

**Відокремлений структурний підрозділ
«Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державний торговельно-економічний університет»**


З В І Т

Назва практики	<u>Практична підготовка : виробнича практика 1</u>
Циклова комісія	<u>Харчових технологій, готельно-ресторанної справи та туризму</u>
Галузь знань	<u>24 Сфера обслуговування</u>
Спеціальність	<u>241 Готельно-ресторанна справа</u>
Освітньо-професійна програма	<u>Готельно-ресторанна справа</u>
Прізвище, ім'я, по батькові здобувача	<u>Майський Богдан Денисович</u>
Курс, академічна група	<u>II курс, ГРБ-23</u>

Календарний графік проходження виробничої практики

№		Тижні проходження практики		Відмітка про виконання
		1	2	
1	Оформлення на практику, знайомство з інфраструктурою закладу. Інструктаж з техніки безпеки.	+		виконано
2	Загальна характеристика закладу готельно-ресторанного господарства та його організаційна структура: Нормативно-правове регулювання діяльності. Архітектура, інтер'єр та концептуальна направленість.	+		виконано
3	Організація та технологія обслуговування закладом готельного господарства: Організація обслуговування службою приймання та розміщення. Організація обслуговування поверховою службою. Організація надання додаткових послуг. Функціональні обов'язки органів управління закладом готельного господарства.	+		виконано
4	Організація та технологія обслуговування в ЗРГ при готелях: Умови, системи та методи харчування в готелях. Організація сніданків в готелі. Особливості обслуговування в номерах готелю. Організація інших видів обслуговування.		+	виконано
5	Аналіз закладу готельно-ресторанного господарства: Оцінка місця розташування. Оцінка якості послуг. Підприємства-конкуренти		+	виконано
6	Виконання індивідуального завдання		+	виконано
7	Написання та оформлення звіту		+	виконано

Керівник практики
від коледжу



 підпис

Тетяна МІРОШНИЧЕНКО
 ім'я, прізвище

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Загальна характеристика бази практики	5
2. Організація і управління закладом готельного господарства	9
3. Організація процесу обслуговування в засобі розміщення	11
4. Організація обслуговування службою харчування	13
5. Аналіз закладу готельно-ресторанного господарства	16
6. Індивідуальне завдання	18
Висновки	21
Список використаних джерел інформації	23
Додатки	24

Вступ

Виробнича практика є невід'ємною частиною підготовки фахівців готельно-ресторанної справи та має на меті закріплення теоретичних знань, набуття практичних навичок і формування професійних компетентностей. Проходження практики у готелі «Харків» дозволило ознайомитися з реальними умовами роботи одного з провідних готельних підприємств міста Харкова, поглибити знання з організації процесів обслуговування гостей, управління персоналом, надання основних і додаткових послуг.

Готель «Харків» має багаторічний досвід роботи на ринку готельних послуг, вирізняється високим рівнем сервісу, широким спектром послуг для туристів і бізнес-клієнтів, сучасною матеріально-технічною базою. Під час практики було вивчено структуру готельного підприємства, особливості діяльності служби прийому та розміщення, служби експлуатації номерного фонду, служби організації харчування та інших підрозділів.

Мета практики полягала у набутті практичних умінь щодо організації обслуговування гостей, вивченні механізмів взаємодії між підрозділами готелю, аналізі існуючих методів підвищення якості послуг і формулюванні пропозицій щодо удосконалення окремих напрямів діяльності готелю «Харків». Звіт містить опис виконаних завдань, аналіз результатів практики, виявлені проблеми та розроблені пропозиції щодо їх усунення.

1. Загальна характеристика бази практики

Готельно-ресторанний комплекс ТОВ «ГОТЕЛЬ «ХАРКІВ» має категорію 4**** і розташований у центрі міста Харків (рис. 1.1).

Адреса ТОВ «Готель «Харків»», м. Харків, вул. Сумська, 13.

Готель «Харків» побудований архітектором Г.А. Яновицьким у 1936 році. Будівля, що ним побудована, вважається шедевром архітектури. На всесвітній виставці в Парижі у 1937 році його проект отримав найвищу оцінку і зайняв перше місце. Перша назва готелю – «Інтернаціональ». В середині 1950-х років готель отримав назву «Готель «Харків»». Старі корпуси готелю цегляні, 5-6-8-поверхові, покрівля залізна, перекриття дерев'яні. Новий корпус готелю 16-поверховий з класичними інтер'єрами та сучасним обладнанням.

