**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**магістра**

На тему: «Формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії»

The Effective Management System Formation Of The Customer Service Quality At Hotel Industry Bussinesses

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.2429-з

Спеціальність 242 Туризм

Освітньої програми «Туризмознавство»

Слюсаренко М.С.

Керівник: д.п.н., професор Безкоровайна Л.В.

Рецензент: к.н.ф.в.с., доцент Соколова О.В.

Запоріжжя – 2020

**«ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

**МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Спеціальність 242 Туризм

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

**Завідувач кафедри туризму**

**та готельно-ресторанної справи**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н. В. Маковецька

(підпис)

«\_\_» вересня 2020 року

**ЗАВДАННЯ**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Слюсаренко Максима Сергійовича\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

(прізвище, ім’я, по-батькові)

1.Тема роботи (проєкту) «Формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії», керівник роботи Безкоровайна Лариса Вікторівна, затверджена наказом ЗНУ від 30 червня 2020 року №925-С.

2. Строк подання студентом роботи 1 грудня 2020 року..

3. Вихідні дані до проєкту (роботи): міжнародні конвенції з туризму; нормативно-правові положення, акти, закони України; Стратегія розвитку Запорізької області на період до 2022 року; наукові статті й публікації вітчизняних та закордонних фахівців з проблеми дослідження; показники діяльності готельних підприємств Запорізької області.

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

1. науково обґрунтувати питання формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії;
2. проаналізувати особливості формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів у практичній діяльності готельних підприємств, з’ясувати проблеми та шляхи їх вирішення (на прикладі Запорізького регіону);
3. розробити методику підвищення якості обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень): 3 рисунки, 75 літературних джерел, 2 додатки.

6. Консультанти роботи (проєкту)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Консультант | Підпис, дата | |
|  |  | Завдання видав | Завдання прийняв |
| Розділ 1 | Безкоровайна Л.В. | 01.09.2020 р.. | 01.09.2020 р. |
| Розділ 2 | Безкоровайна Л.В. | 01.10.2020 р. | 01.10.2020 р. |
| Розділ 3 | Безкоровайна Л.В. | 01.11.2020 р. | 01.11.2020 р. |

7. Дата видачі завдання 2 вересня 2020 року.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів дипломного проєкту (роботи) | Строк виконання етапів проєкту (роботи) | Примітка |
| 1. | Вступ. Вивчення проблеми, опрацювання джерел та публікацій. | Вересень 2020 р. | *виконано* |
| 2. | Написання першого розділу | Вересень 2020 | *виконано* |
| 3. | Написання другого розділу | Жовтень 2020 р. | *виконано* |
| 4. | Написання третього розділу | Листопад 2020 р. | *виконано* |
| 5. | Написання висновків, комп’ютерний набір роботи | Грудень 2020 р. | *виконано* |
| 6. | Попередній захист дипломної роботи на кафедрі | Листопад 2020 р. | *виконано* |

**Студент**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_М.С. Слюсаренко

(підпис)

**Керівник роботи (проєкту)**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Л.В. Безкоровайна

(підпис)

**Нормоконтроль пройдено**

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

(підпис)

**РЕФЕРАТ**

Кваліфікаційна робота – 56 сторінок, 3 рисунки, 75 літературних джерел, 2 додатки.

Мета роботи полягає у вивченні особливостей формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії.

Об’єкт – процес управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії (на прикладі Запорізького регіону).

Предмет – дослідження специфіки формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів в готельних підприємствах.

Методи дослідження: теоретичні: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення – для наукового обґрунтування системи управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії; систематизація та моделювання – для визначення ефективної методики управління досліджуваною якістю; емпіричні: анкетування – для з’ясування стану досліджуваної проблеми; математичної статистики: для опрацювання отриманих експериментальних даних.

Практичне значення: розроблено та запропоновано методику підвищення якості обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії, впровадження якої в практичну діяльність туристичних підприємств країни, передбачає сформованість ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів задля підвищення їх інтересу в отриманні готельних послуг, зацікавленості у відвідуванні нашого міста, розвитку в’їзного та внутрішнього туризму в Запорізькому регіоні та в Україні взагалі. Основні положення роботи доповідались та обговаривались на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Запорізького національного університету (листопад, 2020 р.). Результати можливо використовувати під час досліджень особливостей системи управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії України, а також застосовувати в практичній діяльності готелів.

ТУРИЗМ, ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ, ТУРИСТИЧНІ ПОСЛУГИ, ГОТЕЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА, ЯКІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ, УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

**ABSTRACT**

Qualification work – 56 pages, 3 drawings, 75 literature, 2 applications.

The purpose of the work is to study the features of the formation of an effective quality management system for customer service in the hotel industry.

The object is the process of quality management of customer service at the enterprises of the hotel industry (on the example of the Zaporozhye region).

Subject - study of the specifics of the formation of an effective quality management system for customer service in hotel enterprises.

Research methods: theoretical: analysis, synthesis, comparison, generalization - for scientific substantiation of the customer service quality management system at the enterprises of the hotel industry; systematization and modeling - to determine an effective method of managing the studied quality; empirical: questionnaires - to find out the state of the research problem; mathematical statistics: to process the obtained experimental data.

Practical significance: developed and proposed a method of improving the quality of customer service in the hotel industry, the introduction of which in the practice of tourism enterprises of the country, provides for the formation of an effective quality management system to increase their interest in hotel services, interest in visiting our city. and domestic tourism in the Zaporozhye region and in Ukraine in general. The main provisions of the work were reported and discussed at a meeting of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Affairs of Zaporizhia National University (November, 2020). The results can be used in research of the features of the customer service quality management system at the enterprises of the hotel industry of Ukraine, as well as applied in the practice of hotels.

TOURISM, TOURISM INDUSTRY, TOURIST SERVICES, HOTEL ENTERPRISES, QUALITY OF SERVICE, QUALITY MANAGEMENT OF TOURIST SERVICES

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ ТА ТЕРМІНІВ**

Р. – рік;

Ст. – століття;

Т.і.– та інші;

Грн. – гривня;

%– відсоток;

Хв.– хвилина;

С–село;

Км– кілометр;

°С – градус по Цельсію;

М – метр;

Га – гектар;

Год. – година.

**ЗМІСТ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Реферат………………..…………………………………………………......... | | | 4 |
| Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень та термінів | | | 6 |
| Вступ……………………………………………………………..................... | | | 8 |
| Розділ 1. | | Наукове обґрунтування формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії …..…………………………………………... | 10 |
|  | 1.1 | Підприємства гостинності в структурі туристичного ринку…. | 10 |
|  | 1.2 | Специфіка надання послуг на підприємствах готельної індустрії…………………………………………………………... | 16 |
| Розділ 2. | | Завдання, методи та організація дослідження……….………… | 27 |
|  | 2.1 | Мета, завдання та методи дослідження...……………………… | 27 |
|  | 2.2 | Організація дослідження……………………………………....... | 30 |
| Розділ 3 | | Результати дослідження…………………………………………. | 33 |
| 3.1 | | Особливості формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів у практичній діяльності готельних підприємств, з’ясування проблем та шляхів їх вирішення (на прикладі Запорізького регіону)…………………………………………………………… | 33 |
| 3.2 | | Розроблення методики підвищення якості обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії………………… | 37 |
| Висновки…………………………………………………..………………..... | | | 42 |
| Перелік посилань ……………………………………………….................... | | | 44 |
| Додатки …………………………………………………………………..…… | | | 55 |

**ВСТУП**

Актуальність роботи зумовлена тим, що на сьогодні туризм є однією з найпоширених, провідних й найефективніших форм господарської діяльності будь-якої країни світу. Туризм динамічно змінюється й зростає, поширюються його нові види діяльності, нові місця призначення, нові технології, нові туристичні ринки. Велика кількість туристів подорожують світом, для них розробляються різноманітні туристичні пакети, круїзи, індивідуальні маршрути. Все це генерує туристичну діяльність, змінює суспільне життя, впливає на економіку та соціальний розвиток будь-якої країни. Оскільки індустрія туризму є глобальним бізнесом, що продовжує нарощуватися, в суспільстві увага має приділятися проблемам навколишнього середовища, культурним та економічним питанням, створенню привабливих для туристів краєвидів та рекреаційних об’єктів. Задоволення зростання туристичної галузі за рахунок добре спланованого, екологічно безпечного розвитку є складним завданням для планування всього світу, незалежно від того, це Індонезія, Непал, США, Австралія, Таїланд або Франція [17].

Тож, актуальним питанням світової сучасності є дослідження предмету туризму, визначення його теоретико-методологічних основ, наукового обґрунтування, висвітлення нагальних проблем організації туристичної діяльності, прогнозування перспектив сталого розвитку туризму, створення основ для вирішення складних питань цієї галузі, оскільки вона працює в умовах все більш технологічного, інформаційного й глобалізованого світу [17].

Слід підкреслити, що туризм є мультидисциплінарним, багатофакторним явищем, що повʼязує такі поняття, як: інфраструктура, гостинність, управління, пересування, якість туристичного продукту, охорона навколишнього середовища, підготовка професійних кадрів, транспорт, служба безпеки туристів тощо [17].

