

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY FOR EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ZAPORIZHZHUYA NATIONAL UNIVERSITY

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
FACULTY OF MANAGEMENT

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА
ЛОГІСТИКИ
CHAIR OF ENTREPRENEURSHIP, MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS
AND LOGISTICS

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА

на тему Управління розвитком готелю «Крістіна»

THESIS FOR THE BACHELOR'S DEGREE

Development Management of Hotel «Kristina»

Виконав: здобувач ступеня вищої освіти бакалавра,
групи гр. 6.0739-гктс-з
спеціальності 073 Менеджмент
освітньої програми Менеджмент готельного, курортного та
туристичного сервісу

Є.А.Борщевська

Керівник доцент. каф. П,МОтаЛ, к.е.н. В.О.Шишкін
Рецензент доц. каф. П,МОтаЛ, доц. к.е.н. Ю.І. Полусмяк

Запоріжжя
2024

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту

Кафедра підприємництва, менеджменту організацій та логістики

Рівень вищої освіти бакалавр

Спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма Менеджмент готельного курортного та туристичного сервісу

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

« ____ » _____ 20__ року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Борщевській Єлизаветі Андріївні

1. Тема роботи Управління розвитком готелю «Крістіна»
керівник роботи Шишкін Віктор Олександрович доцент. каф.П,МОтаЛ, к.е.н,
затверджені наказом ЗНУ від « ____ » _____ 20__ року № ____
2. Строк подання здобувачем роботи « ____ » _____ 20__ р.
3. Вихідні дані до роботи документи фінансової та статистичної звітності досліджуваного підприємства за останні роки, наукові праці, спеціальна економічна література, матеріали періодичного друку в яких висвітлюються основи управління розвитком підприємств сфери гостинності.
4. Перелік питань, які потрібно розробити:
Кваліфікаційна робота бакалавра складається з основної частини і додаткової. Основна частина містить такі структурні елементи: вступ, сутність (3 розділи – теоретичний, аналітико-дослідницький, проектно-рекомендаційний), висновки та рекомендації, список використаних джерел.
1 Розділ – Теоретичні основи управління розвитком підприємств сфери гостинності – складається з 3 підрозділів: 1.1 Сутність процесу управління розвитком підприємства готельної сфери; 1.2 Зовнішні і внутрішні фактори впливу на розвиток готельного підприємства; 1.3 Особливості управління розвитком підприємств сфери гостинності в Україні в сучасних умовах;
2 Розділ – Аналіз діяльності готелю «Крістіна» – складається з 3 підрозділів: 2.1 Організаційно-економічна характеристика досліджуваного готельного підприємства; 2.2 Оцінка конкурентоспроможності готелю «Крістіна» на ринку сфери гостинності м. Запоріжжя; 2.3 Аналіз системи управління

розвитком готелю «Крістіна» і її недоліків; 3 Розділ – Удосконалення системи управління розвитком готелю «Крістіна» на регіональному ринку готельних послуг – складається з 3 підрозділів: 3.1 Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності готелю «Крістіна» на регіональному ринку туристичних послуг в системі управління розвитком досліджуваного готельного підприємства; 3.2 Розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Шишкін Віктор Олександрович доцент. каф.П,МОтаЛ, к.е.н	22.01.2024 р.	06.03.2024 р.
2	Шишкін Віктор Олександрович доцент. каф.П,МОтаЛ, к.е.н	06.03.2024 р.	03.04.2024 р.
3	Шишкін Віктор Олександрович доцент. каф.П,МОтаЛ, к.е.н	03.04.2024 р.	03.05.2024 р.

6. Дата видачі завдання 22.01.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	січень	виконано
2	Вивчення літературних джерел	січень	виконано
3	Збирання матеріалу на підприємстві	лютий	виконано
4	Обробка матеріалу	лютий	виконано
5	Виконання розділу 1	лютий	виконано
6	Виконання розділу 2	березень	виконано
7	Виконання розділу 3	квітень	виконано
8	Формулювання висновків	травень	виконано
9	Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії	травень	виконано
10	Подання роботи на кафедру	травень	виконано

Здобувач вищої освіти _____ Є.А.Борщевська

Керівник роботи _____ В.О.Шишкін

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: «Управління розвитком готелю «Крістіна»»: 54 сторінки, 12 таблиць, 3 рисунка. Перелік посилань нараховує 21 найменування.

Об'єктом дослідження є система управління розвитком готелю «Крістіна».

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних основ управління розвитком готелю та розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності готелю «Крістіна» на регіональному ринку туристичних послуг в системі управління розвитком досліджуваного готельного підприємства;

Методи дослідження – описовий, порівняльний, аналітичний, табличний, графічний, балансовий, метод статистичного аналізу.

Актуальність теми даної роботи обумовлена тим, що в сучасних умовах управління розвитком готелю має все більшу важливість, адже саме від нього залежить досягнення успіху та стабільності у сучасному готельному ринку.

Сьогодні, налагоджена система управління розвитком готелю є потужною конкурентною перевагою, тому підприємства мають приділяти все більшу увагу підвищенню її ефективності.

Під час виконання роботи було розглянуто теоретичні основи управління розвитком на підприємстві. На основі теоретичного матеріалу було проаналізовано діяльність готелю «Крістіна», а також запропоновано заходи щодо підвищення конкурентоспроможності готелю «Крістіна» на регіональному ринку туристичних послуг.

Отримані в кваліфікаційній роботі результати можуть бути використані керівництвом готелем «Крістіна» в практичній діяльності.

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЮ, СФЕРА ГОСТИННОСТІ,
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ЗОВНІШНІ І ВНУТРІШНІ ФАКТОРИ

ABSTRACT

Qualification work: «Development Management of Hotel «Kristina» 54 pages, 12 tables, 3 figures.. The list of links includes 21 titles.

The object of the study is the development management system of the «Kristina» hotel.

The purpose of the qualification work is to study the theoretical foundations of hotel development management and to develop measures to increase the competitiveness of the «Kristina» hotel in the regional market of tourist services in the development management system of the investigated hotel enterprise;

Research methods are descriptive, comparative, analytical, tabular, graphic, balance sheet, statistical analysis methods.

The relevance of the topic of this work is due to the fact that in modern conditions, the management of hotel development is of increasing importance, because success and stability in the modern hotel market depend on it.

Today, an established hotel development management system is a powerful competitive advantage, so enterprises should pay more and more attention to improving its efficiency.

During the work, the theoretical foundations of development management at the enterprise were considered. On the basis of the theoretical material, the activity of the «Kristina» hotel was analyzed, and measures were proposed to increase the competitiveness of the «Kristina» hotel in the regional market of tourist services.

The results obtained in the qualification work can be used by the management of the «Kristina» hotel in practical activities and will contribute to the improvement of the activities of domestic enterprises.

HOTEL DEVELOPMENT MANAGEMENT, HOSPITALITY,
COMPETITIVENESS, EXTERNAL AND INTERNAL FACTORS

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ,
СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

B&B – Bed and breakfast – Включено сніданок

SWOT – S (strengths) – сильні сторони. W (weaknesses) – слабкі сторони.

O (opportunities) – можливості. T (threats) – загрози.

SMM – social media marketing – маркетинг у соціальних мережах

ЗМІСТ

ВСТУП	1
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	10
1.1 Сутність процесів управління розвитком підприємства готельної сфери	10
1.2 Зовнішні і внутрішні фактори впливу на розвиток готельного підприємства.....	16
1.3 Особливості управління розвитком підприємств сфери гостинності в Україні в сучасних умовах.	21
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «КРІСТІНА».....	27
2.1 Організаційно–економічна характеристика досліджуваного готельного підприємства.....	27
2.2 Оцінка конкурентоспроможності готелю «Крістіна» на ринку сфери гостинності м. Запоріжжя	33
2.3 Аналіз системи управління розвитком готелю «Крістіна» і її недоліків	39
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЮ «КРІСТІНА» НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ.....	43
3.1 Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності готелю «Крістіна» на регіональному ринку туристичних послуг в системі управління розвитком досліджуваного готельного підприємства	43
3.2 Розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів	48
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53

ВСТУП

Тема «Управління розвитком готелю» залишається надзвичайно актуальною в сучасному світі готельного бізнесу з кількох причин:

1. Конкуренція на ринку: Готельний ринок постійно розвивається, і конкуренція серед готелів стає все жорсткішою. Управління розвитком готелю дозволяє готелям виживати та процвітати в цьому конкурентному середовищі, шляхом постійного вдосконалення своїх послуг та пристосування до змінних потреб клієнтів.

2. Технологічні інновації: Технологічний прогрес впливає на усі сфери бізнесу, включаючи готельний. Управління розвитком готелю включає в себе впровадження новітніх технологій для покращення якості обслуговування гостей, оптимізації бізнес-процесів та забезпечення конкурентних переваг.

3. Зміна вимог клієнтів: Сучасні гості мають високі очікування щодо якості обслуговування та комфорту. Управління розвитком готелю включає в себе аналіз та реагування на зміни вимог клієнтів, впровадження нових сервісів та підвищення рівня задоволення гостей.

4. Сталість бізнесу: Постійний розвиток є ключовим для забезпечення сталого розвитку готельного бізнесу. Управління розвитком готелю допомагає забезпечити довгострокову успішність підприємства шляхом інвестування в інновації, розвиток персоналу та розширення ринків.

Отже, тема «Управління розвитком готелю» залишається актуальною і важливою для всіх готелів, які прагнуть досягти успіху та стабільності у сучасному готельному ринку.

У галузі управління розвитком готелю було проведено значну кількість наукових досліджень. Деякі з найвідоміших фахівців, які працювали в цій області, включають: Запорожец А.М., Іваненко В.І., Болюх М.А., Даніел Кортрайт, Лінда Канингем, Пітер Тарнер, та інші.

У своїх наукових працях дослідники наголошують на стратегічному плануванні, інноваціях, управлінні брендом, клієнтському обслуговуванні та фінансовому управлінні як ключових аспектах управління розвитком готелю.

Об'єкт дослідження – готель «Крістіна» у місті Запоріжжя.

Предмет дослідження – покращення роботи готелю «Крістіна» з метою підвищення його ефективності та конкурентоспроможності.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є розробка пропозицій та рекомендацій щодо покращення роботи готелю «Крістіна» у місті Запоріжжя з метою забезпечення більш якісного обслуговування, залучення більшої кількості клієнтів, оптимізації внутрішніх процесів та підвищення його конкурентоспроможності на ринку готельно–ресторанного бізнесу.