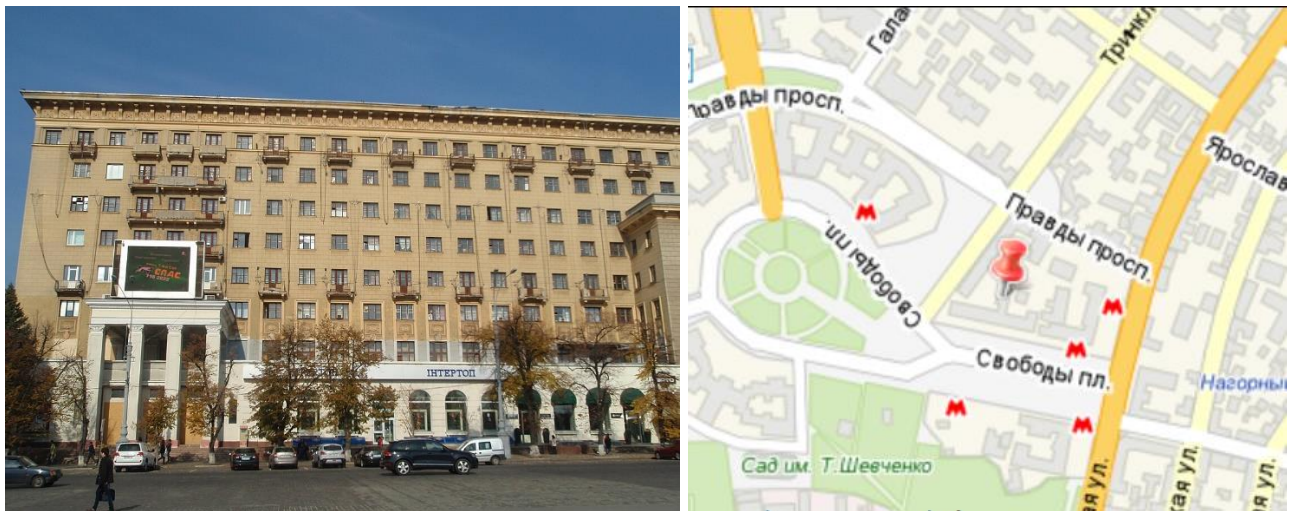


Рисунок 1.1. Готель «Харків»

Згідно до міждержавного стандарту туристично-екскурсійного обслуговування, готель «Харків» відповідає вимогам, що висуваються до готелів категорії «1 зірка» (*), а номери нового корпусу – категорії «4 зірки» (****) і відповідає вимогам Міждержавного стандарту 28681.4-95 «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Класифікація готелів».

Готель обладнаний світловою рекламою. В готелі є двір і прилегла територія, є благоустроєні під'їдні шляхи, функціонує платна автостоянка, що охороняється.

Комунальне обладнання включає водопровід, каналізацію, цілодобове постачання гарячої води, центральне опалення, готель має душові кімнати на тих поверхах, де в номерах відсутні повні санітарні вузли. Готель обладнаний трьома пасажирськими ліфтами, 4 вантажопасажирськими, 2 вантажними ліфтами, в найменуванні є 1 підйомник. Пасажирські ліфти працюють цілодобово.

Готель Харків – це сучасний готельний комплекс, який має все необхідне для забезпечення максимального комфорту і затишку. Висотна будівля готелю є однією з візитних карток міста. Готель Харків зручно з'єднаний транспортними засобами з усіма районами міста, знаходиться в 5 км. від залізничного вокзалу і в 12 км. від аеропорту. Готель також здійснює ресторанну діяльність не тільки для своїх постояльців, але і для інших споживачів. Даний фактор важливо впливає на виживаність готелі в сезони з найменшим попитом на готельні послуги.

Предметом діяльності товариства є:

- 1) надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого майна;
- 2) надання різного роду послуг;
- 3) торговельно-посередницька діяльність;
- 4) створення та утримання об'єктів соціальної інфраструктури;
- 5) виконання будівельно-ремонтних, художньо-оформлювальних і дизайнерських робіт;
- 6) організація туризму, спортивно-оздоровчих, культурно-масових заходів, виставок, симпозіумів, навчальних процесів;
- 7) благодійна діяльність;
- 8) інші види діяльності, які не суперечать цілям Товариства і вимогам закону.

Окремими видами діяльності Товариство може займатися тільки на підставі дозволу (ліцензій).

Готелем отримана ліцензія на організацію прийому та обслуговування іноземних та вітчизняних туристів в Україні, на організацію туристських поїздок за межі України.

Товариство має право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність відповідно до законодавства України, в тому числі:

- 1) здійснювати експорт і імпорт послуг та робіт;
- 2) здійснювати прямі виробничо-кооперативні зв'язки із зарубіжними країнами;
- 3) створювати підприємства з іноземними інвестиціями і свої філії і представництва за кордоном;
- 4) купувати виробничі та інші будівлі і споруди, землю за кордоном;
- 5) здійснювати експорт і імпорт робочої сили;
- 6) інші види зовнішньоекономічної діяльності, не забороненої законодавством України.

Готелю «Харків» видано свідоцтво учасника зовнішньоекономічної діяльності під № ПП-1353/8956, що дозволяє здійснювати експорт і імпорт товарів (послуг): послуги готелів, послуги інших місць проживання, послуги із забезпечення харчування з повним ресторанним обслуговуванням, перевезення пасажирів, оренда транспортних засобів з водіями, телефонні послуги, послуги в області технічної підготовки кадрів, інші послуги.

У громадських приміщеннях (вестибюль, хол) – гарнітурні меблі, художнє оформлення інтер'єру.

Оплата за проживання в готелі можлива як за готівку, так і кредитними картками «Visa», «Master Card».

У підприємства є виробнича програма – завдання щодо кількості, асортименту товарів або послуг певної якості, яке встановлюється підприємством, виходячи з потреб споживачів і можливості підприємства щодо їх задоволення.