Отже, з огляду на зазначене, вимоги до якості надання туристичних послуг сфери гостинності, зростають. Згідно з цим, дослідження формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії вбачається нами важливим і доцільним питанням на сьогодні, що й зумовило вибір теми роботи.

Об’єкт – процес управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії (на прикладі Запорізького регіону).

Предмет – дослідження специфіки формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів в готельних підприємствах.

**РОЗДІЛ 1**

**НАУКОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ**

1.1 Підприємства гостинності в структурі туристичного ринку

На сьогодні сталий розвиток туризму є актуальним питанням світової спільноти (Резолюція 70-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН ((2015)) [69]. Нагадаємо, що основу термінологічних розділів нормативно-правових актів, міжнародних конвенцій, законів та угод різного рівня в різних країнах світу щодо формулювання поняття «туризм» складають визначення, надані ЮНВТО. Щодо Міжнародних договорів у галузі туризму, що пропонують класифікувати на: багатосторонні міжнародні договори у сфері туризму і подорожей (наприклад, Шенгенські угоди Європейського союзу «Про єдиний візовий і туристичний простір») та двосторонні договори в туризмі, зауважимо, що Манільська декларація зі світового туризму, що прийнята всесвітньою конференцією з туризму (Філіппіни, 1980 р.), визначила туризм як діяльність, що має важливе значення в житті народів завдяки безпосередньому впливу на соціальну, культурну, освітню й економічну сфери життя держав і міжнародних відносин. Необхідно підкреслити також, що в резолюції особливо підкреслюється наполеглива необхідність включення національного і міжнародного туризму в програми навчання для всіх вікових груп населення, підкреслюючи таким чином нові принципи й концепції туризму [17].

Зміст Гаазької декларації з туризму, прийнятої Міжпарламентською конференцією з туризму (Нідерланди, 1989 р.) зводиться до закріплення 10 основних принципів, яких необхідно дотримуватися всім учасникам взаємовідносин у галузі туризму. Кожен принцип має засадничу тезу і рекомендації щодо його реалізації. Тож, розглянемо їх сутність:

* *перший* − містить визначення туризму, під яким розуміються не тільки всі вільні переміщення людей, а й сфера послуг, створена для задоволення потреб, які виникають у результаті цих переміщень; відзначається значення туризму для життя людини і суспільства;
* *другий* − присвячений соціально-економічній складовій, а саме: туризм розглядається як ефективний засіб сприяння соціально-економічного зростання всіх країн; умовою цього є прийнятний рівень самозабезпечення туристичної сфери, за якого країна не повинна витрачати більше ніж вона сподівається отримати від туризму;
* *третій принцип* підкреслює необхідність охорони навколишнього природного середовища та інших туристичних ресурсів;
* у *четвертому* − міститься визначення іноземного туриста;
* *п’ятий* *принцип* наголошує на можливості розумного обмеження прав людини на відпочинок і вільний час тільки у випадках, передбачених законом;
* *шостий* − присвячений питанням спрощення туристичних формальностей;
* *сьомий і восьмий принципи* окреслюють взаємопов’язані проблеми безпеки в туризмі та загрози тероризму;
* *дев’ятий принцип* − визначає, що якість туристичних послуг залежить від рівня освіти не тільки фахівців у сфері туризму, а й суспільства в цілому;
* *десятий* *принцип* висловлює основні складові взаємодії між туризмом і владою, що визначаються проведенням адекватної національної політики і міжнародного співробітництва [17; 25].

В Глобальному етичному кодексі туризму, прийнятому в м. Сантьяго (Чилі, 1999 р.) на 13 сесії Генеральної асамблеї ЮНВТО, зазначається, що варто заохочувати введення в освітні програми курс щодо цінності туристичних обмінів, їх економічної, соціальної і культурної вигоди, а також пов’язаних з ними рисків [17; 25]. У 2001 р. на чотирнадцятій сесії Генеральної Асамблеї ВТО в м. Сеулі було прийнято декларацію «Мир і туризм» та в м. Осака – «Декларацію Тисячоліття». Ці документи підтвердили гасла Асамблеї: «До нового туризму − мир, стабільність і технологія» та «Туризм − інструмент миру і діалогу між цивілізаціями» і лідери туризму з державного а приватного секторів зі всього світу зауважили на необхідності стимулювати і підтримувати освіту й професійну підготовку в галузі інформаційних технологій та електронного бізнесу для туристичних підприємств [17; 25]. Отже, така думка безперечно підтверджує важливість, доцільність й актуальність вивчення проблеми якості надання послуг в сфері гостинності.

Стосовно вітчизняних нормативних документів, спрямованих на підтримку розвинення туристичної галузі, в Державній цільовій програмі розвитку туризму та курортів до 2022 року (№ 638-р від 01.08.2013 р.) визначалось, що за даними Всесвітньої туристичної організації, щороку у світі здійснюється близько 1 млрд. подорожей, понад 52 відсотки з яких у межах країн Європи. В країнах ЄС туризм сприяє підвищенню сукупного валового внутрішнього продукту на 8 відсотків, економічному зростанню на 11 відсотків, а кількість робочих місць в туристичній індустрії становить близько 12 відсотків загальної чисельності. Україна займає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості цінними природними та культурними ресурсами [17].

Також, в окресленій програмі було обумовлено, що підвищення рівня конкуренції на міжнародному туристичному ринку за перерозподіл туристичних потоків зумовлює необхідність здійснення заходів для посилення ролі органів виконавчої влади у формуванні та просуванні національного туристичного продукту. В багатьох державах світу активно розробляються та виконуються відповідні державні програми, вдосконалюється нормативно-правове забезпечення та впроваджується податковий режим, сприятливий для розвитку сфери туризму та курортів, залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури [17].

За таких умов національний туристичний продукт стає все менш привабливим та конкурентоспроможним [17].

З огляду на це, в документі наголошується, що необхідно підвищити рівень конкурентоспроможності вітчизняної туристичної індустрії на міжнародному туристичному ринку, забезпечення якості національного туристичного продукту. Зокрема, особливої уваги потребує вирішення питання належного пристосування природних територій, об’єктів культурної спадщини для відвідування туристами, забезпечення їх відповідного інфраструктурного облаштування та інформаційного забезпечення. Подолання наявних негативних тенденцій, створення системних і комплексних умов для розвитку туризму та курортів має стати одним з пріоритетів забезпечення сталого розвитку держави в цілому та підвищення якості життя населення. Проте, на жаль, слід констатувати, що заплановані завдання реалізовано не було, а виконання цієї програми було припинено на підставі Постанови Кабінету Міністрів України (№ 71 від 05.03.2014 р.) «Деякі питання оптимізації державних цільових програм і національних проектів, економії бюджетних коштів та визнання такими, що втратили чинність, деяких актів Кабінету Міністрів України» [17].

Отже, з огляду на зазначене, слід наголосити, що механізми вітчизняного державного регулювання й управління питаннями розвинення індустрії туризму мають бути розроблені більш чітко, ґрунтовно й досконало, відповідно до історичних, культурних, нормативно-правових, регіональних особливостей України, з урахуванням досвіду країн з розвинутою туристичної галуззю, а також з перспективою та запорукою виконання запланованого [17].

Таким чином, підсумовуючи все наведене, зазначимо, що на сьогодні туризм є мультидисциплінарним, багатофакторним явищем, що повʼязує такі поняття, як: інфраструктура, гостинність, управління, пересування, якість туристичного продукту, охорона навколишнього середовища, підготовка професійних кадрів, транспорт, служба безпеки туристів [17].

Актуальною проблемою світової сучасності є дослідження предмету туризму, визначення його теоретико-методологічних основ, наукового обґрунтування, висвітлення нагальних проблем організації туристичної діяльності, прогнозування перспектив сталого розвитку туризму, створення основ для вирішення складних питань цієї галузі, оскільки вона працює в умовах усе більш інформаційного, технологічного, глобалізованого всесвіту [17].

Як підтверджує теоретичне підгрунтя, на основі аналізу міжнародних договорів із туризму встановлено, що:

* в Манільській декларації визначається, що туризм – це діяльність, яка має важливе значення в житті народів завдяки безпосередньому впливу на соціальну, культурну, освітню й економічну сфери життя держав і міжнародних відносин; підкреслюється на необхідності включення національного і міжнародного туризму до програм навчання для всіх вікових груп населення, підкреслюючи таким чином нові принципи і концепції туризму;
* серед принципів Гаазької декларації з туризму наголошується, що: якість туристичних послуг залежить від рівня освіти не тільки фахівців у сфері туризму, а й суспільства в цілому; основні складові взаємодії між туризмом і владою визначаються проведенням адекватної національної політики і міжнародного співробітництва;
* в Сеульській декларації «Мир і туризм» та Осакській «Декларації Тисячоліття» підтверджено такі гасла, як: «До нового туризму − мир, стабільність і технологія» та «Туризм − інструмент миру і діалогу між цивілізаціями», визнано, що знайомство з різними культурами і традиціями за допомогою туризму є важливим чинником забезпечення миру й міжнародного взаєморозуміння, а також, що необхідно стимулювати і підтримувати освіту й професійну підготовку в галузі інформаційних технологій та електронного бізнесу для туристичних підприємств [17].