Для досягнення поставленої мети було визначено наступні завдання:

1.Описати сутність процесів управління розвитком підприємства готельної сфери;

2.Визначити зовнішні і внутрішні фактори впливу на розвиток готельного підприємства;

3.Оцінка конкурентоспроможності готелю «Крістіна» на ринку сфери гостинності м. Запоріжжя;

4.Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності готелю «Крістіна».

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у роботі використовувалися аналіз літератури та звітних документів, порівняння.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

1.1 Сутність процесів управління розвитком підприємства готельної сфери

Сфера гостинності це комплекс галузей головне завдання яких пов'язується з обслуговуванням туристів під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання. До сфери гостинності, згідно визначень провідних спеціалістів у сфері економіки туризму, належать готельний та ресторанний бізнес, підприємства транспортного обслуговування, сфера розваг.

Структура індустрії гостинності обертається навколо готельної сфери, яка відіграє вирішальну роль у наданні відвідувачам широкого спектру послуг. Цей процес передбачає співпрацю різних секторів і елементів усередині індустрій гостинності.

Готельна індустрія – це специфічна світова система, яка відіграє важливу роль у сучасному суспільстві. Тому зростаючий інтерес до туризму в Україні, зокрема до її нереалізованих ресурсів туристичного потенціалу, вимагає нових підходів до управління готельними підприємствами. Це обумовлено кількома факторами. По-перше, внутрішні механізми ділової та оздоровчої активності населення швидко активізуються та змінюються. Стиль життя та умови життя також суттєво змінюються, а мобільність та міграція населення зростають. По-друге, розвиток туризму та гостинності відкриває шлях для розширення міжнародних відносин в глобальному масштабі. По-третє, сфера готельної діяльності займає верхні позиції в рейтингу ефективності інвестицій. Інвестиції в готельний бізнес приносять високий прибуток в короткі терміни .

Дослідження управління готельними підприємствами ускладнюються рядом проблем, серед яких є і термінологічні аспекти. У нормативних документах та науковій літературі немає однозначного поняття «готель», «готельне господарство», «готельна послуга».

Закон «Про туризм» відносить готельне господарство до індустрії туризму [20]. Поняття «готель» багато авторів розглядають як похідне від латинського «hospitalis», що означає «гостинний» [10].

Готель є основним та типовим закладом для розміщення туристів, який можна описати як будинок з мебльованими кімнатами для тимчасового проживання. Це визначення задеклароване у державних стандартах України. Згідно з Правилами користування готелями та надання готельних послуг в Україні, готель призначений для тимчасового проживання громадян терміном до 45 діб, незалежно від місця постійного проживання і прописки [8].

За визначенням ВТО, що має рекомендаційний характер, засіб розміщення – це може бути будь-якою структурою або об'єктом, який надає простір для проживання або перебування, такими як готель, мотель, гостьовий будинок, кемпінг, хостел, апартаменти, а також будь-які інші приміщення або місця, що надають тимчасове житло або зручності для подорожуючих. При цьому готелі розглядаються як основний класичний тип підприємств розміщення, що характеризується такими специфічними ознаками: номерним фондом, що перевищує певний мінімум; набором обов'язкових послуг (прибирання номерів і санвузлів, обслуговування в номерах, щоденне застеляння ліжок та ін.); певним асортиментом додаткових послуг [9].

У "Правилах користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» наводиться низка термінів і понять, які широко використовуються в готельному господарстві [19]. Зокрема, вважають готелями та подібними закладами майнові комплекси, що містять сім і більше номерів, керівництво яких централізоване, а також вони

групуються за категоріями згідно зі списком послуг та обладнання, що надаються.

Готельні заклади є місцями розміщення для подорожуючих, туристів та бізнесменів. Вони надають послуги з розміщення, харчування, організації заходів та розваг. Готельна індустрія сприяє розвитку туризму, створює робочі місця та сприяє економічному зростанню.

Складовими готельної індустрії є:

1. Готелі: Від невеликих сімейних готелів до розкішних п'ятизіркових закладів.
2. Ресторани та кафе: Де гості можуть смачно поїсти.
3. Парки розваг: Для відпочинку та розваг.
4. Транспортні компанії: Забезпечують перевезення туристів.
5. Круїзні лінії: Для морських подорожей.

Готельна індустрія – це не лише місце для ночівлі, а й важлива складова туристичної галузі, яка постійно змінюється та адаптується до потреб сучасних мандрівників.

У сучасній епохі туристична індустрія розглядається як комплексна соціально-економічна система, де готельно-туристичний комплекс виступає одним із важливих компонентів. Цей комплекс включає в себе різноманітні галузі, спрямовані на задоволення зростаючого попиту на різні форми відпочинку. Спектр сфер діяльності, що задіяні в цьому комплексі, може розширюватися на будівельні, фінансові, консалтингові, юридичні та посередницькі послуги.

Як зазначає Г.Б.Мунін, готельна індустрія – це єдність усіх фірм і організацій, що співпрацюють, кожна з яких виконує свої специфічні функції, спрямовані на задоволення потреб гостей [15].

Досліджуючи управління розвитком підприємств готельної сфери, важливо усвідомлювати основні особливості готельної діяльності.

1.Невідчутність та гостинність готельно – ресторанної послуги: Якість обслуговування та гостинність є важливими факторами для готельних підприємств. Вони повинні забезпечувати комфорт та задоволення гостей.

2.Нематеріальний характер готельно–ресторанної послуги: Готельні послуги не обмежуються лише фізичними товарами. Вони включають в себе емоційний досвід, який гості отримують під час перебування в готелі.

3.Нерівномірний попит та незбереження послуг: Готельні підприємства повинні ефективно управляти змінами в попиті та забезпечувати якісне надання послуг незалежно від сезону чи інших факторів.

4.Невіддільність від джерела надання готельно-ресторанної послуги: Готельні підприємства повинні бути зв'язаними зі своїми постачальниками та партнерами, щоб забезпечити безперебійну роботу.

5.Мінливість готельних послуг: Готельна сфера постійно змінюється через нові технології, тренди та зміни в смаках клієнтів. Управління цією мінливістю є важливим завданням для підприємств.

Управління готельним підприємством – важливий вид фахової економічної діяльності, спрямованої на досягнення мети через раціональну організацію матеріальних, трудових, інформаційних ресурсів зі застосуванням принципів, функцій і методів управління. Мета управління – збереження конкурентних позицій у середовищі сфери гостинності, яка реалізується в підсумку в забезпеченні рентабельності підприємства.

Управління розвитком готельних підприємств відіграє ключову роль у їхньому успішному функціонуванні. Це важливий аспект, який впливає на конкурентоспроможність та стабільність готельно–ресторанного господарства. Для досягнення мети підприємства, необхідно раціонально організувати матеріальні, трудові та інформаційні ресурси.

Вирізняють такі підходи в організації управління готельним підприємством [11]:

– процесуальний – управління процесом розглядається як безперервний цикл взаємопов'язаних управлінських функцій.;

– системний – готельне підприємство розглядають як інтеграцію взаємопов'язаних елементів, таких як людські ресурси, структурні підрозділи, технології та управлінські рішення. Цей підхід орієнтований на досягнення різних цілей в умовах змінного зовнішнього середовища.;

– ситуаційний – передбачає застосування різних методів управління відповідно до обставин, що формуються в середовищі гостинності.

Змінливе середовище гостинності постійно піддається впливу як внутрішніх, так і зовнішніх чинників. Це призводить до необхідності вибору найбільш ефективного методу управління в конкретній ситуації.

У статті «Стратегії управління розвитком підприємств сфери гостинності» автор А. М. Гуменюк систематизував сучасні стратегії для керування розвитком готельних підприємств. Дослідження виявило, що на сучасному етапі розвитку наукової думки існують різні підходи до визначення стратегій управління розвитком в цій сфері [3]:

1. Підхід, який акцентує на визначенні стратегій інтеграції: Цей підхід визначає пріоритетні стратегії для розвитку готельних підприємств, враховуючи економічні ризики та суспільні загрози.

2. Підхід, заснований на класифікації стратегій: В цьому випадку стратегії розглядаються в контексті SWOT-аналізу (слабкі та сильні сторони, загрози та можливості готельної галузі) та розвитку ринкового середовища.

3. Підхід, пов'язаний з інноваційністю та конкурентоспроможністю: Ця стратегія враховує рівень інноваційності та конкурентоспроможності підприємств готельного господарства.

4. Підхід, заснований на поведінковій теорії суб'єктів бізнесового середовища: Цей підхід враховує поведінку суб'єктів у бізнес-середовищі.

Ці стратегії дозволяють готельним підприємствам не лише залишатись на ринку гостинності, але й досягати цільових стратегічних орієнтирів, таких

як рост ринкової частки, інноваційна продукція та збільшення прибутку. А також допомагати підприємствам готельної сфери ефективно розвиватися та забезпечувати задоволення своїх клієнтів.

Управління готельним підприємством є ключовим напрямком професійної економічної діяльності, спрямованим на досягнення цілей шляхом організації матеріальних, трудових і інформаційних ресурсів у найбільш раціональний спосіб, з використанням принципів, функцій і методів управління.

Також управління розвитком підприємств готельної сфери включає ряд стратегічних процесів та дій, спрямованих на покращення ефективності та конкурентоспроможності. Основні це :

1.Участь у спеціалізованих виставах: Приймання участі в готельних виставах дозволяє підприємствам показати свої послуги та продукти, знайти нових клієнтів та партнерів.

2.Розробка комплексних туристичних продуктів: Створення інтегрованих турпакетів, які включають готельні послуги, екскурсії та інші додаткові послуги для туристів.

3.Сертифікація та стандартизація готельних послуг: Впровадження стандартів якості допомагає підприємствам підтримувати високий рівень обслуговування.

4.Участь у проектах розвитку готелів за участю міжнародних операторів: Співпраця з відомими готельними брендами може покращити репутацію та залучити більше клієнтів.

Ці процеси сприяють розвитку готельної сфери та забезпечують її стійкість у сучасному конкурентному середовищі.

1.2 Зовнішні і внутрішні фактори впливу на розвиток готельного підприємства

У сучасних умовах постійного розвитку готельних мереж їх стан та перспективи визначаються впливом різноманітних факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища.

Готельна мережа, як учасник готельно-туристичного бізнесу, функціонує як відкрита система, що постійно взаємодіє з зовнішнім середовищем і має можливість отримувати зворотний зв'язок. Для ефективної діяльності вона повинна аналізувати зміни у навколишньому середовищі і реагувати на них відповідним чином. [2] .

К зовнішнім фактором для розвитку готельної сфери відносять: економічні, політико–правові, міжнародні, соціокультурні, демографічні, науково–технічні та фактори природного середовища.

