

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 242 «Туризм»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою «Туризм»
(назва освітньої програми)

на тему: **«Організація надання послуг в засобах розміщення
туристів малої місткості»**

Виконавець:

студент центру заочної форми навчання

Джавров Євген Вікторович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

Герасименко Віктор Григорович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Упродовж останніх років готелі малої місткості все частіше стають об'єктом наукових досліджень. Причина даного явища полягає в тому, що малий бізнес пом'якшує наслідки структурних змін в економіці, швидко адаптується до вимог ринку, що змінюються, надає істотного внеску в економічний розвиток регіону, має здібність до генерації, використання технічних і організаційних нововведень. Органічно пов'язаний із великим бізнесом, він є основою стійкого розвитку країни та підвищення конкурентоспроможності її економіки. Особлива роль малому бізнесу відводиться в розвитку сфери послуг, яка служить свого роду індикатором рівня розвитку економіки будь-якої країни.

Метою дослідження є розробка заходів та пропозицій щодо підвищення ефективності та якості надання послуг в готелях малої місткості на прикладі готельного підприємства «Де Волан».

Завдання дослідження:

- уточнити поняття «засіб розміщування», як елементу індустрії туризму;
- розглянути специфіку обслуговування в готелях малої місткості;
- надати загальну характеристику та проаналізувати виробничу діяльність готельного підприємства «Де Волан»;
- проаналізувати процес надання готельних послуг в готельному підприємстві «Де Волан»;
- надати пропозиції щодо впровадження програми лояльності клієнтів в готельному підприємстві «Де Волан»;
- розробити комплекс заходів щодо вдосконалення організації надання послуг в готельному підприємстві «Де Волан».

Об'єкт дослідження кваліфікаційної роботи є процес надання послуг в готелях малої місткості.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є сукупність теоретичних і практичних питань спрямованих на вдосконалення готельних послуг.

Методи дослідження: метод аналізу і синтезу, спостереження, економічного аналізу (для аналізу готелю «Де Волан»), метод порівняння, графічний метод (для наочного представлення статистичних даних), табличний та групування (при аналізі виробничої діяльності готелю «Де Волан»).

Інформаційна база досліджень склали наукові публікації вітчизняних та зарубіжних вчених, нормативно-правові документи України, національні стандарти України по засобах розміщення, матеріали власних досліджень, а також звітні дані готелю «Де Волан».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (53 найменувань) та 4-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 76 сторінок. Основний зміст викладено на 60 сторінках. Робота містить 13 таблиць, 12 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи надання послуг в засобах розміщення»* розглянуто поняття «засіб розміщування», як елементу індустрії туризму та специфіка обслуговування в готелях малої місткості.

У другому розділі *«Аналіз організації надання послуг засобу розміщення «Де Волан»»* надана загальна характеристика та проаналізовано виробничу діяльність готельного підприємства «Де Волан». Також проаналізований процес надання готельних послуг.

У третьому розділі *«Удосконалення організації надання послуг в засобі розміщення «Де Волан»»* запропоновано впровадити програму лояльності клієнтів та розроблений комплекс заходів щодо вдосконалення організації надання послуг в готельному підприємстві «Де Волан».

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, які полягають у такому.

1. Визначено, що готельне обслуговування є невід'ємною частиною індустрії туризму. Послуга розміщення є однією зі складових туристичного продукту. Згідно визначення Всесвітньої туристичної організації засоби розміщення туристів являють собою об'єкти, що регулярно або епізодично надають туристам місця для нічлігу. Вони поділяються на дві групи: індивідуальні та колективні.

2. Розглянуто сутність та особливості надання готельних послуг в готелях малої місткості. На сьогодні ще не існує чітких міжнародних або національних норм щодо класифікації засобів розміщення за обсягом їхнього номерного фонду. Відсутність законодавчої бази у галузі засобів розміщення малої місткості обмежує зростання малих готелів та виникає проблема їхніх відносин із контролюючими державними органами. Встановлено, що головною специфічною рисою малих готелів є персоніфікація обслуговування.

