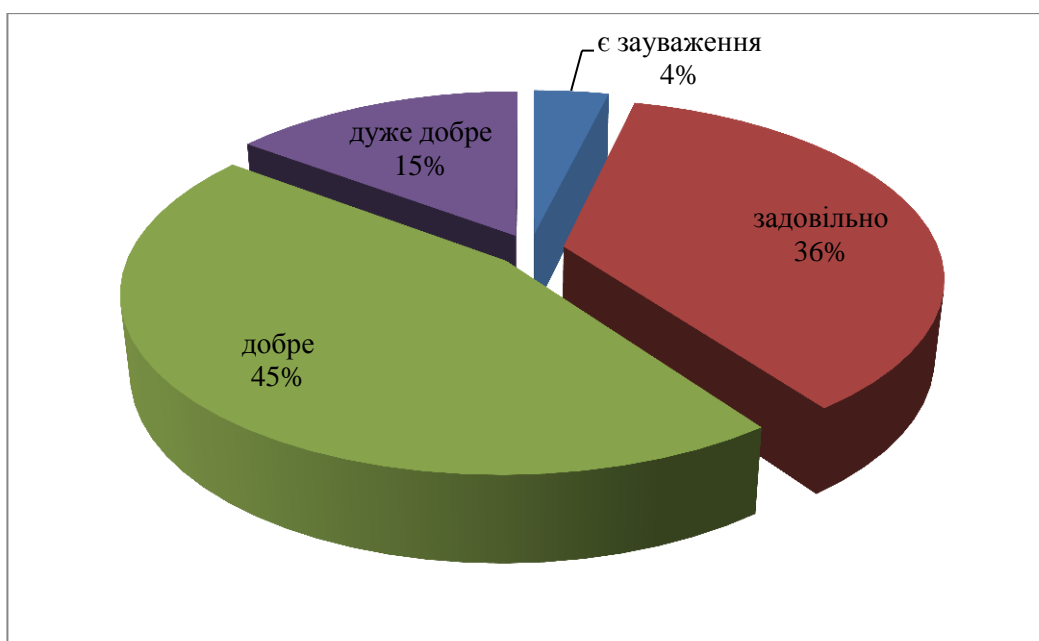


Рис. 2.6. Показники анкетування щодо якості дизайну та санітарного стану номерного фонду ГРК «Срібні Лелеки».

Показники опитування щодо якості харчування готелю ГРК «Срібні Лелеки» представлено на рис. 2.7.

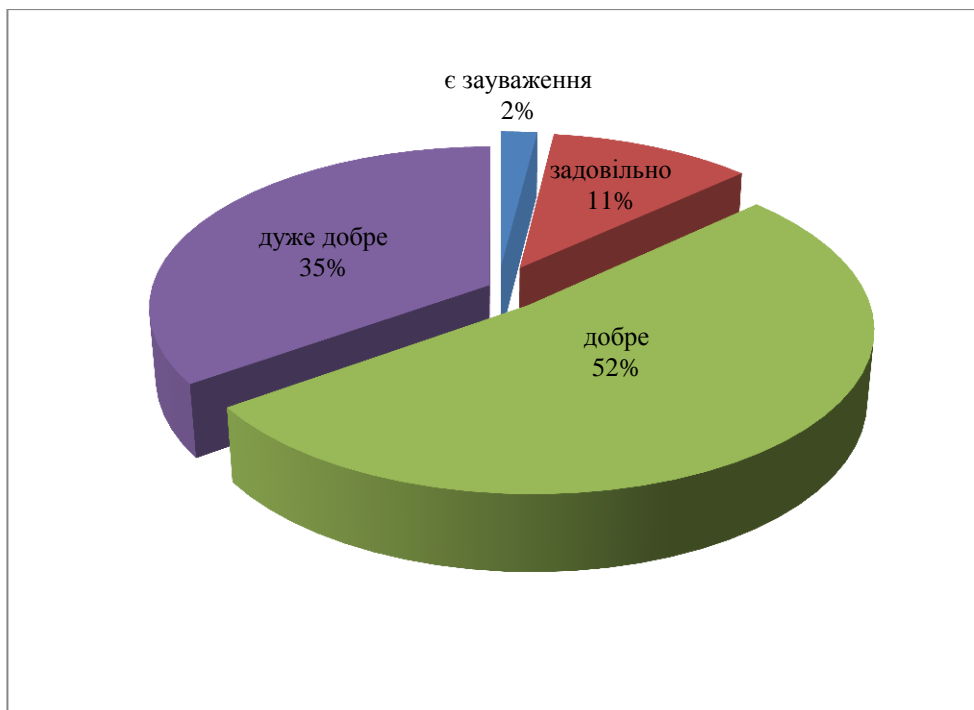


Рис. 2.7. Показники опитування щодо якості харчування готелю ГРК «Срібні Лелеки».

