**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**бакалавра**

На тему: «**Технологія та організація обслуговування в готелі «Hilton»**»

«Technology and organization of service at the "Hilton" hotel»

Виконав: студент 4 курсу, групи 6.2410

Спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Освітньої програми «Готельно-ресторанна справа»

Гринь Максим Анатолійович

Керівник: Криволапов Е.А.

Рецензент: Люта Д. А.

Запоріжжя – 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність готельно-ресторанна справа

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

**Завідувач кафедри туризму та**

**готельно-ресторанної справи**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н. В. Маковецька

(підпис)

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**ЗАВДАННЯ**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

**Гринь Максима Анатолійовича**

1.Тема роботи «Технологія та організація обслуговування в готелі «Нilton»»,

керівник роботи Криволапов Е.А., затверджені наказом ЗНУ від «21» грудня 2023 року № 2189-с.

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 року.

3. Вихідні дані до роботи. В ході дослідження нами було виявлено, що гастрономічний туризм – відносно нове явище у світовій економіці, але завдяки своєї популярності серед туристів набуває швидкого, динамічного розвитку. Та не дивлячись на його стрімкий розвиток, він розглядається як один із підвидів туризму і відносять його до пізнавального.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1. За допомогою літературного та структурного – було систематизовано наукові підходи вітчизняних та закордонних вчених щодо питань дослідження гастрономічного туризму;
2. За допомогою методів статистики та порівняння – проведено аналіз даних в Україні;
3. За допомогою економічного та статистичного методів дослідження – охарактеризовано економічні показники в сфері туризму;

5. Перелік графічного матеріалу: 3 додатків, 55 літературних посилань.

6. Консультаційні роботи:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Консультант | Підпис, дата | |
|  |  | Завдання видав | Завдання прийняв |
| Розділ 1 | Криволапов Е.А. | 25.01.24 | 25.01.24 |
| Розділ 2 | Криволапов Е.А. | 20.03.24 | 20.03.24 |
| Розділ 3 | Криволапов Е.А. | 23.04.24 | 23.04.24 |

7. Дата видачі завдання «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ року.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
| 1. | Вступ. Вивчення проблеми, опрацювання джерел та публікацій. | Вересень 2023 р. | *виконано* |
| 2. | Написання першого розділу | Листопад 2023 р. | *виконано* |
| 3. | Написання другого розділу | Грудень 2023 р. | *виконано* |
| 4. | Написання третього розділу | Лютий 2024 р. | *виконано* |
| 5. | Написання висновків, комп’ютерний набір роботи | Березень 2024 р. | *виконано* |
| 6. | Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі | Квітень 2024 р. | *виконано* |

**Студент**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М.А. Гринь

(підпис)

**Керівник роботи (проекту)** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.А. Криволапов

(підпис)

**Нормоконтроль пройдено**

**Нормоконтролер** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.А. Криволапов

(підпис)

**РЕФЕРАТ**

Кваліфікаційна робота – 57 сторінок, 3 додатки, 55 літературних джерел.

**Мета дослідження**. Дослідити вплив технологій на процес обслуговування в готелі Hilton.

**Завдання дослідження**:

1. Аналіз історії розвитку готельного бізнесу та основних тенденцій у сфері гостинності.
2. Дослідження конкретних технологічних рішень та інновацій, які використовує готель Hilton для оптимізації обслуговування.
3. Визначення впливу технологічних інновацій на якість обслуговування та задоволення потреб гостей в готелі Hilton.

**Об'єкт дослідження**: готель Hilton.

**Предмет дослідження**: вплив технологій на організацію обслуговування в готелі Hilton.

**Методи дослідження**. Літературний огляд – для аналізу теоретичних основ технологій в готельному бізнесі. Статистичний метод – для аналізу даних та порівняння. Метод порівняння – для виявлення відмінностей між технологіями, впровадженими в різних готелях.

**Ключові слова**: готель, Hilton, технології обслуговування, організація обслуговування, інновації, готельний бізнес, гостинність, ефективність обслуговування.

**ABSTRACT**

**Qualification paper** – 57 pages, 3 appendices, 55 literature sources.

**Objective of the study**. To investigate the impact of technologies on the service process at the Hilton hotel.

**Research tasks**:

1. Analyze the history of the hotel business development and major trends in the hospitality sector.
2. Explore specific technological solutions and innovations used by Hilton to optimize service.
3. Determine the impact of technological innovations on the quality of service and guest satisfaction at Hilton.

**Research object**: Hilton hotel.

**Research subject**: the impact of technologies on the service organization at Hilton hotel.

**Research methods**:

* **Literature review** – for analyzing the theoretical foundations of technologies in the hotel business.
* **Statistical method** – for data analysis and comparison.
* **Comparison method** – to identify differences between technologies implemented in different hotels.

**Keywords**: hotel, Hilton, service technologies, service organization, innovations, hotel business, hospitality, service efficiency.

ЗМІСТ

[ВСТУП 7](#_Toc169552242)

[РОЗДІЛ 1. 9](#_Toc169552243)

[ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ 9](#_Toc169552244)

[1.1 Історія розвитку готельного бізнесу. Головні характеристики та значення готельного бізнесу в сучасному світі 9](#_Toc169552245)

[1.2 Роль технологій у покращенні ефективності та якості обслуговування в готельному бізнесі 16](#_Toc169552246)

[1.3 Види технологічних рішень, що використовуються в організації обслуговування в готельному бізнесі 19](#_Toc169552247)

[РОЗДІЛ 2. 29](#_Toc169552248)

[ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ 29](#_Toc169552249)

[2.1 Мета та завдання дослідження 29](#_Toc169552250)

[2.2 Методи дослідження 29](#_Toc169552251)

[2.3 Організація дослідження 29](#_Toc169552252)

[2.3.1 Виклики, з якими стикаються готелі у забезпеченні високої якості обслуговування та задоволення потреб гостей 29](#_Toc169552253)

[2.3.2 Сучасні підходи до організації роботи персоналу та підвищення їхньої ефективності 32](#_Toc169552254)

[РОЗДІЛ 3. 40](#_Toc169552255)

[ТЕХНОЛОГІЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ «HILTON» 40](#_Toc169552256)

[3.1 Загальна характеристика готеля 40](#_Toc169552257)

[3.2 Особливості технології організації готельних послуг 43](#_Toc169552258)

[ВИСНОВКИ 47](#_Toc169552259)

[СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 49](#_Toc169552260)

[ДОДАТКИ 54](#_Toc169552261)

**ВСТУП**

**Актуальність теми.** Сучасний світ проживає в епоху стрімкого технологічного розвитку, що впливає на всі сфери людського життя. Сфера гостинності та готельного бізнесу не є винятком, і вона постійно вдосконалюється та адаптується під нові вимоги та очікування клієнтів. Однією з ключових складових успішності готельного господарства є технологія та організація обслуговування.

Готельний бізнес вже давно не обмежується лише наданням приміщень для ночівлі. Сучасні гості очікують більшого - персоналізованого підходу, високої якості сервісу та швидкості обслуговування. Технології стають важливим інструментом для досягнення цих цілей. Вони впливають на всі аспекти готельного бізнесу, від бронювання номерів до замовлення послуг та забезпечення безпеки гостей.

Готель Hilton відомий своєю високою репутацією та лідерством у впровадженні новітніх технологій у галузі гостинності. Проведення аналізу технологій та організації обслуговування в цьому готелі дозволить нам краще зрозуміти, як інновації допомагають досягти більшої ефективності та задоволення потреб гостей.

В цій ВКР ми розглянемо історію розвитку готельного бізнесу, основні виклики, з якими стикаються сучасні готелі, а також конкретні технологічні рішення, які використовує готель Hilton для оптимізації свого обслуговування. Ми також проведемо порівняльний аналіз з іншими готелями і дослідимо спільні та унікальні підходи до технологічного вдосконалення обслуговування.

Останнім часом, готельний бізнес переживає трансформацію, і технології грають важливу роль у цьому процесі. Вона стає ключовим чинником для привертання та утримання клієнтів, а також для підвищення рентабельності. Дослідження технологій та організації обслуговування в готельному бізнесі надає нам можливість розкрити цей процес і визначити його вплив на сучасну індустрію гостинності.

**Об'єктом дослідження** є готель Hilton.

**Предметом дослідження** є вплив технології та організації обслуговування в готелі Hilton на якість обслуговування та задоволення потреб гостей.

**РОЗДІЛ 1.**

**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ**

1.1 Історія розвитку готельного бізнесу. Головні характеристики та значення готельного бізнесу в сучасному світі

Дослідження сфери гостинності за історичним принципом дозволяє виявити основні етапи, особливості і тенденції її розвитку. Важливо також розглядати взаємозв'язок між мотивами подорожей та туризму, культурними та економічними факторами на розвиток системи гостинності, а також вплив системи гостинності на мотиви та характер подорожей, економічний та культурний розвиток поселень.

Давні заклади, що надавали притулок подорожнім, свідчать про ступінь розвиненості гостинності у минулому. Наприклад, римське законодавство передбачало особливу відповідальність таких закладів за майно гостей. У Монголії до ХІІ-ХІІІ століть існувала широка система ямської служби, які фактично виконували функції готелів. У середньовіччі обов'язок надавати притулок подорожнім покладався на церкви і монастирі, і ці послуги були безкоштовними. Окрім цього, у більших населених пунктах існували гостинні двори, призначені для заможних гостей [4].

Сучасні готелі, які ми знаємо сьогодні, почали з'являтися в другій половині XVIII століття. Готель зараз розглядається як будівля для тимчасового проживання громадян у населених пунктах. Світова туристична індустрія пережила справжній розквіт у останні роки і надалі збільшується кількість туристів та прибуток від готельно-туристичної діяльності. В цей час сформувався сучасний тип міського готелю, а деякі готелі перетворилися на комплекси з концертними залами, галереями та іншими розвагами. Кількість готелів постійно зростає, і в деяких країнах, як Австро-Угорщина, ця кількість вже становила значне число. Росту кількості готелів сприяла інтенсивна розвиток туризму, зокрема використання історичних та природних ресурсів.

Г. Зайчук наголошує на важливості сегментації ринку туристичної галузі та використанні маркетингових стратегій для успішності туристичних підприємств. Компанії, що успішно працюють у цій галузі, акцентують на потребах і побажаннях клієнтів, що дозволяє їм досягти високої ефективності на ринку туристичних послуг, включаючи готельні ланцюги.

