

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

«До захисту в ЕК»

В.о. декана факультету

_____ Цирульнікова В. В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2021 р.

«До захисту допущено»

В. о. завідувача кафедри

_____ Мельник І. Л.
(підпис) (прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2021 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

Зі спеціальності _____ 242 «Туризм»
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми _____ «Туризм»

на тему: «Управління організацією дозвілля туристів у закладах розміщення»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТУ- 4 - 11

_____ Прутова Ксенія Олегівна
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

_____ (підпис)

Керівник _____ Мірзодаєва Тетяна Віталіївна
(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

_____ (підпис)

Рецензент _____
(прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній роботі немає запозичень із праць інших авторів без відповідних посилань.

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2021 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет_готельного-ресторанного та туристичного бізнесу_____

Кафедра_туристичного та готельного бізнесу_____

Освітній ступінь_____бакалавр_____

Спеціальність_____242 «Туризм»
(код і назва)

Освітньо-професійна програма_____Туризм
(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. завідувача кафедри_____

_____Мельник І.Л.

“_____” _____2021 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

_____Прутової Ксенії Олегівни_____

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Управління організацією дозвілля туристів у закладах розміщення»

керівник роботи Мірзодаєва Тетяна Віталіївна, доц., кандидат економ. наук

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “12” 05 2021 року № 256-кв

2. Строк подання здобувачем роботи 01 червня 2021 р. _____

3. Вихідні дані до роботи наукова, фахова література, статистична звітність підприємства. _____

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Теорія та практика організації та технології надання послуг дозвілля в засобах розміщення. _____

Аналіз діяльності готельного підприємства «Президент-готель».

Пропозиції щодо удосконалення організації послуг дозвілля на готельному підприємстві «Президент-готель». _____

Впровадження сучасних інформаційних технологій на готельному підприємстві «Президент-готель».

5.Перелік графічного матеріалу: рисунків – 6; таблиць – 22 ; додатків – 4

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
I	Мірзодасєва Т. В. доц. кафедри		
II	Мірзодасєва Т. В. доц. кафедри		
III	Мірзодасєва Т. В. доц. кафедри		
IV	Мірзодасєва Т. В. доц. кафедри		

7. Дата видачі завдання 18.01. 2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	18.01.2021- 26.02.2021	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	01.03.2021- 12.03.2021	виконано
3	Вступ. РОЗДІЛ 1 (теоретичний)	15.03.2021- 31.03.2021	виконано
4	РОЗДІЛ 2 (аналітичний)	01.04.2021 - 16.04.2021	виконано
5	РОЗДІЛ 3 (рекомендаційний)	19.04.2021- 30.04.2021	виконано
6	РОЗДІЛ 4 (інформаційні технології)	03.05.2021 - 14.05.2021	виконано
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	17.05.2021 - 21.05.2021	виконано
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі та попередній захист у комісії	24.05.2021 - 26.05.2021	виконано
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2021 - 31.05.2021	виконано
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедрі	01.06.2021	виконано
11	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	15-18.06.2021	виконано

Здобувач

_____ (підпис)

Прутова К.О.

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Мірзодасєва Т. В.

_____ (прізвище та ініціали)

РЕЗЮМЕ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ПРУТОВОЇ КСЕНІ ОЛЕГІВНИ
НА ТЕМУ: «УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ ДОЗВІЛЛЯ ТУРИСТІВ У
ЗАКЛАДАХ РОЗМІЩЕННЯ»

Кваліфікаційна робота складається з 122 сторінок. Кількість розділів - 4, рисунків - 6, таблиць - 22, додатків - 4.

Об'єкт дослідження – готельне підприємство «Президент-готель»

Предмет дослідження - теоретичні, методичні та практичні засади організації дозвілля туристів в закладі готельного господарства «Президент-готель».

Мета дослідження - дослідження особливостей організації і технології надання послуг розміщення та дозвілля підприємств готельного господарства на прикладі готелю «Президент-готель».

У I розділі було розглянуто теоретичні аспекти дослідження готельної анімації.

У II розділі проведено аналіз діяльності готельного підприємства «Президент-готель», а саме: здійснено аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

У III розділі проведено дозвіллевої діяльності в готелі «Президент-готель» та розроблено пропозиції по впровадженню дозвіллевих інновацій. Здійснено економічне обґрунтування ефективності запропонованих дозвіллевих заходів.

У IV розділі проведено характеристику технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт на підприємстві, проаналізовано Інтернет-контент підприємства та розроблено пропозиції по удосконаленню інформаційної діяльності підприємства.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: дозвілля, готельна анімація, організація дозвілля, готельне підприємство

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ ДОЗВІЛЛЯ В ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ	10
1.1. Сутність дозвілля та загальна характеристика «анімаційної» служби готелю в сучасних засобах розміщення значення та структура туристичного продукту підприємства	10
1.2. Характеристика видів культурно-масового обслуговування туристів у закладах готельного господарства	21
1.3. Міжнародна практика управління організацією дозвілля туристів у закладах розміщення	26
Висновки до розділу 1	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ПРЕЗИДЕНТ-ГОТЕЛЬ»	32
2.1. Загальна характеристика готелю «Президент-готель»	32
2.2. Аналіз внутрішнього середовища готельного підприємства «Президент-готель»	39
2.3. Аналіз зовнішнього середовища та конкурентної позиції готельного підприємства	50
Висновки до розділу 2	59
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОСЛУГ ДОЗВІЛЛЯ НА ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ «ПРЕЗИДЕНТ ГОТЕЛЬ»	62
3.1. Аналіз організації дозвілля на готельному підприємстві «Президент-готель»	62
3.2. Розробка пропозицій з розвитку та удосконаленню організації дозвілля з використанням зарубіжного та вітчизняного досвіду	70

	6
3.3. Обґрунтування пропозицій організації дозвілєвих заходів на підприємстві «Президент-готель»	76
Висновки до розділу 3	84
РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ «ПРЕЗИДЕНТ-ГОТЕЛЬ»	86
4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт на підприємстві	86
4.2. Аналіз Інтернет-контенту готельного підприємства	91
4.3. Обґрунтування пропозицій по удосконаленню інформаційної діяльності готельного підприємства «Президент-готель»	96
Висновки до розділу 4	103
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	105
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	111
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Останні два десятиріччя відзначаються поглибленим інтересом до проблем туризму та індустрії готельного бізнесу. Транспорт, засоби розміщення та харчування – це три невід'ємні, базові складові, на яких тримається повністю вся індустрія туризму. До них можна також додати і індустрію дозвілля.

В сучасних реаліях обумовлюється гостра необхідність у відновленні як духовних так і фізичних сил людини. Тому найдинамічніше розвивається такий сегмент ринку як індустрія гостинності, аби забезпечити подорожуючим реалізацію рекреаційних потреб.

Відповідно новий напрямок у даній галузі є анімація. Вона набуває все більш активного розвитку по всьому світу, адже вона представлена як адекватний засіб у конкурентній боротьбі і за рівнем наданого сервісу і за інтер'єрами готелів та туристичних комплексів. Наразі дане визначення використовується у досить багатьох сферах людської діяльності.

Актуальність даної теми полягає саме в тому, що в умовах сучасного економічного ринку та конкуренції підприємств готельного бізнесу важливим напрямком діяльності готелів є ефективна організація дозвілля. У ринковій економіці величезна роль належить саме індустрії туризму і гостинності. Ця галузь народного господарства є візитною карткою країни. Крім всього іншого ця галузь приносить дуже великий прибуток і вносить істотний вклад у розвиток національної економіки. Розвиток галузі туризму і гостинності призведе врешті-решт до того, що туристи з усіх країн світу, відвідуючи Україну, дадуть поштовх до розвитку й інших галузей народного господарства нашої країни.

На розвиток туризму істотно впливає організація дозвілля, що становить вагому складову найперспективнішої галузі світової економіки – Індустрії дозвілля. Індустрія дозвілля створює умови для розгортання дозвіллевої діяльності. Туризм сприяє задоволенню оздоровчих, просвітніх,

професійних, рекреаційних потреб людини, економічному, політичному, соціальному, культурному розвитку суспільства.