Бальна оцінка застосована з метою визначення якості сервісу готельних послуг в цілому в готелі ГРК «Срібні Лелеки», що представлено на рис. 2.8.

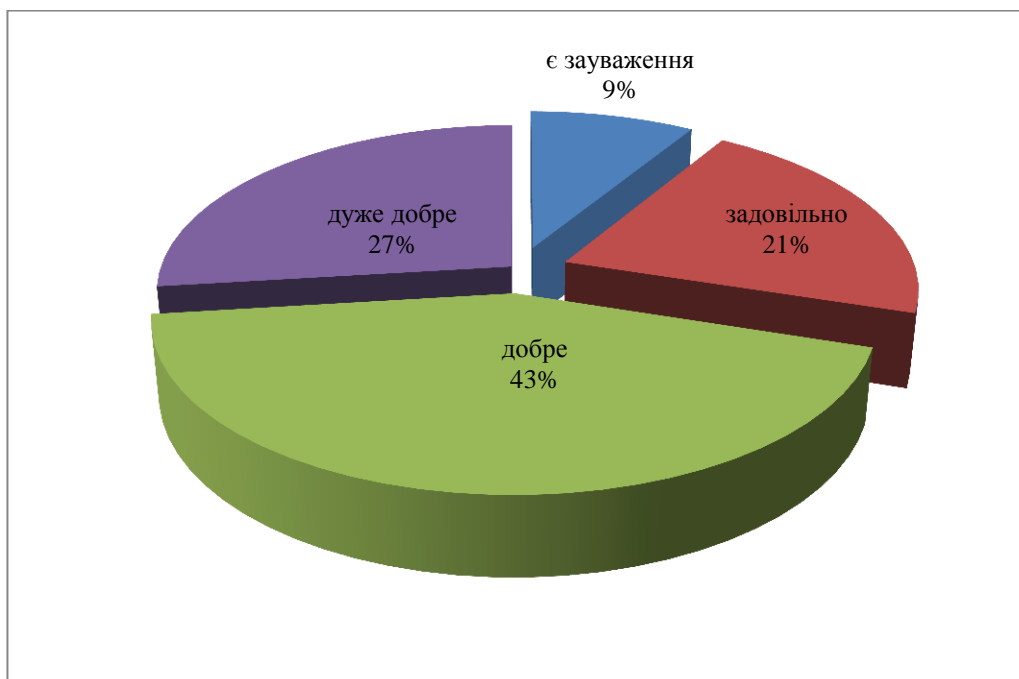


Рис. 2.8. Показники опитування щодо якості сервісу готельних послуг в цілому в готелі ГРК «Срібні Лелеки»

Більшість опитаних задоволена якістю сервісних послуг, на «добре» оцінили сервіс 43 % опитаних та 27 % на «дуже добре», оцінку «задовільно» поставили 21 % опитаних, а «є зауваження» у 9 % гостей. (рис. 2.8).

Таким чином, аналіз розвитку сервісних послуг готелю ГРК «Срібні Лелеки» вказує на прогресивний та успішний напрямок розвитку. За останні роки спостерігається зростання популярності сервісних послуг готелю серед гостей, що свідчить про зростання їхнього впливу на загальний досвід проживання. ГРК «Срібні Лелеки» активно вдосконалює свої сервіси, пропонуючи широкий спектр послуг, що задовольняють різноманітні потреби гостей.

Спостерігається зростання використання технологій для поліпшення сервісних послуг готелю ГРК «Срібні Лелеки» (електронні ключі, система безпеки тощо). ГРК «Срібні Лелеки» доцільно впровадити інноваційні рішення, такі як мобільні додатки для зручного замовлення послуг, автоматизовані системи керування номерами та електронні системи контролю доступу. Це сприяло б збільшенню ефективності та зручності для гостей, а також дозволило б збирати дані та аналізувати їх для поліпшення своїх послуг.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ НАДАННЯ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

3.1. Організаційно-економічні інструменти оптимізації надання сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки»

Організаційно-економічні інструменти оптимізації надання сервісних послуг готелю відіграють надзвичайно важливу роль у забезпеченні якісного та ефективного обслуговування гостей. Ці інструменти дозволяють готелям оптимізувати процеси, збільшувати продуктивність праці та знижувати витрати, що в свою чергу сприяє поліпшенню якості послуг та збільшенню конкурентоспроможності. Завдяки правильному розподілу ресурсів, управлінню запасами, використанню технологій автоматизації та ефективному плануванню роботи персоналу, готелі можуть забезпечити надійну і своєчасну доставку послуг, задовольнити потреби своїх клієнтів та покращити загальний досвід перебування гостей. Організаційно-економічні інструменти є ключовим фактором успіху для готельної галузі, дозволяючи готелям зберігати конкурентну перевагу та досягати стабільного розвитку у сучасному конкурентному середовищі [23].