З’ясовано, що потреби сфери туризму в нових світових умовах значною мірою зосереджені на необхідності адекватного кадрового забезпечення всіх напрямів розвитку, видів і форм туризму. Основне протиріччя вбачається, по-перше, в особливому багатопрофільному характері туристичної діяльності, що, звичайно, потребує фахівців різних професій, спеціальностей, кваліфікацій, а по-друге, ‒ в принципово нових технологіях підвищення якості розробки та надання туристичних послуг; аналізу, планування, організації й прогнозування розвитку туризму; обслуговування та мотивації туристів, що, потребує від системи освіти нових технологій підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства до професійної діяльності [17].

Визначено також, що класифікувати поняття стосовно професійної туристичної освіти необхідно у міцному зв’язку з предметними, комунікативними та рефлексивними аспектами туристичної діяльності. Застосування діяльнісного принципу щодо генезису цих понять надає можливість вбачати, що вони виникають, функціонують і вдосконалюються в ході туристичної діяльності людей [17].

Посилаючись на формулювання, наведене в Глобальному етичному кодексі туризму [25], поділяючи думки науковців Р.Макінтоша, Ч.Голднера, Б.Рітчі [68], поняття *«туризм»* розглядається як комплексна система, що охоплює процеси, зв’язки, взаємовідносини, які виникають під час подорожі, та поліфункціональну діяльність з надання послуг, призначених для задоволення потреб подорожуючих [17].

Отже, з огляду на наведене вище, підкреслимо, що сфера гостинності займає чинне місце в індустрії туризму. Слід зазначити також, що від якісного надання готельних послуг залежить сталий розвиток готельної індустрії зокрема та туристичної галузі взагалі.

1.2 Специфіка надання послуг на підприємствах готельної індустрії

Україна має великий потенціал для розвитку туризму в усіх напрямках: гастро-, еко-, зимовий, морський, культурний туризм, MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events). Роль туризму в загальному стані і тенденціях світової економіки, підвищенні рівня зайнятості, диверсифікації, інноваційності національної економіки, збереженні і розвитку культурного потенціалу, екологічно безпечного навколишнього природного середовища, гармонізації взаємовідносин між країнами і народами, реалізації зовнішньої політики держави, визнано на державному рівні, що підтверджено нормативними документами (Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 (2017) [57], Концепція популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі (2018)) [56] та ін. [10].

Згідно досліджень (World Travel & Tourism Council, Economic Impact Tourism in Ukraine (2018), у 2017 Україна отримала 43,7 млрд. грн. від експорту відвідувачів, очікується, що до 2028 кількість іноземних туристів досягне 21413000, що забезпечить отримання 74,7 млрд. грн., що є ключовим компонентом прямого внеску до світового ВВП.

Це посилює необхідність регулювання інтенсивності туристичних потоків та нормування антропогенного навантаження на навколишнє середовище. Згідно досліджень, причинами, що заважають здійснити стратегії, спрямовані на сприяння зростанню зеленої економіки як запоруки сталого розвитку туризму (Всеукраїнська екологічна громадська організація (ВЕГО) МАМА-86, програма Екологізація економік країн Східного партнерства Європейського Союзу (EaP GREEN) (2014-2017)) та ін., визнано відсутність необхідних показників, які би сприяли підвищенню обізнаності, оцінці прогресу, виявленню потенційних можливостей, ризиків [10]

Туризм сьогодні є невід’ємним компонентом економічного потенціалу у світі та сприяє позитивним змінам у соціально-економічному житті. Все частіше ширші верстви населення залучаються до туристичного руху, перетворюючи тим самим туризм у масове явище. В умовах глобалізації у туризмі Україна повинна зробити туристичну індустрію однією з пріоритетних галузей економіки. Керівництво Державної туристичної адміністрації України бачить майбутнє галузі в розвитку транспортних коридорів і туристичної інфраструктури та в контролі за якістю туристичних послуг. Проте інтеграційний процес на відповідних напрямах полягає у впровадженні європейських норм і стандартів в освіті, туризмі, поширенні власних культурних і науково-технічних здобутків у ЄС. Ми погоджуємося з думкою автора, який вважає, що в результаті інтеграційний процес спрацьовуватиме на підвищення в Україні європейської культурної ідентичності та інтеграцію до загальноєвропейського інтелектуально-освітнього та науково-технічного середовища [41].

На основі теоретичного аналізу встановлено, що туристична сфера є важливим сегментом розвитку національної культури та економіки, однією з найдинамічніших її сфер. Із покращенням добробуту населення зростає попит на туристичний продукт, який приводить до збільшення кількості туристичних пропозицій. Розвиток туризму пов’язаний не тільки з діяльністю туристичних підприємств, але із функціонування суб’єктів господарювання, що надають основні та додаткові послуги. Імідж України як туристичної держави залежить від якості туристичної інфраструктури, насамперед від забезпеченості туристів засобами розміщення, санаторно-курортними та оздоровчими закладами, відповідністю якості наданих послуг вимогам міжнародних стандартів [41].

Як підтверджує теоретичне підґрунтя (А. Шот), Україна, обравши своїм стратегічним курсом інтеграцію до структур Європейського Союзу, прискорено розпочала реформування різних сфер соціально-політичного й економічного життя країни, зокрема сфери послуг туризму, трансформуючи її до стандартів ЄС. Для розвитку туризму в Україні насамперед необхідна державна підтримка галузі та конкурентне середовище, які забезпечать якість наданих послуг та сприятимуть соціально-економічному розвитку територій. Враховуючи досвід розвитку туризму європейських країн, в Україні необхідно: відновлювати та підтримувати у привабливому вигляді історико-культурні пам’ятки; розвивати туристичну інфраструктуру; стимулювати розвиток суміжних з туризмом галузей економіки; проводити рекламу туристичних місць; підвищувати якість сервісу; органам влади надавати всіляку підтримку туристичній галузі та ін. [41].

Зазначимо, що національна туристична галузь тривалий час розвивалася без суттєвої державної підтримки, що призвело до виживання переважно комерційних форм і видів туризму, й у першу чергу виїзного, та практичного зникнення соціального туризму (насамперед, дитячого й молодіжного), конкурентоспроможність якого є суттєво обмеженою [41].

На сьогодні у відповідь на світові тенденції щодо сталого розвитку туризму розроблено Концепцію популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі, метою якої є: популяризація України у світових інформаційних ресурсах та національних інформаційних ресурсах іноземних держав, формування позитивного іміджу України шляхом висвітлення об’єктивної інформації про конкурентні переваги, сильні сторони, вагомі досягнення нашої держави на світовій арені, широкі перспективи співпраці міжнародної спільноти з Україною; підвищення туристичної та інвестиційної привабливості України [41; 56].

Як зазначається в цьому ж документі, проблема може бути розв’язана шляхом створення системних і комплексних умов для формування позитивного туристичного іміджу. Виконання зазначеного надає можливість забезпечити інтеграцію до світового інформаційного простору та утвердження іміджу України як надійного бізнес-партнера, держави, що має багату історію, культуру, значний виробничий, експортний, туристичний та інвестиційний потенціал [41; 56].

Cлід наголосити, що в Законі України «Про туризм» основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму, визначено: забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, створення нових робочих місць; розвиток в’їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму; розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку [41; 58].

Відповідно до Концепції розвитку санаторно-курортної галузі, стратегічною метою державної політики в сфері діяльності курортів є створення умов для поліпшення стану здоров’я, продовження тривалості життя та періоду активного довголіття населення, упровадження здорового способу життя шляхом формування та розвитку ефективного, прибуткового та конкурентоспроможного на світовому ринку курортного комплексу   
[41; 57].

Підкреслимо, що виконання зазначених завдань певним чином залежить від ефективного і якісного надання туристичних, рекреаційних, розважальних послуг компетентними фахівцями з туризму [41].

*Класифікація готелів* − система оцінки готельних організацій за якістю послуг, що надаються. Класифікація враховує усі фактори, що впливають на якість послуг, наприклад, якість будівництва та обробки будівлі, архітектуру, зручності номерного фонду, місць загального користування, наявність підприємств харчування, побутових служб, кваліфікацію персоналу і розташування. Існують різні системи класифікації готелів. Найбільш поширеною є п’ятизіркова система класифікації [13, с. 67].

Якість туристичного продукту безпосередньо залежить від роботи персоналу, а також від управління персоналом.

Від персоналу залежить ціна на продукт, що проявляється у собівартості − найважливішій складовій ціни, а також новизна продукту. Новизна виникає у результаті творчого підходу і наполегливої праці розробників, дослідників, менеджерів з туризму, істориків, краєзнавців та маркетологів як ноу-хау, патенти, оригінальні ідеї.

Проте кваліфікація персоналу не є визначальним чинником. Важливими є вибір системи управління персоналом та особисті якості, досвід і знання менеджерів.

Система управління персоналом включає прийняття рішень, зокрема, з таких питань:

* матеріальне стимулювання і формування системи оплати праці;
* забезпечення умов праці (ергономічність і безпека робочого місця, забезпечення хорошого соціально-психологічного клімату та необхідного рівня технічної оснащеності);
* розроблення перспективи кар’єрного зросту;
* пробудження інтересу до роботи (контроль і мотивація).

Отже, зважаючи на вищезазначене, завдання менеджера з персоналу полягають у підборі кадрів з урахуванням необхідного рівня кваліфікації, а також раціональному використанні, розвитку та мотивації персоналу   
[40, с. 73].