Тому наразі стає питання про вдосконалення послуг дозвілля в засобах розміщення України на прикладах сучасних розвинутих готелів світу.

Аналіз джерел та публікацій. Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України, методики Всесвітньої туристичної організації, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання, дані бухгалтерської, статистичної та внутрішньогосподарської звітності готельних підприємств.

Вагомий внесок у дослідження економічної сутності соціальних медіа зробили: Д. Зарелла, М. Кун, А. Хартман та ін. Науковий інтерес у межах даної проблеми простежується у роботах вітчизняних вчених: О. Онищенко, В. Горового. Окремі аспекти розвитку соціальних мереж на теренах вітчизняного туристичного ринку та готельного бізнесу викладені у працях: А. Абдулхаїрова, С. Мельниченко, А. Магалецького та ін.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є дослідження особливостей організації і технології надання послуг розміщення та дозвілля підприємств готельного господарства на прикладі готелю «Президент-готель». Також метою є представлення світового досвіду організації дозвілля туристів у засобах розміщення для відпочинку.

Поставлена мета припускає вирішення в роботі наступних завдань:

- визначення поняття, суті та значення організації дозвілля в готельному господарстві;
- характеристика різних видів організації дозвілля, що проводиться в готельному господарстві;
- загальна характеристика та дослідження структури, експлуатації, договірних відносин та особливостей надання послуг дозвілля обраного готелю;

- представлення шляхів удосконалення та пропозиції щодо оптимізації організації послуг дозвіля в засобах розміщення та їх економічне обрентування;

- впровадження сучасних інформаційних технологій на готельному підприємстві.

Об'єктом дослідження даного питання являється готельне підприємство «Президент-готель» .

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні засади організації дозвілля туристів в закладі готельного господарства «Президент-готель».

Методи дослідження. У процесі дослідження були використані наступні методи наукового дослідження: статистичний, літературний, логіко-структурний методи, а також методи оцінки, аналізу та дедукції.

Апробація отриманих результатів. Результати дослідження кваліфікаційної роботи були опубліковані на 87-Міжнародній науковій конференції молодих учених, аспірантів і студентів «Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті». Тези конференції представлено в додатку А.

Структурно кваліфікаційна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, списку використаних джерел та додатків. Робота представлена на 122 сторінках друкованого тексту, містить 22 таблиці, 6 рисунків та 4 додатки.

Список використаної літератури налічує 62 джерела.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ НАДАННЯ ПОСЛУГ ДОЗВІЛЛЯ В ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ

1.1. Сутність дозвілля та загальна характеристика «анімаційної» служби готелю в сучасних засобах розміщення

Індустрія гостинності розвивається достатньо швидкими темпами завдяки соціальному, економічному і політичному прогресу та завдяки тому, що кількість подорожуючих суттєво збільшується.

З метою підвищення конкурентоспроможності прибутку, підприємства готельного господарства намагаються запроваджувати нові прогресивні форми обслуговування та організовувати на науковому рівні відпочинок, дозвілля і розваги.

Відпочинок, дозвілля та розваги, як і праця, є невід’ємними складовими життєдіяльності людини. Розважаючись, людина чи група людей задовольняють свої духовні потреби, оцінюють свої можливості. Відпочивати та розважатись можна як у природному так і штучному середовищі. Створення відповідних умов для цього і є завданням індустрії розваг. Індустрія розваг – це молода галузь, яка формує і розвиває особистість, впливає на виховання, формування оптимістичного настрою, відпочинок, культурний розвиток людини тощо [28].

У світовій практиці індустрії гостинності сукупність послуг по забезпеченню подорожуючих в активних культурних формах відпочинку називається дозвілля [28].

Використовуючи прийом розгортання наукової логіки завдяки експлікації, тобто науковому тлумаченню, поясненню; процесу, у результаті якого розкривається зміст певної єдності, а її частини набувають самостійного існування і можуть відрізнитися одна від одної [59], визначимо поняття дозвілля.

Традиційно звернемося до словників, в яких наводяться вже усталені поняття. Отже, «дозвілля - вільний, незайнятий час, гуляння, простір від справи» [15, с.797] або ж: «дозвілля - вільний від праці час» [26, с.177]; «дозвілля - час, не зайнятий працею або іншою справою, окремі моменти вільного часу, проміжки між роботою, розваги, особистісні заняття у вільний від праці час» [36, с.786]; «дозвілля - вільний час або складова вільного часу, якою людина розпоряджається на власний розсуд» [23, с.304]. Помітні загальні тенденції: дозвілля часто асоціюється з вільним часом, та існує певне протиставлення праці та дозвілля, де орієнтація в основному відбувається на індивідуалізовану діяльність за власним розсудом споживача.

У вітчизняних словниках термін «дозвілля» наявний не завжди, але в тих, у яких наводиться, надається у відповідному до вищезазначеного контексті (дозвілля - вільний від праці час, час відпочинку) [35]. Однозначним є те, що дозвілля розглядається в контексті вільного часу або ж повністю ототожнюється з ним. Безперечно, вільний час є простором для здійснення дозвіллевих уподобань. Але в таких трактуваннях кількісні характеристики (темпоральні) превалюють над змістовими. Виникає враження, що виключно розваги та відпочинок мають наповнювати дозвілля. Неповне трактування заважає усвідомити можливості дозвілля, не вказує на його спрямування. Безумовно, тільки часом вимірювати феномен дозвілля неможливо [9].

Загалом, у зарубіжному суспільстві, починаючи з другої половини ХХ століття, сформувалися концепції, що розглядають дозвілля як складову часового простору, як вид людської життєдіяльності, як психологічний стан людини, як ознаку цілісного способу життя [9].

Зауважимо на тому, що сфера дозвілля поєднує найрізноманітніші види життєдіяльності людини. Дозвіллева діяльність відрізняється від інших видів життєдіяльності людини тим, що здійснюється відповідно до потреб індивіда, з метою отримання задоволення. Роль дозвілля полягає у відновленні психологічних і фізичних сил людини, підвищенні її освітнього

та духовного рівня, здійсненні лише тих занять у вільний час, що відповідають потребам та бажанням людини і приносить їй задоволення у процесі самої діяльності (Рис. 1.1), [28].

Сучасне дозвілля поділяється на багато типів в залежності від психологічних, освітніх, соціальних, рекреаційних, фізіологічних та естетичних компонентів. Залежно від того, який параметр дозвілля переважає, такого характеру й набуває конкретне дозвілльєве заняття [16].

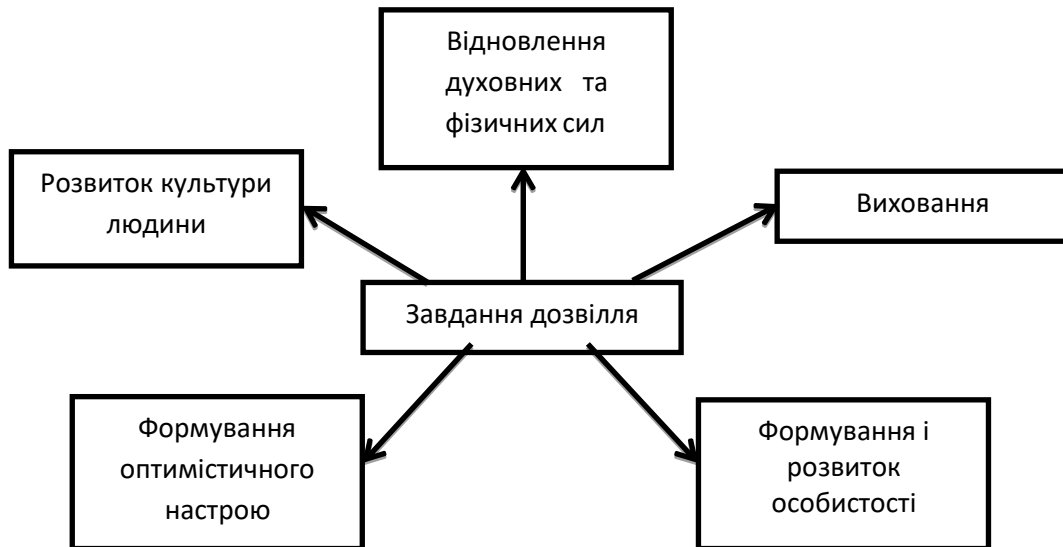


Рис. 1.1 Завдання дозвілля

Джерело: розроблено автором за [28].