Знаючи обсяг послуг, управлінський персонал планує і розраховує основні показники діяльності. Для їх вимірювання застосовуються натуральні одиниці - ліжко-добу, грошові – тисячі гривень.

Готель «Харків» пропонує такі види діяльності:

- надання тимчасового проживання (забезпечення житловими і побутовими послугами під час подорожі);

- послуги харчування;
- надання додаткових послуг (обслуговування бенкетів, прокат відео, Інтернет - послуги, спортивні, медичні, посередницькі послуги, послуги салону краси «Континент Стиль», чищення взуття, дрібний ремонт одягу та взуття та інші);
- транспортні послуги;
- рекламно-інформаційна діяльність.

Загальна площа готелю складає 7860,5 м² при цьому житлова площа усіх номерів займає 2049,1 м². Готель розрахований на 145 місць. Кількість усіх номерів складає 85. Номерний фонд готелю «Харків» наведені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Номерний фонд готелю «Харків»

Види номерів	Кількість
Люкс	7
Напівлюкс	5
Одномісні	34
Двомісні	25
Тримісні	14
Усього	85

Номерний фонд готелю складається з одно- та двомісних номерів. Номерний фонд містить декілька двокімнатних номерів, площею 12 м². У кожному номері є санітарний вузол, який оснащено умивальником ванною або душовою кабіною та унітазом. Площа санвузла складає приблизно 3,5 м².

Двері та замки у всіх номерах з внутрішнім запобіжником. Звукоізоляція відповідає нормі 35 дБА. Освітлення в номерах та громадських приміщеннях від світильників стелі. У кожному номері, окрім освітлення від світильників стелі, кімнату освічується за допомогою світильників над ліжком, а санвузол – світильника над умивальником. У всьому приміщенні готелю та ресторану електричні розетки з вказівкою напруги. Опалюється готель за допомогою власної котельні, яка дозволяє регулювати температуру протягом опалювального періоду залежно від погодних умов. Номери класу люкс мають підлоги з

підігрівом у ванній кімнаті. Також у кожному номері встановлено телефонний апарат та кольоровий телевізор. 25% номерів оснащені холодильниками, а номери класу люкс – міні-барами та сейфами (додаток А).

Санітарно-гігієнічне оснащення номерів складається з дзеркала над умивальником, полиці для туалетних приналежностей, завіси у ванній (лише у номерах класу люкс та напівлюкс), килимок, крючки для одяжі та рушників, рушники (1-банне, 1 – лицеве), туалетне мило, шампунь, паперові серветки, туалетний папір, кришка для унітазу, корзина для сміття.

Громадські приміщення готелю мають меблі, які відповідають функціональному значенню приміщення. Служба прийому (рецепція) розміщена у центральній частині вестибюлю готелю, має зону для відпочинку та чекання: крісла, дивани та журнальні столики. У вестибюлі готелю мармурове покриття для підлоги. У коридорах та холах на поверхах - паркет.

Таким чином, номери готелю оснащені усім необхідним для короткочасного перебування в ньому. Про це свідчить матеріально-технічна база, яка відповідає категорії готелю – 4(****) зірки.

На території готелю розміщені автостоянка, ресторан «Континент», кафе «Сьоме небо», заклади торгівлі, конференц-зал, а також інші підрозділи з надання послуг за ринковими цінами (Інтернет - центр, пункт відео прокату).

2. Організація і управління закладом готельного господарства

Для досягнення поставлених цілей та завдань у готелі «Харків» розроблено організаційну структуру, яка дозволяє розподілити роботу між усіма працівниками.

До організаційної структури готелю «Харків» входять такі відділи та служби:

- 1) відділ кадрів;
- 2) маркетингова служба;
- 3) інженерно-технічна служба;
- 4) служба охорони праці й техніки безпеки;

- 5) плановий відділ (бухгалтерія);
- 6) служба прийому та обслуговування.

Організаційна структура ТОВ «Готель «Харків»» є лінійно-функціональною.

Середньооблікова чисельність штатних працівників складає 118 осіб.

У таблиці 2.1 наведений режим роботи служб підприємства.

Таблиця 2.1

Режим роботи служб підприємства

№	Найменування служб підприємства	Режим роботи
1	Салон краси	9.00 – 20.00
2	Ресторан	8.00 – 24.00
3	Інтернет-Зал	цілодобово
4	Пральня	9.00 – 18.00
5	Адміністратор (надання інформаційних послуг, замовлення квитків)	цілодобово

Характеристика функціональних обов'язків працівників окремих підрозділів та служб:

Відділ кадрів (організація роботи в колективі: підбір, їх навчання, стабільність, скорочення витрат праці, підвищення матеріального стимулювання);

Прийом та обслуговування гостей (бронювання, реєстрація, розподіл номерів, надання гостям різноманітних інформаційних послуг, оплата проживання та оформлення необхідної документації);