Зауважимо також, що менеджерові з персоналу у галузі туризму необхідно також враховувати особливості такого продукту, як туристична послуга.

*Послуга* − будь-який захід або дія, що пропонується однією стороною іншій, є невідчутною та не веде до оволодіння чимось. Виробництво послуг не завжди пов’язане з товаром у матеріальному виді.

Послугу як об’єкт купівлі-продажу характеризує низка особливостей, а саме:

1. *Невідчутність.* Послугу неможливо побачити, спробувати на смак або почути до моменту придбання. Покупець змушений вірити продавцеві на слово. Для зміцнення довіри клієнтів постачальник послуг може зробити низку певних заходів, а саме: описати свою послугу, загостривши увагу на пов’язаних з нею вигодах; створити для послуги оригінальну назву; залучити до рекламування послуги знамениту людину.

2. *Невід’ємність від джерела*. Послуга є невід’ємною від свого джерела, будь то людина або машина, тоді як товар у матеріальному виді існує незалежно від присутності або відсутності його джерела. Існує декілька стратегічних підходів до подолання цих обмежень. Постачальник послуг повинен навчитися працювати з численнішими групами клієнтів, а також працювати швидше.

3. *Непостійність якості.* Якість послуг коливається в широких межах залежно від їх постачальників, а також від часу і місця надання. Для забезпечення контролю якості туристським фірмам слід проводити такі заходи:

* виділяти кошти на залучення і навчання по-справжньому гарних фахівців;
* постійно стежити за ступенем задоволеності клієнтури, використовуючи систему опитувань і проведення порівняльних купівель для виявлення випадків незадовільного обслуговування та виправлення ситуації.

4. *Неможливість збереження*. Послугу неможливо зберігати. В умовах постійності попиту неможливість збереження послуги не є проблемою, тому що можна завчасно належним чином укомплектувати організацію. У випадку коливання попиту, фірми послуг мають серйозні проблеми. Наприклад, зважаючи на потребу у додаткових перельотах під час великих свят, фірми вимагають значно більше транспортних засобів, чим при незмінному рівні попиту упродовж усього періоду [40, с. 74-75].

Щодо стратегічних підходів до досягнення найкращого взаємозв’язку попиту і пропозиції на підприємствах сфери послуг.

*З боку попиту:*

* зміщення частини попиту з пікового часу на періоди затишшя шляхом встановлення диференційованих цін (ціни зі знижкою);
* цілеспрямоване культивування попиту в періоди його спаду (програма міні-відпустки на уїк-енд);
* у періоди максимального попиту пропозицію додаткових послуг як альтернатива для клієнтів, які очікують своєї черги (коктейль-бар для відвідувачів, які чекають столика в ресторані);
* вступ систем попередніх замовлень (знижка 10 %, якщо замовлення поступило за два місяці до його реалізації).

*З боку пропозиції:*

* залучення для обслуговування клієнтів у періоди максимального попиту тимчасових службовців та службовців на не повний робочий день;
* встановлення особливого порядку робіт у період пікового завантаження (у такі моменти службовці виконують тільки найнеобхідніші обов’язки);
* заохочення виконання деякого виду робіт самими клієнтами (наприклад, вони можуть заповнювати власні анкети);
* розробка програми надання послуг спільними силами (наприклад, декілька фірм замовляють один чартерний рейс).

Особливості людських ресурсів.

На відміну від інших видів ресурсів людські ресурси характеризуються тим, що результати їх використання мають ймовірний характер. Це означає, що часто не можливо оцінити заздалегідь, якою буде віддача від кожної конкретної людини або робочої групи.

Подібна непередбачуваність результатів пояснюється впливом на людину величезної кількості різноманітних чинників, серед яких можна виокремити такі:

* соціальні;
* економічні;
* політичні;
* психологічні.

Успіх управління персоналом обумовлений передусім професіоналізмом менеджера з персоналу, а також його особистими якостями, у тому числі здатністю викликати до себе довіру тих людей, з якими він працює.

Особливості кадрового менеджменту у різних сферах діяльності проявляються при вирішенні різних завдань:

* у сфері науки:
* методи відбору персоналу;
* планування кар’єри;
* система стимулювання;
* форми контролю;
* оцінка результативності праці;
* ефективність використання персоналу;
* у сфері виробництва:
* завдання стимулювання працівника;
* соціальна адаптація і профорієнтація працівників;
* аналіз виконуваної роботи;
* складання персональних специфікацій;
* у сфері послуг:
* використання спеціальних методів роботи (мотивація, стимулювання, психологічний вплив) під час роботи з персоналом (у зв’язку з безпосереднім контактом співробітників фірми з клієнтами);
* оцінка результативності праці персоналу [ 40, с. 74-76].

Отже, коло завдань, які вивчають менеджери з персоналу, визначається, передусім, з урахуванням функціонального розподілу праці в галузі управління персоналом.

З позиції функціонального розподілу праці в галузі управління персоналом існує перелік блоків, кожен з яких характеризується виконанням низки встановлених перед менеджером завдань.

1. *Визначення потреби у персоналі:*

* планування якісної потреби;
* планування кількісної потреби (з урахуванням вибору обґрунтованого методу розрахунку).

2. *Забезпечення укомплектованості організації персоналом :*

* збір і аналіз маркетингової інформації щодо персоналу;
* розробка, вибір і використання інструментарію задоволення потреби у персоналі;
* набір, оцінка і відбір персоналу.

3. *Використання персоналу:*

* визначення змісту праці та оцінка його результативності на робочих місцях;
* профорієнтація (проведення політики роз’яснення і розвитку у працівників розуміння того, що чекає від них фірма і яка праця цінується) та адаптація персоналу;
* забезпечення безпеки і сприятливих умов праці;
* організація службових переміщень персоналу (звільнення, підвищення, пониження).

4. *Розвиток персоналу:*

* організація підвищення кваліфікації і навчання персоналу;
* планування і розвиток кар’єри;
* формування корпоративного духу і потенціалу фірми.

5. *Мотивація результатів праці і поведінки персоналу:*

* розробка структури оплати праці та пільг;
* управління змістом і процесом мотивації трудової поведінки;
* управління конфліктами.

6. *Правове та інформаційне забезпечення процесу управління:*

* правове регулювання трудових взаємин;
* облік і статистика даних, пов’язаних з кадровим управлінням.

Характеристика професійного складу кадрової служби.

Структура професійного складу кадрової служби може бути представлена фахівцями:

* менеджерами з персоналу, які мають додаткову юридичну освіту;
* психологами;
* фахівцями з тестів;
* фахівцями з організації навчання і підготовки кадрів;
* діловодами (архіваріусами), які додатково забезпечують комп’ютерну підтримку;
* фахівцями з зовнішніх зв’язків, які підтримують контакти з фірмами по підбору персоналу;
* фахівцями з внутрішнього планування потреби в кадрах.

Кількісний склад у кожному конкретному випадку визначається специфікою фірми і сферою її діяльності. [40, с. 76-78].

Все зазначене підкреслює важливість дослідження проблеми формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів у практичній діяльності готельних підприємств.

На основі теоретичного аналізу нами з’ясовано, що найбільш вагомими критеріями якості готельних послуг для персоналу готелю, є:

* компетентність – персонал готелю має володіти необхідними знаннями та навичками, рівнем професіоналізму для надання тих чи інших послуг;
* надійність – визначається стабільністю роботи готелю, а також тривалістю його існування на ринку;
* чуйність – персонал готелю має прагнути задовольнити всі побажання своїх клієнтів, надаючи нетипові для даного готелю послуги;
* доступність – персонал готелю повинен бути контактним і доступним, клієнт не повинен шукати працівника відповідної служби по всьому готелю;
* розуміння – розуміння всіх специфічних потреб клієнтів та їх подальшому задоволенні;
* комунікація – персонал готелю повинен бути максимально відкритим для клієнта і надавати доступ до необхідної йому інформації;
* довіра – виражається в тому, що задоволений обслуговуванням клієнт вважатиме за краще цей готель в майбутньому, пропонуючи його послуги своїм близьким, друзям, знайомим і підвищуючи тим самим репутацію готелю;
* безпека – основна властивість готельної послуги, що відображає головну потребу будь-якого клієнта – потребу в моральній і фізичній безпеці;
* ввічливість – персонал готелю повинен бути ввічливим, доброзичливим, уважним;
* відчутність – клієнт повинен не тільки споживати, але і відчувати надання послуги, що досягається за рахунок оформлення приміщень і будівлі готелю, а також уніформи персоналу.

Зазначене теоретичне підгрунтя надає певні підстави для розроблення методики підвищення якості обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії.

**РОЗДІЛ 2**

**ЗАВДАННЯ, МЕТОДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ**

2.1 Мета, завдання, та методи дослідження

Відповідно до мети роботи, що полягає у вивченні особливостей формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії, нами встановлено такі завдання, як:

1. науково обґрунтувати питання формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії;
2. проаналізувати особливості формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів у практичній діяльності готельних підприємств, з’ясувати проблеми та шляхи їх вирішення (на прикладі Запорізького регіону);
3. розробити методику підвищення якості обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії.