Дозвілля можна поділити на такі групи:

- дозвілля як рекреація – коли воно сприймається виключно як діяльність, що допомагає людині врівноважувати організм;
- дозвілля як задоволення – коли основною мотивацією дозвілльєвої діяльності є отримання щастя і радості;
- дозвілля як відновлення сил – коли дозвілля вважається засобом відновлення здоров'я людини, її духовних та фізичних сил; засіб лікування та реабілітації;
- дозвілля як стан буття – сфера життєдіяльності людини, в якій вона може самореалізуватися та розвинути свої здібності;

- дозвілля як соціальна стратифікація – дозвілля залежить від того, виразником якого соціального класу є дана особа;

- дозвілля як вільний час – час, що залишається для людини після виконання нею робочих обов'язків [16].

Форми дозвіллевої діяльності змінюються і залежать від того, що бажає отримати від дозвілля людина, яких результатів вона хоче досягнути завдяки дозвіллевій діяльності [28].

Структура дозвілля складається з декількох рівнів, що відрізняються один від одного своєю психологічною і культурною значимістю, емоційною вагомістю та ступенем духовної активності [9].

Найпростіший вид дозвілля - відпочинок. Він призначений для відновлення витрачених під час роботи сил і поділяється на активний і пасивний [16].

Пасивний відпочинок характеризується станом спокою, що знімає стомлення і відновлює сили. Чим ти зайнятий – не має значення, аби можна було звільнитися від напруження, одержати емоційну розрядку. Звична, проста діяльність спричинює настрій спокою. Такий відпочинок - невід'ємний елемент життя людини. Він є підготовчим ступенем до більш складної і творчої діяльності [16].

Активний відпочинок, навпаки, відновлює сили людини з перевищенням вихідного рівня. Він надає роботу м'язам і психічним функціям, яка не знайшла застосування в праці. Людина насолоджується рухом, швидкою зміною емоційних впливів, спілкуванням із друзями [16].

Активний відпочинок, на відміну від пасивного, потребує деякого мінімуму свіжих сил, вольових зусиль і підготовки. До нього відносять фізкультуру, спорт, фізичні й психічні вправи, туризм, ігри, перегляд кінофільмів, відвідування виставок, театрів, музеїв, прослуховування музики, читання, дружнє спілкування тощо [16].

Дослідники виділяють три основні функції активного відпочинку: відбудовну, розвивальну і гармонізаційну. Перша забезпечує людині

фізіологічну норму здоров'я і високу працездатність, друга - розвиток її духовних і фізичних сил, третя - гармонію душі і тіла. Загалом, безліч сторін особистості можуть бути розвинуті й удосконалені активним відпочинком, якщо індивід має добре розвинуте вміння відпочивати. Воно є свого роду мистецтво, що полягає в здатності оцінити можливості свого організму і зробити правильний вибір найбільш придатних у цей час занять [16].

Зважаючи на множинність та різноманітність класифікацій дозвілля, загальноприйнятою вважається класифікація за такими ознаками:

- видом активності: пасивне та активне дозвілля;
- періодичністю: щоденне, щотижневе, святкове, дозвілля під час відпустки;
- тривалістю: короткочасне, довготривале, епізодичне;
- напрямком діяльності: творче, рекреаційне, культурне, спортивне, декоративно-прикладне, туристичне [45].

Види діяльності, здійснювані під час дозвілля, можуть бути найрізноманітнішими: фізичні навантаження (прогулянки, спорт), аматорські заняття (збирання ягід, грибів, мисливство, риболовля), зацікавлення світом мистецтв(відвідування театрів, кіно, музеїв тощо), інтелектуальна діяльність, спілкування за інтересами на основі вибору, розваги (активні, пасивні), подорожі заради задоволення тощо [45].

Організація дозвілля і розваг передбачає залучення як місцевих жителів різних соціальних груп так і подорожуючих (приїжджих гостей) до участі у різноманітних мистецько-розважальних етнографічних культурно-історичних театралізованих заходах. Сюди можна віднести й анімаційне обслуговування під час руху (на круїзному теплоході, у поїзді, автобусі, літаку), а також під час перебування в тематичних парках, парках розваг, вакаційних зонах тощо [45].

Організацією дозвілля в туристичних комплексах займається спеціальна служба, яка називається "анімаційною". Саме наявність такої служби, також її матеріально-технічне оснащення, кадрове забезпечення

залежать від статусу та ролі туристичного комплексу на ринку анімаційно-туристичних послуг, його комерційного успіху та перспектив розвитку [32].

Збільшити кількість гостей конкретного туристичного центру можна не тільки шляхом збільшення кількості готельних номерів, чіткої роботи авіаліній, усунення комунальних проблем, а й шляхом створення умов для комфортного, різноманітного, цікавого відпочинку, забезпечення високоякісного обслуговування дозвілля. З цією метою розробляються програми міжнародних акцій, наукових конференцій, симпозіумів, пропонуються спортивні заходи, азартні ігри, відвідування історичних пам'яток. Різнманітність форм проведення дозвілля є запорукою успішного функціонування всього туристичного комплексу [45].

Готельна анімація – це комплекс рекреаційних послуг, заснований на особистих людських контактах аніматора готелю з гостями і їх спільною участю в розвагах, пропонованих анімаційною програмою підприємства готельного господарства [33]. Має на меті реалізацію нової філософії готельного обслуговування – підвищення якості надання послуг і рівня задоволеності гостя відпочинком [33].

Організація відпочинку, дозвілля і розваг є одним з ефективних засобів привабливості, підвищення іміджу і залучення гостей у готель. Вона впливає й на позитивну оцінку роботи готелю в цілому. Це своєрідні додаткові послуги гостю, мета яких розбудити в ньому позитивні емоції, відчутти задоволення від відпочинку й бажання приїхати в цей готель ще раз [27].

Для відпочиваючих потреба в розвазі стоїть на третьому місці після смачної й різноманітної їжі, комфортабельної й затишної кімнати. Тому завданням анімаційної служби є постійний контакт із відпочиваючими відповідно форм розважально-ігрового дозвілля (рис. 1.2.), результат якого, в значній мірі, впливає на загальний відгук про відпочинок. І саме завдяки цьому контакту готель може мати певний відсоток постійних клієнтів. Готелі, які прагнуть збільшити цей відсоток намагаються удосконалювати роботу анімаційної команди [43].