Економічний фактор впливає на готельну індустрію залежно від політичної системи країни та загального стану економіки. Цей вплив визначається різними показниками, такими як рівень інфляції та безробіття, курс національної валюти, відсоткова банківська ставка, ставка податків тощо. [2].

Дослідження політико-правових факторів макрооточення має велике значення, оскільки дозволяє зрозуміти наміри органів державної влади та управління щодо розвитку суспільства та реалізації державної політики.

Соціально-культурний фактор визначає формування та сприйняття цінностей, смаків, традицій та норм суспільства. [2].

Міжнародний фактор набуває особливого значення для готельних мереж, які спеціалізуються на обслуговуванні іноземних громадян.

Природні фактори є одним з найважливіших чинників, що стимулюють клієнтів до здійснення подорожей і приваблюють туристів в певний регіон або країну. [2] .

Вивчення демографічних факторів макросередовища займається аналізом ринкових можливостях готельної мережі.

Науково-технічний фактор впливає на ефективність виробництва і реалізацію послуг у готельно-ресторанному бізнесі через технологічні нововведення.

Зовнішні фактори є силами загального характеру, які впливають на індустрію зовнішнього оточення. Ці фактори, як правило, не підлягають контролю або впливу з боку самої індустрії.

Підгрупа соціально-демографічних факторів включає численність споживачів, загальну кількість сімей і їх структуру, етапи життєвого циклу родини, рівень освіти споживачів, національну приналежність, відношення до релігійних концесій та інші аспекти, що характеризують соціальні та демографічні особливості населення.

Підгрупа соціально-економічних факторів включає загальну ємність ринку готельних послуг, сумарний грошовий прибуток споживачів, кількість вихідних днів, тривалість оплачуваних відпусток, загальну структуру доходів і витрат споживачів, включаючи витрати на відпочинок та подорожі.

Підгрупа мотиваційних факторів має велике значення, оскільки практично визначає поведінку споживачів. До мотиваційних факторів відносяться: тип особистості, соціальні ролі та статус, менталітет споживачів, тип темпераменту, образ життя, цінності.

Підгрупа поведінкових факторів об'єднує фактори, які здійснюють вплив на поведінку споживачів при виборі та споживанні продуктів та послуг готельної індустрії [1].

Зовнішні фактори можна поділити на дві групи: фактори прямої дії та фактори непрямой дії.

Фактори прямої дії:

Ці фактори безпосередньо впливають на готельне підприємство. Сюди входять:

1.Клієнти та ринок: Попит на готельні послуги, сезонність, типи клієнтів (туристи, бізнес–подорожні, події).

2.Конкуренція: Інші готелі та гостьові будинки, їхні послуги, ціни, репутація.

3.Партнери та постачальники: Взаємодія з туроператорами, ресторанами, постачальниками продуктів, обладнанням.

4.Законодавство та регулювання: Правила, ліцензії, податки, стандарти безпеки.

Фактори непрямої дії:

Ці фактори не безпосередньо пов'язані з готельним підприємством, але впливають на нього. Сюди входять:

1.Економічні умови: Загальна економічна ситуація, інфляція, обсяги туристичного бізнесу.

2.Соціокультурні та політичні фактори: Звичаї, культура, політика, стабільність.

3.Технологічний прогрес: Впровадження нових технологій, роботизація, інтернет–маркетинг.

4.Екологічні фактори: Екологічна чистота, природні ресурси, екотуризм.

Фактори непрямої дії є такими, що впливають на діяльність організації не безпосередньо, а опосередковано, тобто через певні механізми та відносини.

У рамках вивчення факторів внутрішнього впливу більшість авторів акцентує на аспектах, які залежать від діяльності самого підприємства чи суб'єктів досліджуваної індустрії. Це включає організаційні, технічні, фінансово-економічні фактори та інші, які відображають внутрішні можливості та характеристики підприємства. [17].

Організаційні фактори: Це включає управління, організаційну структуру, кадрову політику, фінансове планування та контроль. Готельні підприємства повинні ефективно управляти своїми ресурсами та процесами.

Якість послуг: Висока якість обслуговування є ключовим фактором для залучення клієнтів. Це включає якість номерів, ресторанів, прибирання, обслуговування гостей та інші аспекти.

Маркетингова діяльність: Готелі повинні розробляти ефективні маркетингові стратегії, просувати свої послуги, вивчати ринок та конкурентів.

Фінансовий стан: Ефективне фінансове управління, бюджетування та контроль над витратами допомагають готелям досягти стійкого розвитку.

Кадри: Кваліфікований персонал є важливим ресурсом для готельних підприємств. Навчання, мотивація та розвиток персоналу впливають на якість обслуговування.

Інфраструктура та обладнання: Стан будівель, обладнання, технічне обслуговування та модернізація також впливають на розвиток готельного бізнесу.

Існує науковий підхід, що передбачає виділення позитивних та негативних факторів впливу на розвиток туристичної та готельно–ресторанної сфери України. У рамках цього підходу О.О. Комліченко визначає [17], зокрема :

– позитивні фактори впливу: політична стабільність, зростання ВВП та рівня реальних доходів, розвиток інфраструктури, впровадження інновацій, зростання інвестицій;

– негативні фактори впливу: економічна криза, зростання цін, інфляція, мілітаризація економіки, політична нестабільність, погіршення екологічної ситуації.

І.І. Січка також пропонує виділяти такі підходи [17] :

– позитивні фактори впливу: велика кількість туристичних ресурсів; зміцнення позицій України на світовому туристичному ринку; сприяння розвитку індустрії туристичної діяльності; представлення України на міжнародному рівні як демократичної європейської країни; наявність кваліфікованої робочої сили; наявність великої кількості туристичних атракцій для інвестування; розвиток комунікацій; позитивна екологічна ситуація більшої частини країни, що може в майбутньому стати поштовхом до розвитку зеленого туризму, сучасні технології обслуговування; міжрегіональна співпраця та позиціонування України; наявність транскордонного співробітництва; велика історична, культурна та архітектурна спадщина України, яку можна використовувати для розвитку туристичної галузі країни;

– негативні фактори впливу: неефективне та нераціональне використання природних туристичних ресурсів; відсутність чіткої стратегії розвитку індустрії туризму та чіткого його регулювання; низька якість соціальної складової туризму в структурі зайнятості; недостатньо розвинена інфраструктура, система транспортного обслуговування є бар'єрами швидкого зростання туристичної привабливості країни; відсутність комплексної стратегії розвитку туризму; неефективний менеджмент та преференціювання територій; недостатня представленість країни в міжнародних туристичних заходах; пошкодження, занедбання, знищення туристичних об'єктів та культурної спадщини України; недостатнє фінансування об'єктів культурної спадщини; недостатні інвестиційні вкладення, як іноземних так і внутрішніх інвесторів; високі податкові ставки.

Отже, зовнішні та внутрішні фактори взаємодіють між собою та визначають подальший розвиток готельної індустрії .

1.3 Особливості управління розвитком підприємств сфери гостинності в Україні в сучасних умовах.

У сучасних складних умовах гостинна галузь стає ключовою для розв'язання ряду соціально-економічних викликів у регіонах України. Тому важливо звернути увагу на ефективне управління підприємствами сфери гостинності, що стає актуальним, і потребує впровадження новаторських підходів до управлінських процесів. [22].

Сфера гостинності об'єднує готелі, ресторани, туристичні агенції, транспортні компанії, спортивні та розважальні заклади та інші підприємства, спрямовані на повне задоволення потреб та бажань відвідувачів. Це стосується не лише туристів, але й бізнес-подорожніх, громадських діячів, культурних особистостей, спортсменів, науковців та інших представників суспільства.

Окрім цього, діяльність цих підприємств є ключовою для вирішення різних соціально-економічних проблем у будь-якому регіоні України. Саме тому ефективне управління підприємствами сфери гостинності, особливо у воєнний час набуває актуальності та пошуку нових інноваційних підходів до управлінських процесів.

Сфера індустрії гостинності в Україні до кризового періоду посідала одне з провідних місць ринкової економіки. Процес та процедура управління в даній галузі, з кожним роком набувають все більшої актуальності. Але нажаль за останні декілька років готельний бізнес України багато пережив: локдаун, війну та блекаути. Безумовно, все це вплинуло на сервіс, побудову комунікації з гостями та операційні процедури. Ці зміни також відображають змінені цінності та очікування клієнтів.

Протягом 2020–2021 років питання безпеки, гігієни та використання безконтактних технологій стали критично важливими для всіх готельєрів, і

очікується, що вони залишаться актуальними ще на тривалий час. А підвищена обізнаність людей про екологічність, свідоме споживання, здоров'я та турботу про себе встановили нові стандарти для готелів.

Тоді як війна спричинила максимальне актуалізування питання безпеки і вивела його на абсолютно новий рівень. В умовах конфлікту безпека стала пріоритетом для готелів, які вдосконалюють свої системи безпеки, використовуючи нові технології та впроваджуючи додаткові заходи для захисту гостей і персоналу.

Важливим чинником під час вибору готелю для гостей стала наявність укриття та зрозумілого алгоритму дій співробітників об'єкта у випадку надзвичайних ситуацій. У сучасних умовах можливість гнучкого підходу до дати заїзду, скасування та повернення коштів стала надзвичайно важливою для готелів і їхніх гостей. Це дає можливість гостям вирішувати непередбачені ситуації або зміни у планах подорожі без непотрібних стресів і фінансових втрат. Готелі, які пропонують гнучкі умови бронювання та політику повернення коштів, зазвичай здобувають більшу популярність серед гостей та забезпечують собі конкурентну перевагу на ринку гостинності. Зараз людям важко бути впевненими у своїх планах більш ніж на декілька годин, тому якщо готель йде на зустріч гостям у цьому питанні – це позитивно відображається на його завантаженості.

Кожен рік на ринку гостинності, і останній рік не є винятком, вносячи значні зміни в готельний сервіс. Однією з таких тенденцій є зростаючий попит на внутрішній туризм, який супроводжується новими послугами та унікальними досвідами для мандрівників. [7].

1. Відпочинок + робота

Внутрішній туризм став стійким трендом, який набув особливої актуальності ще з 2019 року. У цей період значущість офісів зменшувалась, а популярність віддаленої роботи стрімко зростала. Багато компаній перейшли на гібридний формат роботи, що дозволяє їхнім працівникам працювати

частково віддалено. Ця тенденція сприяє розвитку внутрішнього туризму, оскільки люди мають більше можливостей для подорожей та відпочинку в межах своєї країни.