Існують два основних типи готельних ланцюгів: інтегровані ланцюги, які складаються з однорідних готелів, та готельні консорціуми, які об'єднують незалежні готелі. Інтегровані готельні ланцюги керуються безпосередньо або опосередковано через систему франчайзингу або за контрактом на управління. У всіх готелях інтегрованого ланцюга є спільна назва і товарний знак. Найбільші інтегровані ланцюги, такі як «Хоспіталіті Франшиз Сістемс» та «Холідей Інн Уордвайд,» діють в США [4].

У світовій практиці готелі розрізняються залежно від їхнього призначення. Наприклад, бізнес-готелі розраховані на ділових людей, конференц-готелі для проведення конференцій і з'їздів, курортні готелі призначені для відпочинку курортників, а готелі для туристів, спортсменів, транзитних пасажирів, мотелі та кемпінги - для автомобільних подорожуючих. Останні зазвичай розташовані біля доріг і мають більш доступні ціни порівняно з іншими готелями. Прибутковість готелів великою мірою залежить від співвідношення між кількістю номерів і незайнятих приміщень [3].

У розвинених країнах встановлено чітку відмінність між готелями та іншими видами житла, такими як гуртожитки, готелі відпочинку, спортивно-профілактичні центри і т. д. Французька система класифікації готелів включає п'ять категорій: «1 зірка,» «2 зірки,» «3 зірки,» «4 зірки» і «5 зірок.» Міжнародний стандарт класифікації готелів, який був введений в Україні з 1 січня 1997 року, передбачає поділ готелів на п'ять категорій і мотелів на чотири категорії (від однієї до п'яти або чотирьох зірок) [5].

Розвиток готельної сфери став можливим завдяки зміні оточуючого середовища, особливо впливу економічних, соціальних і культурних чинників. Конкурентне середовище визначає роль і філософію готельного бізнесу, заснованого на маркетингу як основному інструменті боротьби в конкурентному середовищі.

Значення та роль готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах для розвитку регіональної економіки, задоволення особистих потреб та зміцнення соціальних зв'язків між країнами неможливо недооцінити. Індустрія гостинності відіграє ключову роль в економіці багатьох країн і створює значний обсяг робочих місць [1]. Протягом ХХ століття готельно-ресторанний бізнес перетворився на одну з найбільш важливих соціальних галузей. У деяких країнах витрати на харчування та туристичні послуги займають провідну позицію у загальному обсязі витрат. У галузі внутрішнього та міжнародного туризму готельно-ресторанний сервіс включає в себе широкий спектр послуг для туристів і є важливим фактором, що визначає перспективи розвитку туризму в будь-якій країні світу. Розвиток індустрії гостинності зробив економіку регіону конкурентоспроможною і включив країну в світову систему туристичного бізнесу.

Поняття «гостинність» досліджується вже протягом тривалого часу. Англійське слово «hospitality» (гостинність) має своє походження від старофранцузького слова «хоспис,» що означає «прийом гостей.» Перші прототипи готелів і ресторанів, а також сама професія обслуговування людей, які зупиняються на ночівлю, мають свої коріння у віддаленому минулому [2].

Готелі та ресторани (таверни та харчівні) розміщувалися в містах і на дорогах, що сполучали одну країну з іншою. Окрім подорожніх, такі заклади також використовували кур'єри, урядових службовців та інших. Гостинні заклади надавали місце для ночівлі, притулок, їжу, а також годували і забезпечували зміну коней. У середньовіччі в Європі в дворах, що почали з'являтися при монастирях, здійснювалася подібна діяльність. Початково церква забезпечувала безкоштовне приймання подорожніх, паломників, священиків та інших мандрівників, але з часом це перетворилося на прибутковий бізнес.

З розвитком торгових зв'язків значно зросло готельно-ресторанне господарство в Європі. В останній чверті XIX століття в цій сфері економіки почалася монополізація, і з'явилися компанії, акціонерні товариства, корпорації та синдикати. Ці великі об'єднання стали керувати готельним бізнесом у своїх країнах і будувати готелі та ресторани в інших державах.

Поняття «послуги» охоплює широкий спектр видів діяльності та комерційних послуг. Послуга - це будь-які заходи, які одна сторона може надати іншій, і в основному ці заходи є нематеріальними і не призводять до створення конкретних матеріальних продуктів [3]. Послуга - це особлива споживча вартість, яка створюється завдяки праці.

За функціональним значенням послуги, що надаються населенню, поділяються на матеріальні та соціально-культурні. Матеріальна послуга - це послуга, яка спрямована на задоволення матеріальних потреб споживача. Матеріальні послуги включають в себе відновлення (зміни, збереження) матеріальних властивостей виробів або виготовлення нових виробів на замовлення громадян, а також транспортні послуги та послуги забезпечення споживачів. До соціально-культурних послуг відносять медичні послуги, послуги культури, туризму, освіти тощо.

Послуги в сфері туризму, включаючи готельне обслуговування, віднесені до соціально-культурних послуг. Вони ґрунтуються на принципах сучасної гостинності, що підсилює їх важливість для економічного розвитку та внутрішнього туризму, а також визначає конкретні завдання у системі навчання кадрів для сфери туризму та готельно-ресторанного обслуговування.

Місце розташування є найбільш важливим аспектом туризму. Готельна та ресторанна індустрія є основною складовою системи гостинності і ґрунтується на столітніх традиціях поваги до гостей та церемонійного прийому.

Системи розміщення включають різноманітні типи будівель (від простих готелів до великих готелів) і створюються для прийому та ночівлі тимчасових мандрівників з різними рівнями обслуговування.

В економічній літературі термін «індустрія гостинності» охоплює всі аспекти надання послуг у галузі ресторанного та готельного обслуговування.

Ми вважаємо, що індустрія гостинності включає в себе різноманітні види бізнесу в галузі послуг, такі як готелі, мотелі, туристичні агентства, об'єкти розваг та інші.

Головною метою індустрії гостинності є отримання прибутку, оскільки ця галузь представляє собою сукупність різних бізнес-підприємств, що працюють у галузі надання послуг (на регіональному ринку).

Підприємства в готельно-ресторанному бізнесі можна розглядати як організації, оскільки організація - це об'єднання людей або груп з метою виконання спільних програмних завдань [8].

Комерційна гостинність є частиною індустрії гостинності та включає в себе різні види бізнесу в сфері надання послуг, де основним аспектом є гостинність - це «таємний елемент» якогось обслуговування. Гостинність передбачає турботу про гостя та здатність враховувати його потреби, це відображено в поведінці персоналу та в їх відносинах.

Ефективність комерційної гостинності залежить від кількох факторів, таких як місце розташування, рівень сервісу, зручності, ціни, імідж та сприятливий сприйняття готелю або ресторану. Імідж - це важливий аспект, оскільки це створює уявлення про престиж підприємства та якість його послуг. Розвиток ринкової економіки призвів до зростання іміджу в регіонах та розширення інтересів учасників цього ринку.

Гостинна індустрія включає в себе надання послуг і організацію короткострокового проживання в різних місцях розташування за плату. Туризм означає активний відпочинок, що сприяє зміцненню здоров'я та фізичному розвитку, і пов'язаний із переміщенням за кордоном від місця постійного проживання.

Поява туризму як товару вимагала створення відповідної інфраструктури, наявності кваліфікованого персоналу для обслуговування туристів та цілеспрямованого управління туристичними об'єктами. Усе це призвело до необхідності виділення туризму в окрему галузь народного господарства [23].

Поняття послуг часто включає в себе різні види корисних дій, які не призводять до створення матеріальних цінностей. Головним критерієм віднесення діяльності до сфери послуг є її нематеріальний, невидимий характер виробництва в цій сфері. На практиці сфера послуг часто розглядається як сукупність різних видів діяльності та фактично зводиться до їх переліку. Це пояснюється різноманітністю видів послуг і тим, що послуга може бути поєднана з товаром або набувати товарну форму.

З точки зору бізнесу готель є підприємством, яке виробляє і надає послуги, конкретно продукт комерційної гостинності, і пропонує свої зручності та обслуговування споживачам.

Послуги розміщення розглядаються як специфічний готельний продукт, який придбовається через операції обміну і передбачає доступ і використання його протягом визначеного часу та визначеного місця.

Основні характеристики послуги включають [8]:

1. Невід’ємність (виробництво та споживання послуги відбуваються одночасно і вимагають активної участі як споживача, так і виробника).
2. Неможливість зберігання (виробництво послуги обмежене в часі і просторі).
3. Нематеріальність (послуги неможливо виміряти чи оцінити до їх надання).
4. Сезонні коливання попиту (ринок готельних послуг характеризується сезонними змінами в попиті в залежності від часу року).
5. Взаємозалежність (маркетингові рішення, прийняті різними сторонами, впливають на продаж готельного та ресторанного продукту).

Сфера готельно-ресторанних послуг має свої особливості порівняно з виробництвом матеріальних товарів. У цій галузі послуги виробляються та споживаються в основному одночасно і не вимагають зберігання. Це створює виклик в регулюванні попиту та пропозиції на послуги. Крім того, готельно-ресторанні послуги відрізняються тим, що їх можна поєднати з товаром або надати в товарній формі.

Готелі та ресторани виконують важливі функції в обслуговуванні населення, забезпечуючи тимчасове житло, побутове обслуговування та харчування. Це вимагає експлуатації матеріально-технічних ресурсів, таких як будівлі та обладнання. При цьому, виробництво і реалізація послуг об'єднуються, і обслуговування здійснюється під час виробництва послуг. Ця особливість визначає ритм роботи готелів та ресторанів [2].

Ринок готельно-ресторанних послуг має свої особливості, оскільки готельні послуги та послуги ресторанів - це товари, які визначаються індивідуальними смаками споживачів. У більшості випадків готелі та ресторани знаходяться в одній будівлі і мають спільні вимоги. Особливістю готельно-ресторанних послуг є їх швидкість надання, і вони часто не можуть бути повільними, оскільки вимагають швидкого обслуговування гостей.

Ресторан, будь то самостійний заклад або частина готелю, пропонує харчування для задоволення гастрономічних потреб гостей і спрямований на отримання прибутку, незалежно від того, чи є він окремим рестораном чи складовою частиною готелю. Ресторани можуть бути класифіковані за різними критеріями, такими як розташування, клас та вид наданих послуг, існують різні типи ресторанів, такі як місцеві ресторани, ресторани самообслуговування, вокзальні ресторани, вагони-ресторани, ресторани на теплоходах, ресторани для мототуристів, ресторани в літаках, ресторани-буфети, виїзні ресторани, ресторани-їдальні [7].

У готельному бізнесі також існує велика спеціалізація готельних підприємств, включаючи туристичні готелі, бізнес-готелі, галузеві готелі, курортні готелі, транзитні готелі тощо.

