

УДК 796.5.338.42

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ПРОЦЕСУ НАДАННЯ
ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ

С.В. Попов, Р.М. Котенко

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

У статті досліджено надання побутових готельних послуг в Україні та в її західному регіоні зокрема. Проаналізовано процес надання побутових послуг у готелі «Надія» (Івано-Франківськ). Визначено напрямки та шляхи покращення процесу надання цих послуг задля підвищення конкурентоспроможності українських готелів.

Увага акцентується на різноманітності надання основних і додаткових послуг, що визначаються як рівнем комфорту готелю, так і його спеціалізацією. Важливе значення для організації готельного господарства має також система сертифікації готельних послуг. Оскільки побутові, господарські та культурні запити і вимоги гостей підвищуються з кожним роком, визначено необхідність розробки нових послуг у готелях, пошук нових ідей і технологій. Надано пропозиції щодо вдосконалення якості побутового обслуговування в готелях.

Реклама розглядається як один із засобів, прийомів і методів, спрямованих на реалізацію побутових послуг.

Проаналізовано світовий досвід, який вказує на необхідність сформуванню мережу спеціалізованих підприємств з вузьким спектром послуг, орієнтованих на обслуговування певної категорії туристів. Проте при наданні послуг важливим є не тільки їх кількість, а й якість. Чим вища якість послуг обслуговування гостей, тим вищий імідж готелю, тим привабливіший він для гостей і, як наслідок, успішнішим є мате-

ріальне процвітання закладу. З'ясовано, що надання побутових послуг вітчизняними готелями в порівнянні з європейськими та світовими потребують вдосконалення. Це, в свою чергу, детермінує необхідність проведення комплексної модернізації матеріально-технічної бази готелів, вкладення інвестицій, а також державної підтримки.

Ключові слова: готельне господарство, готельний бізнес, туризм, інвестиційна привабливість, стратегія розвитку, побутові послуги, сервіс, готельні комплекси.

Постановка проблеми. Важливою складовою туристичної діяльності є готельне господарство. Сьогодні воно набуває швидких темпів розвитку. Щоб встояти на ринку та втримати існуючі позиції, потрібно шукати нових шляхів поліпшення фінансово-економічного стану. Постійно виникає необхідність знаходити нові варіанти вдосконалення процесу обслуговування споживачів готельних підприємств і надання послуг для успішного існування на ринку готельних послуг та підвищення прибутку. Якість обслуговування – невід'ємна складова ефективності роботи закладу готельного господарства, завдяки якій можливо забезпечити повторне звернення гостя. «Обслуговування на вищому рівні» стало актуальним і важливим елементом ефективного функціонування готельних підприємств.

Саме готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері

обслуговування туристів: забезпечують їх сучасним житлом і побутовими послугами. Проте конкурентоздатність вітчизняних підприємств готельного господарства порівняно з європейськими та азійськими підприємствами з року в рік знижується. Це спричинене рядом факторів, зокрема політичного та економічного характеру, що вимагає адаптації існуючих управлінських механізмів діяльності таких підприємств, з одного боку, до потреб ринку послуг з тимчасового розміщування та харчування серед населення України та зарубіжних туристів, з іншого – підвищення ефективності господарської діяльності самих підприємств як самостійних господарських одиниць. Тому дана проблема на сьогодні є надзвичайно актуальною, оскільки готельне господарство – один із перспективних секторів розвитку національної економіки, зокрема у сфері послуг, збільшення зайнятості населення України.

Аналіз досліджень та публікацій.

Теоретико-методологічні засади вивчення організації надання побутових послуг висвітлені в роботах вітчизняних і закордонних вчених: Байлик С.І., Круль Г.Я., Лук'янова Л.Г., Ляпіна І.Ю., Сокол Т.Г., Уокер Дж. та ін. [1–4; 6–8].

Викладення основного матеріалу.

Готельне господарство є однією з важливих складових сфери послуг в Україні і ефективне його функціонування сприяє поштованню соціально-економічного розвитку країни та окремих її регіонів. Значну роль відіграє готельне господарство у розвитку туризму як фактора підвищення престижу України в міжнародному співробітництві і є постійним джерелом поповнення валютних надходжень в країну.