Багато готелів використовуються як імпровізовані офіси для мандрівників, які перебувають у відпустці, а також для місцевих жителів, які шукають зміну робочого середовища, оскільки робота з дому не завжди зручна. Такі готелі надають комфортні умови для роботи, доступ до інтернету та інші зручності, що дозволяють працювати ефективно, а також насолоджуватися атмосферою відпочинку та релаксу в той же час.

Ця тенденція відкриває готелям можливість адаптувати свою пропозицію відповідно до потреб і побажань гостей. Зокрема, для зручності гостей важливою буде наявність великої кількості розеток для зарядки електронних пристроїв, безкоштовного високошвидкісного Wi-Fi, спеціальних Zoom-кімнат, які можуть використовуватися як простори для проведення вебінарів, онлайн-лекцій тощо. Також, безлімітна кава або інші напої можуть додати додаткової привабливості такій пропозиції.

В Україні цей тренд можна назвати роботою в місцях для відпочинку. Багато компаній перевели своїх співробітників до більш безпечних регіонів і розмістили їх у готелях у курортних містах, таких як Буковель, Яремче і т. д. Оскільки співробітники переїжджали разом з сім'ями, створення комфортного середовища для всіх членів сім'ї стало дуже важливим при довгостроковому перебуванні. Це призвело до змін у меню ресторанів, формату та режиму роботи додаткових послуг та підходу до операційних процедур у готелях. Для деяких людей ці готелі стали як домом, так і офісом, тому важливо забезпечити їм всі необхідні умови для комфортного перебування та роботи.

2. Подорожі в межах свого міста/регіону

Враховуючи небезпеку та обмеженість можливостей для подорожей за кордон, подорожі в межах свого міста чи регіону стали знову дуже актуальними. Наприклад, сімейні пари організують собі одноденні міні-відпустки в межах свого міста, перебуваючи в одному з готелів. Це дозволяє їм відпочити та відсвяткувати час разом, не ризикуючи залишати родину на тривалий період. Такі подорожі можуть бути якісним і безпечним способом провести час, насолоджуючись атмосферою свого рідного міста чи регіону.

Створення спеціальних турів або пропозицій для місцевих жителів є важливою можливістю для готелів збільшити завантаження. Крім того, важливо популяризувати додаткові послуги, що надаються в готелях для місцевих жителів, такі як сніданки, SPA-процедури, Zoom-кімнати, дитячі ігрові майданчики та інші. Це може привернути більше клієнтів і стимулювати попит на готельні послуги серед місцевого населення.

3.Цифровізація досвіду гостей

За останні роки цифрові та безконтактні послуги стали надзвичайно популярними. Люди, які звикли до розблокування своїх смартфонів та ноутбуків за допомогою розпізнавання обличчя або відбитків пальців, очікують такої ж зручності у доступі до своїх готельних номерів. Тому багато готельних послуг тепер пропонуються у формі безконтактних опцій, таких як мобільна реєстрація заїзду та виїзду, безконтактні платежі та використання біометричних даних. Наприклад, значна кількість громадян України використовує додаток "Дія" для зберігання та представлення необхідних документів для реєстрації. Можливість автоматичного зчитування цих даних та їх синхронізація з системою управління готелю вже не просто бажані, але необхідні функції для багатьох користувачів. Можна очікувати, що технології розпізнавання обличчя та відбитків пальців незабаром замінять ключі та картки доступу до готельних номерів. Загалом, цифровізація готельного досвіду гостя — це те, у що готельєрам потрібно спрямовувати інвестиції найближчим часом.

4.Персоналізація

Тренд на персоналізацію набирає обертів з кожним роком, оскільки індивідуалізоване обслуговування стає все більш важливим. При наданні послуг якість зростає, якщо персоналу відома додаткова інформація про вподобання гостя.

Готельна індустрія може збирати дані реєстрації та оплати клієнтів, проте ця інформація сама по собі не забезпечує персоналізацію. Для надання індивідуалізованих послуг важливо збирати дані про гостей ще до їх прибуття. Наприклад, при відправленні електронних листів з підтвердженням бронювання, персонал може запитати у гостей про їхні вподобання: наприклад, які напої вони віддають перевагу — чай або каву, або який аромат шампуню їм більше до вподоби тощо.

Важливо, як готелі використовують отримані дані. Наприклад, якщо готель має намір зробити комплімент гостю, наприклад, подарувати фруктову тарілку, вони можуть спитати гостя, які саме фрукти він любить найбільше, і підготувати тарілку з цими фруктами до його заїзду. Малим готелям може бути легше впроваджувати такі ініціативи, оскільки вони зазвичай більш гнучкі та швидкі у прийнятті рішень.

5.Економіка вражень

Сучасні гості віддають перевагу унікальному досвіду. Мінімалізм, який активно прагнуть, перетворює вже добре відому приказку "менше – краще" в актуальний тренд. Люди відмовляються від розкішних показів багатства на користь розумного використання коштів. Вони шукають унікальні враження, особливі та цікаві місця, а також активний відпочинок. Сьогодні гості все більше зацікавлені у новому досвіді, який пов'язаний з мистецтвом, традиціями та історією України.

Цей тренд впливає на кожний аспект готельного бізнесу, від дизайну до послуг і меню ресторану. Сьогодні важливо, щоб готельєри могли створити

унікальний досвід для гостя, щоб познайомити його з місцевими пам'ятками та запропонувати цікаві враження.

Готелі в Україні повинні йти в ногу з часом і пропонувати нові, цікаві послуги, враховуючи актуальні події у місті та країні. Також важливо змінити свій підхід до обслуговування гостей, роблячи їх досвід більш унікальним і незабутнім. Готелі сьогодні це вже не просто місце для ночівлі, а справжні майданчики для створення незабутніх вражень, які заохочують гостей повертатися знову і знову.

Сьогодні в умовах війни з росією та воєнного стану нашої країни з агресором в управлінні готельною інфраструктурою необхідно скористатися аналогічним зарубіжним досвідом.

Одним із найвідповідніших прикладів у цьому контексті є Ізраїль, що протягом десятиліть перебуває в умовах постійної війни. Державна стратегія цієї країни вимагає детального аналізу та переймання позитивного досвіду управління країною у ситуаціях кризи.

Навіть у зв'язку з викликами, які випливають з військового конфлікту, готельна галузь України продовжує привертати туристів, виявляючи свою гнучкість та витривалість. Проте воєнний стан має негативний вплив на готельну інфраструктуру, зниження кількості відвідувачів та інші аспекти. Важливо розглядати різні підходи до управління готельними підприємствами, включаючи перенесення діяльності в безпечніші райони, адаптацію до реалій воєнного часу та впровадження нових технологій для покращення обслуговування та ефективності готельного бізнесу[7].

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «КРІСТІНА»

2.1 Організаційно–економічна характеристика досліджуваного готельного підприємства

Готель «Крістіна», розташований в центрі Запоріжжя на вулиці Адмірала Нахімова, пропонує 10 комфортабельних номерів різних категорій. Цей готель вдало поєднує діловий ритм і домашню атмосферу, при майже повній відсутності суєти та шуму, які притаманні іншим частинам міста[5].

Базова характеристика готелю «Крістіна»

Готель «Крістіна» знаходиться у м.Запоріжжя, на вул. Адмірала Нахімова,6.

Контактний телефон: +38 (067) 5101504

Відстань від засобів прибуття / відбуття: До залізничного вокзалу "Запоріжжя 1» – 7,5 км, до центрального автовокзалу – 6,3 км.

Кількість поверхів: 2.

Категорія : немає.

Специфіка готелю: Окрема обладнана кімната для куріння, безкоштовна автостоянка, безкоштовний Wi-Fi, обслуговування номерів.

Кількість номерів: 10

Часи роботи (служба рецепції): Реєстрація заїзду: з 13:00 – 17:00 годин. Реєстрація від'їзду: до 08:00 – 12:00 годин.

Номери готелю оформлені в індивідуальному стилі, обладнані кондиціонером, телевізором, холодильником. До послуг гостей окрема обладнана кімната для куріння, безкоштовна автостоянка, безкоштовний інтернет.

Готель «Крістіна» пропонує такі види номерів:

1.Стандартний двомісний номер: Номер обладнаний кондиціонером, безкоштовним бездротовим доступом до Інтернету (Wi-Fi), телевізором із супутниковим телебаченням та письмовим столом.

2.Покращений двомісний номер: Цей номер оснащений телевізором з плоским екраном.

3.Напівлюкс: Просторий напівлюкс має телевізор з плоским екраном.

4.Люкс: Люкс має окрему вітальню з письмовим столом та телевізором з плоским екраном.

5.Люкс зі спа-ванною: Номер складається з великої спальні, вітальні з телевізором із плоским екраном і ванної кімнати з гідромасажною ванною.

6.Стандартний двомісний номер з 2 односпальними ліжками: Номер обладнаний кондиціонером, безкоштовним бездротовим доступом до Інтернету (Wi-Fi), телевізором із супутниковим телебаченням та письмовим столом.

Розташований готельний комплекс «Крістіна» в десяти хвилинах від центра міста; до міжнародного аеропорту Запоріжжя – 10 км , до залізничного вокзалу «Запоріжжя 1» – 7,5 км, до центрального автовокзалу – 6,3 км , добра транспортна розв'язка, поблизу готелю розміщені кафе, ресторани, де можна харчуватися.

Отже , особливості готелю «Крістіна»:

1.Спокійна та затишна обстановка: Готель привабливий для проживання завдяки дбайливому та ввічливому персоналу.

2.Індивідуальний стиль номерів: Номери оформлені в різних стилях і обладнані кондиціонерами, телевізорами та холодильниками.

3.Зручність для гостей: Готель має окрему кімнату для куріння, безкоштовну автостоянку та Wi-Fi.

4.Зручне розташування: Відстань до залізничного вокзалу «Запоріжжя 1» – 7,5 км, до центрального автовокзалу – 6,3 км.

У своїй діяльності підприємство керується Законами України та іншими нормативними актами, що регулюють діяльність підприємств.

Номерний фонд на сьогоднішній день складається з 10 комфортабельних номерів, які обладнанні усім необхідним для відпочиваючих.

Таблиця 2.1. Структура номерного фонду та вартість проживання.

Категорія номерів	Кількість місць	Ціна за номер, грн. За 1 ніч
Стандарт двомісний double	2	900
Покращений двомісний	2	950
Стандарт двомісний twin	2	1000
Напівлюкс двомісний малий	2	1100
Напівлюкс двомісний великий	2	1100
Бізнес двомісний VIP	2	1600

Отже згідно з табл. 2.1, ми бачимо, що ціна проживання залежить від покращення номеру. Ціни не залежать від сезонності. Дітям до 3х років безкоштовно. Вартість додаткового місця краще уточнити при бронюванні.