У висновку можна сказати, що розвиток ринкової економіки призвів до розвитку готельно-ресторанного бізнесу як важливого сектора економіки. Готельно-ресторанний бізнес відноситься до малого і середнього підприємництва, створює нові робочі місця і важливо сприяє розвитку регіональних економік.

1.2 Роль технологій у покращенні ефективності та якості обслуговування в готельному бізнесі

В сучасних умовах готельні підприємства в Україні діють у середовищі жорсткої конкуренції, де успішність експлуатації залежить від вчасного впровадження інновацій. Зі зростанням конкурентної боротьби у готельній галузі виникає потреба в застосуванні новаторських методів управління персоналом, ресурсами, інформацією, а також впровадженні інновацій у технологічні та інфраструктурні аспекти діяльності готельних підприємств.

Крім того, в останні роки готельна індустрія стикається із збільшенням пропозиції готельних послуг при одночасному зменшенні попиту на них, що спричиняє інтенсивну конкуренцію на ринку. Це призводить до необхідності надавати послуги вищої якості, щоб зберігати конкурентоспроможність. Один із ключових способів досягнення конкурентних переваг - надавати послуги, які не просто задовольняють, але й перевершують очікування клієнтів [4].

Інновації в галузі туризму - це комплекс заходів і їх результатів, спрямованих на глибоке та системне перетворення туристичного продукту, механізму його просування та реалізації з метою досягнення різноманітого ефекту, такого як економічний, соціальний, екологічний тощо.

Впровадження інновацій у сфері туризму спрощує процес надання туристичних послуг, включаючи інформаційний обмін, удосконалення маркетингу, розвиток електронних методів розрахунків та інше.

Готельний бізнес є високо інформаційним, і успішність його розвитку залежить від швидкості обміну та передачі інформації, її актуальності та доступності. Використання новітніх технологій стає необхідністю як для розширення готельних послуг, так і для їх успішного просування на ринку. Впровадження інноваційних технологій покращує конкурентоспроможність готельних підприємств і підвищує якість обслуговування клієнтів.

Завдяки сучасним формам управління, таким як франчайзинг та управління за контрактом, а також комбінуванню цих підходів, готельні компанії успішно знизили свої витрати при виході на ринок. Вони більш централізовано розпоряджаються фінансовими ресурсами та мінімізують поточні витрати, що дозволяє їм проводити більш ефективну цінову політику. Як результат, сучасний готельний сектор відрізняється зростанням важливості міжнародного бізнесу в цій галузі. Міжнародні готельні корпорації, які формують готельні мережі, здебільшого домінують на ринку розміщення. Тим не менше, цей процес концентрації і централізації не призвів до повного витіснення невеликих незалежних готелів [5].

На основі досліджень готельної галузі в Україні можна висунути висновок, що розвиток цієї галузі, її інвестування та стан туристичної інфраструктури у державі тісно пов'язані. Щоб забезпечити ефективне функціонування готельної галузі, необхідна гнучка система державного стимулювання, яка відображена у відповідній нормативно-правовій базі. Також необхідно розширити кількість різних категорій розміщення з чітким розподілом у спеціалізації готельних послуг, покращити управління готельними підприємствами в умовах змінюючогося соціально-економічного середовища та розширення туристичної діяльності. Також важливо поліпшити якість готельних послуг, ефективність маркетингу та взаємодії на туристичному ринку сучасних готелів. На державному рівні підтримувати створення національних готельних ланцюгів, які впроваджують нові стандарти готельного сервісу та єдині підходи до організації управління.

Сучасний готельний бізнес характеризується різноманітністю своєї діяльності та творчим підходом. Нові технології у будівництві, поява нових сегментів ринку та незвичайність і унікальність готельних закладів важливі в конкурентній боротьбі між ними[9].

Поява міжнародних готельних операторів є важливою інновацією для розвитку готельного господарства в Україні, оскільки вони розглядають її туристичний ринок як перспективний. Їхні готелі пропонують послуги світового рівня. Подальший розвиток галузі суттєво залежить від залучення інвестицій для будівництва нових готелів та реконструкції існуючих.

Отже, конкурентоспроможність готельних підприємств підвищується завдяки впровадженню інноваційних рішень, таких як нові методи управління, сучасні технології, кваліфікований персонал та висока якість обслуговування. В конкурентному середовищі ці чинники відіграють важливу роль у забезпеченні успіху готельних підприємств.

У готельній сфері існує багато можливостей для впровадження нововведень у різних напрямках. Наприклад, удосконалення процесу бронювання номерів може зробити його більш зручним для клієнтів, дозволяючи їм обирати та оплачувати номери через Інтернет за допомогою спеціальної системи резервування. Ця система дозволяє вибирати підходящу кімнату, час проживання та перевіряти ціни. Також, клієнти можуть тимчасово зарезервувати номер, відклавши оплату на пізніший час. Створення спеціальних номерів для відпочинку і сну, які оснащені всіма зручностями для покращення якості сну, такі як ароматичні ванни, спеціальна музика та освітлення, також може бути вигідним[14].

Розвиток інноваційної інфраструктури в готельній галузі залежить від рівня технологічного та економічного розвитку країни. У країнах з розвиненою виробничою інфраструктурою зростає роль нематеріальних факторів у виробництві, інформатизація суспільства та розвиток сфери послуг. Це створює можливості для створення мережі консалтингових, сервісних та інформаційних послуг, які підтримують інноваційні процеси. В умовах трансформаційного суспільства інноваційна інфраструктура має сприяти взаємодії науки та ринкового середовища, розвитку підприємництва в науково-технічній сфері та впровадженню наукових розробок на ринок. Важливою є також ринкова інфраструктура, яка визначає можливості для ефективного збирання та розподілу фінансових ресурсів і надання послуг високої якості в готельній галузі.

Інноваційний підхід у готельному бізнесі охоплює не тільки застосування передових інформаційних технологій та створення нових послуг, але також включає в себе цілу низку нововведень, які впливають на всі сфери управління, такі як якість, фінанси, персонал і інше. Найбільш ефективною політикою інновацій для підприємства буде впровадження різних видів інновацій одночасно. Цей процес може включати в себе нові продукти, технології або окремі аспекти їх впровадження, нові методи управління або маркетингу готелю. Інноваційні технології у готельній галузі спрямовані на задоволення потреб споживачів та підвищення конкурентоспроможності організації.

Отже, в умовах сильної конкуренції готелі повинні активно шукати нові шляхи для підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Недооцінка інноваційного управління призвела до зниження рівня конкурентоспроможності вітчизняних готелів, порушення методів управління та погіршення якості готельних послуг. Інновації мають важливу роль у подальшому розвитку готельного бізнесу, дозволяючи підприємствам не лише займати провідні позиції у своїх ринкових сегментах, але й відповідати світовим стандартам готельного обслуговування.

1.3 Види технологічних рішень, що використовуються в організації обслуговування в готельному бізнесі

Успішна реалізація інновацій в готельній галузі вимагає чіткої комунікаційної стратегії та візії з боку менеджерів, які керують та координують проекти. З огляду на швидкі зміни в Інтернеті, важливо відстежувати останні маркетингові тенденції гостинності та адаптувати підхід до ринку. Наприклад, пандемія COVID-19 значно вплинула на звички подорожуючих, підкресливши важливість таких аспектів, як безпека, чистота та репутація. Важливо досліджувати та впроваджувати загальні тенденції цифрового маркетингу в готельній галузі, а також ті, що виникли через вплив пандемії.

Основними видами маркетингових інновацій є [8]:

1. Використання інформаційних технологій у системі бронювання готельних номерів.
2. Використання Інтернет-ресурсів для реклами та надання клієнтам додаткової інформації про готель, включаючи створення та просування власного веб-сайту.
3. Розширення каналів продажу, включаючи використання франчайзингу.
4. Створення віртуальних екскурсій по готелю у форматі 3D.
5. Посилення комунікаційних зв'язків.

Споживання відео в Інтернеті стрімко зростає, і очікується, що в 2023 році споживачі в середньому будуть переглядати 100 хвилин відео щоденно. Відео є важливим маркетинговим інструментом, і 92% маркетологів вважають його важливим для своїх стратегій. Соціальні медіа платформи, такі як Facebook Live, Youtube, Instagram, Snapchat та інші, є ефективними засобами для відеореклами в готельному та туристичному бізнесі. Відео може легко привернути увагу аудиторії, особливо якщо воно пропонує захопливі краєвиди та місця навколо готелю чи курорту.

На сьогоднішній день більшість готелів в Україні (75%) впроваджують автоматизовані інформаційні технології (АІТ) у своєму управлінні, що є необхідним для успішного розвитку бізнесу. Використання сучасних АІТ стало конкурентною перевагою для готелів як в Україні, так і в усьому світі, оскільки воно підвищує ефективність роботи персоналу та загальну конкурентоспроможність готелю [3].

Чат-боти є новітньою технологією, яка швидко стала важливою складовою стратегії цифрового залучення клієнтів. Очікується, що використання чат-ботів буде зростати зі швидкістю 30% на рік, особливо в сфері гостинності. Вони дозволяють швидко відповідати на запити клієнтів та допомагати їм з бронюванням і підтримкою під час перебування в готелі. Також соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, TripAdvisor та інші, використовуються для просування готелю та взаємодії з клієнтами через відгуки та спеціальні акції.

Протягом останнього року глобальний ринок інфлюенсер-маркетингу зросла практично вдвічі. Зараз 63% світових брендів планують збільшити свої маркетингові бюджети в найближчі 12 місяців, включивши витрати на інфлюенсер-маркетинг. Довіра споживачів до рекомендацій інфлюенсерів досягла рекордного рівня: 92% виявляють більшу довіру до блогерів, ніж до традиційної реклами[33]. Готельна індустрія також не є винятком і потребує нових маркетингових стратегій. Наприклад, готель Shelest, розташований в передмісті Києва, став дуже популярним серед місцевих жителів, коли більше 10 блогерів відвідало його і присвятили свої пости готелю, описуючи його переваги. Такі впливові особистості, як Аліна Френдій, Даша Квіткова та Валерія Бородіна, не лише відпочили, а й продемонстрували найкращі аспекти готелю Shelest і створили візуальний контент.

У зусиллях виживання під час кризи готелі мають адаптувати свій продукт до нових реалій. Наприклад, компанія Ribas Hotels Group, яка представляє світові готельні мережі, такі як Radisson і Accor, розглядає можливість поєднання готелів з офісними центрами і коворкінгами. Ribas Hotels Group також бачить потенціал у сегменті екотуризму і вже запустила мережу глемпінгів MANDRA. Перший глемпінг побудований в Затоці і має високий попит, навіть під час низького сезону. Крім того, готельі Ribas розглядають можливість розвитку апарт-готелів, співпрацюючи з різними девелоперами в Україні, які планують будівництво апарт-готелів під брендом Ribas на умовах мікроінвестування, де кожен номер стає окремим об'єктом нерухомості, доступним для інвесторів.