Організаційно-економічні інструменти оптимізації надання сервісних послуг готельно-ресторанного комплексу «Срібні Лелеки» можуть бути спрямовані на покращення ефективності та якості обслуговування, оптимізацію витрат та збільшення прибутковості компанії. Систематизовані та охарактеризовані організаційно-економічні інструменти оптимізації надання сервісних послуг готельно-ресторанного комплексу «Срібні Лелеки» представлено в таблиці 3.1.

Організаційно-економічні інструменти оптимізації надання сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки» включають ряд стратегій та практик, спрямованих на покращення ефективності, якості та конкурентоспроможності компанії.

Організаційно-економічні інструменти оптимізації
надання сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки»

| Тип інструменту | Зміст |
|---------------------------------------|--|
| Автоматизація та інформаційні системи | Впровадження сучасних систем управління готелями та ресторанами дозволяє оптимізувати процеси бронювання, управління запасами, контроль за витратами та фінансовий облік |
| Управління якістю | Впровадження системи управління якістю, наприклад, ISO 9001, дозволяє стандартизувати процеси та процедури, забезпечити контроль якості |
| Планування ресурсів | Ефективне планування ресурсів, таких як працівники, матеріали, обладнання та фінансові ресурси |
| Школа навчання та розвитку | Створення власної школи навчання та розвитку для персоналу може допомогти покращити їхні навички та професійну компетентність. |
| Аналітика та звітність | Впровадження системи аналітики та звітності дозволяє збирати, аналізувати та використовувати дані про різні аспекти діяльності компанії, включаючи фінансові показники, задоволення клієнтів, ефективність процесів та інші. |
| Управління персоналом | Ефективне управління персоналом є важливим елементом оптимізації сервісних послуг |
| Маркетингові стратегії | Розробка та впровадження маркетингових стратегій дозволяють привертати нових гостей та зберігати існуючу базу гостей |

Впровадження сучасних систем управління готелями та ресторанами дозволяє оптимізувати процеси бронювання, управління запасами, контроль за витратами та фінансовий облік. Це допомагає зменшити людський фактор, покращити ефективність роботи та забезпечити точну інформацію для прийняття рішень. Застосування сучасних інформаційних технологій та програмного забезпечення може полегшити та прискорити багато рутинних операцій, пов'язаних з бронюванням, обліком гостей, фінансовим управлінням та іншими аспектами діяльності компанії. Це дозволяє звільнити час та ресурси для більш якісного обслуговування клієнтів [24].

Впровадження системи управління якістю, наприклад, ISO 9001, дозволяє стандартизувати процеси та процедури, забезпечити контроль якості та постійне покращення. Це допомагає забезпечити високу якість послуг та задоволення клієнтів. Впровадження системи управління якістю, може допомогти ГРК «Срібні Лелеки» удосконалювати процеси та стандарти

обслуговування, відстежувати показники якості та відповідати вимогам клієнтів та стандартам галузі [25].

Ефективне планування ресурсів, таких як працівники, матеріали, обладнання та фінансові ресурси, може допомогти уникнути надмірних витрат та забезпечити оптимальне використання ресурсів у всіх сферах діяльності компанії.

Створення власної школи навчання та розвитку для персоналу може допомогти покращити їхні навички та професійну компетентність. Це сприяє підвищенню якості обслуговування та розвитку команди [26].

Впровадження системи аналітики та звітності дозволяє збирати, аналізувати та використовувати дані про різні аспекти діяльності компанії, включаючи фінансові показники, задоволення клієнтів, ефективність процесів та інші. ГРК «Срібні Лелеки» може використовувати методи аналізу та управління процесами для ідентифікації та оптимізації ключових етапів надання послуг. Це може включати розробку стандартів обслуговування, визначення ефективних робочих процедур та вдосконалення системи контролю якості. Це допомагає приймати обґрунтовані рішення та вносити вдосконалення [27].

Ефективне управління персоналом є важливим елементом оптимізації сервісних послуг. ГРК «Срібні Лелеки» може застосовувати такі практики, як ретельний добір та навчання співробітників, встановлення мотивуючих систем оплати праці, створення командного духу та вдосконалення комунікаційних процесів усередині організації.

Розробка та впровадження маркетингових стратегій дозволяють ГРК «Срібні Лелеки» привертати нових клієнтів та зберігати існуючу базу клієнтів. Це може включати рекламні кампанії, просування у соціальних мережах, програми лояльності та спеціальні пропозиції для постійних клієнтів [28].