З метою досягнення результативності та ефективності дослідження у процесі роботи ми дотримувались таких правил:

1. Дослідження мало комплексний і систематичний, логічно побудований характер.
2. У дослідженні ми дотримувались підходів, що засновані на об’єктивності (висновки передбачалися і ґрунтувалися на фактах), точності (дані мали максимальну точність) і ретельності (розглядалися усі допустимі, відомі та доречні факти).
3. Дослідження було нами старанно сплановане і складалося з комплексу таких послідовних етапів:
4. визначення мети дослідження;
5. з’ясування об’єкту і предмету роботи;
6. формулювання дослідницьких завдань;
7. пошук, збір інформації;
8. аналіз, синтез, узагальнення отриманої інформації;
9. оформлення результатів роботи;
10. формулювання висновків дослідження;
11. представлення результатів дослідження.

Збір інформації залежно від особливостей об’єкту дослідження визначив використання методів вивчення ринку споживачів. Аналіз зібраної інформації передбачав переробку за допомогою методів і прийомів, а також отримання необхідних даних.

У процесі аналізу ми використовували загальнонауковий метод − системний аналіз, який застосовується широко у туристичних дослідженнях, оскільки надає можливість розглядати ринкову ситуацію з великим діапазоном внутрішніх і зовнішніх причинно-наслідкових взаємозв’язків.

Представлення результатів дослідження уможливило формулювання висновків. Висновки зроблено на основі результатів аналізу, які представлені наглядно в роботі у вигляді рисунків і таблиць.

При проведенні дослідження використовувалася система збору первинної інформації. Основним методом збору первинних даних було опитування.

Зазначимо, що найбільш поширеним соціологічним методом із вивчення попиту населення на туристські послуги є анкетування, під яким розуміється дослідження, в процесі якого дослідники отримують необхідну для вирішення встановлених завдань інформацію шляхом збору й аналізу відповідей населення на низку цілеспрямованих запитань.

Як підтверджує теоретичний аналіз спеціальної літератури, анкета є дуже гнучким інструментом дослідження, оскільки питання встановлюються різними способами [12; 41].

Анкета має бути ретельно розроблена, випробувана, а також усі виявлені недоліки анкети мають бути усунені до початку її широкого використання.

Важливо враховувати при цьому, що найчастішими помилками при складанні анкети є: постановка питань, на які неможливо відповісти, які не вимагають відповідей, а також відсутність питань, на які обов’язково слід було б отримати відповіді.

Кожне питання має бути перевірене на відповідність до мети дослідження. Важливо звертати увагу на формулювання питань. При цьому треба використовувати прості, недвозначні слова, які не впливають на напрям відповіді.

Особливої уваги вимагає визначення послідовності побудови питань в анкеті. Перші питання повинні породжувати інтерес у респондентів, важкі і питання особистого характеру слід задавати наприкінці для того, щоб опитувані не встигли замкнутися.

Питання повинні мати також логічну послідовність.

Завершальним етапом дослідження є аналіз і узагальнення отриманої інформації, а також перевірка отриманих даних та результатів аналізу на обґрунтованість, надійність й достовірність.

Зазначимо, що обробка інформації, отриманої в результаті анкетування, здійснюється ручним і комп’ютерним способом.

В основі аналізу результатів анкетування мають бути отримані кількісні оцінки показників, необхідні для подальшого прогнозування.

Усе зазначене вище ми враховували під час формулювання питань, розробки змісту та структури анкети, організації та проведення опитування потенційних користувачів туристичних послуг.

Методи дослідження:

* теоретичні: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення – для наукового обґрунтування системи управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії;
* систематизація та моделювання – для визначення ефективної методики управління досліджуваною якістю;
* емпіричні: анкетування – для з’ясування стану досліджуваної проблеми; математичної статистики: для опрацювання отриманих експериментальних даних.

2.2 Організація дослідження

З огляду на встановлені дослідницькі завдання нашої роботи, з метою вивченні особливостей формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії; а також доцільності розроблення методики підвищення якості обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії, ми розробили анкету й провели опитування, в якому брали участь керівники та фахівці готелю   
м. Запоріжжя «Театральний» (16 осіб різного віку і статі). (Анкету подано у Додатку А).

Завдяки відповідям на запитання анкети ми бажали дізнатися серед решти питань про таке:

* чи вважають працівники за доцільне підвищити свій професійний рівень;
* чи вважають вони за потрібне брати участь в семінарах, майстер-класах, воркшопах з гостинності;
* чи вважають вони за необхідне обмін досвідом із фахівцями готельної сфери;
* чи вважають за необхідне підвищувати якість надання готельних послуг?

Підсумовуючи результати анкетування, нами було встановлено, що переважна більшість працівників готелю:

* вважає за доцільне підвищувати свій професійний рівень;
* вважає за потрібне брати участь в семінарах, майстер-класах, воркшопах з гостинності;
* вважає за необхідне обмін досвідом із фахівцями готельної сфери;
* вважає за необхідне підвищувати якість надання готельних послуг?

На рисунках 2.1.; 2.2; 2.3 представлено дані результатів проведеного опитування керівників та фахівців готелю м. Запоріжжя «Театральний».

Рис. 2.1 Результати відповідей на запитання анкети: «Чи вважаєте ви за необхідне підвищувати рівень надання готельних послуг?»

Рис. 2.2 Результати відповідей на запитання анкети: «Чи вважаєте ви за потрібне брати участь в семінарах, майстер-класах, воркшопах з гостинності?»

Рис. 2.3 Результати відповідей на запитання анкети: «Чи вважаєте ви за доцільне підвищувати свій професійний рівень?»

Отже, результати проведеного анкетування надали нам можливість встановити рівень зацікавленості персоналу готелю «Театральний» в участі в семінарах, майстер-класах, воркшопах з гостинності, а також підтвердили доречність і необхідність розроблення методики підвищення якості обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії.

**РОЗДІЛ 3**

**РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

3.1 Особливості формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів у практичній діяльності готельних підприємств, з’ясування проблем та шляхів їх вирішення (на прикладі Запорізького регіону)

Відповідно до завдань дослідження на основі теоретичного аналізу спеціальної літератури з обраної проблеми нами з’ясовано, що в Запорізькій області протягом 2014-2018 років відбулася інтенсифікація розвитку туристичної сфери, зокрема, готельної індустрії [62].

Варто підкреслити, що для задоволення потреб в оздоровленні та відпочинку мешканців та гостей області на території регіону знаходиться понад 550 закладів тимчасового розміщення, серед яких: 437 баз відпочинку, 56 закладів готельного типу, 8 оздоровчих центрів та комплексів, 24 санаторно-профілакторних закладів, 6 пансіонатів, 3 туристичних притулків, 28 дитячих таборів. На території Запорізької області функціонує 9 туристичноінформаційних центрів: 1 обласний (обласний туристично-інформаційний центр при обласному краєзнавчому музеї), 3 – у містах Бердянськ (2), Запоріжжя (1) та 5 районних (у Бердянському, Василівському, Мелітопольському, Пологівському та Приазовському районах). Протягом останніх років область щороку відвідує 15-16 тис. осіб. Основними напрямами розвитку туризму в регіоні є історикокультурний та рекреаційно-курортний, в тому числі сільський (зелений) туризм [62].

Історико-культурна спадщина Запорізької області є невід’ємною частиною культурного надбання України. У межах області можна виділити центри історичного та культурного туризму (переважно короткочасного) – зокрема, такі населені пункти: Запоріжжя, Токмак, Гуляйполе, Мелітополь, Оріхів, Токмак, Більмак, Кам’янка-Дніпровська, Василівка [62].

Варто акцентувати також, що найбільш відвідуваними дестинаціями є три історико-культурні заповідники, з них 2 – національні: Національний заповідник «Хортиця», Національний історико-археологічний заповідник «Кам’яна Могила», Василівський історико-архітектурний музей-заповідник «Садиба Попова». Національний заповідник «Хортиця» розташований на найбільшому в Європі річковому острові, який з прадавніх часів відігравав значну стратегічну роль на Дніпровському річковому шляху [62].

Острів Хортиця є комплексною історико-культурною та природною пам’яткою, на території якої знаходиться близько 70 пам’яток археології та історії. Заповідник також виконує функцію якірного туристичного об’єкта області. На території Національного історико-археологічного заповідника «Кам’яна Могила» розташована унікальна археологічна пам’ятка, яка не має прямих аналогів серед світової археологічної спадщини [62].

У 2006 році «Археологічний комплекс «Кам’яна Могила» внесено до попереднього Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Заповідник здійснює підготовку необхідних документів для внесення до Списку всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО [62].

Василівський історико-архітектурний музей-заповідник «Садиба Попова» займає будівлі відомого колись у Європі палацо-паркового ансамблю-маєтку генерала В. Попова, побудованого у 1894 році. Замковий комплекс є визначною пам’яткою архітектури Степової України, що містить унікальні для Східної Європи стилі архітектури ХІХ століття [62].

Основним курортно-рекреаційним ресурсом області є узбережжя Азовського моря, берегова лінія якого в межах області понад 300 км, але з них потенційно придатними для рекреації є 198 км. Ширина пляжів знаходиться в межах від 10 до 30 м, які здебільшого є піщаними та піщаночерепашковими. У межах прибережної смуги Азовського моря формуються і розвиваються такі курортно-рекреаційні підрайони як Бердянський, Новопетрівський, Райнівський, Кирилівський, Строганівський, Новокостянтинівський, Приморський. Активне зростання кількості туристів на приазовських територіях значною мірою обумовлено анексією АР Крим. Фактично приморські райони Запорізького регіону та курортні зони на узбережжі Азовського моря, які до цього програвали конкурентну боротьбу кримським курортам, отримали можливість наростити власний економічний потенціал за рахунок розвитку туризму [62].