Готельний сервіс охоплює комплекс послуг для туристів. Це ключовий чинник, який визначає перспективи розвитку туризму.

Побутове обслуговування спрямоване на задоволення потреб гостей, що виникають під час їхнього проживання в готелі. Перелік цих послуг залежить від його категорії. Не у всіх готелях є можливість організувати побутове обслуговування гостей і надавати їм повний перелік послуг. Хоча готелям необхідно прагнути до того, щоб набір послуг цілком відповідав запитам гостей.

Підприємства, що надають послуги, повинні розміщуватися в доступному місці (найчастіше на першому поверсі). У вестибюлі, на поверхах, у номерах повинна бути інформація про те, як і де одержати послуги, години роботи персоналу повинні бути зручними для гостей [5, с. 68].

Готельна послуга формується в ході обслуговування при тісній взаємодії готельного комплексу його постояльців. Процеси надання та споживання послуг протікають одночасно з моменту в'їзду в готельний комплекс і до моменту виїзду, протягом усього готельного циклу гість сприймає послуги як результат діяльності персоналу, при цьому гість сам стає частиною системи розподілу.

До складу послуг з побутового обслуговування входить таке:

1. Термінове прання і хімчистка, ремонт і прасування особистих речей (у номері в папці з рекламою мають бути бланки замовлень на прання і чищення одягу. Там же мають бути й пам'ятки про те, як здати одяг у прання). Таку послугу можуть надати в готелі, де є пральня. У готелях більш низької категорії можна взяти праску напрокат. Гість сам прасує у номері або в

спеціальній кімнаті, де є гладильна дошка [5, с. 68].

2. Терміновий ремонт і чищення взуття. У багатьох готелях є майстерні з ремонту взуття. У холах висококласних готелях стоять апарати для чищення взуття, у номерах є щітки для чищення взуття й одягу.

3. Збереження речей і цінностей (камера схову і сейфи в номерах і в адміністратора).

4. Розвантаження, завантаження і доставка багажу в номер (оплачуються чайовими – у готелі організовується черговість посильних з метою отримання однакових чайових).

5. Прокат предметів культурно-побутового призначення (побутова техніка, посуд, спортивний інвентар тощо).

6. Дрібний ремонт годинників, електробритв, радіо-, кіно-, фотоапаратури; фотопослуги.

7. Послуги перукарського, манікюрного і масажного кабінетів. Ці послуги можуть надаватися й у номерах, але мають націнку.

8. Доставка харчування в номер.

Зазвичай в кожному номері в папці з рекламою є папір для листів, конверти, спеціальні таблички, які можна вивісити на двері, якщо гість просить випрати, прибрати номер або просто не хоче, щоб його турбували [5, с. 69].

Побутові послуги надаються в номері й у спеціалізованих приміщеннях або інших приміщеннях готелю.

В усіх готелях найбільш розповсюдженими додатковими послугами в номері є доставка чистого одягу; чищення взуття; замовлення обіду або вечері, газет, квітів та ін. [5, с. 69].

Додаткові послуги в готелях визначаються наявністю пральних, швейних майстерень, ремонтних майстерень; перукарні, аптечного кіоска, обміну ва-

лут; сауни, тренажерного залу, басейну, фітнес-клубу; майданчиків для гольфу, тенісних кортів; бізнес-центру, приміщення для переговорів, аудіо-, відеообладнання; прокату автомобілів. Додаткові послуги можна замовити з номера за телефоном [5, с. 70].

Отже, послуги, що надаються в готелях, поділяються на основні та додаткові. Вони можуть бути безкоштовними і платними. До основних послуг готелю належить проживання. Без додаткової оплати гостям можуть бути надані такі види послуг:

- зберігання багажу в камерах схову (не більше двох місць);
- доставка телеграфної кореспонденції в номер;
- виклик швидкої допомоги;
- доставка в номер медикаментів першої необхідності;
- побудка гостей готелю в будь-який час (на їхнє прохання);
- доставка в номер довідкової та сувенірної реклами, фірмових конвертів і паперу;
- зберігання грошей, цінних паперів (відповідно до опису);
- надання довідкової інформації про розташування й режим роботи пунктів побутового обслуговування та інших послуг [2; 3, с. 219].