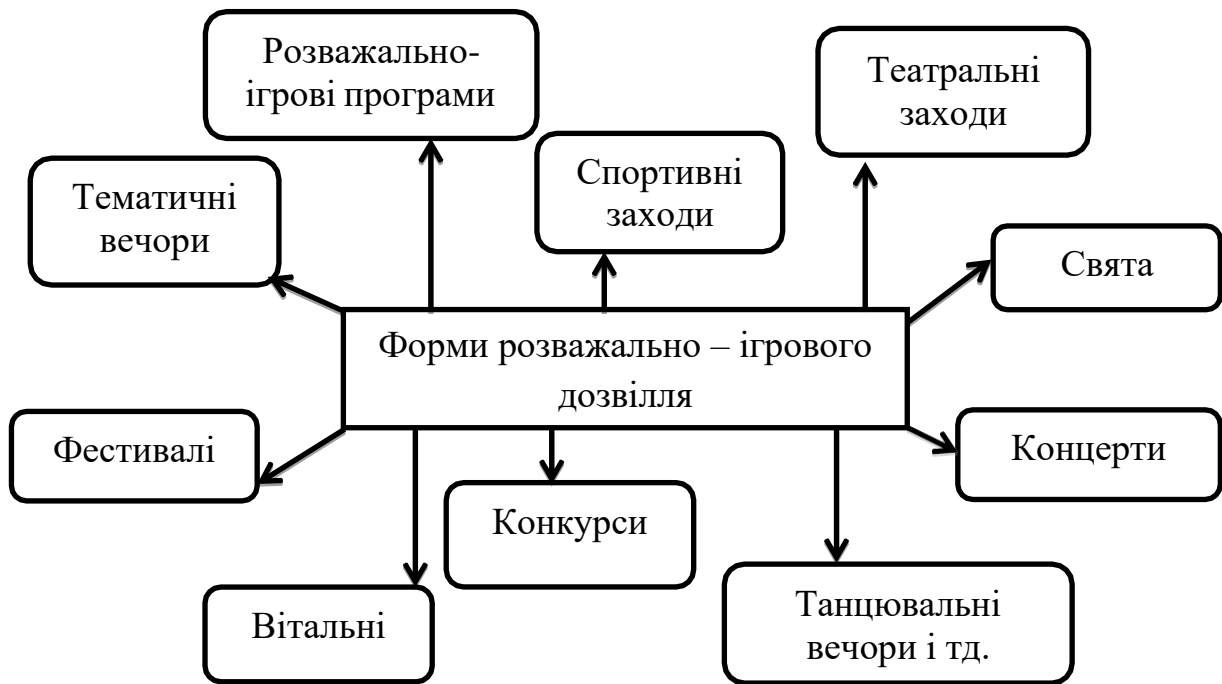


Рис. 1.2. Форми розважально-ігрового дозвілля

Джерело: розроблено автором за [43].

Наявність анімаційної служби говорить про статус готелю. Адже для нормальної й плідної роботи анімаційної команди необхідно мати на його території з достатньою кількістю місць комфортабельний амфітеатр, дитячу площадку з усіма її атрибутами, басейни й інші спортивні споруди. Також потрібне постійне відновлення матеріальної бази - костюмів, декорацій, спортивного та ігрового інвентарю, а це потребує значних коштів тому анімаційна служба присутня в основному тільки в структурі готелів 4 і 5 зірок [43].

В останні роки все більша кількість готельних комплексів намагається підняти свій рівень обслуговування саме за рахунок наявності у своїй структурі анімаційної служби. Якщо гість провів свій відпочинок весело й цікаво, він може закрити очі на такі можливі недоліки, як: незручності під час перельоту й розміщення, погана погода, відсутність у барі улюбленого натурального соку [27].

Готельна анімація має свої особливості: організується й проводиться самим готелем згідно зі споживчим інтересом, що вивчається на основі анкетних опитувань й особистого контакту персоналу готелю з гостями, а також згідно з наявним досвідом обслуговування гостей у своєму й в інших

готелях. При цьому враховуються національність, вік, стать, і індивідуальні особливості кожної людини тощо [27].

Анімація створює відповідну гостинну, комфортну, дружню атмосферу в готелі; задовольняє потреби у фізичному й духовному розвитку, емоційному збагаченні через приємні переживання; має комплексний характер завдяки спеціальним програмам, які охоплюють всі види й форми анімації; дає можливість для хорошого спілкування, приємних особистих і спільних переживань і для розваг [27]. Вона мобільна, невимушена, інтимна, діюча; має постійний характер, щоденний контакт із гостями дозволяє врахува-ти їхні побажання, легко організовувана.

На постійних відвідувачів готелю в комп'ютерній базі даних служби прийому й розміщення ведеться обновлюване досье. Крім того, у готелі є можливе залучення персоналу в певні анімаційні програми, що надає їм особливий колорит і дружній, гостинний характер [27].

Значення готельної анімації для готелю полягає в підвищенні ступеня задоволеності обслуговуванням, комплексності і якості готельної послуги туристом і як наслідок – у розширенні активного відпочинку, підвищенні іміджу готелю, у підйомі престижності професій сфери гостинності, що досягається професійною, інтелектуальною, ефективною роботою талановитих та креативних аніматорів [43].

Готельна анімація - це один з рятувальних засобів у гостинності при несприятливих погодних умовах (холодне, вітряне море, безсніжна зима на лижному курорті), затримках транспорту й при інших можливих ситуаціях. Державний і соціальний ефект від анімації в рекреаційній діяльності в прямому й непрямому виді виражається в сотнях мільйонів доларів у рік і визначається ступе-нем оздоровлення нації в результаті ефективного відпочинку, що складається з наступних факторів [7]:

- економії робочого часу й зниження витрат на лікарняне об-слуговування, відвідування поліклінік, за рахунок скорочення пере-бування в лікарнях;

- скорочення тимчасової непрацездатності за рахунок профілактики захворюваності;
- зростання обсягу виробництва й національного доходу за рахунок збільшення продуктивності праці й зниження смертності на-селення в працездатному віці [7].

Програмний анімаційний вплив на людину під час його відпочинку тією чи іншою мірою сприяє збереженню й відновленню її здоров'я: соматичного, фізичного, психічного, морального [42].

Ці компоненти здоров'я й визначають відповідну умовну типологію напрямків і програм анімації (таблиця 1.1.).

Таблиця 1.1.

Типологія напрямків і програм анімації

Тип	Класифікація
Перший тип	спортивні, спортивно-оздоровчі, спортивно-розважальні програми
Другий тип	видовищно-розважальні, пригодницько-ігрові програми
Третій тип	пізнавальні, спортивно-пізнавальні, культурно-пізнавальні, екскурсійні, навчальні, аматорські й творчо-трудові програми. Для кожного із цих напрямків можна виділити характерні форми анімаційної діяльності
Четвертий тип	комплексні програми, комбіновані з однорідних програм

Джерело: розроблено автором за матеріалами [7]

Екскурсійні програми складаються з різних видів екскурсій, а навчальні програми допомагають відпочиваючим придбати різні вміння й навички (у плаванні й інших різних видах спортивних занять, ремесел) [46].

Культурно-пізнавальні анімаційні програми готелю будуються на прилученні гостя до культурно-історичних і духовних цінностей країни, місцевого населення й включають: відвідування музеїв, театрів, кінотеатрів, художніх галерей, парків, виставок, національних фольклорних заходів, концертів, вечорів поезії, зустрічей з відомими діячами культури тощо. Деякі

із цих програм залежні від платоспроможності гостя, рівня їхнього інтелектуального розвитку [46].

Пригодницько-ігрові анімаційні програми будуються на ознайомлення гостя із цікавим, хвилюючим, незвичайним (наприклад, участь у рольових іграх і конкурсах, відвідуванні печер, піратській вилазці, вечері народних переказів і легенд, нічному поході, нічному спуску на гірськолижному курорті, у тематичному пікніку) [44]. Ці програми мають попит незалежно від статі, віку національності відпочиваючих.

Аматорські анімаційні програми будуються на залученні гостей до творчості, співтворчості, змагання у виготовленні місцевих виробів, що викликає в них інтерес до національних особливостей місцевого населення. Після участі в такій програмі гість відзначає, що він навчився спілкуватися на місцевій національній мові, познайомився з національними музичними інструментами, танцями, кухнею тощо. Форми проведення цих програм можуть бути найрізноманітнішими: аукціон виробів із природних матеріалів, конкурс аматорської фотографії, фестиваль авторських віршів і пісень, концерт вокальних й інструментальних виконавців, виставка дитячого малюнка, піскової скульптури тощо [44].

Видовищно-розважальні анімаційні програми включають: святкові заходи, конкурси, фестивалі, карнавали, тематичні дні, ярмарки, дискотеки, танцювальні вечори, концерти художньої самодіяльності тощо (рис 1.3).