Результатом цього стало суттєве зростання доходів місцевих бюджетів приморських районів за рахунок туристичного збору (табл. 3.1).

Зазначене певною мірою впливає на діяльність та розвиток індустрії гостинності, що актуалізує питання якості надання готельних послуг.

Водночас зростання туристичних потоків в приморських населених пунктах загострило проблеми інфраструктурного забезпечення рекреаційних центрів (зокрема, системами водопостачання, водовідведення й очищення стічних вод, поводження з відходами), необлаштованості відпочинкових територій, місць для автокемпінгів, наметових полів; відсутності моніторингу рекреаційних навантажень на ландшафти та збереження курортних факторів території Приазов’я.

Крім цього, стримуючим фактором нарощення туристичного потенціалу приморських курортів став поганий стан автомобільних доріг, які з’єднують рекреаційні центри зони Приазов’я з Запоріжжям та адміністративними центрами районів. Перспективним видом туризму для регіону є сільський туризм. Про це свідчать статистичні дані щодо кількості сільських садиб [62].

На сьогодні у Запорізькій області налічується 30 зазначених закладів, які надають послуги з тимчасового розміщення, харчування, традиційних видів сільськогосподарської діяльності тощо. Проблемним питанням у сфері сільського туризму є відсутність нормативно-правової бази, що унеможливлює повноцінне ведення діяльності у зазначеній галузі [62].

Таблиця 3.1

ДИНАМІКА ОБСЯГІВ ТУРИСТИЧНОГО ЗБОРУ,

ТИС ГРН. [62]

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Р-н / рік** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** | **2015/2018** |
| м. Запоріжжя | 324,7 | 370,9 | 538,4 | 578,8 | +254,1 |
| м. Бердянськ | 443 | 654,5 | 946,1 | 1239,3 | +796,3 |
| м. Мелітополь | 39,4 | 41,9 | 45,3 | 45,8 | +6,4 |
| м. Токмак | 2,1 | 1,8 | 2,7 | 4,3 | +2,2 |
| Запорізький р-н | 3,9 | 4,3 | 6,5 | 5,0 | +1,1 |
| Гуляйпільський р-н | 1,4 | 2,7 | 0 | 1,3 | -0,1 |
| Василівський р-н | 0,8 | 0,8 | 2,7 | 4,3 | +3,5 |
| Бердянський р-н | 2,3 | 3,5 | 7,7 | 5,9 | +3,6 |
| Приазовський р-н | 25,4 | 51,6 | 46,7 | 57,7 | +32,3 |
| Приморський р-н | 259,4 | 330,1 | 454,2 | 529,9 | +270,5 |
| Якимівський | 462,9 | 608,5 | 659,3 | 1135,2 | +672,3 |
| Всього по області | 1565,3 | 2070,6 | 2709,6 | 3607,7 | +2042,4 |

На основі теоретичного аналізу [61; 62] підтверджено, що Запорізька область володіє значним потенціалом розвитку туристичної сфери, зокрема історико-культурного та рекреаційно-курортного туризму.

Реалізація можливостей регіону у цій сфері безпосередньо залежить від модернізації та розбудови транспортної, житлово-комунальної, туристичної інфраструктури, підвищення якості туристичних послуг, створення нових туристичних продуктів та мереж.

Проблемні аспекти:

* порівняно низький рівень якості послуг.

Це пов’язано, у тому числі з недостатністю або відсутністю забезпечення прісного водопостачання практично по всьому узбережжю, централізованих інженерних комунікацій, централізованих мереж каналізації, очисних споруд господарсько-побутових стічних вод, що стримує можливості розвитку туризму у приморських територіях області;

* високий рівень тінізації бізнесу у сфері туризму.

Це відслідковується і по статистиці кількості туристів в області (яка фактично не відбиває реального стану справ), і по офіційних даних щодо кількості юридичних та фізичних осіб, які працюють у цій сфері [62].

Результатом зазначеного є суттєва втрата фінансового ресурсу бюджетів територіальних громад і регіону загалом через недоотримання податків та платежів [62].

3.2 Розроблення методики підвищення якості обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії

Вивчивши на офіційному сайті системи онлайн-бронювання Booking.com. усі пропозиції і супутні дані, ми зупинились на готелі «Театральний»\*\*\*, що серед інших помешкань має такі переважні, на нашу думку, ознаки:

* «хіт продажів»;
* відмінне розташування (за оцінками подорожуючих − 9,0);
* відмінний вибір для індивідуальних подорожуючих;
* оцінка за відгуками відвідувачів «Блискуче − 8,9»;
* спеціальна пропозиція (дивовижне співвідношення ціни і якості у дати, що ми обрали);
* користується попитом;
* сніданок включено («шведський стіл» з холодними і гарячими стравами);
* безкоштовне скасування бронювання – передплата не потрібна (за 1 добу до дати заїзду);
* до послуг входить трансфер з-до аеропорту (за додаткову плату);
* до послуг входить безкоштовний бездротовий доступ до мережі Інтернет по всій території готелю.

Важливо, що персонал розмовляє мовою клієнта. Інші додаткові послуги та зручності представлені на сайті. Також цей готель єдиний у м. Запоріжжі, будівлю якого внесено до реєстру пам’яток архітектури.

Тож, зважаючи на досліджені пропозиції, ми зупинили свій вибір саме на готелі «Театральний», що розташований за адресою: м. Запоріжжя, вул. Троїцька (Чекістів), 23 [27].

На основі теоретичного аналізу, вивчення інтернет-ресурсів з обраної проблеми, згідно з третім завданням дослідження нами створено методику підвищення якості обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії, що передбачає участь у професійно спрямованих заходах (за присутністю або онлайн відповідно до зовнішніх умов).

До заходів, які ми пропонуємо для відвідування, належать:

1. Заходи Академіъ гостинності:
2. Семінар-практикум (25 лютого 2020 м. Львів, Готель Ramada, вул. Яворівська, 2a, Зимна Вода), що проводить [2].

Тематика цього семінару-практикуму сформована, виходячи з реальних ринкових запитів:

* несподіване падіння продажів
* опір співробітників впровадженню змін
* повільні темпи зростання
* занадто великі витрати
* плинність кадрів
* недосконалий сервіс (Додаток Б).

1. IV Всеукраїнський готельний форум.

Партнерство Форуму – це:

* унікальна можливість представити новинки компанії для поліпшення якості сервісу в готелях і ресторанах україни;
* нові знайомства з вашими потенційними клієнтами;
* презентація себе як сильної і стабільної компанії завдяки участі у знаковому і статусному заході на ринку України;
* демонстрація товарів і послуг учасникам форуму.

Розміщення інформації про партнера:

- на електронних майданчиках організатора (сайт, сторінки в соціальних мережах)

- на друкованих ресурсах організатора (анонси та пост-релізи в журналі «Академія гостинності»)

Пріоритетне розміщення демо-зони – до 10 м2

Розміщення банера в кожному залі Форуму

Розміщення логотипу на роздатковій продукції Форуму: пакети, блокноти і т.д.

Розміщення логотипу на бейджах учасників Форуму

Пріоритетне розміщення логотипу на press-wall

Розміщення рекламного макету в блокноті Форуму – 2 сторінки

Згадка партнера ведучим в перервах між доповідями спікерів у головному холі

Виступ в будь-який день в одній з представленних панелей – 20 хвилин

Проведення розіграшу та вручення подарунків представником компанії генерального партнера.

Розміщення новин компанії на сайті організатора та сторінках в соціальних мережах – 2 публікації до кінця 2019 року.

Запрошення на вечірній фуршет з учасниками та спікерами в день відкриття Форуму на 4 персони.

Виступ представника партнера з вітальним тостом на вечірньому фуршеті в день відкриття Форуму.

Надання рекламної площі в журналі «Академія гостинності» - 2 сторінки (розворот) в одному з номерів 2020 року [2].

1. Тренінги тренінгового центру Асоціації індустрії гостинності в Україні, що спрямовані на виконання одного із завдань - створення умов для підвищення прибутковості туристичного бізнесу в Україні.

Програми навчання персоналу та розвитку туристичного бізнесу здійснюються на платній основі та мають різні напрямки.

Для об’єктів туристичного бізнесу (готелі, ресторани, садиби, санаторно-оздоровчі та розважально-оздоровчі комплекси тощо):

- покращання сервісу, розробка та впровадження стандартів обслуговування, розвиток спеціальних компетенцій персоналу (робота з різними категоріями клієнтів);

- розробка та промоція туристичних продуктів, управління туристичним потоком, СММ та СРМ в діяльності туристичного об’єкта.

Основними формами роботи тренінгового центру є:

* майстер-класи,
* семінари,
* тренінги,
* стратегічні сесії,
* комплексні програми розробки та впровадження алгоритмів та стандартів діяльності.

Тренерська команда завжди працює індивідуально з кожним із замовників, адаптуючи навчальні програми під його конкретні потреби. Безумовним є створення унікального навчального продукту для кожного замовника і проведення післятренінгового моніторингу впровадження змін [4].