Перелік і якість надання побутових послуг повинні відповідати критеріям наявної категорії готелю.

В Україні сучасні готельні підприємства мають типову структуру послуг, низьку спеціалізацію. Поряд із традиційними повносервісними готелями потрібно сформувати мережу спеціалізованих підприємств із вузьким спектром послуг, зорієнтованих на обслуговування певної категорії туристів. Створення спеціалізованих підпри-

емств стосується передусім туристичних центрів із чітко виявленою спеціалізацією в спортивно-оздоровчому, конгресовому туризмі, центрах з ігровими атракціями й іншими видами туризму.

Послуги підприємств, що входять у готельний комплекс, включають послуги закладів харчування, рекреаційних, СПА та фітнес-комплексів, конференц-залів та підприємств побутового обслуговування – перукарень, пралень, ремонтних і фотомайстерень, автостоянок та камер схову та ін. Подібні заклади можуть працювати в готелі також на умовах оренди площ і приміщень.

Кожен готель, що розраховує на ринковий успіх, прагне до розробки готельних послуг з високою споживчою цінністю. Звичайно це нові послуги, що несуть якісно нові можливості для споживачів. Кожна готельна послуга проходить певний життєвий цикл, що охоплює всі стадії, починаючи з виходу на ринок, і закінчуючи відходом з нього. Для розробки нових послуг готелі повинні здійснювати пошук нових ідей і аналізувати світовий досвід. Доцільно формувати «банк ідей», збираючи та узагальнюючи різноманітну інформацію з цієї проблеми, що отримується як із зовнішніх, так і внутрішніх джерел. До них відносяться професійні періодичні видання, наукова і навчальна література, Інтернет, результати соціологічних досліджень, монографії фахівців в галузі готельного бізнесу, аналітичні і кон'юнктурні огляди, матеріали готельних ярмарків, виставок, конференцій тощо. Готельна послуга може бути новою:

- відносно задоволення нової потреби;
- відносно нового споживача;
- відносно існуючої послуги;

- відносно нового ринку.

Таким чином, замість одномірного розуміння новизни послуги виникає комерційно більш вигідне уявлення про новизну [6, с. 178].

Особлива роль у системі маркетингових комунікацій відводиться рекламі. Реклама – це один з видів передачі інформації та один з елементів комплексу маркетингу готелю. Реклама виступає як будь-яка оплачена форма неперсонального представлення і просування ідей та послуг готелем-рекламодавцем. Реклама складається з цілого комплексу засобів, прийомів і методів, спрямованих на досягнення кінцевої мети – реалізації побутових послуг. Готель має широкий і різноманітний арсенал рекламних засобів: рекламні видання, матеріали періодичної преси, зовнішня реклама, теле-, кіно-, радіореклама, виставки, конференції, ярмарки, пряма поштова реклама та ін. Зміст рекламного повідомлення завжди повинний бути більш поширений, ніж просто утилітарний, оскільки готель реалізує не лише житлові номери, але і комфорт, різноманітні враження, нові цікаві події тощо. Але головною метою реклами є підвищення ефективності реалізації побутових послуг [6, с. 190].

Важливе значення для організації готельного господарства має також система сертифікації готельних послуг. Йдеться про документальне підтвердження того, наскільки якість послуг, що надаються, відповідає конкретним стандартам. Сертифікація послуг повинна ставити вимоги перед суб'єктом господарювання щодо збереження життя й охорони здоров'я людей, охорони навколишнього середовища (екологія, додержання санітарно-гігієнічних норм і т. ін.), збереження майна клієнтів тощо. Специфіка роботи готельних під-

приємств така, що проводити сертифікацію послуг у момент їх надання, тобто повсякчасний моніторинг, неможливо. Тому слід сертифікувати умови функціонування конкретного готелю, а певний їх рівень визначає можливості готельного сервісу, типи й напрями господарської діяльності. З огляду на це необхідно виробити систему вимог до якості послуг, технології обслуговування різних категорій споживачів, інших показників діяльності. Характеристика виконання цих вимог ляже в основу атестації готелю [6, с. 200].