Запропоновані інструменти допомагають ГРК «Срібні Лелеки» покращити свою організаційну структуру, ефективно управляти ресурсами та забезпечити високу якість надання сервісних послуг. Це сприяє підвищенню

задоволення клієнтів, залученню нових клієнтів та створенню стійкого конкурентного переваги. Ці інструменти можуть сприяти покращенню ефективності та якості надання сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки». Проте, важливо зазначити, що кожна компанія має свої унікальні особливості та може використовувати різні підходи до оптимізації своєї діяльності.

3.2. Якість сервісних послуг як визначальний чинник успіху готельних господарств

Якість сервісних послуг відіграє важливу роль у сучасному ринку послуг, де конкуренція на ринку постійно збільшується. Клієнти стають все більш вимогливими і заслуговують на відмінне обслуговування, що задовольняє їх потреби та перевищує очікування. Якість сервісу впливає на репутацію підприємства, його успішність і здатність залучати та утримувати клієнтів. Висока якість сервісу включає в себе такі аспекти, як швидка відповідь на запити, професійна компетентність, емпатія та дружелюбність персоналу, індивідуальний підхід до клієнта, а також надання послуг згідно з встановленими стандартами якості. Збереження і поліпшення якості сервісу є необхідною умовою для успіху будь-якого підприємства, оскільки задоволені гості стають лояльними, рекомендують підприємство і забезпечують його стабільну популярність та прибутковість [29].

Якість сервісних послуг є визначальним чинником успіху готельних господарств і відіграє критичну роль у задоволенні та збереженні клієнтів. Готельна індустрія швидко зростає, і конкуренція між готелями стає все більш жорсткою. У такому середовищі, якість сервісу стає ключовим фактором, який вирішує, чи вибере клієнт даний готель, чи надасть перевагу конкуренту.

Готелі, які надають високу якість сервісу, відрізняються від інших своєю здатністю забезпечувати комфорт, задоволення та особливі враження своїм

гостям. Це охоплює кожен аспект готельного досвіду, починаючи від чистоти та зручностей у номерах, професіоналізму персоналу та ввічливості, швидкості реагування на запити гостей, аж до якості харчування та інших додаткових послуг [30].

Готелі, що прагнуть досягти високої якості сервісу, інвестують у навчання та розвиток свого персоналу, створюють ефективні системи управління якістю та використовують найновіші технології, щоб забезпечити бездоганну обслуговування своїх гостей. Вони зосереджуються на виявленні та задоволенні потреб та очікувань своїх клієнтів, розуміючи, що задоволений гість стає не лише повторним клієнтом, але й рекомендує готель своїм знайомим [31].

Успішні готельні господарства розуміють, що вкладення в якість сервісу є необхідним інвестицією, оскільки це допомагає залучати та утримувати високоякісних клієнтів, підвищує репутацію готелю та забезпечує стабільний потік доходу. Висока якість сервісу створює емоційну зв'язок з гостем і формує незабутні враження, що робить готель особливим та неперевершеним у сфері гостинності [37].

Пропонуємо структуру протоколу якості сервісу готельних послуг, що представлено на рис. 3.1.

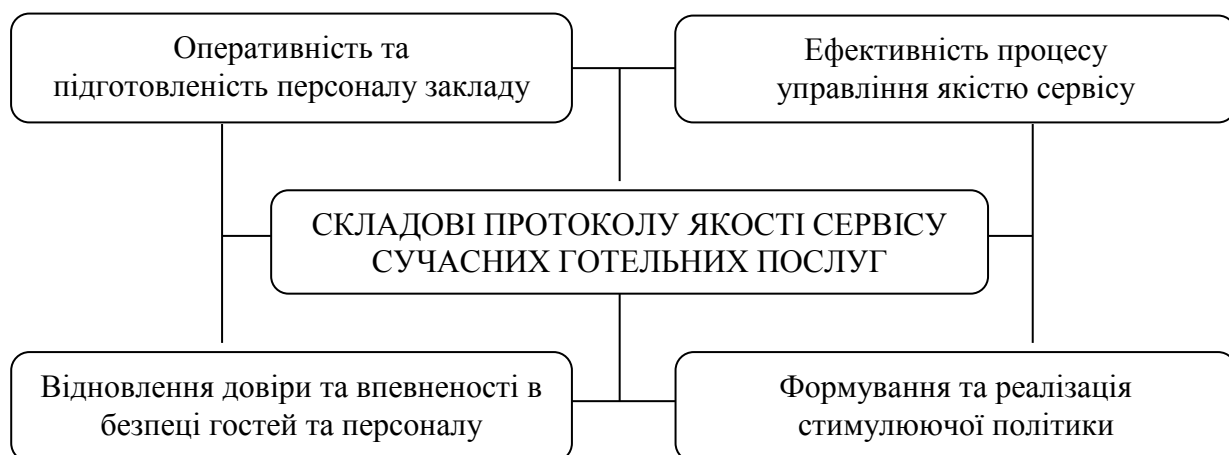


Рис. 3.1. Зміст протоколу якості сервісу готельних послуг.