1. Business People Club:

Багатомодульний тренінг – «Школа гостинності», який стартує 8 вересня для власників та керівників закладів сфери гостинності (ресторани, кав’ярні, готелі).

Школа гостинності це:

* 8 модулів інтенсивного навчання (з 8 вересня по 30 вересня, щовівторка і середи) підвищення кваліфікації, обміну досвідом, корисного нетворкінгу;
* 10 спікерів – успішних рестораторів та експертів у сфері HoReCa;
* 20 учасників, об’єднаних спільним бажанням розвивати свій бізнес та впроваджувати якісні зміни.

Учасники дізнаються про те:

* як віднайти свою унікальність та створити концептуальний заклад;
* як побудувати ефективну організаційну структуру ресторану;
* як автоматизувати процеси в закладі;
* як відповідати стандартам НАССР;
* як організувати внутрішній документообіг;
* як згуртувати і мотивувати професійну команду;
* як привабити і утримати платоспроможних гостей;
* як будуються бренди в HORECA [66].

Отже, розроблені нами пропозиції забезпечать підвищення якості готельних послуг персоналом готельного підприємства завдяки участі у професійно спрямованих заходах (за присутністю або онлайн відповідно до зовнішніх умов).

**ВИСНОВКИ**

1. Згідно першого завдання, на основі теоретичного аналізу нами встановлено, що проблема якісного обслуговування та побудова системи управління якістю надання послуг в готельних підприємствах, є актуальною на сьогодні.
2. Відповідно до другого завдання з’ясовано:

* які саме проблеми виникають у персоналу готелю під час надання готельних послуг клієнтам;
* як це впливає на якість обслуговування;
* які заходи з управління якістю вбачається вжити.

Базою для анкетування нами обрано готель «Театральний».

З’ясовано, що найбільш вагомими критеріями якості готельних послуг для персоналу готелю, є:

* компетентність – персонал готелю має володіти необхідними знаннями та навичками, рівнем професіоналізму для надання тих чи інших послуг;
* надійність – визначається стабільністю роботи готелю, а також тривалістю його існування на ринку;
* чуйність – персонал готелю має прагнути задовольнити всі побажання своїх клієнтів, надаючи нетипові для даного готелю послуги;
* доступність – персонал готелю повинен бути контактним і доступним, клієнт не повинен шукати працівника відповідної служби по всьому готелю;
* розуміння – розуміння всіх специфічних потреб клієнтів та їх подальшому задоволенні;
* комунікація – персонал готелю повинен бути максимально відкритим для клієнта і надавати доступ до необхідної йому інформації;
* довіра – виражається в тому, що задоволений обслуговуванням клієнт вважатиме за краще цей готель в майбутньому, пропонуючи його послуги своїм близьким, друзям, знайомим і підвищуючи тим самим репутацію готелю;
* безпека – основна властивість готельної послуги, що відображає головну потребу будь-якого клієнта – потребу в моральній і фізичній безпеці;
* ввічливість – персонал готелю повинен бути ввічливим, доброзичливим, уважним;
* відчутність – клієнт повинен не тільки споживати, але і відчувати надання послуги, що досягається за рахунок оформлення приміщень і будівлі готелю, а також уніформи персоналу.

1. Визначено, що проблемами, які заважають ефективному формуванню системи управління якістю надання готельних послуг, є відсутність налагодженої системи підвищення кваліфікації, обміну досвідом, участі в місцевих, регіональних, всеукраїнських та світових майстер-классах, воркшопах, тренінгах, семінарів із сучасних підходів і технологій щодо надання готельних послуг відповідно до зростаючих потреб вимогливих клієнтів, їх досвіду й освіченості в туризмі, розвитку туристичної індустрії, підвищення конкуренції.
2. Згідно з третім завданням створено методику підвищення якості обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії, що передбачає участь у професійно спрямованих заходах (за присутністю або онлайн відповідно до зовнішніх умов).

**ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ**

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. К.: Знання України, 2002. 358 с.
2. Академія гостинності. URL: <https://hoteltrening.com/events/seminar-praktikum/>
3. Андренко І.Б. Аналіз діяльності підприємств туризму. 27.07.2016. Харків : ХНУМГ. URL: http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi51/0039327.p df
4. Асоціація індустрії гостинності в Україні. URL: http://aigu.org.ua/trainings.html
5. Афанасьєв М.В., Гонтарева І.В. Управління проєктами: Навчально-методичний посібник. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. 272 с. 13.
6. Бабаєв В.М. Управління проєктами: Навчальний посібник для студентів спеціальності «Управління проєктами». Харків: ХНАМГ, 2006. 244 с.
7. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2004. 288 с.
8. Банько В.Г. Туристська логістика: навч. посібник. К.: Дакор; КНТ, 2008. 204 с.
9. Батенко Л.П., Загородніх О.А., Ліщинська В.В. Управління проєктами: Навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2004. 231 с.
10. Безкоровайна Л.В. Стратегії зростання зеленої економіки як запоруки сталого розвитку туризму. *Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: з*б. Матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Умань, 30-31 жовт. 2019 р.). Умань: ВПЦ «Візаві», 2019. С. 64-65.
11. Безкоровайна Л.В. Шляхи впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму. *«Інтеграція освіти, науки і бізнесу». «Проблеми та перспективи впровадження європейської практики диверсифікації сільського туризму».* IX Міжнар. круглий стіл (м. Запоріжжя, 18 вересня 2020 р.).
12. Безкоровайна Л. В. Питання генези туризму в процесі дослідження професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства. *Неперервнаосвіта нового сторіччя досягнення та перспективи*:матеріали ІІ Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 19 квіт. 2016 р.). Запоріжжя : ЗОІППО, 2016. URL: <http://kompetfahivcja.blogspot.com/p/blog-page_63.html>.
13. Безкоровайна Л. В., Васильчук В. М. Маркетинг туризму : конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Туризм». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2017. 77 с.
14. Безкоровайна Л. В., Літвінова-Головань О. П. Особливості ґенези туризму як об’єкта наукового пізнання. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. Суми, 2016. № 7 (61). С. 47–56.
15. Безкоровайна Л., Онищенко О. Туризм як об’єкт наукового дослідження. *Роль освіти у формуванні життєвих цінностей молоді*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Мелітополь, 30 жовт. 2015 р.). Мелітополь : МДПУ ім. Богдана Хмельницького, 2015. С. 21–25.
16. Безкоровайна Л., Павелко О. Застосування маркетингових досліджень у туристичній діяльності. *Молода наука-2015*:матеріали наук.-практ. конф. студентів, аспірантів і молодих вчених Запорізького національного університету (м. Запоріжжя, 7–9 квіт. 2015 р.). Запоріжжя : ЗНУ, 2015. Т. 4. С. 246–247.
17. Безкоровайна Л.В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах: дис. … д-ра пед. наук: 13.00.04. Запоріжжя, 2018. 713 с. URL: http://phd.znu.edu.ua/page//aref/09/Bezkorovaina\_aref.pdf
18. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. К., 1995. 447 с.
19. Бушуев С.Д. Управление проєктами: Основы проффесиональных знаний и система оценки компетентности проєктных менеджеров/ С. Д. Бушуев, Н. С. Бушуева (National Competence Baseline, NCB UA Version 3.0). K.: ІРІДІУМ, 2006. 208 с.
20. Бушуев С.Д. Управление проєктами: Основы проффесиональных знаний и система оценки компетентности проєктных менеджеров (National Competence Baseline, NCB UA Version 3.0). K.: ІРІДІУМ, 2006. 208 с.
21. Бушуев С.Д., Бушуева Н.С., Бабаев И.А., Яковенко В.Б., Гриша Е.В., Дзюба С.В., Войтенко А.С. Креативные технологии управления проєктами и программами: Монография. К.: «Саммит-Книга», 2010. 768 с.
22. Ватутин С., Дашкиев М. Прибыльная турфирма. Советы владельцам и управляющим. 12.12.2014. СПб.: Питер. URL: http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi44/0033833.d jvu
23. Ватутин С., Дашкиев М. Прибыльная турфирма. Советы владельцам и управляющим. 12.12.2014. СПб.: Питер. URL: http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi44/0033833.d jvu
24. Всеукраїнська екологічна громадська організація (ВЕГО) МАМА-86. URL: <https://mama-86.org/index.php/ua/>
25. Глобальный этический кодекс туризма: международный документ принятый 01.10.1999 г. (Сантьяго). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/983_001>
26. Господарський Кодекс України № 436-ІV від 16.01.2003 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
27. Готель «Театральний». Офіційний сайт. URL: http://teatr-hotel.com/
28. Должанский И.З., Загорная Т.О. Бизнес-план: технология разработки : учеб. пособ. 2-е изд., перераб. и доп. Львів : Новий Світ 2000, 2019. 366 с.
29. Дяченко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
30. Завгородня С., Безкоровайна Л.  Сучасний стан та перспективи розвитку історико-культурного туризму в місті Запоріжжя. *Молода наука-2012*:матеріали наук.-практ. конф. студентів, аспірантів і молодихвчених Запорізького національного університету (м. Запоріжжя, 10–12 квіт. 2012 р.). Запоріжжя :Поліграфічний центр «CopyArt», 2012. Т. 6. С. 124–126.
31. Захарин С. Что такое туристическая услуга. Украинская туристическая газета: электронное издание. URL: <http://utg.net.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=325>
32. Здоров А.Б. Экономика туризма. 24.10.2015. М.: Финансы и статистика. URL: http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi46/0037341.p df
33. Зорин И. В., Каверина Т. П., Квартальнов В. А. Туризм как вид деятельности: учеб. Москва: Финансы и статистика, 2005. 286 с.
34. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Толковый словарь туристских терминов: Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес. Москва: Афины: Infogroup, 1994. 800 с.
35. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Туристика: монография / Российская международная академия туризма. Москва: Советский спорт, 2001. 287 с.
36. Зорина Г. И., Ильина Е. Н., Мошняга Е. В. Основы туристской деятельности: учебник / сост. E. H. Ильина. Москва: Советский спорт, 2001. 224 с.
37. Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини. 4-е вид. К.: Знання-Прес, 2003. 406 с.
38. Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини. 4-е вид. К.: Знання-Прес, 2003. 406 с.
39. Козловський Є.В. Правове регулювання туристичної діяльності: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2016. 272 с.
40. Короленко К. В., Безкоровайна Л. В., Сущенко Л. П. Організація туристичної діяльності :навчальний посібник. Київ : ТОВ «Козарі», 2011. 162 с.
41. Маковецька Н. В., Безкоровайна Л.В. Літвінова-Головань О.П., Короленко К.В. Питання впровадження європейських тенденцій щодо сталого розвитку туризму у професійній підготовці майбутніх фахівців туристичної сфери. Педагогіка вищої школи: досвід і тенденції розвитку. Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції (5 листоп. 2020 р., м. Запоріжжя). Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2020. С. 24-25.
42. Маковецька Н. В., Безкоровайна Л.В. Літвінова-Головань О.П., Короленко К.В. До питань удосконалення підготовки фахівців із туризму та готельної справи для проведення спортивно-розважальних анімаційних заходів у професійній сфері. Індустрія туризму й сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку : матеріали ІІ міжнародної науково-практичної конференції з нагоди 80-річчя Волинського національного університету імені Лесі Україки (м. Луцьк, 28 жовтня 2020 р.) / відпов. ред. Л. В. Ільїн. Луцьк : ПП Іванюк, 2020. С.217-220.
43. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник. М-во освіти і науки України, Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. К.: Центр учбової літератури, 2012. 470 с.
44. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: навчальний посібник. 07.02.2012. К. : Центр учбової літератури. URL: http://culonline.com.ua/Books/Org\_ta\_plan\_diyalnosti\_tur\_pid pr\_Malska2012.pdf#toolbar=0
45. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування діяльності туристичних підприємств: навч. посібник. К.: Знання, 2005. 241 с.
46. Мальська М.П., Паньків Н.М., Ховалко А.Б. Світовий досвід розвитку туризму: підручник. К. : «Центр учбової літератури», 2017. 244 с.
47. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Економіка туризму: теорія та практика : підручник. К. : «Центр учбової літератури», 2016. 554 с.