Піклування про довкілля та екологічна безпека стали невід’ємною частиною сучасної готельної галузі. Екологічно орієнтований готель не лише відповідає сучасним трендам, але також дозволяє економити ресурси підприємства. Застосування енергозберігаючих технологій, сортування сміття та його переробка, використання екологічно безпечних мийних засобів, використання екологічно чистих продуктів для харчування, будівництво з використанням екологічно чистих матеріалів і використання відновлюваних джерел енергії сприяють позитивному іміджу «екологічного» готелю і стають конкурентною перевагою.

Один з яскравих прикладів впровадження інноваційних технологій у діяльність - готель «Premier Hotel Rus», розташований в центрі Києва. Готель спрямований на бізнес-туристів і оснащений високотехнологічними конференц-залами різної конфігурації. Гостям надають гіпоалергенну постільну білизну та має міжнародний сертифікат Green Key. Готель також вперше в Києві запровадив «зелені» програми лояльності для гостей і встановив на своїй території зарядну станцію для електромобілів, яку можуть безкоштовно використовувати гості готелю та оплачують інші водії лише за паркування [34].

Важливою перевагою програми еко-сертифікації Green Key є включення критеріїв, спрямованих на підвищення екологічної освіти та формування серед гостей, персоналу і постачальників готелю більш дружнього до навколишнього середовища ставлення. Щоб отримати еко-сертифікат, готель повинен відповідати п'ятдесяти обов'язковим критеріям та регулярно проходити аудити та навчання відповідно до критеріїв програми. На кінець 2013 року Україна займала четверте місце за кількістю еко-готелів і налічувала 14 готелів, які мали еко-сертифікати. Але на сьогоднішній день лише дев'ять готелів в Україні мають такий сертифікат, і країна розташовується на двадцять п'ятому місці (див. таблиця 1.1).

Таблиця 1.1. - Критерії, спрямовані на підвищення екологічної освіти

|  |  |
| --- | --- |
| Дестинація | Суб’єкт готельного бізнесу |
| Київ | Radisson Blu Hotel; Radisson Blu Hotel, Podil; Maison Blanche; Hotel  Galera; Park Inn by Radisson Kyiv Troyitska; InterContinental, Fairmont |
| Київська область | Maison Blanche (Mytnitsa) Ecohouse; Maison Blanche (Berezovka)  Ecohouse |
| Івано-франківська  область | Radisson Blu Resort, Bukovel |

Ця тенденція продовжує розвиватися, і готель Fairmont вдосконалює свої екологічні ініціативи, щоб зберегти екосистему. Серед ключових ініціатив готелю можна виділити такі:

1. Використання екологічно безпечних дизайнів і технологій у будівництві та підтримка біорізноманіття;
2. Запровадження екологічних методів закупівель.

Ці принципи відображаються у зменшенні вуглецевого викиду, скороченні використання електроенергії та у покращенні управління відходами. Усі гольф-поля, які належать готелю Fairmont, приймають участь в програмі «Audubon International Cooperative Sanctuaries» і дотримуються її стандартів щодо збереження навколишнього середовища. Готель вважає, що кожне бізнес-рішення грає важливу роль у збереженні навколишнього середовища. Турбота про планету потребує активного захисту природи. Fairmont Hotels & Resorts визнає зміну клімату глобальною проблемою, яку може вирішити кожен. Готель дотримує чотирьох пріоритетів екологічності [5]:

1. Зменшення споживання електроенергії;
2. Зменшення споживання води;
3. Зменшення обсягу відходів;
4. Зменшення викидів парникових газів.

Тенденція до здорового способу життя призвела до переорієнтації багатьох готелів, які відкрили тренажерні, фітнес-центри, spa-салони, басейни та оновили своє меню, включаючи безглютенові та дієтичні страви, а також відкрили ресторани зі «здоровою кухнею».

Готельна індустрія широко використовує різноманітні комп'ютерні технології, від програмного забезпечення для управління готельним бізнесом до глобальних комп'ютерних мереж. Сучасні технології мають значний вплив на просування готельного продукту. Крупні готельні корпорації використовують єдину систему бронювання місць, інтегровану в глобальну систему Інтернету. Деякі з популярних систем бронювання включають «Amadeus», «Worldspan», «Galileo», «Sabre» і «Fedelio Hotel Bank».

Сучасні інформаційні технології дозволяють готелям автоматизувати багато процесів, включаючи управління номерами, розрахунок рахунків та забезпечення безпеки. Однак вони також сприяють покращенню обслуговування гостей та забезпечують комфортну роботу персоналу.

Наприклад, мережа готелів Marriott впровадила програму HotSOS Housekeeping, яка спрощує процес прибирання готельних номерів та дозволяє вести ефективний облік часу, необхідного для прибирання кожного номеру. Крім того, готелі мережі Ribas використовують месенджери Telegram і WhatsApp для спілкування з гостями, а також застосовують чат-бота в Telegram і штриховий код для реєстрації, що полегшує процес заселення та спілкування з гостями [3].

Документи, які знаходяться в застосунку «Дія», є електронними аналогами паперових документів і мають юридичну силу. Ці цифрові документи представлені у форматі PDF і містять підписи та шифрування, а також дані користувача, які отримані з державних реєстрів та надсилаються через застосунок «Дія». Крім PDF-файлів, також передаються метадані у форматі JSON з відповідними полями з оригінального документа. Впровадження цифрових технологій в готельний бізнес є ще одним кроком до покращення обслуговування гостей в Україні.

Ці інновації дозволяють українським готелям активно розвиватися навіть під час пандемії коронавірусу. Наприклад, у грудні 2020 року відкрили готельний комплекс «Ribas Karpaty» в Буковелі. Тенденція до підвищеної безпеки гостей у готелях стала провідною в організації робочих процесів. У часи поширення коронавірусу онлайн-спілкування є найбільш відповідним способом для дотримання карантинних обмежень і одночасного підтримання звичайного ритму життя.

На сьогоднішній день чітко помітна тенденція до розширення стандартних цифрових послуг. Це відбувається через посилення темпів розвитку технологій та зростання попиту на кваліфікованих фахівців. Важливо, щоб українські готелі наздогнали своїх західних конкурентів як у рівні обслуговування, так і у використанні технологій в своєму бізнесі. Україна активно інтегрує нові інновації в свої системи, що сприятиме більшому завантаженню готелів та отриманню багато позитивних відгуків від клієнтів.

Стратегія успішного розвитку національних економічних систем у країнах, що лідерують у останні роки, тісно пов'язана з лідерством у проведенні досліджень і розробці, здобуттям нових знань, розвитком високотехнологічного виробництва та створенням масових інноваційних продуктів. Розвиток інноваційного потенціалу не лише сприяє динамічному зростанню і успіху, але й є засобом гарантування безпеки та суверенітету країни, підвищення її конкурентоспроможності у сучасному світі [13].

За даними Всесвітнього економічного форуму, в «Звіті про глобальну конкурентоспроможність 2017-2018 рр.», Україна розташувалася на 81-му місці серед 137 країн, піднявшись на чотири позиції вгору. Щодо окремих компонентів, які оцінюють ефективність ринків, ключового фактору на стадії інвестиційного зростання (індустріалізації), Україна посідає 101 місце за ефективністю товарних ринків, 120 місце за ефективністю фінансових ринків і 86 місце за ефективністю ринку праці. Готовність до адаптації технологій та інновацій оцінена на 81 місці. Однак за показниками «Ринкові інституції» Україна займає 118 місце, а за розвиненістю бізнесу - 90 місце. Серед факторів, які важливі для розвитку промисловості, лише розмір доступного ринку та освіта визнаються сприятливими, займаючи 47 та 35 місце відповідно. Це свідчить про те, що інноваційна діяльність, включаючи готельний бізнес, розвивається досить повільно.

Аналіз компонентів також вказує на значні можливості для інноваційного розвитку України, особливо щодо комерціалізації нововведень і захисту прав на інтелектуальну власність. Головними перевагами України є її вигідне географічне розташування, великий ринок, зони вільної торгівлі з ЄС та високий рівень людського потенціалу. За даними Глобального індексу інновацій, Україна покращила своє рейтингове положення до 43-го місця у 2018 році, зростаючи на сім позицій порівняно з попереднім роком. Це обумовлено високою інноваційною ефективністю - співвідношенням результатів до ресурсів, виділених на інновації [6].

Для оцінки конкретних ефектів інноваційної діяльності важливо використовувати специфічні показники, які можуть кількісно чи якісно оцінити результати інновацій. Система оцінки інноваційної діяльності була розроблена для регіонів України. Наприклад, 5 балів свідчать про стрімкий розвиток інноваційної діяльності і постійне впровадження нових рішень, тоді як 1 бал вказує на майже відсутність інноваційної активності. Регіони, що отримали від 13 до 15 балів, можна вважати високорозвинутими в інноваціях, 9-12 балів - середнім рівнем, а нижче 9 балів вказує на повільний розвиток інноваційних процесів з мінімальними результатами.

Найбільш розвинені регіони України, як правило, мають найвищі бали щодо інноваційних нововведень, особливо якщо вони приваблюють багато туристів і мають світові мережі. Такі регіони включають Київ, Львівську та Одеську області. Інші регіони також покращують свою інноваційну активність, але на меншому рівні, як у лідерах.

Таблиця 1.2 - Комплексна оцінка інноваційної діяльності готельних господарств в Україні

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Область** | **Маркетингові**  **інновації** | **Технологічні**  **інновації** | **Інфраструктурні**  **інновації** | **Загальний**  **бал** |
| Київ | 5 | 5 | 4 | 14 |
| Львівська область | 5 | 5 | 4 | 14 |
| Київська область | 4 | 5 | 4 | 13 |
| Одеська область | 5 | 4 | 4 | 13 |
| Івано-Франківська  область | 4 | 4 | 4 | 12 |
| Харківська  область | 4 | 4 | 3 | 11 |
| Дніпропетровська  область | 3 | 4 | 3 | 10 |
| Інші області | 3 | 3 | 3 | 9 |

Також важливо дослідити інноваційну діяльність у готелях, які вважаються найкращими за версією Trip Advisor, оскільки відношення кожного окремого готелю до інновацій має вплив на загальну ситуацію щодо інноваційного розвитку готельної галузі всієї країни.