3. Надана характеристика діяльності засобу розміщування туристів малої місткості «Де Волан». Встановлено, що номерний фонд складає 13 номерів. Порівняння методів оплати за готельні послуги показало, що гості дедалі частіше починають використовувати банківську карту та безготівковий переказ замість готівки у якості основного методу оплати за готельні послуги. Дослідження зміни кількості днів перебування гостей з сайтів онлайн резервування показало позитивну динаміку для бронювань через сайт booking.com, та негативну динаміку для бронювань через сайт expedia.com за 2017-2019 рр.. Аналіз зміни кількості гостей показав, що в 2019 році їх кількість збільшилась на 1953 відвідувача в порівнянні з 2017 роком. Розроблена класифікація відвідувачів поділяє гостей за країною походження, статтю та метою поїздки. На основі дослідження досвіду аналогічних готелів автором було розроблено експлуатаційну програму готелю. Згідно неї місткість засобу розміщення «Де Волан» склала 39 спальних місць, а потенційна кількість місце-днів - 14 235

місце/днів. Впродовж 2017-2019 спостерігається позитивна динаміка зміни коефіцієнту завантаження. З 2017 до 2018 року спостерігається позитивна динаміка збільшення коефіцієнту завантаження номерного фонду, проте з 2018 до 2019 показник не змінився. Це пояснюється тим, що з 2016 року готель працював стабільно та стійко на ринку готельних послуг. За цей час склалось певне коло постійних клієнтів, які постійно повертаються та обирають готель «Де Волан» у якості основного засобу тимчасового розміщення при подорожах.

4. Аналіз процесу надання послуг показав, що послуги готелю «Де Волан» відповідають загальноприйнятим нормам. Визначено, що послуги, які надаються в готелях, поділяються на основні та додаткові. Ціна за основні послуги включається в базову ціну проживання. Порівняльна характеристика з готелем «Alarus Luxe» показала, що в ньому більша кількість додаткових послуг. Проте, в готелі «Де Волан» більш низькі тарифи на проживання. Розглянутий технологічний алгоритм гостьового циклу, який складається з 4 етапів:

- 1) бронювання;
- 2) прибуття в готель, реєстрація і розміщення гостя;
- 3) проживання і обслуговування гостя в готелі;
- 4) виїзд.

5. Для удосконалення організації надання послуг в готелі «Де Волан» було запропоновано впровадити програму лояльності клієнтів. Мета програми лояльності – надати гостю готелю стимул для повернення в нього та створення стійкої переваги до відповідного бренду. Був запропонований порядок дій щодо розробки програми лояльності клієнтів готелю. Була розроблена власна програма лояльності клієнтів.

6. Запропонований комплекс заходів щодо вдосконалення організації надання послуг в готелі «Де Волан» передбачає:

- здійснення оцінки якості обслуговування клієнтів готелю;
- реконструкцію готелю, яка передбачає розробку проекту встановлення ліфту від першого до третього поверху;

- збільшення кількості паркувальних місць за рахунок встановлення договірних відносин з партнером;
- змінювання часу обслуговування в кафе та складу меню з метою забезпечення зручностей для клієнтів готелів ;
- покращення комплектації номерного фонду за рахунок встановлення міні-барів та додаткового обладнання;
- впровадження нових засобів маркетингових комунікацій за рахунок використання таких способів просування готельних послуг, як реклама в соціальних мережах та маркетинг в соціальних мережах (SMM).

Керівництву готелю надана пропозиція щодо вступу до асоціації малих готелів м. Одеси. Вступ у дану асоціацію дозволить оптимізувати витрати на маркетинг, постійно підвищувати кваліфікацію персоналу, збільшити завантаженість номерного фонду і, як наслідок, прибуток готельного підприємства.

АНОТАЦІЯ

Джавров Є. В. «Організація надання послуг в засобах розміщення туристів малої місткості».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності

242 «Туризм»

(шифр та назва спеціальності)

за освітньою програмою «Туризм». –

(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти засобу розміщування, як елементу індустрії туризму та специфіка обслуговування в готелях малої місткості.

Проаналізовано виробничу діяльність та процес надання готельних послуг в засобі розміщення туристів малої місткості «Де Волан».

Запропоновано впровадити програму лояльності клієнтів та був розроблений комплекс заходів щодо вдосконалення організації надання послуг в готельному підприємстві «Де Волан».

Ключові слова: засіб розміщення малої місткості, надання послуг, програма лояльності, маркетингові комунікації.

ANNOTATION

Dzhavrov Y. V. «Organization of provision of services for tourists in accommodation facilities of small capacity».

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 «Tourism».

(code and name of the specialty)

for the educational program «Tourism». –

(title of the educational program)

Odessa National Economics University. – Odessa, 2020.

The work deals with the theoretical of aspects accommodation as an element of the tourism industry and specifics of servicing in small hotels.

Author analysis manufacturing activities and the process of providing hotel services in the De Volan small accommodation facility.

Keywords: low capacity, service delivery, loyalty program, marketing communications.