Структура організації готелю відображає повноваження та обов'язки, які покладені на кожного працівника підприємства.

Цілями організаційної структури виступають:

- розподіл праці,
- визначення завдань та обов'язків працівників,
- визначення ролей і взаємовідносин.

Організаційна структура даного підприємства має лінійний тип. Характеристика лінійної організаційної структури управління готелем полягає в прямих зв'язках, які відображають потік управлінських рішень та інформації. Ці зв'язки виникають від лінійного керівника, який має повну відповідальність за діяльність готелю або його структурних підрозділів. Ця структура відноситься до простої лінійної структури управління. У ній на

чолі кожного структурного підрозділу стоїть керівник, який має всі повноваження і відповідає за виконання всіх функцій управління.

Структура управління у готелі «Крістіна» представлена у виді схеми.

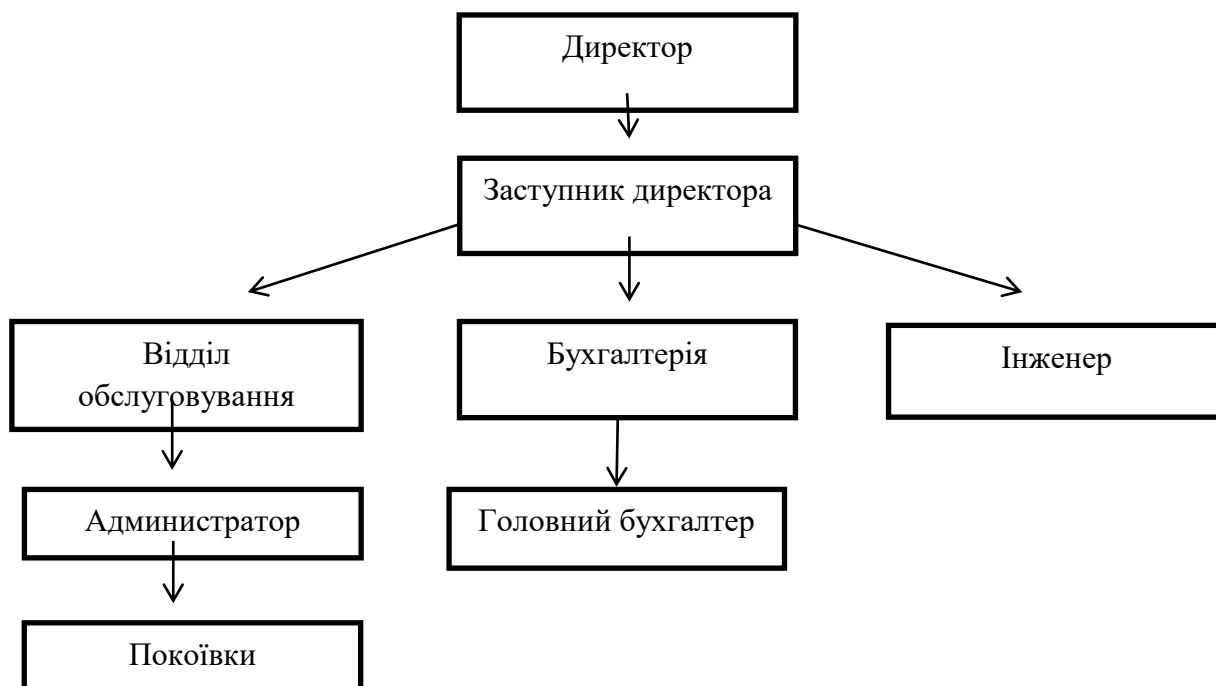


Рис.2.1. – Структура управління у готелі «Крістіна»

Головна функція організації готелю – це забезпечений контроль і координації діяльності підрозділених підприємств.

До обов'язків директора входять розробка іміджу готелю, маркетинг, представницькі функції, взаємодія з партнерами, отримання необхідних ліцензій.

До відділу обслуговування відноситься адміністратори та обслуговуючий персонал. Обов'язки адміністратора готельного комплексу включають нагляд за роботою та дисципліною обслуговуючого персоналу, а також ведення контролю за своєчасним обслуговуванням гостей і розрахунками з ними. Він також відповідає за розгляд скарг клієнтів і приймає заходи для вирішення проблем та конфліктів.

Бухгалтерський відділ відповідає за своєчасне складання бухгалтерської звітності у відповідності з чинними нормативними актами і стандартами. Він також несе відповідальність за дотримання фінансової та договірної дисципліни.

Для постійного нагляду за станом інженерно–технічного обладнання в готелі «Крістіна» є спеціальні посади: інженери технічних пристроїв, електрики, слюсарі–механіки, сантехники та ін. Однією з функцій інженерно-технічної служби є систематичне проведення обстежень санітарного та технічного стану готелю відповідно до затвердженого графіка.

Таким чином, у готелі «Крістіна» для ефективного сервісу обов'язки розподілені за відповідними службами та відділами, що підпорядковуються директору. Робота всіх служб та відділів у готелі «Крістіна» дозволяє досягати гарних результатів.

Таблиця 2.2. Аналіз структури виручки готелю за останні роки

	2020	2021	2022
Виручка від використання номерного фонду	60000 тис.грн	75000 тис.грн	55000 гр

Отже згідно таблиці 2.2. аналіз структури виручки дозволяє зазначити, що найбільшу частку у структурі має виручка від використання номерного фонду у 2021 році. Аналізуючи отримані показники можна зазначити, що виручка готелю «Крістіна» за 2021 р.р. зросла на 15000 тис.грн, що оцінюється позитивно. Нажаль, в 2022 році через повномасштабну агресію росії на Україну виручка від використання номерного фонду зменшилась. Запоріжжя стало прифронтовим містом і туристів зменшилося.

Зважаючи на специфіку основної діяльності готелю та його готельного продукту, важливо проаналізувати кількість та рух персоналу готелю. (табл.2.3-2.4).

Таблиця 2.3 – Аналіз чисельності персоналу готелю «Крістіна»

Категорія працівників	2020	2021	2022
Всього:	12	13	9
Відділ обслуговування	5	6	4
Бухгалтерія	3	3	2
Інженер	3	3	2
Заступник директора	1	1	1

Як можна побачити з таблиці 2.3, середньорічна кількість працівників готелю «Крістіна» зменшилась за період 2021–2022р.р. на 4 осіб. Хтось через війну виїхав закордон, а хтось змінив професію.

Таблиця 2.4. Аналіз руху персоналу готелю «Крістіна»

Категорія працівників	2020	2021	2022
Кількість прийнятих працівників	0	1	0
Кількість звільнених працівників	0	0	4
Кількість працівників, звільнених за власним бажанням	0	0	4
Кількість працівників, які пропрацювали весь рік	12	13	9

Аналіз руху робочої сили у готелі показує, що кадрова ситуація змінюється від зовнішніх факторів (2020 – COVID–19, 2022 – повномасштабна війна). Але не зважаючи на всі обставини кожен співробітник повинен знати свої обов'язки, мати певні знання й уміння, виконувати правила, наведені в документах готелю.

2.2 Оцінка конкурентоспроможності готелю «Крістіна» на ринку сфери гостинності м. Запоріжжя

Конкурентоспроможність підприємства розглядається як його здатність (як вже існуюча, так і потенційна) успішно розробляти, виробляти та впроваджувати на ринок конкурентоздатні товари і послуги, а також ефективно взаємодіяти з ринковим середовищем.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства, насамперед, передбачає проведення структурної та поетапної роботи (рис.2.1).

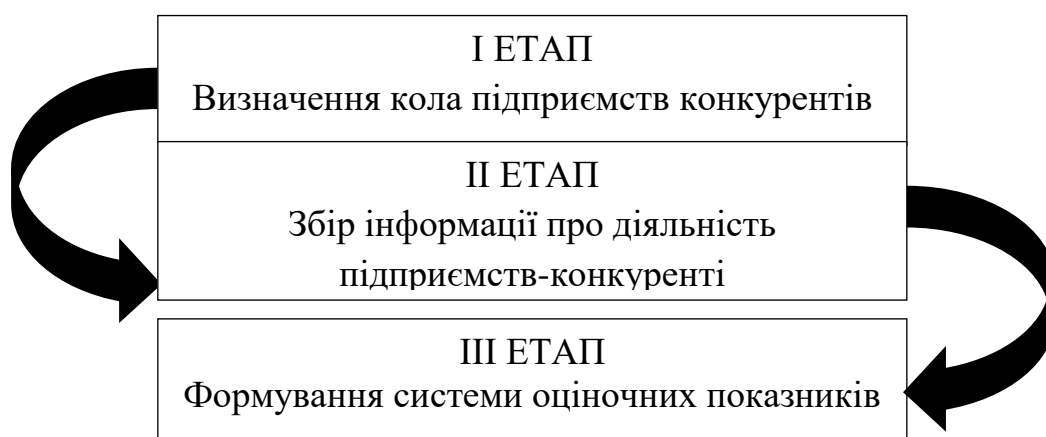


Рисунок 2.2 – Триетапний механізм оцінки конкурентоспроможності готельного підприємства.

Готельний фонд Запорізької області — це сукупність готелів, гостьових будинків, мотелів та інших об'єктів розміщення, які пропонують тимчасове проживання для відвідувачів області.

Для оцінки конкурентоспроможності готелю «Крістіна»[5] зрівняємо з аналогічними готелями міста Запоріжжя, такими як «Венеція»[6], «Міні готель Сем»[13], «Білий Рояль»[4], «Міні готель Royal» [14]. Вони пропонують майже такий же рівень комфортності та різноманітні додаткові послуги.

Порівняльний аналіз готелів допомагає виявити переваги одних закладів над іншими, а також ті області, які можуть бути покращені для підвищення конкурентоспроможності. Рейтинг конкурентоспроможності формується за допомогою 5-бального методу оцінювання, який представлений у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5. Рейтинг конкурентоспроможності

Фактори конкурентоспроможності	«Крістіна»	«Венеція»	«Міні готель Сем»	«Білий Рояль»	«Міні готель Royal»
Асортимент додаткових послуг	0	4	4	1	1
Дизайн	3	4	4	4	3
Цінова політика	5	4	4	4	4
Рівень обслуговування	4	4	4	5	5
Місце розташування	3	4	3	3	5

Отже, отримані результати оцінки конкурентоспроможності готелів у м. Запоріжжя свідчать про різні конкурентні позиції закладів на ринку готельних послуг м. Запоріжжя.