Окрім зазначеного, протокол якості сервісу готельних послуг включає ряд складових елементів, що сприяють досягненню високої якості обслуговування та задоволення потреб гостей. Зміст протоколу якості сервісу готельних послуг включають [32]:

- стандарти та процедури. Готельні господарства встановлюють чіткі стандарти та процедури, які визначають очікувану якість обслуговування в різних сферах, включаючи реєстрацію гостей, обслуговування у номерах, ресторанах, барах, взаємодію зі службою підтримки та інші аспекти готельного досвіду. Ці стандарти включають в себе рекомендації щодо ввічливості персоналу, якості обслуговування, чистоти та комфорту;

- навчання та розвиток персоналу. Готелі інвестують у навчання та розвиток свого персоналу, щоб забезпечити їм необхідні навички та знання для надання високоякісного обслуговування. Це включає навчання комунікаційним навичкам, культурі обслуговування, розвиток професійних компетенцій та знайомство зі стандартами якості;

- комунікація з гостями. Важливо мати ефективну систему комунікації з гостями, щоб розуміти їхні потреби та очікування. Готелі забезпечують зручні канали зв'язку, такі як реєстраційний стіл, телефонні лінії, електронну пошту, чати та соціальні медіа, щоб гості могли звертатися зі своїми запитамі, скаргами або пропозиціями. Важливо реагувати швидко та ефективно на всі комунікації з гостями [33];

- комфорт та зручність. Готелі мають забезпечувати комфортні та зручні умови проживання для своїх гостей. Це включає чистоту та охайність у номерах та громадських просторах, забезпечення комфортного спального місця, належного оснащення ванних кімнат, швидкий та якісний доступ до Інтернету, а також доступність різноманітних зручностей, таких як фітнес-центр, спа-салон, ресторани та інші послуги;

- персонал із ввічливістю та емпатією. Гості очікують професійності, ввічливості та емпатії від персоналу готелю. Спілкування з гостями повинно бути доброзичливим, дотримуватися культурних норм та показувати розуміння

потреб та бажань гостей. Персонал повинен бути готовим допомогти гостям у вирішенні будь-яких проблем або запитів [34].

Зазначені складові елементи протоколу якості сервісу готельних послуг сприяють створенню високоякісного готельного досвіду для гостей, задовольняють їхні потреби та очікування, і допомагають готелю зайняти конкурентну позицію на ринку гостинності.

Готельні господарства, які приділяють велику увагу якості своїх сервісних послуг, стають лідерами у своїй галузі, здобувають високу репутацію та забезпечують тривалу прибутковість. В сучасному готельному бізнесі, якість сервісу є визначальним фактором успіху, і недостатня увага до неї може призвести до втрати клієнтів та погіршення позицій на ринку [36].

Таким чином, якість сервісних послуг є одним з визначальних чинників успіху готельних господарств. У сучасному конкурентному середовищі готельної індустрії, висока якість обслуговування стала необхідністю для залучення та утримання клієнтів. Гости готелів мають високі очікування щодо якості сервісу. Вони очікують ввічливого та професійного ставлення персоналу, швидкої реакції на їхні запити та потреби, чистоти та комфорту у номерах, ресторанах та інших громадських просторах, а також надання додаткових послуг, які задовольняють їхні індивідуальні потреби. Якість сервісу також має прямий вплив на репутацію готельного господарства. Задоволені клієнти не тільки повертаються в готель знову, але й рекомендують його своїм знайомим та родичам. Позитивні відгуки і рекомендації допомагають привернути нових гостей та збільшити клієнтську базу.

Готельні господарства, які ставлять якість сервісу на перше місце, інвестують у навчання та розвиток свого персоналу. Навички комунікації, вміння розуміти потреби гостей і ефективно взаємодіяти з ними, стають ключовими компетенціями для персоналу готелю. Крім того, готелі вдосконалюють системи управління якістю, створюють процедури та стандарти, що допомагають забезпечити єдність та послідовність у наданні сервісу.