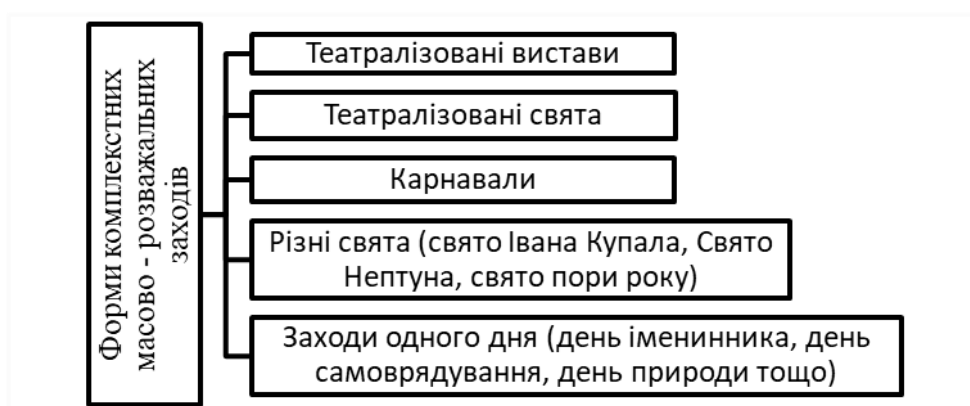


Рис. 1.3. Форми комплексних масово - розважальних заходів

Джерело: розроблено автором за [43].

Анімаційні програми типу "спілкування за інтересами" є - комбінаціями зі вище вказаних програм, але тут необхідно приділити більше уваги тій невимушеній, ненав'язливої, комфортній обстановці, завдяки якій здійснюється спілкування відповідно інтересам, бажанням, темпераментам, національним традиціям тощо. Для цього необхідний знаючий аніматор - "каталізатор" спілкування за інтересами. При розробці цих програм ставляться, зокрема, наступні цілі:

- задоволення потреби самовираження;
- заохочення туристів (гостей, що відпочивають) у розвитку своїх умінь;
- напрямок розваг і навичок у творче русло;
- рятування від щоденних проблем і стресів;
- зміна іміджу й розслаблення напруги;
- придбання додаткових знань в області культури [46].

Для того щоб задовольнити потреби гостей різних національностей, статі, віку, статків і можливостей (фізичних, інтелектуальних тощо), програми анімації повинні мінятися протягом усього сезону по змісту, інтенсивності, часу проведення й по інших параметрах [46].

Анімаційні програми значною мірою залежать від розміру готелю, його місця розташування, функціональної орієнтації, наявних можливостей (у тому числі по спектрі надаваних додаткових послуг), а також від професіоналізму й ступеня універсальності тураніматорів, від їхнього таланту [44].

Якість й обсяг виконуваних анімаційних програм у туркомплексах, готелях визначаються ступенем компетентності, обізнаності, наявністю необхідного персоналу та його професіоналізмом, й у цілому - ефективністю анімаційного менеджменту.

У висновку, у малому готелі анімаційними програмами може займатися одна людина - менеджер анімації, середнього розміру - відділ (служба) анімації, а у великих готельних комплексах - спеціалізовані анімаційні центри (центри дозвілля).

1.2. Характеристика видів культурно-масового обслуговування гостей у закладах готельного господарства

Послуги культурно-масового характеру відносяться саме до додаткових послуг, які пропонуються готелем. Відповідно, з підвищенням категорії готелю, збільшується кількість даних послуг і, звичайно, покращується якість їх надання, що може запропонувати своїм гостям готель.

До видів культурно-масового обслуговування належить: користування конференц-залами, танцювальними залами і диско-клубами, бібліотеками, більярдними, казино, кегельбанами, залами ігрових автоматів, демонстраційними залами, туристичними клубами та відеосалонами [5]. У багатьох літературних джерелах ресторани не відносять до видів культурно-масового обслуговування, бо головною метою ресторану є забезпечення гостей харчуванням, а розважальні послуги є додатковими і можуть взагалі не надаватися [5].

Проте, на мою думку, якщо мова йде про ресторани при готелях, то не можливо зовсім не розглядати їх як вид культурно масового обслуговування. Оскільки, в наш час, у ресторанах дуже часто проводяться конференції, презентації, ділові збори та інші заходи при проведенні яких саме надання їжі (наприклад, невеликий фуршет) є додатковим [25].

Також, у ресторані може бути організований виступ відомого співака чи можуть влаштувати якийсь грандіозне шоу.

Для проведення конференцій і нарад, готелі дуже часто, також, пропонують конгрес-холи, конференц-зали, бізнес-центри та актові зали. Готелі, що мають такі зали, називають конференц-центрами або конгрес-центрами [5].

Вони спеціально проектуються для прийняття великої кількості людей та проведення різного роду зборів. У нашій країні такі центри необхідні ще й для обслуговування акціонерних товариств, які проводять щорічні збори акціонерів. Із-за орієнтації таких готелів головним завданням є забезпечення

залів необхідним обладнанням, технічними засобами акустики, зв'язку, синхронного перекладу на декілька мов, зручними меблями [5].

Зазвичай такі готелі розміщуються не в центральних кварталах і можуть пропонувати широкий набір послуг для приємного проведення часу: ігри в гольф, відкриті та криті басейни, сауни, тренажерні зали та інше [5].

Вартість номеру, харчування, місце у залі, аудіо та відео обладнання та інші додаткові послуги, все це входить у ціну перебування. Як показують дослідження ринку конгресових послуг, більшість компаній, що влаштовують конгресові заходи, прагнуть одержувати всі необхідні для цього послуги «під одним дахом», тобто все в одному готелі [38].

Крім того, 25 % з числа найбільш вимогливих замовників, якими є організатори міжнародних конференцій, вибирають для їхнього проведення готелі. У свою чергу, готелі, особливо ті, основними клієнтами яких є бізнесмени, інвестують великі суми в створення власних конгрес-центрів, вони дуже високо оцінюють конгресовий бізнес як джерело високого стабільного доходу [38].

Для цього готелі підтримують постійні контакти з організаторами заходів, щоб мати точну уяву про їхні потреби. Готелі вкладають істотні кошти в удосконалення сервісу, будівництва нових приміщень і в розвиток інформаційно-технічної бази [38].

Універсальні зали і конференц-зали призначені для проведення культурних заходів, конгресів, конференцій, що можуть одночасно прийняти значну кількість відвідувачів. Такі зали доповнюються фойє, що виконують функції очікування відвідувачів, а також низку додаткових функцій: організація виставок, ярмарків, танцювальної зали, приміщення для ігрових автоматів, бенкетів тощо [5].

Фойє розміщується на одному рівні з залом. Універсальні зали і конференц-зали обладнуються приладдям для синхронного перекладу не менш як на чотири іноземні мови, а також при них організуються приміщення для проведення секційних засідань [24].

Універсальні зали використовуються для проведення прийомів, презентацій, конференцій, виставок-ярмарків, нарад, симпозіумів, бенкетів тощо, для чого організуються розсувні і стулюючі перегородки, за допомогою яких внутрішній простір зали поділяється на окремі приміщення [24].

У таких залах використовуються трансформаційні меблі, для чого слід передбачити при залах спеціальні приміщення для тимчасового зберігання меблів. Визнаними лідерами у сфері проведення заходів конгресового характеру в світі є готелі США, саме вони широко впровадили практику розробки спеціальних конгрес-пакетів, що полегшують організаторам заходів вибір і дають можливість швидко підрахувати суму передбачуваних витрат [24].

Так, наприклад, у стандартний денний конференц-пакет, що пропонує ланцюг Hilton Hotels [53], включаються: мебльований зал для засідань; дошка (flipchart), overhead, екран; прохолодні напої на робочих столах; дві кавапauзи (кава, чай, напої); ланч. Для проведення конгресів у готелях необхідна наявність бізнес-центру, до складу якого має входити концертний зал з обладнанням для синхронного перекладу, з аудіо- і відеообладнанням, конференц-зали, багатофункціональні банкетні зали, виставкові площі [5].

Цікавим напрямком у створенні спеціалізованих готельних послуг є широке використання культурних програм, у тому числі балетних і циркових фестивалів, концертів, оперних вечорів тощо. Готелі, що мають концертні зали і майданчики, пропонують своїм гостям широкий спектр культурних програм, включаючи окремі програми до своїх спеціалізованих готельних послуг [30].

У сучасному суспільстві цілий перелік різноманітних видів азартних ігор продовжує користуватися великою популярністю, і, саме тому, багато готелів зараз охоче пропонують зали ігрових автоматів, а підприємства вищого класу навіть послуги власного казино. До азартних ігор відносяться бінго, велике колесо, блекджек, рулетка, баккара, кено та інші. Взагалі,

асортимент азартних ігор дуже різноманітний і постійно поповнюється новими розробками [34].