Стосовно цінової політики, то слід зазначити що великих розбіжностей в цінах немає. Найнижча ціна за різними категоріями номерів мають заклади «Крістіна» та «Міні готель Сем». Однак до ціни проживання не включено вартість харчування. В порівнянні з іншими закладами, в яких включені сніданки у вартість номера.

За параметром «Асортимент додаткових послуг» найбільший спектр додаткових послуг мають такі аналізовані готелі : «Венеція», «Міні готель Сем». На території готелю знаходиться лазня, а також відпочиваючі можуть скористатися послугами масажиста. Міні готель «Сем» надає цілодобовий бар, два більярдні зали та сауну. В готелі «Крістіна» взагалі відсутній асортимент додаткових послуг.

За параметром «Місце розташування» міні готель «Royal» має найвигідніше місце розташування, на проспекті Соборному. Готель «Білий Рояль» знаходяться далеко від центру міста.

Для оцінки готельних закладів за параметром «Рівень обслуговування», було проаналізовано відгуки клієнтів на сайтах. Можна зробити висновок, що найвищий рівень сервісу надається у таких закладах як «Білий Рояль» та міні готель «Royal». Готель «Крістіна», «Венеція» та міні готель «Сем» має середній рівень обслуговування, завдяки гостинності та індивідуальному ставленню до кожного гостя.

Узагальнена оцінка конкурентоспроможності готелів у м. Запоріжжя наведена у табл. 2.6.

Таблиця 2.6. Узагальнена оцінка конкурентоспроможності

Готель	Кількість балів
«Крістіна»	15
«Венеція»	20
«Міні готель Сем»	19
«Білий Рояль»	19
«Міні готель Royal»	18

Загальний результат оцінювання конкурентоспроможності готелів наступний: «Венеція» – 20 балів, міні готель «Сем» та «Білий Рояль» – 19 балів, міні готель «Royal» – 18 балів, готель «Крістіна» – 15 балів. Отже, на ринку готельних послуг у м. Запоріжжя найбільш сильні позиції має готель «Венеція».

Порівняння номерного фонду провідних готельних закладів м. Запоріжжя представлено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7. Номерний фонд готелів

Зпелад	«Крістіна»	«Венеція»	«Міні готель Сем»	«Білий Рояль»	«Міні готель Royal»
Кількість номерів	10	19	14	6	3
Види номерів	Стандарт двомісний Double; Покращений двомісний; Стандарт двомісний Twins; Напівлюкс двомісний великий; Напівлюкс двомісний маленький; Люкс двомісний; Бізнес двомісний VIP.	Стандарт двомісний з окремими ліжками; Стандарт двомісний; Напівлюкс двомісний з окремими ліжками; Напівлюкс двомісний романтичний; Напівлюкс двомісний Double; Люкс двомісний; Люкс двомісний покращений.	Стандарт двомісний з великим ліжком; Стандарт двомісний з двома окремими ліжками; Напівлюкс двомісний; Люкс двомісний.	Напівлюкс двомісний; Напівлюкс двомісний покращений; Люкс двомісний.	Напівлюкс двомісний; Люкс двомісний покращений.

Таким чином готель «Крістіна» має 10 номерів , але поступається готелю «Венеція» та міні готелю «Сем» з більшою кількістю номерів.

За видами номерів найбільший асортимент номерів серед аналізованих закладів має готель «Венеція» (8), на другому місті готель «Крістіна» (7).

Для визначення конкурентних позицій на ринку був проведений більш детальний аналіз цінової політики готелів (табл. 2.8).

Таблиця 2.8. Аналіз цінової політики готелів

Заклад	Категорія номерів			
	Стандарт двомісний	Напівлюкс двомісний	Люкс двомісний	Найдорожчий номер
«Крістіна»	900* грн	1100* грн	1200* грн	1600* грн
«Венеція»	1290 грн	1490 грн	1660 грн	1950 грн
«Міні готель Сем»	1100* грн	1100* грн	1300* грн	1300 грн
«Білий Рояль»	–	1060 грн	1500 грн	1500 грн
«Міні готель Royal»	–	1300грн	1600 грн	1600 грн
Мінімальна ціна,грн.	900	1060	1200	1300
Максимальна ціна,грн.	1290	1490	1660	1950
Середня ціна,грн.	1096	1210	1452	1590

*До ціни не входить сніданок

Аналіз цінової політики за різними категоріями номерів готелів дозволяє зробити такі висновки:

1. Категорія номерів «Стандарт двомісний» немає в готелі «Білий Рояль» та в міні готелі «Royal». найдешевший стандартний двомісний номер в готелі «Крістіна» – 900 грн. найдорожчий номер в готелі «Венеція» 1290 грн. Середня ціна на номер «Стандарт двомісний» – 1096 грн.

2. Категорія номерів «Напівлюкс двомісний» мінімальну ціну має готель «Білий Рояль» – 1060 грн. Максимальна ціна за цей номер в готелі «Венеція» – 1490. Середня ціна на номер «Напівлюкс двомісний» – 1210 грн.

3. Категорія номерів «Люкс двомісний» мінімальну ціну має готель «Крістіна» – 1200 грн, максимальну готель «Венеція» – 1660 грн. Середня ціна на номер «Люкс двомісний» – 1452 грн.

4. Серед найдорожчих номерів за різними категоріями, мінімальну ціну має готель «Крістіна» – 900 грн. А максимальну ціну має готель «Венеція» – 1950 грн.

Також важливо зазначити, що вартість номерів у готелях «Венеція», «Білий Рояль» та в міні готелі «Royal» включає вартість сніданку. В свою чергу, в готелях «Крістіна» та міні готель «Сем» не має сніданків.

За допомогою Hotels24.ua був проведений аналіз конкурентоспроможності досліджуваних закладів–конкурентів за відгуками гостей, що подано на рис. 2.2.

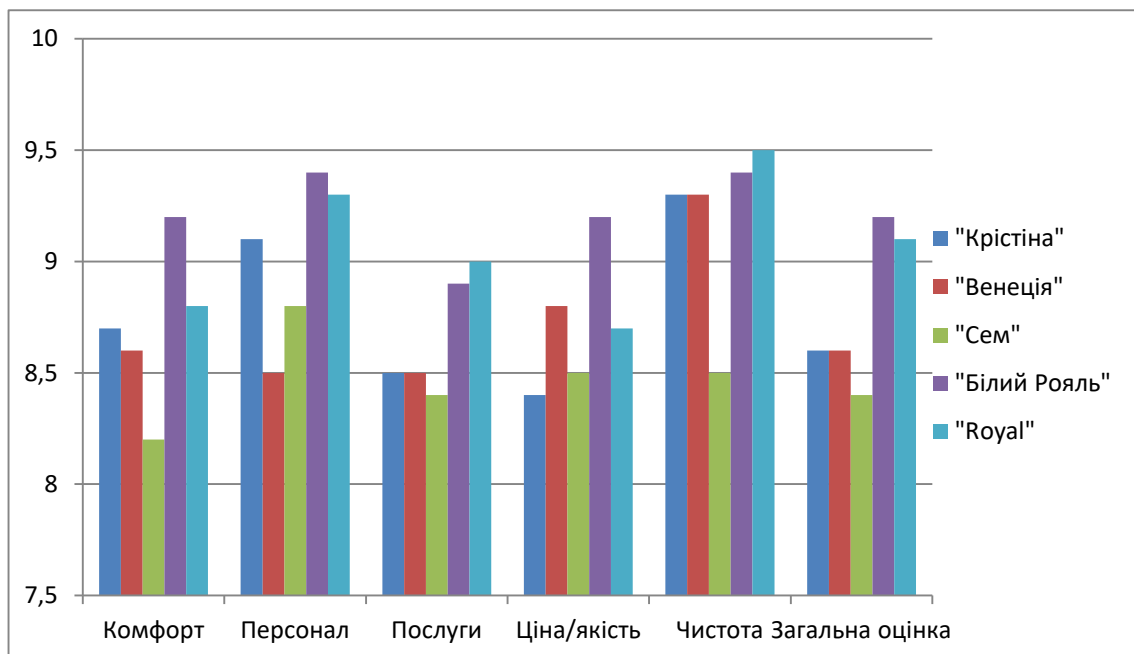


Рисунок 2.3 – Аналіз конкурентоспроможності готелів за відгуками гостей

Найвищу оцінку за відгуками має готель «Білий Рояль» – загальна оцінка 9,2 бали, по всіх показниках за виключенням показника послуги оцінки більше 9. Також високі оцінки має готель «Royal» (9,1 бал).

Готель «Венеція» та готель «Крістіна» мають однакові бали 8,6. За оцінками гостей заклади поступаються конкурентам за такими критеріями: персонал, співвідношення ціна/якість, комфорт, послуги, чистота.

Загальна оцінка міні готеля «Сем» нижча зі всіх готелів (8,4).

В результаті проведеної оцінки конкурентоспроможності готелю «Крістіна» встановлено, що готель має багато конкурентів. Порівняльний аналіз номерного фонду досліджуваних закладів показав, що готель «Крістіна» має 10 номерів, але поступається готелю «Венеція» та міні готелю «Сем» з більшою кількістю номерів. Готель «Крістіна» має великий асортимент номерів серед аналогічних закладів у м.Запоріжжя. Аналіз конкурентоспроможності закладів за відгуками гостей показав, що готель «Крістіна» на жаль поступається конкурентам за більшістю критеріїв: персонал, співвідношення ціна/якість, комфорт, чистота, послуги.

Таким чином, для подальшого розвитку готелю «Крістіна» потрібно проводити заходи щодо додавання та розширення додаткових послуг та постійного підвищення рівня якості наданих послуг.

2.3 Аналіз системи управління розвитком готелю «Крістіна» і її недоліків

Готель «Крістіна» розвивається під впливом зовнішніх факторів і на основі внутрішніх особливостей, які мають різний вплив на діяльність організації.

Для аналізу системи управління розвитком готелю проведемо аналіз зовнішнього середовища (таб.2.9).