ВИСНОВКИ

Оптимізація надання сервісних послуг підприємствами готельного господарства є надзвичайно важливим елементом успішної діяльності в готельній індустрії. Цей процес спрямований на покращення якості послуг, ефективного використання ресурсів та задоволення потреб гостей. Піраміда якості сервісу готельних послуг є моделлю, що відображає ієрархічну структуру елементів, які впливають на загальну якість обслуговування в готелі. Ця модель складається з кількох рівнів, кожен з яких відіграє важливу роль у створенні задоволення клієнтів і визначенні якості обслуговування

Міжнародний досвід розвитку сервісних послуг підприємствами готельного господарства засвідчує впровадження Європейського готельного стандарту, як системи стандартів і вимог, розробленого для готельної індустрії в Європі. Стандарт регулює різні аспекти готельної діяльності, включаючи обслуговування гостей, комфортність номерів, безпеку, харчування та інші аспекти. Він встановлює мінімальні вимоги і рекомендації щодо якості обслуговування, інфраструктури, оснащення та інших аспектів, які повинні відповідати готелю, щоб отримати сертифікацію за стандартом

Аналіз розвитку сервісних послуг готелю ГРК «Срібні Лелеки» вказує на прогресивний та успішний напрямок розвитку. За останні роки спостерігається зростання популярності сервісних послуг готелю серед гостей, що свідчить про зростання їхнього впливу на загальний досвід проживання. ГРК «Срібні Лелеки» активно вдосконалює свої сервіси, пропонуючи широкий спектр послуг, що задовольняють різноманітні потреби гостей.

Проведене опитування гостей щодо якості сервісу пропонованих послуг в ГРК «Срібні Лелеки». Більшість опитаних задоволена якістю сервісних послуг, на «добре» оцінили сервіс 43 % опитаних та 27 % на «дуже добре», оцінку «задовільно» поставили 21 % опитаних, а «є зауваження» у 9 % гостей. Спостерігається зростання використання технологій для поліпшення сервісних послуг готелю ГРК «Срібні Лелеки» (електронні ключі, система безпеки тощо).

ГРК «Срібні Лелеки» доцільно впровадити інноваційні рішення, такі як мобільні додатки для зручного замовлення послуг, автоматизовані системи керування номерами та електронні системи контролю доступу. Це сприяло б збільшенню ефективності та зручності для гостей, а також дозволило б збирати дані та аналізувати їх для поліпшення своїх послуг.

Запропоновано інструменти допомагають ГРК «Срібні Лелеки» покращити свою організаційну структуру, ефективно управляти ресурсами та забезпечити високу якість надання сервісних послуг. Це сприяє підвищенню задоволення клієнтів, залученню нових клієнтів та створенню стійкого конкурентного переваги. Ці інструменти можуть сприяти покращенню ефективності та якості надання сервісних послуг ГРК «Срібні Лелеки». Проте, важливо зазначити, що кожна компанія має свої унікальні особливості та може використовувати різні підходи до оптимізації своєї діяльності.

Розроблено протокол якості сервісу готельних послуг, який включає ряд складових елементів, що сприяють досягненню високої якості обслуговування та задоволення потреб гостей. Якість сервісних послуг є одним з визначальних чинників успіху готельних господарств. У сучасному конкурентному середовищі готельної індустрії, висока якість обслуговування стала необхідністю для залучення та утримання клієнтів. Гости готелів мають високі очікування щодо якості сервісу. Вони очікують ввічливого та професійного ставлення персоналу, швидкої реакції на їхні запити та потреби, чистоти та комфорту у номерах, ресторанах та інших громадських просторах, а також надання додаткових послуг, які задовольняють їхні індивідуальні потреби.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аналітична записка. Загальні тенденції тіньової економіки в Україні у січні-вересні 2021 року URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=fc48bdd5-178c-47af-b64cc7ee533cb4b0&title=ZagalniTendentsiiTinovoiEkonomikiVUkrainiUIKvartali2021-Roku>.
2. Алексеєва Т. А. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Харківського політехнічного інституту*. 2017. № 2. С. 89-92
3. Балацька Н. Ю., Репринцева В.М. Особливості та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 1 (28). С. 12-15
4. Власенко І.В., Рябенька М.О., Лук'янець А.В. Динаміка розвитку закладів готельного господарства та їх вплив на економіку держави. *Концептуальні засади та тенденції розвитку соціально-економічних процесів*: монографія. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2020.
5. Давидова О. Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: методологія, теорія і практика: монографія. Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2018. 448 с.
6. Давидова О. Індустрія гостинності у контексті проведення Євро 2012. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сергія економіка*. 2011. № 12. С. 44-48.
7. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва. Статистичний збірник за 2020 р. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. Домінська О.Я., Батьковець Н.О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2017. Вип. 52. С. 39-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2017_52_8

9. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» від 23 грудня 2003 р. № 225.

10. Діяльність колективних засобів розміщення в регіонах України у 2019 році: статистичний бюлетень. Івано-Франківськ, 2019. 37 с.

11. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку: монографія. Київ, 2017. 600 с.

12. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР.