Більярдні організуються у приміщеннях холу, вітальні та в інших групах і призначені лише для мешканців готелю. У приміщенні встановлюються більярдні столи (малі розмірами 2250x1250 мм і великі розмірами 3850x2050 мм), стійки для кийів, шафи або полицки для куль, меблі для зони відпочинку і очікування. Більярдні столи розміщуються таким чином, аби навколо них була велика площа для вільного руху [34].

Кегельбани можуть замінювати більярдні. У них розміщується спеціальне обладнання, що складається з автоматів для подавання кульок, встановлення кеглів, доріжок для прокату кульок, зона відпочинку і очікування [34].

Казино - ігровий заклад, в якому з використанням рулетки, ігрових столів для картових ігор і гри в кості, а також іншого ігрового устаткування здійснюється проведення азартних ігор з об'явою грошових чи інших майнових виграшів. У казино, як правило, забезпечується одночасне проведення не менш як трьох азартних ігор (наприклад, гра в рулетку, покер, блек-джек) [34].

Бібліотеки передбачаються здебільше у готельних господарствах для відпочинку і розміщуються у приміщеннях адміністрації, побутових і культурно-масових. До бібліотеки належать читальні зали, приміщення для збереження книг і підсобні приміщення [34]. Читальні зали передбачаються непрохідними, з одним входом і мають добре природне і штучне освітлення. У них відбувається видача і отримання книг, робота з книгою і експозиція періодичних видань, книг [34]. Читальні зали обладнуються кафедрою видачі книг, читальними столами, книжними шафами або стелажками для книг, виставковими вітринами, стільцями [34].

Щодо саме організації обслуговування культурно-масових заходів у закладах готельного господарства, розглянемо їх особливості.

Майже всі великі підприємства готельного господарства намагаються забезпечити своїх гостей широким асортиментом додаткових послуг. Значну роль тут відіграють, також, послуги культурно-масового обслуговування [11]. Адже, кожен гість має власні смаки, а відповідно, і побажання, щодо наявності певних видів культурно-масових послуг, і, як вже вище зазначалося, більшість людей прагне їх отримувати “під одним дахом”.

Будь-який готель, намагається максимально задовольняти потреби, навіть найвибагливіших своїх відвідувачів. А, отже, і з’являються на території готельних комплексів різноманітні казино, диско-клуби, бібліотеки, більярдні, зали ігрових автоматів, бізнес-центри та інші заклади культурно-масового обслуговування [11].

Їх наявність є досить вигідною для готелю, оскільки, це підвищує його конкурентноспроможність та дає додатковий прибуток. Проте, організація даних закладів на території підприємства є досить складною роботою і потребує значних затрат [31].

І першою проблемою, з якою може стикнутися будь-який готель - це саме наявність необхідного приміщення, придатного для його нормальної експлуатації. Придатне конкретне приміщення чи ні, залежить від кількох факторів.

Проте, якщо на підприємстві навіть і є підходяще приміщення, відкриття закладів культурно-масового значення потребує вкладання великих коштів, які йдуть на створення затишного інтер’єру, закупівлю дорогого обладнання, прийняття на роботу великої кількості нових працівників та ін., [11]. Тому, багато готельних комплексів, просто здають приміщення в оренду саме під казино, диско-клуби, більярдні зали та боулінг-клуби.

Менші підприємства, навіть здають приміщення під ресторани, не маючи власних. Таким чином, вони отримують прибуток, уникають великих затрат, а їхні гості мають можливість користуватися різноманітними послугами, не виходячи з території готельного комплексу [11].

Отже, чим більший асортимент послуг дозвілля використовує готельне підприємство, тим більшу конкурентоспроможність воно має на ринку готельних послуг, однак потрібно враховувати можливості готелю, його розташування і звичайно специфіку для того щоб правильно керувати впровадженням тих чи інших дозвіллевих та анімаційних послуг.

Створення різноманітних культурно-масових заходів потребує достатньо велику кількість роботи: підбір приміщень, фурнітури, необхідного обладнання та спеціалізовані прилади для комфортного проведення часу, будь то захід у конгрес-центрі чи басейні.

1.3. Міжнародна практика управління організацією дозвілля туристів у закладах розміщення

Анімація є новим, необхідним напрямом організації дозвілля у закладах готельного господарства і на сьогодні є не до кінця дослідженою, і тому виникла актуальність дослідження саме цієї діяльності на прикладі світового досвіду задля того, аби довести, що вона є перспективною та актуальною для подальшого розвитку [27].

Сучасна анімація – це діяльність із розробки та здійснення спеціальних програм проведення вільного часу [27]. За кордоном поступово збільшується обсяг вільного часу у населення, а отже, йде процес якісного збільшення дозвіллевих програм і послуг [32].

Індустрія розваг почала розвиватися там понад півстоліття тому, результатом чого є розвинена система організації дозвілля. Найбільше в цій справі досягли успіху США, Канада, країни Західної Європи (Німеччина, Франція, Данія, Бельгія, Нідерланди, Фінляндія). Туристичний анімаційний сервіс найбільш розвинений у курортних зонах, де він сприяє підвищенню атрактивності туристичних подорожей та якості відпочинку. У курортних зонах всього світу існує чітке усвідомлення того, що особлива роль належить організації дозвілля відпочиваючих: ігровим заходам, активним змаганням,

різним шоу і святам тощо. На Заході основною діяльністю анімаційного сектора є щоденні програми розваг, які включають у себе асортимент безкоштовних послуг анімації для дорослих і дітей [17].

Незважаючи на те що анімаційна база кожного готелю має свої особливості, всі послуги анімаційного типу можна структурувати наступним чином: стандартні, додаткові, ексклюзивні (рис. 1.4), [32].