Таблиця 2.9. Оцінка факторів зовнішнього середовища (можливості і загрози)

Сфера	Подія/фактор	Характер змісту впливу фактору (фактор можливості +1; фактор як загроза -1)	Ймовірність прояву (0-1)	Важливість (1-10)	Вплив
Політична	Зміни законодавства	-1	0,2	1	-0,2
	Зв'язки з державами	+1	0,3	8	2,4
	Введення обмежень	-1	0,7	3	-2,1
	Популяризація з боку держави внутрішнього туризму	+1	0,9	8	7,2
Економічна	Збільшення темпів зростання галузі	+1	0,6	10	6
	Нестабільне економічне середовище	-1	0,6	8	-4,8
	Зменшення рівня наявних доходів населення	-1	0,5	10	-5
Соціальна	Динаміка чисельності населення (зменшення)	-1	0,4	7	-2,8
	Збільшення доходів на душу населення	+1	0,2	9	1,8
	Підвищення вимог до рівня сервісу	+1	0,8	10	8
Технологічна	Впровадження нових технологій	+1	0,7	9	6,3
	Роозвинута транспортна система	+1	0,8	10	8
	Доступність нових технологій	+1	0,6	9	5,4

Аналізуючи показники таблиці 2.9, можна виділити фактори, які мають найбільший позитивний вплив на діяльність готелю «Крістіна»:

- підвищення вимог до рівня сервісу – 8;
- розвинута транспортна система – 8;
- популяризація з боку держави внутрішнього туризму – 7,2;
- впровадження нових технологій – 6,3;
- збільшення темпів зростання галузі – 6.

Це означає, що ефективний розвиток готелю «Крістіна» має інноваційну спрямованість, що передбачає використання передових технологій, позитивно позначиться на розвитку готельного бізнесу.

Найбільш негативним є вплив наступних факторів:

- нестабільне економічне середовище – 4,8;
- динаміка чисельності населення (зменшення) – 2,8
- введення обмежень – 2,1.

Через повномасштабну війну вже відчувається нестабільне економічне середовище, а також зменшення чисельності населення.

Якість послуг готельного закладу, в умовах сучасності — найважливіша умова його ефективності, рентабельності та конкурентоспроможності. Готель «Крістіна» не має особливих систем управління розвитком. Вони не посилюють ефективність управління розвитком готелю, а отже багато споживачів обирають їхніх конкурентів.

Найчастіше споживач звертає увагу на унікальність готелю, послуги та пропонований сервіс, здійснення додаткових послуг : кафе, ресторан, спортивні та оздоровчі центри. Готель «Крістіна» на жаль не є унікальним, розраховано на бюджетний відпочинок, а інші додаткові послуги треба шукати в іншому місці.

Остаточним кроком у вивченні зовнішнього та внутрішнього оточення є створення таблиці, в якій будуть відображені загрози та можливості, сильні та слабкі сторони готелю "Крістіна" (таб.2.10).

Таблиця 2.10. SWOT–аналіз готелю «Крістіна»

Сильні сторони(S)	Слабкі сторони(W)
1.Розташування готелю. 2.Висококваліфікований персонал. 3.Ціни нижчі,ніж у конкурентів. 4.Вибір номерного фонду.	1.Відсутність додаткових послуг. 2.Співвідношення ціна/якість
Можливості(O)	Загрози (Т)
1. Заохочення українців до відвідування власної країни. 2. Прискорення розвитку сектору. 3.Зростання рівня наявних доходів населення. 4.Впровадження і доступність нових технологій.	1.Нестабільна економічна ситуація. 2.Скорочення наявних доходів населення. 3.Зменшення чисельності населення.

SWOT–аналіз готелю «Крістіна» дозволяє зробити такі висновки. Важливо аналізувати зовнішнє середовище, виявляти як загрози, так і можливості, які воно може приховувати. Наприклад, однією з серйозних загроз для готелю може бути нестабільна економічна ситуація.

Однак, необхідно враховувати та досліджувати середовище не тільки зовнішнє, але й внутрішнє. Внутрішнє середовище також має велике значення. Дослідження внутрішніх факторів допомагає глибше зрозуміти сильні та слабкі сторони готелю, а також його потенціал для реалізації нових можливостей та ефективного протистояння загрозам.

Таким чином готель «Крістіна» повинні встановити високі стандарти обслуговування, задовольняти запити і сподівання гостя шляхом дотримання клієнтоорієнтованого сервісу, який повинен перевершити очікування клієнтів, результатом якого є повторні відвідування закладу, а економічним результатом – прибуток.

РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЮ «КРІСТІНА» НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

3.1 Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності готелю «Крістіна» на регіональному ринку туристичних послуг в системі управління розвитком досліджуваного готельного підприємства

Конкурентоспроможність готелю полягає в його здатності ефективно функціонувати на ринку, надаючи готельні послуги та вигідно виділяючись серед конкурентів. Це означає мати переваги, які дозволяють залучати більше клієнтів і отримувати додатковий дохід. Цей дохід може бути використаний для подальшого розвитку готелю, покращення якості обслуговування та навчання персоналу. [18].

Аналіз системи управління розвитком готелю «Крістіна» передбачає:

1.Стратегічне управління розвитком: Важливо визначити основні напрямки розвитку готелю. Це може включати розширення послуг, покращення інфраструктури, залучення нових клієнтів та партнерів.

2.Аналіз ринку та конкурентів: Дослідження ринку та аналіз конкурентів допоможе визначити сильні та слабкі сторони готелю. Це дозволить розробити ефективні стратегії розвитку.

3.Фінансовий аналіз: Важливо оцінити фінансовий стан готелю. Це включає аналіз прибутків, витрат, рентабельності та інвестицій.

4.Маркетинг та реклама: Реклама та маркетинг є ключовими для привертання клієнтів. Важливо розробити ефективні маркетингові стратегії та використовувати різноманітні канали комунікації.

5.Якість обслуговування: Готель «Крістіна» повинен забезпечувати високу якість обслуговування для задоволення клієнтів та підтримки позитивного іміджу.

Отже, для ефективного розвитку підприємства готельного господарства необхідно розробити систему заходів, зорієнтованих на перспективу, які б враховували сучасні тенденції в розвитку цієї галузі.

Основою конкурентоспроможності є якість і ціна. Обслуговування на вищому рівні разом з тим збільшує привабливість підприємства. Таким образом, формула конкурентоспроможності представляє як:

Конкурентоспроможність = Якість + Ціна + Обслуговування.

Якість послуг готельного закладу, в умовах сучасності – найважливіша умова його ефективності, рентабельності та конкурентоспроможності.

Найчастіше споживач звертає увагу на унікальність готелю, послуги та пропонований сервіс, здійснення додаткових послуг : кафе,ресторан,спортивні та оздоровчі центри. Готель «Крістіна» нажаль не є унікальним , розраховано на бюджетний відпочинок, а інші додаткові послуги треба шукати в іншому місці.

Для покращення конкурентоспроможності готелю «Крістіна» можна запропонувати такі заходи , як харчування а саме сніданки.

Досить перспективним напрямком є сніданки. У більшості конкурентів сніданки включені в вартість номеру. Система харчування готелю є одним із ключових аспектів, який впливає на здатність готелю задовольняти потреби своїх гостей та надавати їм комфортне перебування. Тому я пропоную готелю «Крістіна» додати цю послугу.

Існують різні системи харчування, такі як:

- 1.Включено сніданок Bed & Breakfast
- 2.Половина пансіону Half Board
- 3.Повний пансіон Full Board
- 4.Все включено All-Inclusive

Найкраще готелю «Крістіна» підійде система харчування Bed & Breakfast.

Система харчування «Bed & Breakfast» є одним із найпоширеніших і улюблених варіантів для подорожуючих та туристів, які шукають зручне і смачне рішення для перебування в готелях. З простою, але ефективною концепцією, «Bed & Breakfast» пропонує гостям затишні номери для переночування та смачний сніданок, що дозволяє їм насолоджуватися відпочинком, не хвилюючись про пошук ресторанів на ранковий прийом їжі.

Можна запропонувати В&В–сніданок який включає свіжі фрукти, випічку, хліб, сир, м'ясні та рибні вироби, йогурт, каву або чай, а також інші страви.

Один із головних переваг системи «Bed & Breakfast» – це затишна та особлива атмосфера, яку може надати готель. Відмінність цього типу харчування полягає у тому, що сніданок зазвичай подається у невеликому, інтимному залі, або навіть на відкритій терасі, де гості можуть насолоджуватися свіжим повітрям та видами навколишнього середовища. Тому готелю «Крістіна» треба продумати місце в готелі або поруч з готелем зробити терасу, для проведення сніданків.

Таким чином готель «Крістіна» повинні встановити високі стандарти обслуговування, задовольняти запити і сподівання гостя шляхом дотримання клієнтоорієнтованого сервісу, який повинен перевершити очікування клієнтів, результатом якого є повторні відвідування закладу, а економічним результатом – прибуток.

Особливе значення для підвищення конкурентоспроможності готелю «Крістіна» отримує структури управління управлінського апарату і роботи персонала.

Внаслідок цього, управлінському персону готелю «Крістіна» слід звернути увагу на підвищення рівня персоналу або на наймання нових робітників. Висока якість обслуговування та задоволення потреб клієнта в

готелі досягається шляхом регулярного навчання і підвищення кваліфікації персоналу. В даний час існує безліч різновидів курсів, тренінгів і освітніх програм для навчання персоналу готелю.

Тренінги є важливою складовою професійного навчання персоналу готелю. Вони спрямовані на покращення навичок та знань у різних аспектах готельного бізнесу, включаючи стратегічне та оперативне управління, підвищення якості обслуговування, а також управління персоналом, маркетингом, комунікаціями, продажами і фінансами. Ці тренінги надають персоналу нові ідеї, методи та підходи, які допомагають вирішувати питання і проблеми, що виникають у процесі роботи. [21].

Люди, які працюють в готелі, формують ставлення до неї у клієнта. Інвестування в навчання персоналу відіграє ключову роль у підвищенні якості обслуговування та покращенні іміджу готелю. Чим більш високий рівень культури та якості обслуговування надає готель, тим більше він приваблює клієнтів. Компетентний та ввічливий персонал створює приємну атмосферу для гостей та робить їх перебування комфортним та приємним. В результаті це сприяє позитивному враженню від готелю та сприяє збільшенню кількості клієнтів, що, в свою чергу, підвищує доходи підприємства.

Управління розвитком готелю є важливим аспектом його функціонування. У готелі «Крістіна», на мою думку, треба особливу увагу приділяти маркетинговим комунікаціям.

Наступним напрямком підвищення конкурентоспроможності готелю рекомендується використання засобів масової інформації, а саме розміщення реклами в соціальних мережах. Реклама відіграє ключову роль у комунікаційній стратегії, сприяючи інформуванню про компанію та її продукт, а також переконує потенційних клієнтів обрати саме цей готель та його послуги. Вона підсилює впевненість в існуючих клієнтів у своєму виборі та забезпечує зворотний зв'язок, що дозволяє готелю налагоджувати

взаємодію зі своєю аудиторією. Таким чином, реклама виступає ефективним інструментом для залучення уваги до готелю та стимулювання попиту на його послуги.

А оскільки рекламної кампанії не існує в готелі «Крістіна», пропонується розмістити рекламу готелю «Крістіна» та її нових послуг – на сайтах Facebook та Instagram.