Оцінка окремих готельних комплексів також проводилася за авторською системою оцінювання. Найвищі бали отримали готелі, які є частиною світових готельних мереж, такі як Hyatt Regency і Fairmont Grand Hotel. Їх успіх пояснюється швидким впровадженням світового досвіду українськими готелями, а також фінансовою підтримкою інноваційної діяльності. Обидва ці готелі отримали по 14 балів. Щодо інших готелів середнього рівня розвитку інноваційної діяльності, вони також отримали різну кількість балів. Готелі M1 Hotel Club і 11 Mirrors отримали у сумі 13 балів, в той час як готель Kharkiv Palace Premier Hotel набрав 11 балів. Це пояснюється тим, що останній є частиною української мережі готелів Premier Hotels and Resorts, які менше швидко адаптуються до змін і не надають такої великої уваги інноваціям.

****

Рис.1.1 Рейтинг готелів

Отже, розвиток інноваційної сфери є однією з основних стратегій для виходу української економіки з кризового стану і забезпечення прибутковості підприємств. Інноваційна діяльність готельних господарств відіграє ключову роль у підвищенні привабливості України для туристів і збільшенні туристичних потоків. Важливо систематично проводити комплексну оцінку інноваційної діяльності готелів в Україні, оскільки це дозволяє визначити лідерів, їхні стратегії та можливі шляхи покращення привабливості як країни в цілому, так і окремих регіонів для туристів, завдяки розвитку інновацій.

**РОЗДІЛ 2.**

**ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ**

* 1. Мета та завдання дослідження

Мета роботи - дослідити вплив технологій на процес обслуговування в готелі Hilton.

Виходячи з мети нами були визначені наступні завдання:

1. Аналіз історії розвитку готельного бізнесу та основних тенденцій у сфері гостинності.

2. Дослідження конкретних технологічних рішень та інновацій, які використовує готель Hilton для оптимізації обслуговування.

3. Визначення впливу технологічних інновацій на якість обслуговування та задоволення потреб гостей в готелі Hilton.

* 1. Методи дослідження

Літературний огляд – для аналізу теоретичних основ технологій в готельному бізнесі. Статистичний метод – для аналізу даних та порівняння. Метод порівняння – для виявлення відмінностей між технологіями, впровадженими в різних готелях. Ключові слова: готель, Hilton, технології обслуговування, організація обслуговування, інновації, готельний бізнес, гостинність, ефективність обслуговування.

* 1. Організація дослідження
     1. Виклики, з якими стикаються готелі у забезпеченні високої якості обслуговування та задоволення потреб гостей

Розвиток готельної галузі в Україні відбувається повільно, і це викликано тим, що інвестори більше спрямовують свої кошти на будівництво торгових та розважальних комплексів, офісних та житлових об'єктів. Готелі відкладаються на потім, оскільки їх прибутковість приходить трохи пізніше. Однак Україна поступово подолає ці проблеми у готельному бізнесі, якщо буде продовжувати відповідати європейським стандартам і тенденціям. Крім того, наслідками пандемії коронавірусу для готельного сектору України, крім відсутності гостей, закриття та зниження доходів, були фінансові труднощі, так як доходи спадали до мінімуму. Це призвело до того, що багато компаній були змушені відпустити своїх працівників за власний рахунок до закінчення карантину і припинити рекламні кампанії та інші видатки [6].

Також в Україні відсутня розвинена і офіційно зареєстрована мережа альтернативних засобів розміщення економічного класу, таких як хостелі, малі та міні-готелі, апартаменти. У частині малої готельної інфраструктури України є можливість визначити певний запит на місця розміщення, але проблема полягає в тому, що мережа хостелів в країні розвинута дуже обмежено, на відміну від Європи, де є зареєстровано тисячі хостелів.

У маркетинговій сфері інноваційна діяльність зазвичай охоплює всі етапи відносин між виробником і покупцем. Проте існують обмеження, які гальмують впровадження інновацій в маркетингу, такі як державні та соціальні обмеження, високі витрати на розробку та реалізацію маркетингових проектів, обмежений доступ до капіталу, скорочення життєвого циклу товарів через конкуренцію та інші фактори.

Наявність технологічних проблем в готельній сфері підтверджується недостатнім використанням сучасних інформаційних технологій, низьким рівнем інформаційної інфраструктури, відсутністю баз даних готелів у деяких регіонах, обмеженим доступом до інформації та реклами на різних рівнях ринку, недостатнім розвитком віртуальних готельних підприємств і відсутністю державної електронної системи для обміну інформацією про готельні послуги. Важливо не лише виявити проблеми в системі, але і розглянути шляхи подолання або зменшення впливу цих проблем на всю систему.

****

Рис.2.1 Першочергові кроки щодо удосконалення готельного господарства

Отже, ці заходи для вирішення проблем інноваційної діяльності готельних господарств сприятимуть прискоренню темпів розвитку цієї галузі, безпосередньо впливатимуть на економічну ефективність готелів і відкриють нові можливості для інвестицій. Впровадження наукових розробок буде сприяти зайнятому місцю України на світовому ринку готельних послуг, підвищуватиме важливість для національної економіки і міжнародної інтеграції, особливо в контексті європейського напряму.

2.3.2 Сучасні підходи до організації роботи персоналу та підвищення їхньої ефективності

Відношення до співробітників безпосередньо впливає на успіх компанії. Їхні зацікавленість і ставлення до роботи в компанії має надзвичайно високе значення у непродуктивній сфері. Багато роботодавців роблять помилку, вважаючи, що мінімальної фінансової компенсації за роботу співробітникам достатньо, щоб ставити інтереси компанії вище усього. У реальності потрібно повне залучення всіх співробітників на всіх рівнях, і це є складною та важливою роботою.

А що впливає на відданість співробітників компанії і які фактори стимулюють залученість та інтерес? Уже у 1950-х роках Фредерік Герцберг сформулював двохфакторну теорію мотивації, яка стала революцією в уявленнях про робочу силу. Згідно з цією теорією, існують дві шкали - одна вимірює задоволеність співробітників, інша - незадоволеність. Дуже важливо враховувати, що за теорією Герцберга вони оцінюються не за однією шкалою. Отже, задоволеність і незадоволеність співробітників - це не два взаємозалежні протилежні поняття, а, скоріше, абсолютно різні речі. Два основні фактори в цій теорії - це мотивація та санітарно-гігієнічні фактори[5].

Залежно від того, які фактори з цих двох категорій використовуються, співробітник може бути задоволеним, але не вірним компанії. Якщо умови робочого місця ігнорують основні гігієнічні потреби, то мотиватори не зможуть повністю задовольнити співробітника.

Потрібно використовувати всі відомі види мотивації - фінансову, розділення проценту прибутку організації, профіт-шерінг. Останній є встановленою та використовуваною у всьому світі методикою. За цим методом, що передбачає розподіл відсотка прибутку між всіма учасниками персоналу, готельні компанії по всьому світу користуються протягом багатьох років. Цей метод стимулює співробітників свідомо брати участь у роботі через розуміння, що якісніша робота з їх боку призведе до більшого прибутку в кінцевому підсумку, що є вигідним і для них.

Існують різні способи нематеріальної вдячності співробітникам у сфері послуг. Варіанти, що потребують витрат від роботодавця, включають корпоративні заходи, сувеніри з символікою компанії, конкурси зі значними призами або надбавками, подарункові сертифікати, квитки на різноманітні заходи, привітання з святами. Є також методи, при яких витрати не потрібні - усна або письмова вдячність, публічне визнання від клієнтів, номінування співробітника на звання «Найкращий співробітник», знижки на послуги, можливість використовувати ресурси компанії в особистих цілях [14].

На даний момент сфера послуг в Україні розвинута помітно слабше, ніж у багатьох інших країнах. Однією з причин цього є застарілі моделі управління персоналом. При створенні Радянської моделі, яку використовують багато організацій і до цього дня, на перше місце ставилися інтереси країни і партії, а матеріальний інтерес співробітників у виконанні своєї роботи мало враховувався. При настанні ринкових відносин багато хто змінив цю модель на зарубіжні методи управління, що сприяло покращенню якості управління та обслуговування. Проте і ці методи вже не є актуальними, оскільки вони ставлять на перше місце матеріальну вигоду співробітника, не враховуючи інших важливих факторів. У сучасному постіндустріальному суспільстві розвиток економіки призводить до зростання сфери послуг.

Тому в даній сфері як керівник, так і працівник повинні вміти постійно пристосовуватися до постійно змінюючихся умов ринку, постійним випробуванням професіоналізму та кваліфікації, підсиленій конкуренції.

У сфері послуг управління повинно бути спрямоване на кілька факторів:

Управління якістю послуг: Основними показниками якості є професійні послуги та фактори естетики. Якість професійної послуги визначається кваліфікацією та рівнем підготовки, рівнем дотримання корпоративної етики, здатністю до керівництва. Естетичні фактори - це зовнішній вигляд обслуговуючого персоналу, ввічливість, тактовність, грамотна мова, вміння привертати до себе клієнта.

Управління продуктивністю: У сфері послуг це передбачає використання методів для збільшення обсягу та результативності діяльності. Якщо кожен співробітник намагається якомога більше зацікавити клієнта, це підвищує продуктивність і, відповідно, прибуток компанії.

Мотивація співробітників: Фінансова мотивація повинна базуватися не на кількості клієнтів, а на якості обслуговування, щоб співробітник не ставив клієнтів «на конвейер». Швидкість обслуговування не повинна бути головною метою[7].

В сучасних умовах погляди успішних компаній на управління змінюються. Тепер менеджмент спрямований не тільки на розпорядження підлеглими і контроль виконання, а от ідеї, що потреби підприємства та співробітників не суперечать один одному. Можна досягти задоволення обох, враховуючи бажання і потреби обох. Зараз, з урахуванням підвищеної конкуренції у сфері послуг, особливо важливими стали розумний відбір, оцінка, розвиток та організація діяльності персоналу. 26 І виходячи з цього стає зрозуміло, що підприємствам сфери послуг потрібні працівники, які допомагали б досягненню різних цілей одночасно, які сприяли б виконанню замовлень і очікуванням клієнтів. Тобто варто сконцентруватися не на технологіях, а на підвищенні інтересу персоналу в боротьбі за споживача. У менеджерів є цілі, досягнення яких сприяє підтримці конкурентоспроможності компанії, а співробітникам потрібна гідна оплата праці і задоволення від роботи. Добрі менеджери розглядають співробітників як окремих особистостей, а не просто деталі великої системи, і розуміють, що люди - це ресурс, який потрібно розвивати. Для управління персоналом потрібен не один відділ, а комплексне залучення всіх лінійних менеджерів для розвитку робочого середовища. При ефективній роботі всіх команд, позитивне робоче середовище позитивно впливає на сприйняття та продуктивність співробітників.

