

АНАЛІЗ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ RIXOS

Москалик Г. В.

*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського рівня)
за спеціальністю 241 – Готельно-ресторанна справа
Міжнародний гуманітарний університет*

Дідух К. С.

*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського рівня)
за спеціальністю 241 – Готельно-ресторанна справа
Міжнародний гуманітарний університет*

Науковий керівник: Олійник В. Д.

*кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту*

*Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Історія створення готелю. омпанія заснована в 2000 році паном Fettaħ Tamince, компанія Rixos є однією з найшвидше зростаючих мереж готелів класу люкс у світі. За такими темпами зростання стоїть історія особистого успіху Феттаħа Тамінджі, який досі займається більшістю процесів у компанії. В одному з інтерв'ю Тамінджі зізнався, що виріс в Анталії і це дало йому розуміння того, що по-справжньому потрібно відпочиваючим. Він з юності підробляв у готелях, навчався у Німеччині, займався торгівлею та будівельним бізнесом. А безпосередньо готельний бізнес для пана Тамінджі розпочався із... невеликої земельної афери. На першій лінії частини узбережжя Туреччини закон забороняє приватну забудову, проте там можна звести готель. Тому, він допоміг своєму клієнтові викупити недобудований готель біля моря, щоб на його місці збудувати віллу. Але плани змінилися, віллу збудували на території, а готель було вирішено закінчити та запустити. Цей готель відкрився у 2000 році, і відтоді щорічно відкривається щонайменше один готель [2].

Переваги готельних мереж:

1. Можливість придбати велику кількість товарів та послуг за оптовими цінами. Приклади таких товарів: устаткування для номерів, білизну, мийні засоби, предмети санітарно-гігієнічного призначення.

2. Можливість економії на навчанні нових співробітників. Зазвичай, мережа готелів здійснює централізовану підготовку кадрів, що значно

скорочує витрати коштів та часу кожного члена мережі окремо, на якісну підготовку до належного рівня роботи кадрів.

3. Ефективна реклама готелів на ринку послуг і економія на маркетингових заходах. Проведення рекламної кампанії завжди потребує великих затрат, що дуже сильно відображається на бюджеті окремих незалежних готелів.

4. Використання діджиталізованої системи бронювання, що дозволяє підвищити заповнення номерного фонду всіх готелів – членів мережі.

Стандартизація готелів.

Стандарт – це нормативний документ, що встановлює вимоги до якості готельних послуг. Важливу роль в управлінні якістю відіграють технічні умови. Технічні умови – це нормативний документ, що встановлює додаткові вимоги до державних стандартів. У взаєминах готельних ланцюгів, підприємств та їх гостей суттєво вступила сертифікація систем якості обслуговування, яка відповідає стандартам ISO 9000. Вимоги до якості на міжнародному рівні визначаються стандартами ISO 9000.

ISO серії 9000 забезпечують гостю право активніше впливати на якість готельних послуг; забезпечують законодавчу базу, що передбачає активну роль гостя в процесі надання якісних готельних послуг. А також використовуються для визначення відмінностей і взаємозв'язків між основними поняттями у сфері якісного обслуговування [4].

Переваги готельної мережі Rixos:

1. Готелі розташовані у затребуваних країнах, таких як ОАЕ, Хорватія.
2. Лівія, Туреччина та Казахстан.
3. Єдина мережа готелів, яка планує стратегію розвитку на 10–15 років наперед.

4. Активні у розвитку як міських готелів, так і пляжних.
5. Бренд має високий ступінь впізнаваності.
6. Пропонується довгостроковий розвиток кар'єри.
7. Сильною стороною є: розваги, СПА та велнес, їжа та напої.
8. Особлива увага VIP-послуг.
9. Можливості для конференцій та спортивних заходів.
10. Добре організована програма навчання та розвитку персоналу [5].

Номерний фонд готелю налічує близько 3'000 номерів 5-ти різних категорій та 50 вілл. Кожен готель притримується єдиного стилю фасаду та інтер'єру номерів, а саме: компонування білого, сірого (іноді чорний) та коричневого кольорів. Також готель має не лише діловий профіль, а також мережа орієнтована на гостей з дітьми. В кожному готелі є дитячі кімнати, дитячі клуби з розвагами для маленьких дітей. Втім є розділення дитячих клубів, для найменших (до 13 років) та більш дорослих, підлітків (від 13 до 17 років). Загальна площа приготельних територій складає близько 177,15 га [3].

Загальні риси готелей:

1. Усі готелі мережі Rixos мають дитячі клуби, де можна лишити дитину під наглядом.
2. Готелі досить близько розташовані до берегової лінії. (Перша або друга лінія моря).
3. Два види харчування: а-ля-карт або шведська лінія.
4. Розташовані від аеропортів на відстані від 5 до 40 км.
5. Більше 4 видів номерів. (від категорії стандарт до королівського люксу).

Література:

1. Навчально-методичний посібник «Готельна справа», доцент, к.т.н. Тітомир Л. А.
2. Інтерв'ю з Феттахом Тамінджи URL: <https://www.dsnews.ua>
3. Туристична агенція Пілігрім URL: <https://pilgrim.ua>
4. ДСТУ ISO/TS 13811:2016 (ISO/TS 13811:2015, IDT). URL: <https://me.gov.ua>
5. Офіційний сайт Rixos URL: <https://rixos.ua>