13. Інформаційно-аналітичні матеріали до парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України» URL: <http://komsport.rada.gov.ua/uploads/documents/30566>.

14. Капліна Л.С. Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2016. № 2 (74). URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/300243498.pdf>

15. Крайнова О. С. Інноваційний потенціал сервісної логістики в управлінні потоками підприємств індустрії туризму та гостинності: формування системи ціннісних рівнів туристського продукту. *Індустрія туризму і сервісу: стан, проблеми, ефективність, інновації*: зб. ст. за матеріалами II Міжнародної науково-практичної конференції. Новгород, 2015. С. 25-31.

16. Мазуркевич І.О. Дослідження ефективності управління закладами готельно-ресторанного бізнесу Вінниччини. *Концептуальні засади та тенденції розвитку соціально-економічних процесів*: монографія. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2019.

17. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія і практика. К.: Центр учбової літератури, 2012. 472 с.

18. Морозов О. Скільки іноземців побувало в Україні за 2021 рік URL: <https://www.thevillage.com.ua/village/city/city-news/321701-skilki-inozemtsiv-pobuvalo-v-ukrayini-za2021-rik#:~:text=>

19. Найбільші готельні мережі. Рейтинг – десять найбільших готелів в світі. URL: [https://tothostel.ru/uk/strany\\$evropy/samye_krupnne_seti_rei_bolshih/](https://tothostel.ru/uk/strany$evropy/samye_krupnne_seti_rei_bolshih/)

20. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. № 4 (21). 297-304.
21. Ончаренко Л.О. Особливості використання сучасних методів управління змінами у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Ефективна економіка. № 10, 2015. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6214>
22. Офіційний сайт Національної туристичної організації. URL: <https://ntoukraine.org> (дата звернення 28.03.2023).
23. Офіційний сайт ГО «Асоціація індустрії гостинності. URL: <https://aigu.org.ua/>. (дата звернення: 05.03.2023).
24. Офіційний сайт ГО «Асоціація готелів та курортів України» (UHRA) . URL: <https://ring.org.ua/edr/uk/company/43851744> (дата звернення: 05.03.2023).
25. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <http://www.world-tourism.org>. (дата звернення: 05.03.2023).
26. Офіційна сторінка Центру туристичної інформації та послуг. URL: <http://visitlutsk.com/> (дата звернення: 22.04.2020).
27. Офіційна сторінка Порталу «Zruchno.Travel». URL: <https://zruchno.travel/News/New/3101?lang=ua> (дата звернення: 01.05.2023).
28. Офіційний сайт Головного управління статистики у Волинській області URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua>.
29. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua>.
30. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі [колективна монографія], за науковою ред. проф. Волошина І.М., Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2017. 444 с.
31. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. За науковою ред. Л. Матвійчук, Ю. Барського, М. Лепкого. Луцьк: РІВ ЛНТУ. 2021. 360 с.
32. Паньків Н.М., Лесик І.Й. Порівняльна характеристика сучасного стану готельних підприємств в розрізі адміністративних районів Львівської

області. *Вісник Львівського національного університету. Серія «Міжнародні відносини»*. 2018. Вип. 45. С. 339–345.

33. Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання): Постанова КМУ від 15 березня 2006 р. № 297.

34. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг в Україні : Наказ Державного комітету України по житлово-комунальному господарству та Державного комітету України по туризму від 10 вересня 1996 р. № 531/1556.

35. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг в Україні : Наказ Державного комітету України по житлово-комунальному господарству та Державного комітету України по туризму від 10 вересня 1996 р. № 531/1556.

36. Роглев Х. Й Основи готельного менеджменту: навчальний посібник. К: Кондор, 2005. 408 с.

37. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>.[

38. Сторінка у соціальних мережах ГО «Асоціація готельних об'єднань та готельних міст України. URL: <https://www.facebook.com/hotelua/> (дата звернення: 05.03.2023).

39. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. 2-ге вид., випр. та доповн. К. : КНТЕУ, 2009. 463 с.

40. Чередниченко А.О. Якість надання послуг як ключовий фактор привабливості підприємств готельного господарства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. №56. С.68-73.

41. Шацька З.Я., Шевель А.А. Організація роботи підприємств готельної сфери в умовах пандемії COVID-19. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8249> (дата звернення: 09.04.2023).

42. Олійник О.В., Мостенська Т.Л., Тарасюк Г.М., Чагайда А.О. Перспективи розвитку готелів у стилі глемпінг в Україні. Економіка, управління та адміністрування. 2019. № 4 (90). С. 38–46.

43. Юхновська Ю. О. Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород. 2019. Вип. 23. 2019. С. 147-152.

