

Аліна ЗАВАЛЕНКО
ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна
*Науковий керівник - канд.екон.наук, доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*
Ольга ШИКІНА

ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ У ЧОТИРИЗІРКОВИХ ГОТЕЛЯХ

У кожній країні розроблені власні правила надання готельних послуг. Ці правила мають багато спільного, але є також відмінності, зумовлені особливостями туристичної діяльності в конкретному регіоні або культурними та етнічними міркуваннями. Ці правила включають певні особливості.

Процес надання основних послуг у готельній сфері можна розділити на кілька основних етапів: надання інформації про послуги; бронювання місць; реалізація послуг; зустріч і проводи туристів; обслуговування під час перебування [1].

Початкова інформація про характер основних послуг включає назву, місцезнаходження та категорію засобу розміщення. Інші відомості, такі як кількість і наявність вільних номерів, близькість до туристичних центрів і моря, пільги для певних категорій клієнтів, можна знайти в рекламних проспектах.

Етап надання інформаційних послуг у готелях є одним із найважливіших і часто визначальним. Вміле надання інформації повинно привертати увагу, викликати інтерес і бажання придбати послугу, тобто вибрати готель, номер, термін перебування тощо. Інформаційна діяльність має проводитися з великим тактом, увагою та професіоналізмом.

Резервування місць у готелях дозволяє персоналу краще підготуватися до обслуговування туристів, а останнім – раціональніше провести дозвілля в туристичних центрах. Нині резервування місць здійснюють не тільки організовані туристи, але й ті, що подорожують самостійно.

Для централізованого продажу готель попередньо укладає договір з туристичною фірмою на реалізацію основних послуг. Зазвичай, ця фірма

реалізовує основні послуги кількох готельних підприємств, що дозволяє туристам вибирати з великого розмаїття видів і категорій той засіб розміщення, що найкраще відповідає їхнім вимогам [2]. Така форма продажу основних послуг допомагає досягти максимального завантаження готелів. Проте централізована реалізація готельних послуг не завжди задовольняє індивідуальні потреби і побажання окремих туристів. Це завдання може вирішити децентралізований продаж, який здійснюється персоналом готелю, мотелю чи кемпінгу. Ця форма реалізації послуг може призвести до ускладнень із завантаженням місць і збільшення витрат на рекламу та обслуговуючий персонал.

Вища якість обслуговування і ефективність готельної діяльності досягаються за умови застосування комбінованих форм продажу послуг, коли у процесі беруть участь як готельні підприємства, так і туристичні агентства. Така форма продажу дозволяє поєднувати переваги та долати недоліки централізованого і децентралізованого продажу.

Зустріч і розміщення туристів у готелях включає перенесення багажу, реєстрацію клієнта, видачу ключів і супровід до номера. Разом із ключем доцільно видавати туристові візитну картку, яку називають «паспортом готелю». У ній вказують назву готелю, його адресу, категорію тощо. Додатково вписуються номер кімнати, термін перебування, транспортні зв'язки готелю.

Розподіл туристів за номерами здійснюється службою прийому та розміщення за участю керівника туристичної групи або гіда-перекладача. Основні вимоги до прийому клієнтів: оперативність, чіткість і швидкість оформлення документації. Встановлені такі граничні терміни оформлення та розміщення: для індивідуального туриста – до 5 хвилин; для групи до 30 осіб – 15 хвилин; для групи до 100 осіб – 40 хвилин; для груп понад 100 осіб – до 1 години. До номерів гостей супроводжують працівники готелю, які допомагають перенести багаж, показують номер і ознайомлюють з особливостями користування обладнанням.

Служба прийому повинна приділяти особливу увагу постійним гостям: їм

пропонують номери, де вони раніше зупинялися, організовують ювілейні зустрічі (п'яте чи десяте відвідування готелю), дарують квіти, сувеніри та інші знаки уваги. Зазвичай постійні гості реєструються окремо, і дані таких карток використовуються для привітань із днем народження, різдвяними святами тощо [3].

Завершальний етап надання основних послуг у готелі - оплата та виїзд. У день від'їзду гість повинен повідомити персонал поверху про час свого від'їзду та провести повний розрахунок. Для розрахунку індивідуальних туристів використовуються різні системи та форми. Кредитна система застосовується дедалі активніше. Маючи кредитну картку, клієнт може користуватися різноманітними послугами.

Досить часто до ціни за основну послугу додається плата за користування різноманітними спорудами готелю [3]. Виїзд і проводи туристів як останній етап надання основних послуг включають піднесення багажу до автомобіля перед готелем, виклик таксі, надання допомоги в упаковці речей тощо.

Зазначені етапи надання основних послуг взаємопов'язані та взаємозалежні, кожен окремо й усі разом визначають якість готельних послуг.

Список використаних джерел :

1. Oliinyk, O., Dolynska, O., Polova, O., Shykina, O. and Sliusarchuk, O. (2024). Modern, Innovative Approaches to Managing the Quality and Competitiveness of Hospitality and Tourism Businesses. Econ. Aff., 69 (Special Issue): 169-177. (Scopus) URL: <http://surl.li/uoweb>
2. Шикіна, О. В. Сучасні тенденції розвитку категоризованих готелів України. Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 163–179. URL: <https://cutt.ly/78luRC4>
3. Шикіна О.В. Моніторинг структури готельних брендів Європи. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. 2019. № 3 (266). С. 178-201. URL: <https://cutt.ly/l8lod3T>