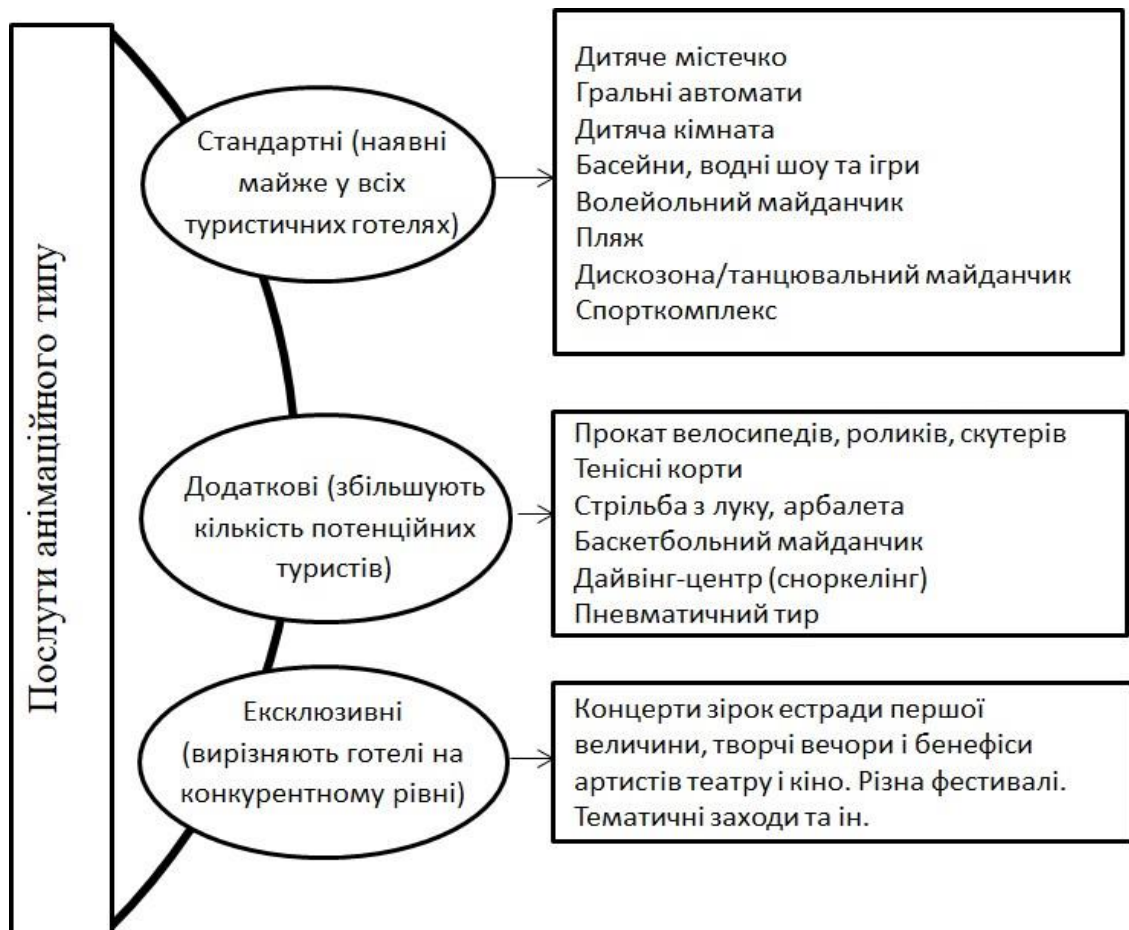


Рис. 1.4. Структура послуг анімаційного типу

Джерело: розроблено автором за [32].

Фахівці компанії «Mr&MrsSmith», які регулярно складають рейтинги найкращих готелів світу, включають у ТОП-списки готелі, які не лише надають послуги ночівлі та харчування, а й пропонують відвідувачам повний спектр розваг, де туристи зможуть отримати весь спектр послуг відпочинку [32].

В різних країнах існує розмаїття культурно-розважальних програм – від традиційних до ексклюзивних, а тому, деякі з них цілком можуть бути запозичені нашими готелями.

Наприклад, у Колумбії влаштовують томатні бої, в Італії – апельсинові, в Таїланді та Індонезії – бананові. При проведенні таких боїв слід враховувати те, що фрукти і овочі повинні бути м'якими, щоб супротивники не нашкодили один одному [32].

В Італії групи аніматорів влаштовують театралізовані шоу-вистави в Римі – гладіаторські бої в Колізеї, факельні ходи хрестоносців, змагання лицарів у храмі всіх богів Пантеоні, бали епохи Відродження [32].

У Росії найбільш традиційні форми анімації – «День Нептуна» влітку, будівництво сніжної фортеці, створення льодової скульптури, ігри в сніжки – взимку, «Лицарський турнір», «Гладіаторські бої», проведення екстремальних ігор «Останній герой», «Безлюдний острів» [32].

У Чехії та Угорщині розроблені шоу-програми «Зустріч з привидами» – театралізовані вистави, в яких аніматори розігрують туристів і втягують у дивовижні, моторошні пригоди [32].

Наприклад, поряд із відомим парком «Діснейленд» у Сан-Франциско (США) для його відвідувачів збудовано 27 готелів різних за типами та категоріями. Паризький «Діснейленд» пропонує проживання в готелях на території парку – на відстані короткої пішохідної прогулянки від атракціонів. Тут розміщені шість готелів на вибір: від найдорожчих до класу budget. Туристи, які проживають у готелях на території парку, мають різного роду пільги (пільгові вхідні квитки в парки, можливість користуватися атракціонами на годину раніше від інших відвідувачів) [32].

Отже, для надання гостям готелів і курортів якомога більше різноманітних послуг будується широка мережа розважальних і спортивних об'єктів. А також, для отримання досить високих доходів, навколо центрів розваг зазвичай формується ланцюг індустрії гостинності.

З'ясувавши те, що анімація є відносно новим видом послуг у сфері туризму та у закладах розміщення на міжнародному ринку, розглянемо ситуацію в Україні, яка, в принципі, у своєму розвитку повинна спиратися на досвід розвинених туристичних держав.

В Україні анімаційні послуги пропонують практично всі готелі. Але, на жаль, більшість цих послуг є стандартними і не відрізняють готель з поміж інших і вже не є цікавими для туриста. У світі пошавлення анімації в закладах гостинності пов'язують також із замково-готельним бізнесом, який визнається найприбутковішим напрямком використання фортифікаційних пам'яток давнини. Тож навіть найтитулованіші в Європі власники родових замків пропонують поряд із приватними апартаментами відводити частину своїх володінь під готельні номери для гостей і туристів [56].

В Україні започаткування замково-готельного бізнесу має неабиякі перспективи. По-перше, в нашій країні налічуємо до двох десятків фортифікаційних споруд чи їх руїн, найдоцільніший шлях відродження яких полягає в переобладнанні їх під готельно-анімаційні комплекси [56]. По-друге, цей туристичний продукт користується стабільною популярністю серед європейських туристів, які бажають і можуть платити за можливість знайомства з українськими замками [56]. Романтика готельно-замкових турів традиційно приваблює закоханих та молоді подружжя, цьому виду відпочинку надають перевагу люди з розвинутим естетичним смаком тощо [56].

Але сьогодні жоден замок України ще не готовий відкрити двері своїх опочивалень перед туристами. Найближче до етапу формування номерного готельного фонду знаходиться Мукачівський замок («Паланок») на Закарпатті [56].

А єдиним палацом замкового типу, який приймає рекреантів та переобладнаний під санаторій, є палац графів Шенборнів, який розташований у Мукачівському районі [56]. На прикладі палацу графа Шенборна можемо спостерігати негативний досвід замково-готельного

бізнесу, адже після переобладнання його під санаторій будівля втратила свою автентичність. А для туриста, що проживає в історичній будівлі, анімацією повинно бути «перенесення» в історичну епоху і відчуття себе у гостях у власника замку чи палацу [56].

Також, спираючись на досвід готелів США, ефективним заходом поживалення анімаційної діяльності у готелях України може бути створення клубів, які можуть створюватися за підтримки закладу або з ініціативи місцевої громади, яка орендує помешкання, земельні ділянки, спортивні майданчики на території зони туристичного комплексу [17]. Єдиної схеми створення та правил функціонування таких клубів не існує: члени клубу можуть проводити кілька днів або тижнів щороку і лише в цей час користуватися послугами дозвілля, а можуть відвідувати клуб регулярно. На ефективність клубної роботи впливає детальний аналіз ринку та груп громадськості, на які буде орієнтуватися клуб. Основними клієнтами клубу можуть бути: місцеве населення, туристи, співвласники готелю [14].

Таким чином можна зробити висновок, що добре організована анімаційна робота – це критерій успішної туристичної діяльності і ефективне функціонування готельного підприємства.

Висновки до розділу 1.

У першому розділі було проаналізовано розважальні та анімаційні заходи, що проводяться в готелях, досліджений світовий досвід організації анімаційної діяльності в готелях, намічені шляхи вдосконалення анімаційних програм і обґрунтовано ефективність запропонованих заходів. А також було доведено перспективність і актуальність розвитку анімаційної діяльності в Україні.

Правильно організована анімація не залишає гостя без належної уваги, а значить, він постійно зайнятий тим видом дозвілля, що доставляє йому задоволення, викликає позитивні емоції, формує прекрасний настрій і

збуджує бажання повертатися до таких емоцій знову, а отже, й повернутися у готель. Анімаційна діяльність для успішного функціонування повинна, з одного боку, дотримуватися концепції закладу, з іншого – збільшувати спектр ексклюзивних та різноманітних анімаційних послуг, які змусять постійних відвідувачів повернутися у заклад неодноразово, а також привернути увагу потенційних відвідувачів.

На українському ринку готельних послуг є всі перспективи для розвитку анімаційної діяльності. Для подальшого розвитку українські готелі повинні спиратися на іноземний досвід, а також вводити в анімаційну діяльність ексклюзивні анімаційні послуги, які будуть характерні тільки для українських готелів і зможуть привернути увагу іноземних туристів.

РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ПРЕЗИДЕНТ-ГОТЕЛЬ»

2.1. Організаційно-технологічна характеристика готелю «Президент-готель»

«Президент-готель» – це сучасний 4-х зірковий готельний комплекс, який був побудований в 1990 р. і, з використанням передових технологій, був повністю реконструйований в 2012 р [52].