Служба маркетингу (служба складається з трьох відділів: відділ збуту, відділ реклами та відділ туризму. Відділ збуту організовує власну діяльність з вивчення попиту та планування асортименту товарів і послуг та стимулювання збуту. Відділ туризму вивчає попит і планує). Спектр туристичних послуг узагальнює роботу з іншими туристичними фірмами. Відділ реклами організовує просування реклами та стимулювання попиту);

Служба інженерії (інженерно-технічні питання всього персоналу готелю);

Служба охорони праці та безпеки життєдіяльності (ведеться безперервна

робота з усунення найменших причин виробничого травматизму, постійний контроль за роботою всіх служб і структурних підрозділів готелю з метою вдосконалення та створення безпечної психіки, підвищення безпеки та захисту, підвищення культури виробництва, розвитку організаційної, технічні та санітарно-гігієнічні заходи щодо запобігання);

Плановий відділ (бухгалтерія) (аналіз виробничо-фінансової діяльності, збір даних по підприємству за рік та звітність).

Згідно з відгуками TripAdvisor, багато гостей відгукуються про чудову їжу та чудовий персонал. У «Готель «Харків» багато досить сильних конкурентів з категорії 4 зірки. Тим не менш, «Готель «Харків» має відмінне розташування в самому центрі міста, тому може бути популярним як серед туристів, так і для тих, хто приїжджає до міста Харків у відрядження. «Готель «Харків» пропонує чисті номери, в кожному номері є телевізор, кондиціонер, Wi-Fi, окремий санвузол. Відповідно до відгуків TripAdvisor, багато гостей відгукнулися про чудову їжу та чудовий персонал (Додаток А).

За відгуками Booking.com, цей готель знаходиться в найпопулярнішому районі Харкова. Оцінка відмінного розташування: 9,4, «Готель «Харків» приймає гостей Booking.com з 18 березня 2011 року. Відповідно до цього Booking.com, гості повертаються сюди частіше, ніж до інших засобів розміщення. Що стосується відгуків, то відвідувачі відмічають, що «Готель «Харків» - це спокійне та комфортне місце для проживання.

3. Організація процесу обслуговування в засобі розміщення

Організація процесу обслуговування в готелі «Харків» є зразком ефективної взаємодії між усіма підрозділами для забезпечення якості надання послуг та задоволення потреб клієнтів.

У готелі функціонують служби покоївок, технічного обслуговування, охорони, харчування та адміністративного управління. Кожен підрозділ має чітко визначені обов'язки, що сприяє злагодженій роботі готельного комплексу. Значну увагу приділяють підвищенню кваліфікації персоналу, що позитивно

впливає на якість обслуговування.

Обслуговування в готелі «Харків» охоплює основні стадії взаємодії з гостем – від моменту бронювання до післявиїзного сервісу:

Етап попереднього обслуговування (до приїзду гостя): на цьому етапі основна увага приділяється бронюванню номерів та наданню попередньої інформації про готель. Готель «Харків» використовує сучасні канали комунікації:

- онлайн-бронювання через офіційний сайт або міжнародні системи (Booking.com, Expedia, інші);
- телефонні звернення та електронна пошта;
- система лояльності для постійних клієнтів.

Після оформлення заявки клієнт отримує підтвердження бронювання, інформацію про умови проживання, час заїзду/виїзду, перелік доступних послуг.

Після прибуття гість звертається до служби прийому та розміщення (ресепшн), де його привітно зустрічає персонал. Основні дії:

- перевірка документів та підтвердження бронювання;
- оформлення реєстраційної картки;
- ознайомлення гостя з правилами проживання;
- надання ключа або електронної картки від номера;
- за потреби – допомога з багажем, супровід до номера (bell-boy service).

Усі дані гостя вносяться до автоматизованої системи управління готелем.

Етап проживання (основне обслуговування) – це найтриваліший і найвідповідальніший етап, який включає:

- прибирання номерів – щоденне, генеральне (1 раз на тиждень), заміна білизни;
- room-service – доставка їжі та напоїв у номер на замовлення\$
- додаткові послуги – пральня, хімчистка, виклик таксі, прокат авто, бронювання квитків, екскурсійні тури;
- харчування – готель має власний ресторан, де подають сніданки за типом «шведський стіл», а також обіди та вечері за меню;

- бізнес-послуги – конференц-зали, проєктори, ксерокопіювання, Wi-Fi;
- можливість скористатися SPA-зоною, тренажерною залою, салоном краси.

На цьому етапі важливе місце займає гнучкість персоналу – швидке реагування на прохання та зауваження гостей, персоналізований підхід.

Після завершення перебування гість проходить процедуру виселення:

- повернення ключа або карти;
- перевірка номера;
- розрахунок за проживання та додаткові послуги;
- видача рахунка та, за потреби, фіскального чека;
- пропозиція заповнити анкету задоволеності або залишити відгук.

Гості можуть скористатися послугою раннього сніданку або пізнього виїзду за домовленістю.

Етап післявиїзного обслуговування: готель «Харків» підтримує зв'язок з клієнтами і після їх від'їзду:

- надсилання листа з подякою;
- запрошення взяти участь в опитуванні або програмі лояльності;
- інформування про спеціальні пропозиції та акції.

Такий підхід сприяє формуванню довіри, підвищенню рівня повторних візитів і позитивного іміджу закладу.