Ключові аспекти та стратегії, на мою думку, які допоможуть готелю «Крістіна» досягти видимих результатів в соціальних мережах:

1. Створення активного профілю: Важливо регулярно оновлювати ці профілі з якісним контентом, який відображає атмосферу та послуги готелю.

2. Використання візуального контенту: Соціальні мережі, особливо Instagram, ідеальні для подачі візуального контенту. Розміщення фотографій краси готелю, номерів, і території готелю допоможе потенційним клієнтам зробити вибір на користь вашого готелю.

3. Взаємодія з аудиторією: Активна взаємодія з підписниками є ключовою. Відповідаючи на коментарі, питання та відгуки, ви створюєте позитивне враження та підвищуєте задоволеність клієнтів.

4. Акції та пропозиції: Оголошення акцій та спеціальних пропозицій в соціальних мережах може стати стимулом для бронювань. Спеціальні знижки для підписників, конкурси та подарунки можуть залучити увагу нових клієнтів.

5. Аналітика та вдосконалення: Треба користуватися інструментами аналітики, щоб відстежувати ефективність ваших кампаній та виправляти недоліки. Регулярна оцінка результатів і вдосконалення стратегії допоможуть досягти найкращих результатів.

Отже, просування готелю «Крістіна» в соціальних мережах – це важлива частина стратегії розвитку бізнесу. З зростаючою конкуренцією та розширюючимся ринком готелів важливо залишатися активними та реагувати на нові тренди в маркетингу.

3.2 Розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів

Після проведення аналізу конкурентоспроможності готелю «Крістіна» можна зробити висновок, що на разі готелю не достатньо додаткових послуг в готелі, а саме сніданків та трансферу (вокзал – готель – вокзал), та найголовніше маркетингу (просування готелю через соціальні мережі).

Для удосконалення і обґрунтування проведеного аналізу необхідно оцінити ефективність та вигідність запропонованих заходів. Це можна зробити шляхом проведення економічного аналізу, який включатиме оцінку витрат на реалізацію кожного заходу, прогнозовані доходи від їх впровадження та оцінку потенційного впливу на прибуток готелю.

На сьогоднішній день готель «Крістіна» не проводить ніякої маркетингової діяльності. Тобто не має великої інформації про готель в Інтернеті. Це означає, що про готель може дізнатися тільки споживачі які вже відвідали готель «Крістіна»,

Рекомендація щодо створення Instagram-акаунту для готелю, де буде представлений весь асортимент і цінова політика, є важливим кроком у залученні споживачів та стимулюванні резервування номерів через цей канал. Використання соціальних медіа, зокрема Instagram, надає можливість готелю показати свої переваги, привабливість та атмосферу через візуальні засоби. Це також дозволить активно взаємодіяти з потенційними клієнтами, відповідати на їхні запитання, враховувати їхні вподобання та нагадувати про можливість бронювання. Такий підхід може сприяти збільшенню свідомості про готель серед цільової аудиторії та підвищити кількість бронювань, якщо він буде ефективно реалізований та підтримуватиметься активним взаємодією зі споживачами.

Ця пропозиція є дуже актуальною, так як інформаційна сторінка в Інтернеті дуже зручна для клієнтів. За допомогою Instagram акаунту, готель

«Крістіна» зможе розширити коло споживачів, збільшити обсяг реалізації та буде сприяти підвищенню конкурентоспроможності на готельному ринку.

Для створення Instagram акаунту готелю «Крістіна» було прийнято рішення найняти на роботу SMM спеціаліста, який буде забезпечувати зростання охоплення сторінки готелю, розвивати та підтримувати його присутність в інфополі віртуального ринку, генерувати та публікувати новий контент, взаємодіяти з цільовою аудиторією, контролювати аналітику та статистику ефективності проекту.

Прийнято рішення, що такий працівник не повинен працювати повний робочий день кожного дня. Тому він буде найматися на ставку 0,5, що означає, що при заробітній платі в 15000 грн він буде отримувати 7500 грн, працюючи в готелі або з дому протягом до 6 годин на день.

Отже, для реалізації даного проекту підприємству необхідно виділити гроші на зарплату працівнику який буде вести сторінку готелю в Instagram.

Друга рекомендація – це додати послугу сніданків в готелі. Для цього треба розробити меню та закупити продукти.

Я пропоную континентальні сніданки, який буде включати каву або чай, сік, випічку (круасани), йогурт, фрукти сезонні.

Розрахунок продуктів та сума на 1 людину наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1. Розрахунок продуктів на 1 людину

Продукт	Ціна, грн
Кава Jacobs 3 in 1	8
Чай Lovare	2
Сік Galicia Яблучний 0.2 л	14
Круасан Лукас з начинкою	12
Йогурт Rioba з наповнювачем 115г.	12
Фрукти : Банан, яблуко та інше.	30

Ціни взяті з сайту магазину Metro[12]. Загальна сума вийшла 78 грн, але ціни можуть піднятися або опуститися. Також для сніданків готелю

«Крістіана» треба закупити посуд та електричні чайники в номера.

Таблиця 3.2. Розрахунок предметів в номер

Посуд в номер	Ціна,грн
Електричний чайник 1 шт.	700
Чашка 1 шт.	80
Чайна ложка 1 шт.	30

Якщо закупляти все комплектами то буде дешевше. Загальна сума 810грн.

Отже, щоб додати послугу сніданків в готелі треба закупити основний посуд, а також кожен тиждень закупляти продукти для гостей готелю. При бронюванні або заїзді до готелю працівник повинен уточнити про сніданок. Якщо гість захоче придбати сніданок, то це буде як додаткова послуга та буде оплачуватися окремо.

Організація сніданків готелю «Крістіна» забезпечить залучення більше клієнтів, підвищить конкурентоспроможність готелю та сприятиме підвищенню ефективності діяльності готелю.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

На підставі проведеної роботи можна зробити висновок, що управління розвитком готелю є важливою складовою фахової економічної діяльності. Його метою є досягнення успіху через організацію матеріальних, трудових і інформаційних ресурсів з використанням принципів, функцій і методів управління.

У ході виконання роботи було проведено аналіз об'єкта дослідження та надано загальну характеристику готелю «Крістіна». За підсумками, можна зробити висновок, що готель «Крістіна» має достатню кількість номерів, здатний обслуговувати одночасно велику кількість гостей, має вигідне місце розташування та достатній рівень сервісного обслуговування.

Головна функція організації готелю – це забезпечений контроль і координації діяльності підрозділених підприємств. Було виявлено, що в готелі «Крістіна» для ефективного сервісу обов'язки розподілені за відповідними службами та відділами, які підпорядковуються директору.

Так само в готелі існує ряд недоліків, до яких можна віднести відсутність додаткових послуг, а також відсутність реклами. Особливе значення для підвищення конкурентоспроможності готелю «Крістіна» отримує структури управління управлінського апарату і роботи персоналу.

У процесі дослідження було запропоновано стратегії розвитку ефективної системи управління. До них належить: тренінги персоналу, що працює на підприємстві розміщення. А також з'ясовано, що треба додати додаткову послугу «сніданок». Найчастіше споживач звертає увагу на унікальність готелю, послуги та пропонований сервіс, готель «Крістіна» на жаль не є унікальним, розраховано на бюджетний відпочинок, а інші додаткові послуги треба шукати в іншому місці.

Впровадження сучасних інформаційних технологій у готель «Крістіна»

може забезпечувати появу нових клієнтів, та готель може стати великим конкурентним для інших готелів.

Таким чином готель «Крістіна» повинні встановити високі стандарти обслуговування, задовольняти запити і сподівання гостя шляхом дотримання високого сервісу, який повинен перевершити очікування клієнтів, результатом якого є повторні відвідування закладу, а економічним результатом – прибуток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азарян О. М., Донець А. А. Науково–практичний підхід до оцінювання конкурентного стану підприємства на ринку готельних послуг. Торгівля і ринок України, 2018. 119 с.
2. Бунтова Н. В. Стратегічні орієнтири розвитку готельного бізнесу в Україні, 2019. 72-80 с.
3. Гуменюк А. М. Стратегії управління розвитком підприємств сфери гостинності, 2021. 130 с.
4. Готель Білий Рояль, Запоріжжя. URL: <https://hotels24.ua/uk/Zaporizhia/Hotel-White-royal-929.html> (дата звернення: 15.03.2024)
5. Готель Крістіна, Запоріжжя. URL: <https://hotels24.ua/uk/Zaporizhia/Hotel-Kristina-1007.html> (дата звернення: 11.02.2024)
6. Готель Венеція, Запоріжжя. URL: <https://hotels24.ua/uk/Zaporizhia/Hotel-Venecia-1564.html> (дата звернення: 15.03.2024)
7. Готельна індустрія: тренди якісного сервісу у 2023 році. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/antikrizovi-risenna/gotelna-industria-trendi-akisnogo-servisu-u-2023-roci> (дата звернення 18.03.2024)
8. ДСТУ 4527:2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни і визначення. Чинний від 2006–10–01. Вид. офіц. Київ: Держстандарт України, 2006.
9. Круль І. Я. Основи готельної справи, 2019. 368 с.
10. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика, 2019. 472 с.
11. Мальська М. П., Пандяк І. Г., Занько Ю. С. Організація готельного обслуговування, 2017. 366 с.

12. Магазин METRO. URL: <https://www.metro.ua/> (дата звернення: 20.04.2024)
13. Міні готель СЕМ, Запоріжжя. URL: <https://hotels24.ua/uk/Zaporizhia/Mini-hotel-SEM-4437.html> (дата звернення: 15.03.2024)
14. Міні готель Royal, Запоріжжя. URL: <https://hotels24.ua/uk/Zaporizhia/Mini-hotel-Royal-2159.html> (дата звернення: 15.03.2024)
15. Мунін Г. Б. Маркетинг туризму: економіко-організаційні аспекти, 2018. 430 с.
16. Михайлова Н.В., Рогова Н.В., Рибаківа С.С. Готельний бізнес в Україні: проблеми та основні тенденції розвитку, 2020. 97 с.
17. Охота В.І., Брич В.Я. Основні фактори впливу на функціонування готельно-ресторанних комплексів та туризму в Україні, 2018. 9-12 с.
18. Охота В. І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії. Інвестиції: практика та досвід, 2017. 110 с.
19. Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг : наказ Міністерства юстиції від 02.04.2004 №19. Офіційний вісник України. 2004. № 20. С.136.
20. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 №324/95-ВР
21. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту, 2019. 408 с.
22. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнар. наук.-практ., м. Чернівці, 2022. 347 с.