Західні регіони України охоплюють гірські райони Українських Карпат та формують Карпатський регіон. Більшість населених пунктів гірських районів внаслідок віддаленості від адміністративних та промислових центрів, специфічних кліматичних умов та особливостей географічного розташування мають обмежені перспективи для соціально-економічного зростання і, відповідно, характеризуються ознаками депресивності. При цьому гірські райони Карпатського регіону характеризуються наявністю унікальних туристично-рекреаційних, природних ресурсів та багатою екосистемою, відтак володіють ресурсним потенціалом для розвитку туризму й рекреації, що на сьогодні використовується мало ефективно.

Наявність потужного рекреаційного потенціалу гірських районів західних регіонів України створює реальні можливості щодо розширення пропозиції рекреаційних послуг (як для українських, так і для іноземних споживачів).

Карпатський регіон має потужні ресурси для стрімкого нарощування пропозиції послуг щодо оздоровлення і відпочинку (без додаткового антропогенного навантаження на навколишнє

природне середовище). Поряд з цим, українська частина Карпатського регіону, на відміну від решти туристичних регіонів України, завдяки особливостям рельєфу та багатству екосистеми може задовольняти попит споживачів на відпочинок та рекреацію цілорічно, без виражених ознак сезонності.

Сучасний ринок готельних побутових послуг потребує їх частішого оновлення і зміни асортименту, а отже, періодичної перебудови технологічного процесу. Забезпечення високого рівня обслуговування в готелі у сучасних умовах неможливо досягти без застосування нових технологій. Нова технологія передбачає автоматизацію багатьох готельних процесів, електронне резервування, запровадження технологій, що сприяють поліпшенню якості обслуговування при одночасному скороченні персоналу [4, с. 86].

Якість обслуговування є основною умовою високої конкурентної спроможності запропонованих послуг на світовому готельному ринку [4, с. 87].

Потреба виживання малих і середніх підприємств готельного типу визначила нову тенденцію в спеціалізації, диверсифікації, концептуалізації та екологізації готельних послуг [4, с. 88].

Для прикладу, готель «Надія» є комфортним готелем, який з кожним днем розвивається, щоб забезпечити найкращий сервіс проживання у Івано-Франківську. Команда готелю вже п'ятий рік поспіль отримує престижну нагороду – сертифікат якості від найбільшого у світі сайту для мандрівників TripAdvisor. У 2014 р. веб-сайт Zoover також відзначив готель як такий, який туристи найчастіше рекомендують обирати в Івано-Франківську. 2015 рік – готель «Надія» відзначений нагородою «2014 Award of Excellence» від сайту

Booking. А 2016 рік почався для команди дуже вдало, оскільки цей же сайт вручив їм відзнаку «Guest Review Award». Охарактеризуємо надання побутових послуг у ньому.

Для успішної реалізації власної бізнес-платформи готель пропонує 5 комфортних конференц-залів (зал № 1 – 300 місць, зал № 1А – 100 місць, зал № 2 – 100 місць, зал № 3 – 100 місць, зал № 4 – 35 місць). До послуг гостей: вся необхідна технічна підтримка, сучасна система кондиювання, опалення, фільтрація повітря, Wi-Fi. Конференц-зали укомплектовані новітнім презентаційним, звуковим і мультимедійним обладнанням: екран, проектор (підключення по VGA, HDMI, Wi-Fi), ноутбук, фліп-чарт, стаціонарні та радіомікрофони. Якщо під час конференції заплановане конференц харчування: кава-брейк, фуршет або банкет, менеджери готелю складуть меню згідно побажань гостей чи допоможуть обрати варіант готових меню.

Також у готелі є парфум-бутік «Для Тебе», який є офіційним представником фірми Dior. Магазин спеціалізується на дистрибуції парфумерних, косметичних виробів і косметики класу «люкс», під товарними знаками Parfums Christian Dior, Parfums Givenchy, Kenzo parfums, Guerlain.