А довіра співробітникам надає їм впевненість, необхідну для зростання, що дозволяє їм робити більше ефективних внесків у розвиток організації.

Управління в сфері послуг - це комплексний процес, який базується на поєднанні принципів, форм, методів, прийомів та засобів управління персоналом, спрямованих на досягнення цілей підприємства.28 Основною метою в цьому випадку є забезпечення ефективної діяльності підприємства шляхом використання людських ресурсів і оптимальної організації процесу надання послуг.

Для подальшого вивчення цієї теми необхідно виділити основні напрямки управління персоналом у сфері послуг, такі як [9]:

1. Визначення цілей і створення плану для їх досягнення;
2. Об'єднання співробітників для досягнення загальних цілей;
3. Процес розробки та надання послуг;
4. Досягнення високого рівня якості обслуговування;
5. Постійна підготовка і навчання персоналу;
6. Забезпечення ефективного спілкування між персоналом та клієнтом;
7. Розробка різних методів оцінки та контролю діяльності співробітників і компанії;
8. Створення та впровадження традицій.

Зі зміною сприйняття ролі людських ресурсів у успіху компанії змінилося і співвідношення потреб і стимулів, що використовуються для мотивації. Головне в управлінні персоналом - це побудова організаційно-економічних, соціально-психологічних і правових відносин між керівництвом та підлеглими. Зросла потреба в грамотному усному і письмовому мовленні, а також в концептуальних навичках, таких як сприйняття організації як єдиної системи, при цьому чітко виділяючи всі її складові та їх взаємозв'язок. Також зросла потреба в контролі процесу самим співробітником шляхом розподілу обов'язків між тими співробітниками, які, здавалося б, до них ще не доросли.

У статті «Стратегія управління персоналом» перераховані такі складові стратегій управління персоналом [2]:

1. Навчання персоналу техніці безпеки;
2. Форми і методи правового регулювання трудових відносин;
3. Способи вирішення виробничих конфліктів і особистих конфліктів;
4. Розробка кодексу корпоративної етики;
5. Заходи щодо нарощування персоналу та максимального його використання;
6. Вдосконалення системи мотивації персоналу;
7. Створення нових або вдосконалення вже існуючих заходів соціального розвитку організації;
8. Розробка нових форм оплати праці.

І наступні типи стратегій управління персоналом:

1. Підприємницька стратегія. Пошук співробітників, спрямованих на довгострокове співробітництво, які прагнуть до розвитку і не бояться відповідальності.
2. Стратегія динамічного росту. Пошук комунікабельних співробітників, здатних адаптуватися до змінливих умов.
3. Стратегія прибутковості. Сконцентруйтеся на кількості співробітників і строках, необхідних для виконання ними завдань.
4. Ліквідаційна стратегія. Пошук працівника на короткий термін.
5. Циклічна стратегія. Пошук співробітників, спрямованих на великі цілі і перспективи.

Вибір або розробка найбільш підходящої стратегії управління залежить від навичок менеджера з підбору персоналу. Завдання цього менеджера - знайти, відібрати та прийняти на роботу найбільш підходящих для цілей компанії співробітників, вміти знаходити економічні обгрунтування підвищення заробітної плати, застосовувати матеріальні стимули, аналізувати відповідність співробітника займаній ним посаді, допомагати їм підвищувати кваліфікацію та складати докладні посадові інструкції. Всі процеси управління включають в себе етап планування, етап аналізу і етап реалізації обраної стратегії, і стратегічне управління не є винятком.

При виборі або розробці відповідної стратегії слід дотримуватися такого правила: «В основі покращень систем і методів управління повинні бути людські ресурси, розглянуті в сукупності різних елементів системи управління персоналом».

Також варто враховувати такий аспект, як конкретний вид обслуговування. Якщо йдеться про співробітників служби миття вікон або прибирання басейнів, то тут достатньо простої ввічливості та охайності. У такому випадку навіть під час надання послуги може і не бути близького контакту з клієнтом. Але, якщо йдеться про працівників послуг, що більше контактують з клієнтом, наприклад, працівників ательє з індивідуального пошиття, косметичних процедур, то особисті якості грають більш важливу роль. Тут уже потрібна комунікабельність, стресостійкість, дружелюбність і вміння сприймати клієнта до себе.

В загальному, стратегії управління як у непродуктивних, так і в продуктивних сферах зараз спрямовані на розширення свободи дій персоналу. Але існує так званий «феномен МакДональдса». Ця компанія наймає малокваліфікованих працівників з високою продуктивністю, спираючись на свої детальні стандарти в галузі технологій, обладнання, чистоти та зберігання. Проте, як відомо, винятки з правил лише підтверджують правила. Процеси цієї компанії нагадують хід процесів на заводі, по суті, ця компанія є хорошим прикладом переходу до масового виробництва в сфері послуг.

Дослідження показали, що багато організацій приймають рішення щодо управління, не обговорюючи їх з персоналом і не враховуючи їхню думку. Також багато тих, хто пише про методи управління, говорять про управління працівниками, як про процес, відокремлений від самих працівників. Тим часом все більше компаній визнають, що якість особистого обслуговування відіграє велику роль у задоволенні клієнтів і є сильною конкурентною перевагою.

Зараз для керівників важливо поставити перед працівниками завдання саморозвитку та реалізації свого максимального потенціалу. Дуже часто причиною звільнення стає затягнутий режим стагнації на робочому місці – якщо працівник відчуває, що застряг на мертвій точці, не рухається нікуди по кар'єрній драбині, не навчається чомусь новому, нічого не змінюється, це стає причиною його відходу. Тому для керівника важливо не лише думати про те, що працівник приносить у компанію, але й намагатися надати йому щось поза фінансовою компенсацією. Наприклад, курси підвищення кваліфікації, майстер-класи для працівників, знижки на навчання. Також важливим фактором є гнучкість [5].

Важливо пам'ятати, що працівники - це люди з життями, родинами, проблемами та планами, тому гнучкий графік та розуміння до життєвих обставин можуть відігравати велику роль і значно підвищити вірність працівника компанії. У сфері послуг, де потрібна висока ступінь залучення клієнта та співробітника, при відборі та управлінні кадрами найважливішим фактором повинно бути ставлення працівника до споживачів. Керівник повинен створити атмосферу, сприяючу розвитку поваги до клієнтів та їхнім запитам. Люди мають емоційну та раціональну сторону, що важливо пам'ятати при роботі з клієнтами, оскільки клієнт, який потрапляє в доброзичливу, теплу атмосферу, буде більше задоволений наданою йому послугою. Висока кваліфікація та професійні знання працівника дадуть йому вміння правильно розповісти клієнту про надану йому послугу, показати, чому саме в цій компанії варто до неї звертатися, що саме там вони отримають найкращу якість.

Як приклад можна розглянути компанію SkyEng, яка є найбільшою онлайн-школою англійської мови в Європі. Успіх цієї компанії частково пояснюється наявністю докладних стандартів у сфері технологій, а також індивідуальним підходом до споживачів. Оскільки ринок послуг характеризується різкими коливаннями попиту, майже кожна компанія змушена розробляти свої власні програми навчання, оскільки більшість процесів надання послуг є унікальними. Компанія SkyEng проводить два тижні навчання працівника, а далі діяльність працівника супроводжує менеджер. Детально розглядається проведений урок, моделюються ситуації, при яких працівник повинен правильно реагувати. Також візьмемо на приклад компанію «Федерал Експрес» - понад 40 000 працівників компанії щороку проходять тестування, щоб визначити потребу в додатковому навчанні. Оскільки в більшості традиційних організацій система управління в багатому вимірі базується на взаємодії людей, одночасна перепідготовка всього колективу може сприяти підвищенню ефективності діяльності підприємства. Більш кваліфіковані працівники, часто піднімаючи і підтверджуючи рівень своїх знань, будуть завдяки своїй кваліфікації розвивати рівень компанії. Це підвищення знань також дає можливість особистого росту, дає людині відчуття просування в житті, особистого задоволення. Отримуючи такі можливості для розвитку та просування на роботі, людина відчуває себе важливою частиною робочого колективу, невід'ємною частиною загального пазлу, а не просто безіменним гвинтом в великій машині. Це мотивує великий особистий інтерес і ентузіазм до роботи. У фірмі «МакДональдс» існує «Університет гамбургерів», де навчаються працівники, у фірмі «Таргет сторз» існує пересувна команда навчання для підготовки нових продавців.

Часто працівники навчаються в процесі роботи, і, хоча навчання з зануренням у процес має свої переваги, є й негативні сторони. У таких ситуаціях працівник може виявитися занадто прив'язаним до правил і вимог компанії, а це, в свою чергу, може сповільнити його розвиток, якість його роботи і, відповідно, результативність компанії. Якщо у працівників є легкий доступ до спеціалізованих освітніх програм, які можуть допомогти підвищити їхню кваліфікацію - цю проблему можна уникнути [4].

Ефективність стратегії управління персоналом залежить від багатьох факторів, таких як індивідуальні та робочі якості керівництва, фінансування організації, метод підбору персоналу і багато інших. Ефективне управління впливає позитивно на всі, без винятку, аспекти діяльності компанії. Тому всім компаніям варто регулярно проводити переоцінку методів управління, оцінювати ефективність і продуктивність обраної стратегії, а також розробляти методи їх підвищення.

**РОЗДІЛ 3.**

**ТЕХНОЛОГІЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛІ «HILTON»**

3.1 Загальна характеристика готеля

Глобально відома готельна мережа «Hilton Hotels» охоплює 2800 готелів у 76 країнах світу, що робить її однією з найбільших у світі. Засновник мережі, Конрад Ніколсон Гілтон, ввів готельний бізнес у нову еру, визначивши стандарти якості та інновацій. Його концепція «п’ятизіркового готелю» стала символом розкоші, а введення таких послуг, як телевізори в усі номери та сервіси з прямого набору міжміських телефонних номерів, підвищили стандарти гостьового обслуговування.

Нині до «Hilton Hotels Corporation» належать численні бренди, серед яких «Conrad Hotels & Resorts», «DoubleTree by Hilton», «Embassy Suites Hotels», «Hampton Inn by Hilton», «Hilton», «Hilton Garden Inn», «Homewood Suites by Hilton», «The Waldorf Astoria Collection» і «Hilton Grand Vacations».

У Ізраїлі розташовані два представництва мережі: «Хілтон Тель-Авів», розташований біля пляжу у Тель-Авіві, та «Hilton Eilat цариця Шеві», що розташований в центрі Ейлата.