44. Global hospitality insights: Top 10 thoughts for 2016 URL: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-global-hospitality-insights/\\$FILE/EY-global-hospitality-insights-2016.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-global-hospitality-insights/$FILE/EY-global-hospitality-insights-2016.pdf)

45. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 URL: http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.

46. Сайт рекреаційного комплексу «Срібні Лелеки» URL: <http://leleky.com.ua/uk/hotel/>

ДОДАТКИ

Анкета для визначення якості сервісу наданих послуг у готелі ГРК «Срібні Лелеки»

Шановані гості!

Ми будемо Вам дуже вдячні, якщо Ви заповните цю анкету, яка, як ми сподіваємося, допоможе нам поліпшити якість обслуговування в нашому готелі.

Інформація, надана Вами в анкеті, дозволить нам визначити коло найбільш суттєвих проблем, які виникають у відвідувачів нашого готелю.

1. Вкажіть, будь ласка, мету Вашого перебування у готелі:

- а) ділова;
- б) оздоровчо-рекреаційна;
- в) пізнавальна;
- г) навчання.

2. Ваш вік:

- а) до 20 років;
- б) від 21 до 30 років;
- в) від 31 до 40 років;
- г) від 41 до 50 років;
- д) від 51 до 60 років;
- е) більше 55 років

3. Ваше місце проживання:

- а) проживають у столицях або обласних центрах;
- б) проживають в інших містах;
- в) проживають в селищах міського типу.

4. Ви громадянин:

- а) України;
- б) інших країн СНД;
- в) інших держав.

5. Ви працівник:

- а) державного підприємства;
- б) приватного підприємства;
- в) тимчасово не працюєте.

6. Як Ви дізналися про готель?

- а) за чиєюсь рекомендацією;
- б) завдяки рекламі;
- в) випадково;
- г) з інших міркувань.

7. Оцініть Ваші враження від номеру в якому Ви проживали:

- а) дуже добре;
- б) добре;
- в) задовільно;
- г) дуже погано.

8. Чи вплинув розмір готелю та його розташування на Ваш вибір:

- а) готель має бути ближче до потрібного місця;
- б) готель має бути великий і в центрі міста;
- в) готель має бути невеликий у центрі міста;
- г) готель має бути у тихому місці.

9. Які чинники є найважливішими у виборі готелю?

- а) безпека проживання;
- б) місце розташування готелю;
- в) комфорт,
- г) оснащення номеру;
- д) ввічливість персоналу;

- е) ціна проживання;
- є) оперативність обслуговування та чистота приміщення;
- ж) якість харчування;
- з) чистота білизни;
- и) широкий вибір пропозицій з проведення вільного часу;
- і) престиж готелю.

10. Оцініть за 4-ти бальною шкалою Ваші враження щодо якості внутрішнього оформлення та санітарного стану номерного фонду (1 – є зауваження, 2 – задовільно, 3 – добре, 4 – дуже добре):

Бали: 1 2 3 4

11. Оцініть за 4-ти бальною шкалою Ваші враження щодо якості харчування в готелі (1 – є зауваження, 2 – задовільно, 3 – добре, 4 – дуже добре):

Бали: 1 2 3 4

12. Оцініть за 4-ти бальною шкалою Ваші враження щодо рівня якості готельних послуг в цілому (якості обслуговування) (1 – є зауваження, 2 – задовільно, 3 – добре, 4 – дуже добре):

Бали: 1 2 3 4

13. Що саме, на Ваш погляд, потрібно вдосконалювати у готелі «Срібні лелеки»?

- а) якість харчування;
- б) асортимент послуг;
- в) якість обслуговування.
- г) цінову політику.

14. Чи будете Ви рекомендувати готель своїм друзям/колегам?

- а) так;
- б) ні

15. Що, на Ваш погляд, потрібно додати до переліку додаткових послуг?

- а) надання додаткових ліжок для дітей;
- б) номери для людей з обмеженими фізичними можливостями;
- в) номери для тих, хто палить.
- г) Ваш варіант _____

16. Рівень професійності обслуговуючого персоналу:

- а) високий;
- б) середній;
- г) низький.

17. Як Ви оцінюєте цінову політику готелю?

- а) зависокі ціни, які не відповідають якості обслуговування та умови проживання;
- б) зависокі ціни, але які відповідають рівню надання послуг;
- в) середні
- г) низькі

18. Чи сильно Ви обмежені в грошах у розумінні можливості доплатити за поліпшені умови проживання?

- а) дуже обмежений;
- б) у розумних межах можу доплатити за необхідне;
- в) завжди можу доплатити за поліпшені умови проживання».

19. Чи користувалися Ви додатковими послугами готелю?

- а) ні
- б) так

Якщо так, то якими? _____

20. Вкажіть недоліки, з якими Ви зіткнулися під час перебування у готелі

Вдячні за співпрацю з Вами!