4. Організація обслуговування службою харчування

Окрім послуги розміщення, туристам у готелі «Харків» надаються і послуги ресторанного господарства, які є важливою складовою туристської індустрії. Харчування гостей та туристів відбувається в ресторані «Континент» 1 класу, який розташований на першому поверсі та складається з залу ресторану на 200 місць, банкетного залу на 60 місць, кафе «Сьоме небо» та буфеті.

Ресторан діє з метою повноцінного насичення регіонального ринку послугами ресторанного господарства, реалізації програм економічного і соціального розвитку шляхом використання матеріальних, виробничих та природних ресурсів для більш повного задоволення потреб населення та

проживаючих у готелі.

Предметом діяльності ресторану є:

- виготовлення та реалізація продуктів харчування;
- посередницька, закупівельна та торговельна діяльність, в тому числі у вигляді комерційної, гуртової, дрібно гуртової та роздрібно торгівлі продуктами харчування, алкогольними напоями та тютюновими виробами;
- організація дозвілля населення;
- виконання посередницьких послуг в гуртовій торгівлі та продовольчому постачанні;
- закупівля сільськогосподарської продукції та сировини, їх переробка і реалізація;
- інші види діяльності, які не суперечать чинному законодавству.

Ресторан «Континент» працює цілодобово, кафе «Сьоме небо» працює з 7.30 до 23.00.

Споживач має можливість вибору будь-якого варіанту харчування. Це може бути або сніданок, або дворазове харчування (сніданок і вечеря), або триразове харчування. Сніданок надається не пізніше сьомої години ранку і до десятої. Також для гостей надається послуга бронювання місць у ресторані через адміністратора ресторану.

Для споживачів готелю щоденний ресторанний сервіс починається зі сніданку. Види сніданків залежать від контингенту споживачів.

Континентальний сніданок одержав свою назву від англ. continental breakfast, тобто прийнятий на європейському континенті протягом багатьох десятиліть. Він включає стандартний набір: каву, чай або гарячий шоколад, цукор, вершки (молоко), лимон, два види повидла, джему або мед, кілька видів хлібобулочних виробів. Часто континентальний сніданок буває включений у ціну проживання в номері готелю.

Розширений сніданок в меню передбачені різноманітні фруктові й овочеві соки, шинка, сир, ковбаса, страви з яєць, сир, йогурти, пластівці кукурудзи з молоком. Деякі зі страв готують за індивідуальними замовленнями споживачів,

про що повідомляють офіціанти.

Англійський сніданок є класичним варіантом, оскільки містить у собі чай або каву, які доставляють у номер. Доповненням до напоїв є: цукор, булочки, тости, вершкове масло, джем, мед, варення. Цей так званий короткий сніданок (short breakfast) за бажанням гостя він може бути доповнений яечнею із шинкою або беконом; яйцями, смаженими на хлібі; омлетом із шинкою або печерицями; рибними стравами; вівсяною кашею або супом на молоці із цукром.

Американський сніданок передбачає подання питної води з кубиками льоду, фруктових соків, свіжих фруктів (грейпфруту, кавуну, ягід з молоком або вершками) або компоту з фруктів (слив, персиків), страв зі злаків (кукурудзяних, рисових пластівців), невелику порцію м'яса, пирогів та ін.

Сніданок із шампанським проходить у термін між 10.00 та 11.30. Він передбачає подання кави, чаю, алкогольних напоїв (шампанського, вина), холодних закусок та гарячих страв, супів, салатів, десерту. Цей сніданок пропонується споживачам у формі буфета. Шампанське подається за наявності будь-якого приводу, наприклад, дня народження одного з учасників обслуговування.

Пізній сніданок проходить у термін між 10.00 й 14.00 та передбачає подання гарячих й холодних напоїв, булочок, масла вершкового, джему, ковбаси, сиру, супів, гарячих м'ясних страв, десерту. Цей сніданок є альтернативою сніданку й обіду. Під час організації сніданків, обідів та вечерів можуть використовуватись такі методи обслуговування:

- а-ля карт (a la carte) – з меню страв та напоїв споживачі вибирають те, що їм найбільше подобається, після чого замовлення передається на виробництво та відразу ж починається готування замовлених страв та напоїв. Офіціант активно допомагає споживачам вибрати страви та напої;

- а парт (a part) – споживачі замовляють страви попередньо, обслуговування здійснюється у суворо встановлений проміжок часу;

- табльдот (table d'hote) – відрізняється від a part тим, що усі споживачі обслуговуються в один і той же час та за однаковим меню;

- «шведський стіл» – споживачі самостійно вибирають страви з

широкого асортименту за бажанням.

У готелі «Харків» здійснюється обслуговування туристів у номерах, що вимагає від працівників готелю особливої підготовки. Це пов'язано не тільки з виконанням побажань гостей, сервірівкою стола, послідовністю подачі страв, технікою обслуговування, але й із правилами поведінки в номері. Усі працівники готелю, що беруть участь в обслуговуванні номерів, проходять спеціальний інструктаж про дотримання правил етикету, поводження в номері.