Готель «Hilton цариця Шеві» розташований прямо на березі Червоного моря і пропонує розкішні номери та сімейні сюїти. З архітектурного погляду це справжній шедевр, що відтворює античний стиль з вежами, арками та мозаїками. Готель має басейн, джакузі та фітнес-центр, а номери обладнані передовими технологіями. Багато номерів мають вид на море або гори. Також на території готелю знаходиться великий торговий центр [17].

Сервіси готелю включають автостоянку (за наявності місць), бездротовий інтернет (за додаткову плату) та доступність номерів для осіб з інвалідністю (за попереднім замовленням).

Готель «Hilton Eilat цариця Шеви» представляє собою видатний архітектурний шедевр з фасадом у класичному античному стилі, прикрашеним вежами, арками, колонами і мозаїками. Його зведено на честь біблійного палацу цариці Савської. Готель надає своїм гостям доступ до басейну та джакузі. Туристам також доступний фітнес-центр у клубі здоров'я, обладнаний за сучасними стандартами. Номери готелю оснащені передовими технологіями, у тому числі телефонами з можливістю другої лінії для розмов або підключення комп'ютера чи факсу. Ванні кімнати прикрашені античними мотивами. Деякі номери мають вид на Червоне море, інші - на лагуну і гори. Поблизу готелю знаходиться один з найбільших торгових центрів у місті.

У готелі пропонуються такі послуги:

1. Автостоянка (на основі вільних місць);
2. Підключення до бездротового Інтернету (за додаткову плату);
3. Номери для інвалідів (за попереднім замовленням). Звільнення номерів в суботу до 14:00.
4. Басейни;
5. SPA-центр;
6. Салон краси;
7. Магазини;
8. Прокат автомобілів;
9. Ресторани;
10. Фітнес-центр;
11. Дитячий клуб.

У номерах готелю наявні:

1. Фен;
2. Сейф;
3. Телебачення;
4. Телефон;
5. Міні-бар;
6. Кондиціонер;
7. Кавовий куточок.

Готелі «Hilton Hotels» мають автостоянку на основі вільних місць, обладнану системами відеоспостереження для забезпечення безпеки гостей. Номери готелів оформлені в сучасному європейському стилі та оснащені телевізорами, підключеними до систем кабельного та супутникового телебачення. У готелях зберігається стандарт якості послуг, незалежно від їх розміщення та кількості номерів. Збільшення кількості гостей може призвести до необхідності збільшення кількості персоналу та зміни в організації робочих процесів. Комфортабельність готелів «Hilton Hotels» відображається в асортименті та організації послуг, причому збільшення комфорту може вимагати збільшення кількості працівників на одного гостя та зміни технологій обслуговування.

У готелях «Hilton Hotels» основні технологічні процеси автоматизовані.

Обслуговуючі технологічні процеси пов'язані з впровадженням інформаційних технологій, збереженням та передачею інформації, забезпеченням безпеки та охорони підприємства, а також експлуатацією устаткування та приміщень, включаючи прибирання та чищення. Ці процеси виконуються транспортними та технічними службами. Розрізняють чотири види обслуговуючих технологічних процесів: інформаційні технології, технології бронювання та резервування, технології забезпечення безпеки та охорони, та технології прибирання та чищення [5].

Розробка технологічного стандарту є особливо важливою для обслуговуючих технологічних процесів, зокрема для процесів прибирання та чищення. Ці стандарти визначають види технологій прибирання, їхню санітарно-гігієнічну спрямованість, послідовність виконання технологічних операцій та тимчасові нормативи.

Прикладом таких нормативів можуть бути «Технологічні інструкції з прибирання номерів».

Чинні нормативи встановлюють вимоги до технологічної послідовності робіт з прибирання житлових приміщень готелю та їх обладнання. Вони забезпечують дотримання відповідного санітарно-гігієнічного стану приміщень та високу якість обслуговування гостей. Перед початком роботи, прибирач повинен перевірити заброньовані номери, які були прибрані напередодні, перевірити якість прибирання та роботу обладнання.

Прибирання починається зі звільнених після від'їзду гостей номерів. Після прибирання, номери готові для заселення передаються в службу прийому та розміщення. Здійснюється щоденне поточне прибирання зайнятих номерів, а також, за потреби, проміжне прибирання. Генеральне прибирання проводиться за планом один раз на 10 днів для звільнених після від'їзду гостя номерів. Встановлені номери можуть бути змінені в разі, якщо гість вказав на потребу в прибиранні або на непотребу.

Покращення якості обслуговування туристів становить складну задачу, що потребує комплексного підходу та ефективного використання різноманітних заходів, форм і методів впливу. Ця проблема розглядається з системної перспективи, враховуючи взаємодію організаційних, технічних, економічних, соціологічних і правових аспектів.

Якість обслуговування визначається сукупністю характеристик та корисності наданих послуг, що мають задовольняти потреби туристів настільки, наскільки це можливо [5]:

1. Забезпечення швидкого та ефективного розміщення туристів.
2. Призначення туристам номерів відповідно до їхніх попередніх вимог.
3. Забезпечення обслуговування на рівні, відповідному категорії готелю та класу номера.
4. Дотримання високих стандартів санітарії та гігієни у готелі.
5. Наявність кваліфікованого персоналу з відповідними знаннями, іноземною мовою та культурою спілкування.
6. Надання широкого спектру додаткових послуг для туристів та створення умов для розваг.

3.2 Особливості технології організації готельних послуг

Послуга означає цілеспрямовану діяльність у виробництві, реалізації та споживанні, яка характеризується тим, що всі ці процеси відбуваються в одному потоці.

Готель представляє собою найбільш розвинутий тип закладів колективного розміщення з закритою технологією виробництва та споживання готельних послуг. Успішне функціонування готелю ґрунтується на взаємодії різних просторових структур, що відповідають функціям виробництва та споживання готельних послуг. Основу цього утворює основний монопростір – житловий поверх, де відбувається основний процес споживання готельних послуг, тобто експлуатація номерів.

Технологія організації готельних послуг у готелях мережі Hilton включає в себе ряд особливостей, які спрямовані на забезпечення комфорту, безпеки та задоволення потреб клієнтів. Розглянемо детальніше деякі з них:

Автоматизація процесів: Готельні мережі, такі як Hilton, використовують високотехнологічне обладнання та програмне забезпечення для автоматизації багатьох процесів, таких як бронювання номерів, реєстрація гостей, видача ключів та інші адміністративні операції. Це допомагає зменшити час очікування для клієнтів та забезпечує більш ефективну роботу персоналу[14].

Системи безпеки: Готелі Hilton використовують сучасні системи безпеки, такі як відеоспостереження, електронні замки та системи контролю доступу, щоб забезпечити безпеку гостей та їх майна. Ці системи дозволяють уникнути несанкціонованого доступу до номерів та забезпечують швидку реакцію на будь-які потенційні загрози.

Комфорт та зручності: Готельні номери мережі Hilton обладнані всіма необхідними зручностями для комфортного перебування гостей. Це включає в себе високоякісні ліжка, сучасні ванні кімнати, кондиціонери, телевізори та інтернет-з'єднання. Крім того, деякі готелі Hilton пропонують додаткові послуги, такі як спа-центри, фітнес-зали та ресторани

Спеціальні послуги: Готелі мережі Hilton надають спеціальні послуги для різних категорій клієнтів, таких як туристи-інваліди. Це може включати в себе доступність інвалідних номерів з відповідним обладнанням та послуги для людей з обмеженими можливостями.

Культура обслуговування: Однією з ключових особливостей готельних послуг у готелях мережі Hilton є високий стандарт обслуговування. Готельний персонал надає гостинність та увагу до дрібниць, щоб зробити перебування гостей якомога приємнішим та комфортнішим.

Усі ці особливості дозволяють готелям мережі Hilton забезпечувати високий рівень обслуговування та задоволення потреб навіть найвимогливіших клієнтів.

Додатковими просторами є вестибюльна зона, що відповідає за прийом та розміщення гостей, і технічний поверх, який забезпечує підтримку основного простору та його технічний стан [5].

Основні технологічні цикли формують якість обслуговування, організацію праці та використання засобів для прибирання. Існують три види таких циклів – замкнутий, розімкнутий і цикл гостинності.

Допоміжні технологічні цикли забезпечують умови для роботи основних циклів, включаючи технічне обслуговування та контроль якості приміщень та обладнання.

Важливою складовою є систематичне проведення прибирання, яке здійснюється відповідно до встановлених стандартів та технологій. Це включає в себе регулярне прибирання приміщень, обслуговування білизни та створення умов для комфортного перебування гостей.

Готель призначений для тимчасового проживання та надання різноманітних послуг, що регулюються спеціальними нормами та ліцензіями.

У готелях мережі «Hilton Hotels» реалізується автоматизація багатьох функцій, таких як прогнозування завантаження, реєстрація гостей, контроль за оплатою та формування звітності.

Також, адміністратори готелів можуть виконувати ці функції.

1. розробка графіків харчування для організованих тургруп та індивідуальних гостей;
2. складання меню з урахуванням замовлень та періодичної зміни;
3. управління виробництвом та обслуговуванням;
4. облік індивідуальних замовлень;
5. здійснення розрахунків тощо.
6. аналіз стану готельного фонду;
7. планування ремонтів номерів;
8. оцінку технічного стану інженерних систем;
9. розробку графіків обслуговування і ремонту інженерних систем;
10. контроль санітарних норм.

Для надійної роботи готелів мережі «Hilton Hotels» важливо точно визначити потреби у всіх видів товарів, що може бути досягнуто завдяки системі інформації про наявність товарів на складі.

Використання міжнародних систем бронювання та резервування, таких як «Amadeus», є важливою складовою готельного бізнесу, оскільки вони надають широкий спектр послуг.

У готельній мережі «Hilton Hotels» приділяється особлива увага обслуговуванню туристів-інвалідів, забезпечуючи відповідне обладнання та номери для них.

Завантаження готелів залежить від різних факторів, включаючи фізичний стан закладу, попит на певний період, конкуренцію та місце розташування.

Ефективність готельного комплексу визначається економічними результатами та обсягом наданих послуг. Однак недолік системи показників ускладнює оцінку ефективності готельного бізнесу.

**ВИСНОВКИ**

Проведене дослідження дозволило розкрити низку важливих аспектів розвитку готельного бізнесу, зокрема, вплив технологічних інновацій на процес обслуговування в готелі Hilton.