В холі готелю «Надія» можна завітати до фірмового салону краси «Надія». Тут запропонують гостям вишукані зачіски, макіяж та інші послуги.

Команда професіоналів фірми «Надія» надає гостям кваліфіковану допомогу в організації та проведенні заходів, а також широкий спектр додаткових послуг: трансфер до місця події, екскурсії по місту та регіону, дитячі тури по Прикарпаттю, автентичні програми (Новий Рік, Різдво, Маланка, Во-

дохреща, Великдень, Івана Купала, Спаса, Андрея, Св. Миколая), виїзне обслуговування, послуги перекладачів, прокат авто, сніданок «шведська лінія», безкоштовний Wi-Fi, автостоянка з цілодобовою охороною.

Проте надання побутових готельних послуг у порівнянні з європейськими та світовими потребують вдосконалення. Переважна більшість зарубіжних готелів мають вузьку спеціалізацію. Так, у готелі «Grand Hotel Excelsior» у Монтре (Швейцарія), що складається з 22 номерів, до набору послуг входить клінічне обслуговування: курси реабілітації після інфарктів, лікування депресії, профілактика стресів, послуги спортивної медицини, лікувальне голодування, курси вітамінного лікування, лікування морською водою і водоростями.

Готель «Siminar-hotel» у Давосі спеціалізується на організації обслуговування конгресів, конференцій, семінарів.

Готель «Davos face» має просторі зали для відпочинку, відеоапаратуру в холі, бари і призначений для молоді. Готель «Lasurus Hof» (Німеччина) спеціалізується на обслуговуванні інвалідів й обладнаний спеціальними ліфтами і туалетами, широкими проходами для колясок, гаражем для електроколясок. Персонал має спеціальну підготовку для роботи з такими клієнтами. Готель розрахований на 16 номерів і 29 місць. У німецьких «Ренесанс-готелях» привітання гостя починається з коктейлю «Ласкаво просимо»; кожний гість має свого куратора серед співробітників, що вирішує всі проблеми гостя... [4, с. 88].

Розміщенням зі свійськими тваринами в готелях уже нікого не здивуєш, однак у бостонському «Nine Zero»

улюбленим вихованцям гостей забезпечують не тільки власне розміщення й харчування, але й здійснюють постійний догляд.

Нині готельна індустрія США активно вивчає варіанти обслуговування гостей, виходячи з вимог, продиктованих змінами в навколишньому світі. Телевізор стане своєрідним командним пунктом гостя, виконуючи багато функцій персоналу: розбудить уранці, викличе таксі, замовить квиток, розшукає потрібну адресу. Ставка робиться на максимальну розмаїтість обслуговування, виходячи зі смаків і потреб гостей (ліжко з надувними кишенями, підігнане під необхідну пружність з урахуванням маси і зросту гостя; м'які меблі на роликах, які за бажанням можна пересунути в будь-яке місце, та ін.) [4, с. 90].

У сучасних готелях організація системи надання послуг досягла нової прогресивної технології обслуговування туристів. Так, великою зручністю для гостей готелю є введення пластикової картки. Закодовані картки містять такі дані, що їх необхідно мати готелю (вони можуть записуватись ще під час бронювання номеру), а електронний код слугує ключем для входу до номеру [3, с. 220].

Американські готельні фірми за допомогою такої картки забезпечують гостю доступ до значної кількості послуг безпосередньо через телевізор, що знаходиться у номері. Спеціальний пристрій, під'єднаний до телевізора, дає можливість туристу резервувати місце в ресторані, вибрати страви та напої для подання їх до номеру, підвести баланс своїх затрат у готелі, забронювати авіаквитки, місця в готелях, автомобіль напрокат тощо. Для ділового туриста готельні номери вже почали

оснащувати автоматичними телефонами, комп'ютерами, машинами для передачі факсимільних зображень. Для отримання цих послуг гостю достатньо скористатися кредитною карткою за допомогою якої будуть автоматично фіксуватись і записуватись на його рахунок усі зроблені витрати. А служба побудки та послуги зв'язку також будуть автоматизованими через електронну систему готелю [3, с. 220].