5. Аналіз закладу готельно-ресторанного господарства

З метою дослідження впливу різних факторів навколишнього середовища на готель «Харків» проведено аналіз PEST, який демонструє політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори:

Політичні фактори. Законодавство чітко регулює готельне господарство (стандарти). Це означає, що підприємство має дотримуватися певних інструкцій. податки. Прозора податкова система. Останнім часом діють обмеження на в'їзд та виїзд з України. Це не дуже сприятлива ситуація для готельного бізнесу в Україні (немає стабільності);

Економічні фактори. Безробіття сповільнилося (порівняно з початком пандемії та повномасштабним вторгненням). Згідно з показниками за 2024 рік, рівень безробіття серед громадян віком від 15 років та віком 15-70 років у другому кварталі 2024 року в Україні почав знижуватися – з понад 10% у першому кварталі до 9,3% або 1,6 млн осіб. Про це повідомляє УНН з посиланням на Держстат. Це означає, що відрядження також не втрачають актуальності;

Соціальні фактори. Рівень освіти, кваліфікація персоналу готелю «Харків» - ще належить працювати над цим напрямком, поки що це слабке місце готелю.

Динаміка міграції: багато кваліфікованих кадрів покинуло Україну, що негативно позначається на якості вітчизняного готельного бізнесу;

Технологічні фактори. Готель «Харків» має власну систему бронювання на офіційному сайті. Також доступні сторонні сайти (наприклад, booking). Нажаль,

нових технологій, які могли б виділитися на тлі інших готелів тієї ж категорії поки не спостерігалось. Над цим ще варто працювати. Що стосується конкуренції на ринку, то готелів однієї категорії (або близької) багато, тому конкуренція велика і учасники повинні докласти максимум зусиль, щоб залучити якомога більше гостей. На рисунку 5.1 показано стан готелю «Харків» серед конкурентів.

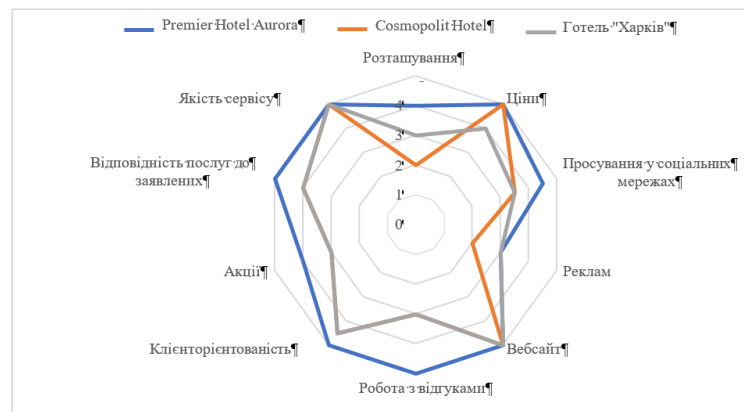


Рисунок 5.1. Готелі-конкуренти

Для оцінки основних конкурентів використовувався бал, який дозволяє на основі відгуків, відкритої інформації оцінити діяльність готелів. Для побудови багатокутника конкурентоспроможності використовувалася 5-бальна шкала, де 1 бал є найнижчим, а 5 – найвищим.

На рис. 5.1 порівнюється «Готель «Харків» з готелями «Космополіт» і «Прем'єр готелем Аврора». Ці готелі були обрані в якості конкурентів через схожий спектр послуг і категорію готелю. Прем'єр-Аврора має здебільшого вищі показники «Готелю «Харків», але завдяки цьому показнику стає зрозуміло, над якими напрямками варто працювати «Готелю «Харків».

Таким чином, можна зробити висновок щодо сильних і слабких сторін «Готелю «Харків»:

Сильні сторони:

- вдале розташування та взаємодія зі сторонніми сайтами бронювання, такими як Booking.com;
- великий номерний фонд і різна вартість, що дозволяє приймати гостей з

- різним бюджетом;
- надання високоякісних послуг;
- робота з відгуками;
- різні додаткові послуги.

Слабкі сторони:

- маркетингова політика (просування в соціальних мережах, крім офіційного сайту готелю);
- невелика кількість реклами;
- діяльність відділу роботи з працівниками (необхідно більше часу приділяти мотивації, покращенню умов праці працівників різних категорій, проведенню просвітницької роботи, проведенню тренінгів для розвитку працівників у різних напрямках).

6. Індивідуальне завдання

Використання невербальних мовних засобів працівників служби прийому та реєстрації у готелі «Харків»

Успішна комунікація в сфері готельно-ресторанного бізнесу є запорукою задоволеності клієнтів, формування їхньої лояльності та створення позитивного іміджу підприємства. Особливо значущим цей аспект стає у сфері діяльності служби прийому та розміщення, яка першою контактує з гостем, визначає загальний настрій перебування у готелі та впливає на подальше сприйняття якості обслуговування. Одним із критично важливих компонентів спілкування персоналу з клієнтами є невербальні мовні засоби – жести, міміка, інтонація, поза, зоровий контакт, фізична дистанція тощо.

У процесі проходження виробничої практики в готелі «Харків» було проведено спостереження за роботою працівників служби прийому та реєстрації. Зібрані дані засвідчили, що загальний рівень культури обслуговування перебуває на високому рівні, однак виявлено певні психологічні та комунікативні недоліки, які потребують усунення для досягнення ще вищого стандарту якості.