1. [Мальська М. П.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=REF&P21DBN=REF&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9C%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%9C$" \o "Пошук за автором) Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика): монографія/ Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. Київ: Знання, 2009. 363 c.
2. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 г. (одобрены и опубликованы в 2010 г.). Методологические исследования. Серия M № 83/ Rev.1. Мадрид, Нью-Йорк: Организация Объединенных Наций. 2010. URL: <https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1r.pdf>
3. Монтанер Монтехано Х. Структура туристического рынка: учеб. пособие / под ред. Н. С. Мироненко; пер. с исп. В. М. Войтович; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Смолен. Гуманитар. ун-т. Москва; Смоленск: Изд-во Смоленского Гуманитарного университета, 1997. 218 с.
4. Осакская декларация тысячелетия от 30 сентября – 1 октября 2001 г.: принята Конференцией лидеров туризма Тысячелетия. Осако (Япония). URL: http://www.rostourunion.ru/proekty\_v\_rst/megdunarodnye\_pravovye\_akty/osakskaya\_deklaraciya\_tysyacheletiya.html
5. Подставкіна Ю., Безкоровайна Л. Розвиток туризму у Новомиколаївському районi. *Молода наука-2012*:матеріали наук.-практ. конф. студентів, аспірантів і молодихвчених Запорізького національного університету (м. Запоріжжя, 10–12 квітня 2012 р.). Запоріжжя :Поліграфічний центр «CopyArt», 2012. Т. 6. С. 150–151.
6. Про інноваційну діяльність: Закон України від 05.12.2012 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2002. № 36. Ст. 36. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15/ed20121205/find?text=%B2%ED%ED%EE%E2%E0%F6%B3%E9%ED%E8%E9+%EF%F0%EE%E5%EA%F2>
7. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні: Закон України № 2998-XII від 04.11.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>
8. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.08.2013 р. №638-р. *Офіційний вісник України*. 2013. № 68. Ст. 2496. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-%D1%80>
9. Про схвалення Концепції популяризації  України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі від 11 жовтня 2016 р. № 739-р Київ URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249407991>
10. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. №168-р. *Урядовий портал*. 2017. № 168-2017-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>
11. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. Ст. 241. Із змінами, внесеними згідно із Законом № 222-VIII (222-19) від 02.03.2015 р., Відомості Верховної Ради України. 2015. № 23. ст. 158. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>
12. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. К.: Центр навч. літератури, 2007. 344 с.
13. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності : підручник. К.: Грамота, 2006. 260 с.
14. Стан О. С., Безкоровайна Л. В. Сучасний стан та проблеми розвитку ділового туризму в Україні. *Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 10-річчю факультету міжнародного туризму та управління персоналом Запорізького національного технічного університету (м. Запоріжжя, 30–31 бер. 2017 р.). Запоріжжя :Просвіта, 2017. Т. 1. С. 360–362.
15. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 року. URL: https://www.zoda.gov.ua/article/2413/strategiya-regionalnogo-rozvitku-zaporizkoji-oblasti-na-period-do-2027-roku.html
16. Сулим М.В., Пенцак О.С. Обгрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : підруч. для студ. вищ. навч. закл. рек. МОНУ. Львів: Новий Світ-2000, 2019. 332 с.
17. Сулим М.В., Пенцак О.С. Обгрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : підруч. для студ. вищ. навч. закл. рек. МОНУ. Львів: Новий Світ-2000, 2019. 332 с.
18. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник. К.: Атіка, 2006. 264 с.
19. Business People Club. URL: https://bpc.com.ua/event/shkola-hostynnosti-navchalna-prohrama/
20. EaP GREEN. Програма: Екологізація економік країн Східного партнерства Європейського Союзу. URL: <http://www.green-economies-eap.org/ru/>
21. Mclntosh R. W., Goeldner Ch. R., Ritchie J. R. B. Tourism: principles, practices, philosophies. Eleventh ed. Hoboken, N.J.:  John Wiley & Sons, 2009. 624 p.
22. Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2015 (2015). *Global Code of Ethics for Tourism.* <https://undocs.org/ru/A/RES/70/200>
23. The Manila Declaration on World Tourism. *UNWTO Declarations*. Vol. 6, Issue 4, October 1980. *UNWTO Elibrary*. URL: http://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1.
24. The Osaka Millennium Declaration. *UNWTO Declarations*. Vol. 2001, Issue 1, September 2001. *UNWTO Elibrary*. URL: <http://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/unwtogad.2001.1.v385u76984x63l88?journalCode=unwtogad>
25. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. *UNESCO.* URL: http://www.unesco.org/new/en/unesco/resources/online-materials/publications/unesdoc-database/.
26. United Nations Ukraina. URL: http://www.un.org.ua/ua/.
27. World Tourism Organization. UNWTO. URL: <http://media.unwto.org/ru/annual-reports>
28. World Travel & Tourism Council. URL: <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-reports/>

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**ДОДАТКИ**

На тему: «Формування ефективної системи управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії»

The Effective Management System Formation Of The Customer Service Quality At Hotel Industry Bussinesses

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.2429-з

Спеціальність 242 Туризм

Освітньої програми «Туризмознавство»

Слюсаренко М.С.

Керівник: д.п.н., професор Безкоровайна Л.В.

Рецензент: к.н.ф.в.с., доцент Соколова О.В.

Запоріжжя – 2020

Додаток А

Анкета

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Запорізького національного університету

проводить анкетування з метою виявлення найбільш ефективних методів управління якістю обслуговування клієнтів на підприємствах готельної індустрії

Просимо відповісти на запитання анкети та поставити відповідну позначку:

1. До якої категорії працівників Ви належите?

а) керівник;

б) рядовий службовець.

1. Ваша стать та вік:

а) жіноча, менше 23;

б) чоловіча, менше 25;

в) жіноча, більше 23;

г) чоловіча, більше 25.

1. Чи вважаєте ви за доцільне підвищити свій професійний рівень:
2. так;
3. ні;
4. вагаюсь відповісти.
5. Чи вважаєте ви за потрібне брати участь в семінарах, майстер-класах, воркшопах?
6. так;
7. ні;
8. вагаюсь відповісти.
9. Чи вважаєте ви за необхідне обмінюватися досвідом із фахівцями готельної сфери:
10. так;
11. ні;
12. вагаюсь відповісти.
13. Чи вважаєте ви за необхідне підвищувати рівень надання готельних послуг?
14. так;
15. ні;
16. вагаюсь відповісти.

Додаток Б