Історія розвитку готельного бізнесу демонструє еволюцію від простих притулків для мандрівників до складних комплексів, які пропонують широкий спектр послуг. Сучасні тенденції в сфері гостинності включають зростання попиту на високоякісні персоналізовані послуги, інтеграцію новітніх технологій та підвищення стандартів екологічності та стійкості. Готельний бізнес стає все більш орієнтованим на задоволення індивідуальних потреб клієнтів, що вимагає постійного вдосконалення якості обслуговування та використання інноваційних рішень.

Готель Hilton активно впроваджує сучасні технологічні рішення для покращення якості обслуговування. Серед них варто виділити використання автоматизованих систем бронювання та управління номерами, інтеграцію мобільних додатків для спрощення процесу реєстрації та комунікації з гостями, а також впровадження інтелектуальних систем управління енергоспоживанням та безпекою. Ці інновації дозволяють зменшити час на обслуговування клієнтів, підвищити ефективність роботи персоналу та забезпечити високий рівень задоволення гостей.

Технологічні інновації мають значний вплив на якість обслуговування в готелі Hilton. Використання передових технологій дозволяє значно підвищити рівень комфорту та зручності для гостей. Наприклад, мобільні додатки надають можливість швидко та безпечно здійснювати бронювання, замовляти додаткові послуги та отримувати інформацію про готельні послуги. Інтелектуальні системи управління допомагають знижувати витрати на енергоспоживання та забезпечувати безпеку, що також позитивно впливає на загальне враження від перебування в готелі. Крім того, автоматизація багатьох процесів дозволяє персоналу більше часу приділяти індивідуальним потребам гостей, що підвищує рівень їхнього задоволення.

В підсумку, дослідження показало, що готель Hilton успішно впроваджує інноваційні технології для оптимізації процесів обслуговування, що позитивно впливає на якість наданих послуг та задоволення потреб гостей. Аналіз історії розвитку готельного бізнесу, основних тенденцій та конкретних технологічних рішень, використовуваних в Hilton, дозволив виявити ключові фактори успіху в цій галузі та підкреслити важливість постійного вдосконалення та адаптації до нових вимог ринку.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Абрамов В.В. Організація туризму: конспект лекцій. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 123 с.
2. Архипова Л. М. Гранична місткість та сталий розвиток рекреаційної зони«Буковель». Науково-технічний журнал. 2014. No 2 (10). С. 93–100.
3. Бойко М. Г., Гопкало Л. М. Організація готельного господарства: підручник.К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2006. 448 с.
4. Будя О. П., Вертелєва О. В. Інноваційні напрямки розвиткумаркетингувсфері туризму і гостинності. Зовнішня торгівля: право та економіка. 2018.№ 12. С. 213
5. Бурак Т.В. Готельні мережі: еволюція та становлення. *Бізнес-інформ*, 2019. С. 179-183.
6. Герасименко В.Г. Ринки готельних послуг: стан та тенденції розвитку: монографія. Одеса: Астропринт, 2019. 335 с.
7. Готельний бізнес в Україні зазнав серйозних збитків через пандемію – готельєри. URL: <http://surl.li/gpfzw>.
8. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навч. посібник. Харків: ХНАМГ, 2022. 468 с.
9. Денисенко М.П. Сучасний стан розвитку туристичної сфери у контексті управління готельним бізнесом. *Вчені записки Університету «КРОК»*, 2020. № 3 (59). С. 105-110.
10. Дишкантюк О.В. Формування інфраструктурного забезпечення сфери гостинності: навч. посіб. Київ, 2016. 25 с.
11. Дорогунцов С.І. Управління сучасним готельним комплексом : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2021. 520 с.
12. Єрмаченко В.Є., Зима О.Г., Дехтяр Н.А., Алдошина М.В. Розвиток готельних комплексів: навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 321 с.
13. Кизима М.О., Єрмаченка В.Є. Готельні особливості та перспективи розвитку : монографія. Хмельницький: ІНЖЕК, 2022. 471 с.
14. Кифяк В.Ф. Організація туризму та готельно-ресторанної справи: підручник. Чернівці: Книги-XXI, 2018. 344 с.
15. Козинець В.М. Безпека життєдіяльності у сфері туризму : навч. посіб. Киїів : Кондор. 2017. 333 с.
16. Круль Г.Я. Основи готельної справи: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 368 с.
17. Левицька І.В., Корж Н.В., Онищук Н.В. Готельна справа: навчальний посібник. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2017. 580 с.
18. Левковська Л., Чабан Р., Мунін Г. Стан і перспективи розвиткутуризмутаготельного бізнесу в Україні. Економіка України. 2013. №12. С. 342.
19. Липчук В.В. Дослідження якості обслуговування споживачів готельних послуг. *Вісник КНЕУ*. Київ, 2016. С. 51-58 с.
20. Мазур B.В. Індустрія гостинності ‒ ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. *Журнал європейської економіки*. Тернопіль, 2018. 27 с.
21. Мазур Ф. Ф. Соціально-економічні умови розвитку рекреаційної індустрії(на прикладі Карпатського регіону): навч. посіб. К.: Центручбовоїлітератури, 2005. 96 с.
22. Макогон Ю. В., Пилипенко В. В. Основи наукових дослідженьвекономіці:Навч. посібник. Донецьк: Альфа-прес, 2007. С. 7-23.
23. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 472 с.
24. Матвієнко А.Т., Цись В.Г. Технологія та організація готельної діяльності : навч. посібник. Київ: Кондор, 2015. 120 с.
25. Матвійчук Л. Ю. Аналіз раціонального використання туристичнихресурсівУкраїни. Вісник національного університету водного господарстватаприродокористування. Сер.: Економіка. 2011. Вип. 2(54). С. 145-150.
26. Матвійчук Л. Ю. Інституційні аспекти раціонального використаннятуристичних ресурсів. Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ : зб. наук. праць. 2012. Вип.2. URL:Доступний з http://tourlib.net/statti\_ukr/matvijchuk4.htm.
27. Матеріали міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (9–10грудня 2010 року, Україна, м. Тернопіль). URL:www.URL:http://conftiapv.at.ua/\_ld/0/11\_Zbirnyk\_tez\_ico.pdf.9.
28. Мунасипова-Мотяш І. А. Особливості екологічної компетентностітаекологічних установок студентів різних спеціальностей. URL:http://www.appsychology.org.ua/ data/jrn/v7/i42/17.pdf.
29. Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2018. 156 с.
30. Мунін Г.Б., Змійов А.О., Зінов’єв Г.О., Самарцев Є.В., Гаца О.О., Максимець К.П., Роглєв Х.А. Управління сучасним готельним комплексом: навчальний посібник. Київ: Ліра-К, 2021. 520 с.
31. Намагаються вижити. РБК-Україна. [URL:https://www.rbc.ua/ukr/travel/pytayutsya-vyzhit-oteli-ukraine-zapolneny- 1657631247.html](URL:https://www.rbc.ua/ukr/travel/pytayutsya-vyzhit-oteli-ukraine-zapolneny-%201657631247.html)
32. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 348 с.
33. Охріменко А. С. Особливості функціювання рекреаційногокомплексувумовах сталого розвитку. Регіональна економіка. 2012. No 7. С. 15-32.
34. Папп В.В. Роль готельного господарства у розвитку туризму. Н*ауковий вісник Ужгородського університету*. *Серія «Економіка».* Ужгород, 2015. С. 207-212.
35. Писаревський С.О., Погасій М.М. Організація роботи готельних підприємств: підручник. Харків: ХНАМГ, 2018. 97 с.
36. Поплавський М.М., Гац О.О. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу : навч. посіб. Київ : Кондор, 2018. 460 с.
37. Роглєв Х.А. Основи готельного менеджменту: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2017. 408 с.
38. Роглєв Х.Й. Основи готельного менеджменту : навч. посіб. Київ : Кондор, 2017. 408 с
39. Роїна О.М. Туристична діяльність в Україні : Нормативно-правове регулювання. Київ : КНТ, 2016. 464 с.
40. Система класифікації готелів. URL: <https://buklib.net/books/32513/>.
41. Скибінський С.В., Іванова Л.О., Моргун О.Ф. Маркетинг готельних послуг: навч. посіб. Львів, 2020. 246 с.
42. Сокол Т.Г. Організація готельної діяльності в Україні: навчальний посібник. Київ, 2002. 256 с.
43. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах: підручник для вищих навчальних закладів. Київ: «Альтепрес», 2019. 446 с.
44. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах : підручник для вищих навчальних закладів. Київ : «Альтепрес», 2019. 446 с.
45. Спеціальні пропозиції готельної мережі «Hilton Hotels & Resorts». URL: <http://surl.li/gudni>.
46. Стрижак О.О., Алдошина М.В. Проектування бізнес-процесів готельного підприємства: навч. посіб. Дніпро, 2019. С. 170-175.
47. Сущенко О.А. Теоретико-методологічні засади управління готельно-ресторанною діяльністю підприємств. Методологія та практика сталого розвитку туризму: монографія. Полтава: ПолтНТУ ім. Ю. Кондратюка, 2018. С. 108-118.
48. Трофименко Л.С., Гац О.О. Франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі : навч. посіб. Київ : Кондор, 2018. 370 с.
49. Федорченко В.К. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг: навч. посіб. Київ, 2019. 8 с.
50. Федорченко В.К. Уніфіковані технології готельних послуг : навч. посіб. Київ : Вища школа, 2021. 237 с.
51. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні : навч. посіб. Київ : Вища шк., 2022. 296 с.
52. Федорченко В.К., Пазенок В.С., Кручек О.А., Дьорова Т.А. Готелі: концептуальні засади готельного господарства: монографія. Київ: ВЦ «Академія», 2017. 368 с.
53. Цьохла С.Ю. Економічні основи курортної індустрії й перспективи розвитку. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського. Серія: Економіка.* 2018. Т. 21 (60). № 1. С. 286-294.
54. Чорненька Н.В. Організація готельної індустрії: навч. посіб. Кременчуг: Атіка, 20016. 264 с.
55. Шевчук Ю.А., Бірюкова Ю.А. Механізм впровадження міжнародного досвіду управління готельним бізнесом. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством.* Полтава, Полтавська державна аграрна академія, 2021. Частина 1. С. 34-35.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**ДОДАТКИ**

**бакалавра**

На тему: «**Технологія та організація обслуговування в готелі «Hilton»**»

«Technology and organization of service at the "Hilton" hotel»

Виконав: студент 4 курсу, групи 6.2410

Спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Освітньої програми «Готельно-ресторанна справа»

Гринь Максим Анатолійович

Керівник: Криволапов Е.А.

Рецензент: Люта Д. А.

Запоріжжя – 2024

Додатко А

Готель «Hilton»



**Додаток Б**

**Стратегічні ідеї готелю**



**Додаток В**

**SWOT-аналіз**