Виявлені недоліки у використанні невербальних засобів:

- у години пікового навантаження деякі адміністратори поводять себе сковано, не підтримують зорового контакту з клієнтом, що створює враження дистанційованості й байдужості;
- не всі працівники демонструють відкриту, привітну позу – у деяких випадках помітні схрещені руки або неприродна жорсткість у рухах;
- відсутність послідовності між вербальним і невербальним повідомленням – наприклад, привітання сказано механічно, без посмішки, без емоційного включення;
- спостерігається слабка реакція на настрій і стан гостя – працівники не завжди демонструють емпатію чи розуміння невербальних сигналів клієнтів (втома, напруга, розгубленість);
- в деяких випадках інтонація працівників звучить монотонно, що знижує ефективність вітального спілкування.

Пропозиції щодо удосконалення ситуації:

Проведення тренінгів з розвитку невербальної комунікації для персоналу служби прийому. Тренінги повинні включати теоретичну частину (основи невербальної поведінки, типологія жестів, культура зорового контакту) та практичну (рольові ігри, відеоаналіз, симуляції реальних ситуацій спілкування з гостями різного психоемоційного стану).

Впровадження внутрішнього стандарту «усмішка – постава – погляд» як базової моделі поведінки в момент привітання та реєстрації гостя. Цей стандарт має бути адаптований до корпоративної культури готелю.

Розміщення мотивувальних нагадувань у службових зонах персоналу – стікери, постери з короткими тезами: «Твоя усмішка – найкраща візитівка готелю», «Почни зміну з привітного погляду», «Мова тіла говорить гучніше за слова».

Оцінка невербального рівня обслуговування через систему «таємного гостя», відеоспостереження з подальшим аналізом ситуацій на щотижневих міні-зустрічах персоналу.

Введення щомісячної премії або відзнаки «Обличчя гостинності» за дотримання високих стандартів сервісної поведінки, включаючи невербальні

прояви.

Розробка відеоінструкцій або внутрішніх навчальних роликів із демонстрацією правильного невербального супроводу обслуговування – приклади невербальних помилок і правильних моделей поведінки.

Очікувані результати реалізації пропозицій:

- підвищення рівня комунікабельності та емоційного інтелекту працівників;
- покращення загального враження гостей про готель з перших хвилин перебування;
- підвищення задоволеності клієнтів, зростання частки постійних відвідувачів;
- формування довіри, позитивного іміджу й високої репутації готелю серед конкурентів;
- зниження рівня конфліктності у комунікації, покращення внутрішнього мікроклімату в колективі.

Використання невербальних засобів комунікації у сфері готельного обслуговування відіграє ключову роль у формуванні емоційного зв'язку між працівником і клієнтом. Готель «Харків» має високий потенціал для вдосконалення цього аспекту обслуговування шляхом впровадження запропонованих заходів. Реалізація поданих рекомендацій дозволить зміцнити позиції готелю як професійного, клієнтоорієнтованого та емоційно відкритого сервісного простору.

Висновки

Проходження виробничої практики в готелі «Харків» стало важливим етапом професійної підготовки, спрямованим на поглиблення теоретичних знань, набуття практичних навичок і розширення уявлення про реальні умови роботи в сфері готельного господарства. Під час практики було здійснено ознайомлення з організаційно-правовою характеристикою готелю, його структурою, основними напрямками діяльності, стандартами обслуговування та особливостями взаємодії між службами підприємства.

Готель «Харків» зарекомендував себе як сучасний заклад з високим рівнем сервісу, розвиненою матеріально-технічною базою та широким спектром додаткових послуг. Зокрема, ефективна робота служби прийому та розміщення, служби експлуатації номерного фонду, ресторанного комплексу та служби безпеки забезпечує високу якість обслуговування гостей і сприяє зміцненню позитивного іміджу підприємства на ринку готельних послуг Харкова та регіону.

В результаті проведеного аналізу практичної діяльності було виявлено низку сильних сторін готелю, серед яких — привітність персоналу, оперативність у вирішенні запитів гостей, індивідуальний підхід до обслуговування клієнтів. Разом із тим було встановлено деякі недоліки, зокрема у сфері використання невербальних мовних засобів працівниками служби прийому та розміщення. Спостерігалася недостатня увага до невербальної комунікації — обмежена кількість невербальних проявів привітності (посмішка, відкриті жести, підтримання зорового контакту), що може впливати на емоційне сприйняття сервісу клієнтами.

У межах виконання індивідуального завдання були розроблені конкретні та обґрунтовані пропозиції щодо удосконалення цього напрямку роботи. Запропоновано впровадити систему регулярних тренінгів з невербальної комунікації для персоналу служби прийому та розміщення, встановити візуальні нагадування про важливість невербальних сигналів гостинності, організувати систему внутрішнього контролю якості обслуговування та запровадити елементи мотивації для працівників, які демонструють високі стандарти невербальної

взаємодії з клієнтами.