Американський технічний прогрес вирішує проблему сторіччя – крадіжок у готелях: крихітні комп'ютерні чіпи вбудовують у всі предмети в номері. У сучасних готелях технічний комфорт підлягає коригуванню. Складові технічного комфорту – тепловий і екологічний комфорт, якість повітря і технічний контроль – мають взаємопов'язуватись і змінюватись централізовано та індивідуально. Екологізація і спеціалізація готельних підприємств, диверсифікація і «гедонізація» (гедонізм – філософія насолоди) готельних послуг, концептуалізація і технологізація пропозицій – такою є сучасна готельна політика як засіб виживання, пошуку нових «ніш ринку» і розширення асортименту готельних послуг [4, с. 90].

Для підтримання конкурентоздатності на сучасному вітчизняному ринку готельних господарств є необхідність впроваджувати в готелях новітні послуги, де обслуговування частково автоматизоване з використанням інформаційних систем і технологій. Це, в свою чергу, потребує проведення комплексної модернізації матеріально-технічної бази готелю, вкладення інвестицій, а також державної підтримки. У сучасних умовах необхідно залучати додаткові ресурси в сферу послуг, для впровадження досягнень науково-технічного прогресу. Це дає можли-

вість розширити перелік нових видів і форм обслуговування, підвищення якості послуг, тісно пов'язаних із технічними засобами.

На нашу думку, вивчення та запровадження закордонного досвіду щодо спеціалізації та диверсифікації процесу забезпечення побутового обслуговування призведе до якісного поліпшення стану готельного господарства, збільшить завантаженість номерного фонду, позитивно позначиться на рентабельності підприємств гостинності.

Висновки. Роблячи висновок з досліджуваного питання, слід зазначити, що з метою підвищення якості та культури обслуговування гостей, а також конкурентоздатності на світовому ринку побутових готельних послуг, підприємства повинні мати не тільки високий рівень комфорту, але й широкий набір додаткових послуг. Сервіс готелів доцільно організувати не тільки за принципом попиту, а й за принципом пропозиції. Різноманітність й асортимент побутових послуг постійно розширюються. Якщо раніше їх в переліку значилось не більше десяти, то сьогодні вже понад шістьдесят. Високий рівень сервісу допомагає готелю зарекомендувати себе на ринку туристських послуг з кращого боку і залучити більше гостей.

Рівень обслуговування великою мірою залежить від кваліфікації і зацікавленості персоналу, його творчих здібностей, вміння освоювати нові технології.

Вивчивши та проаналізувавши зарубіжний досвід організації надання побутових послуг, з'ясувалося, які сервісні та додаткові послуги є популярними у світовому готельному бізнесі й до чого варто прямувати для більш

повного задоволення усіх можливих бажань гостей.

Процес надання побутових послуг є досить складним, але добре організованим і послідовним комплексом дій. Виконання кожного етапу цього комплексу має бути підпорядковано певним правилам, встановленим законодавчими та іншими нормативно-правовими актами.

Отже, система побутових послуг, на відміну від інших частин готельного бізнесу, вимагає нестандартних підходів до вирішення багатьох питань. Правильна організація процесу впровадження і надання побутових послуг зумовлює можливість розширення переліку пропозицій для гостей готелю і залучення нового сегменту споживачів.

Література та джерела

1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, управление, сертификация / С.И. Байлик – К. : ВИРА-Р, «Альтерпрес», 2001. – 207 с.
2. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukr-hotels.com/files/File/4269-2003.pdf>.
3. Круль Г.Я. Основи готельної справи : навч. посіб. / Г.Я. Круль – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.
4. Лук'янова Л.Г. Уніфіковані технології готельних послуг. / Л.Г. Лук'янова, Т.Т. Дорошенко, І. М. Мініч ; [за ред. проф. В.К. Федорченка]. – К. : Вища школа, 2001. – 237 с.
5. Лук'янов В.О. Організація готельно-ресторанного обслуговування : навч. пос. – Вид. 2-ге. / В.О. Лук'янов, Г.Б. Мунін – К. : Кондор, 2012. – 346 с.
6. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания : Учебник для начального профессионального образования / И.Ю. Ляпина – М. : Академия, 2002. – 208 с.

7. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах : підруч. / Т.Г. Сокол. – К. : Альтерпрес, 2009. – 447 с.

8. Уокер Дж. Р., Введение в гостеприимство : Учебник / [пер. с англ.] ; Дж.Р. Уокер. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 463 с.

9. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії : навчальний посібник / Н.В. Чорненька – К. : Атіка, 2006. – 264 с.

Popov S.V., Kotenko R.M. ORGANIZATION AND WAYS OF IMPROVING PROCESS OF PROVIDING HOUSEHOLD SERVICES IN HOTELS. *The process of providing household hotel services affecting the development of the hotel industry in Ukraine is explored in the article. The process of providing household services at the hotel «Nadiya» in Ivano-Frankivsk is analyzed. Ways of improving the process of providing services aiming to increase competitiveness of Ukrainian hotels are defined.*

The authors pay attention to the process of providing variety of basic and additional services defined as the level of hotel rate and its specialization. It is important for hospitality industry to have a system of certification of hotel services. Household, economic and cultural needs and demands of guests are increasing constantly. That determines the need to develop new services in hotels and search for new ideas and technologies. The authors give proposals for improving quality of hotel household services.

Advertising is considered one of the tools, techniques and methods aimed at implementing household services.

The article analyzes international experience that reflects the need to form a network of specialized companies with a narrow range of services oriented to a particular category of tourists. However,

in providing services not only their quantity, but also their quality is important. The level of service guest service quality determines the hotel's image, so it becomes more attractive for guests and more successful. It contributes to material prosperity of a hotel. It turns out that providing household hotel services compared to European and international standards needs to be improved. And that requires a comprehensive modernization of hotel's material and technical base, investment and government support.

Keywords: *hospitality, hotel business, tourism, investment attractiveness, development strategy, household services, service, hotel complexes.*

Попов С.В., Котенко Р.М. ОРГАНІЗАЦІЯ І ПУТИ УЛІЦШЕННЯ ПРОЦЕСА ПРЕДОСТАВЛЕННЯ БИТОВИХ УСЛУГ В ОТЕЛЯХ. *В статъе исследованы предоставления бытовых гостиничных услуг в Украине и в ее западном регионе в частности. Определены направления и пути улучшения процесса предоставления этих услуг для повышения конкурентоспособности украинских гостиниц.*

Внимание акцентируется на разнообразии предоставления основных и дополнительных услуг, определяющимися не только уровнем комфорта отеля, так и его специализацией. Важное значение для организации гостиничного хозяйства имеет также система сертификации гостиничных услуг. В связи с тем, что бытовые, хозяйственные и культурные запросы и требования гостей ежегодно растут, определена необходимость разработки новых услуг в гостиницах и поиск новых идей и технологий. Сделаны предложения по совершенствованию качества бытового обслуживания в гостиницах.

Реклама рассматривается как одно из средств, приемов и методов, направленных на реализацию бытовых услуг.

Проанализирован мировой опыт, указывающий на необходимость сформировать сеть специализированных предприятий с узким спектром услуг, ориентированных на обслуживание определенной категории туристов. Однако при оказании услуг важным является не только их количество, но и качество. Чем выше качество услуг обслуживания гостей, тем выше имидж гостиницы, тем привлекательнее она для гостей и, соответственно, тем успешнее материальное процветание заве-

дения. Установлено, что предоставление бытовых услуг отечественными гостиницами по сравнению с европейскими и мировыми нуждаются в совершенствовании. Это, в свою очередь, определяет необходимость проведения комплексной модернизации материально-технической базы гостиниц, вложения инвестиций, а также государственной поддержки.

Ключевые слова: гостиничное хозяйство, гостиничный бизнес, туризм, инвестиционная привлекательность, стратегия развития, бытовые услуги, сервис, гостиничные комплексы.