Очікуваним результатом впровадження запропонованих заходів є підвищення рівня задоволеності гостей, створення емоційно комфортного середовища перебування в готелі, підвищення лояльності клієнтів, покращення конкурентоспроможності підприємства та укріплення його позицій на ринку готельних послуг.

Таким чином, практика в готелі «Харків» сприяла формуванню глибшого розуміння особливостей роботи готельного підприємства, розвитку практичних умінь щодо організації обслуговування споживачів, аналітичного мислення, а також дала можливість застосувати на практиці отримані теоретичні знання та запропонувати реальні шляхи удосконалення роботи готелю.

Список використаних джерел інформації

1. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги : ДСТУ 4268:2003. [Чинний від 2004-07-01]. Київ : Держспоживстандарт України, 2003. 8 с. (Національні стандарти України).
2. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення : ДСТУ 4527:2006. [Чинний від 2006-10-01]. Київ : Держспоживстандарт України, 2006. 10 с. (Національні стандарти України).
3. Послуги туристичні. Класифікація готелів : ДСТУ 4269:2003. [Чинний від 2004-07-01]. Київ : Держспоживстандарт України, 2003. 13 с. (Національні стандарти України).
4. Державна служба туризму і курортів [Електронний ресурс]. Режим доступу до сайту: <https://www.tourism.gov.ua/>
5. ДСТУ 3008:2015. Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання URL : https://science.kname.edu.ua/images/dok/derzhstandart_3008_2015.pdf
6. Все гостиницы Украины. Електронний ресурс. Режим доступу до документу: <https://gohotels.com.ua/ru/hotelslist>
7. UNWTO Annual Report 2021 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.unwto.org/un-tourism-news-2021>
8. Круль Г, Заячук О. Організація і технологія надання послуг гостинності: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. 2022. 488с.
9. Організація готельного господарства: навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / Коркун О., Холявка В., Демічковський А. та ін. Львів : Видавництво «Добра справа», 2019. 224 ст..
10. Назаренко І. А, Боднарук О. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навчальний посібник. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 128 с.

Додаток А

Оснащеність номеру типу «стандарт» готелю «Харків» меблями та інвентарем

№	Оснащеність	Кількість, од.
1	Ліжко двоспальне 160 см x 200 см;	2
2	Килимовий покрив підлоги	2
3	Тумбочка (столик) біля кожного спального місця	4
4	Вішалка для верхнього одягу і головних уборів	1
5	Комплект постільних речей і білизни: - матрац з на матрацником - наволока (дві) - ковдра (дві) - ковдра додаткова (дві) - подушка (дві) - подушка додаткова (дві) - покривало на ліжко	2
6	Шафа з поличками, вішалкою та плічками (не менше ніж 5 шт./місце)	1
7	М'який диван	1
8	Крісло для відпочинку	2
9	Письмовий стіл зі стільцем або робочим кріслом	2
10	Журнальний столик	2
11	Поличка (підставка) для багажу	1
12	Цупкі завіски (або жалюзі), що затемнюють приміщення	3
13	Прозорі завіски (або жалюзі)	3
14	Дзеркало у кімнаті	2
15	Швацький набір (голка, нитки)	2
16	Щітки: для одягу, для взуття	2
17	Набір посуду для питної води, чаю та міні-бару	2
18	Вода мінеральна або столова, 0,2 л на гостя щоденно	2
19	Попільничка	1
20	Ключ скомбінований (для відкривання пляшок)	1
21	Інформаційні матеріали у номері 1) перелік послуг та прейскуранти цін на них	2
22	2) рекламні матеріали (буклети, брошури тощо) з туристичною та іншою інформацією	2
23	3) телефонний довідник	2
24	4) матеріали іноземними мовами	2
25	5) у папці з емблемою готелю	2
26	Набір письмового приладдя (конверти, поштовий папір, ручка, олівець)	2
27	Ярлики: «Прошу не заважати», «Можна прибирати»	1
28	Пакети для пральні та хімчистки	2
29	Протипожежна інструкція та інструкція щодо дій в екстремальних умовах	2
30	Дзеркало над умивальником з боковим або верхнім освітленням	2
31	Поличка для туалетних речей	2
32	Завіски для ванни чи душу	2
33	Килимок на підлозі	2
34	Фен для сушіння волосся	2
35	Тримач для рушників, гачки для одягу	2

36	Склянка	4
37	Рушники на кожного гостя не менше ніж	4
38	Банний рушник	2
39	Халат банний (на кожного гостя)	4
40	Шапочка банна (на кожного гостя)	4
41	Тапочки банні (на кожного гостя)	4
42	Туалетні речі на кожного гостя (замінюють в міру використання):	4
	а) туалетне мило;	2
	б) туалетне мило або дозатор рідкого мила	2
44	Шампунь, піна (сіть) для ванни з емблемою готелю	2
45	Туалетний папір;	2
46	Тримач для туалетного паперу;	2
47	Щітка для унітаза (у футлярі);	2
48	Кошик для сміття з вогнетривкого матеріалу;	2
49	Пакети для предметів гігієни	2
50	Накривка до унітаза	2
51	Міні сейф	2
52	Телефон у номері	2
53	Міні бар	2
54	Телевізор	3
55	Радіоприймач	2