Готельний комплекс розташований в історичному та діловому центрі Києва – на Печерську. Він пропонує широкий спектр послуг для всіх гостей столиці України. Готельний комплекс являє собою дванадцятиповерховий будинок з номерним фондом у 374 номери, наземним та підземним паркінгами, Конгрес-холлом, ресторанами і 5 універсальними залами для проведення конференцій і банкетів. Також експлуатує бізнес-центром, СПАцентром і салоном краси. Готельні послуги надаються у відповідності із міжнародними стандартами якості готельних послуг на рівні 4 зірки. Детальна інформація про підприємство представлена у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Анкета готелю «Президент-готель»

Повне найменування юридичної особи	Приватне Акціонерне Товариство «Президент-готель»
Статус юридичної особи (станом на 26.05.2021)	Не перебуває в процесі припинення
Код ЄДРПОУ	30058128
Дата реєстрації	10.08.1998 (22 роки)
Уповноважені особи	Гринь Юрій Петрович
Розмір статутного капіталу	94 337 411,00 грн.
Організаційно-правова форма	Акціонерне товариство

Форма власності	Недержавна власність
Види діяльності	Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна
Контактна інформація	Адреса: 01023, м.Київ, Печерський район, ВУЛИЦЯ ГОСПІТАЛЬНА, будинок 12 Телефон: +80442563056

Джерело: розроблено автором на основі матеріалу [40].

«Президент-готель» знаходиться в історичному та діловому центрі Києва (рисунок 2.1.), на відстані:

- 39 км від аеропорту «Бориспіль»;
- 5 км від ж/д вокзалу;
- 0,5 км від Олімпійського стадіону та Палацу Спорту;
- 1 км від Майдану Незалежності;
- 1,5 км від Маріїнського парку [52].

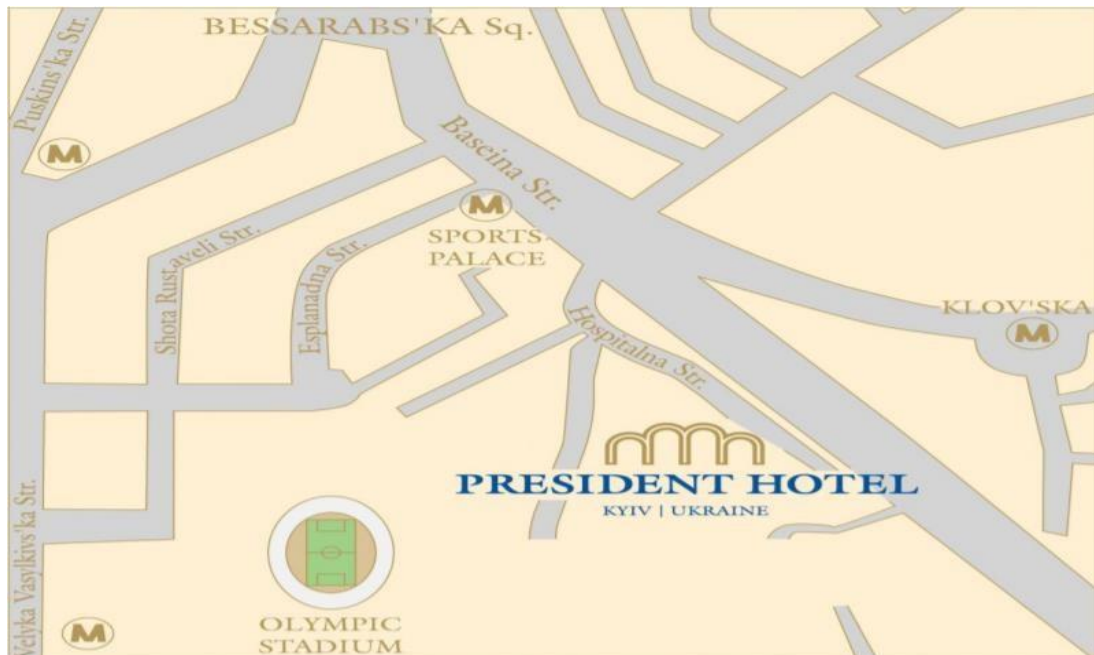


Рис. 2.1. Місце розташування та околиці готелю «Президент-готель»

Джерело: офіційний сайт готелю [52].

Готель знаходиться у 35 км від міжнародного аеропорту «Бориспіль» та 10 км від міжнародного аеропорту «Київ». Готель надає трансфер із/до аеропорту. Він коштує 40 EUR за машину в обидва кінці.

Основним видом діяльності підприємства «Президент-готель» є здача в оренду рухомого та нерухомого майна.

Приватне акціонерне товариство «Президент-готель» є власником будівель та споруд, побудованих в 1990 році та переданих Товариству Фондом державного майна України у якості внеску до статутного капіталу.

ПрАТ «Президент-готель» є приватним акціонерним товариством, 100% акцій якого належить державі, в особі Фонду державного майна України [52].

Задля підвищення конкурентоспроможності та підвищення туристичного потоку, а також задля більшої довіри споживача до готелю, «Президент-готель» вже довгий час є клієнтом ДП «Укрметртестстандарт» – яке пропонує добровільне проходження процедури на відповідність сертифікації послуг у соціально – побутовій сфері [57].

Готель працює цілорічно та за роки свого існування він прийняв велику кількість гостей, серед яких відомі політики, громадські діячі, спортсмени та зірки світового шоу-бізнесу. Зокрема серед відвідувачів простежується контингент з наступних країн: Україна, Росія, Іспанія, Італія, Португалія, Франція, Англія, Туреччина тощо [52].

У зв'язку проведення чемпіонату Європи з футболу в Україні у 2012 році, готельний комплекс «Президент-готель», а також вся його матеріальна база були передані в оренду на 25 років українському готельному оператору, задля завоювання міцних позицій на міжнародному ринку готельних послуг у сегменті бізнес-готелів 4* і 5*.

Він взяв на себе відновлення готелю, його ремонт та модернізацію для зміцнення його позицій на міжнародному рівні а також для залучення все нових клієнтів.

Тому протягом 2009-2012 років у готелі було проведено капітальний ремонт за рахунок орендаря. Було оновлено та модернізовано ресторане

господарство, центральний хол готелю та весь номерний фонд. Усе було здійснено у відповідності із стандартами якості надання готельних послуг.

У разі розірвання договору оренди ПрАТ «Президент-готель» зобов'язався відшкодувати вартість усіх поліпшень, що були виконані під час капітального ремонту.

Готель розташований на схилі в історичній зоні, з якого відкривається чудова панорама на центр міста.

Чудова транспортна розв'язка та пішохідна доступність більшості значних бізнес-центрів та державних установ, робить Готель привабливим для ділових людей, а наявність поруч оновленого стадіону «Олімпійський» та історичного ареалу міста Києва – для туристів [52].

Готель має велику обслуговуючу територію загальною площею 2,4668 га, на яку видано Акт постійного користування та складається із двох кадастрових номерів [52].

Зазначена земельна ділянка відноситься до категорії земель населених пунктів із функціональним призначенням – землі комерційного використання.

Після зміни форми власності будівель та споруд ПрАТ «Президент-готель», право користування, нормативну грошову оцінку та розмір орендної плати необхідно буде привести у відповідність із нормами чинного законодавства.

Готель має 374 комфортабельні номери (з них кімнат представницького класу 29). Будівля готелю складається з кількох багатопверхових секцій з високою десятиповерховою секцією в середині. Готель відноситься до бізнес сегменту. Готель має дві великих конференц-зали – конгрес-хол (кіноконцертний зал) (596 кв.м.) та конференц-центр (873 кв.м.), що складаються із окремих секцій для подій на майже 1000 осіб та кімнати для переговорів. Крім того, в готелі працює 5 банкетних залів на 490 чоловік та розважальний комплекс на 127 чоловік. Загалом, є можливість проведення 17 окремих одночасних подій.

Також, є підземна парковка на 65 автомобілів.

Загальна площа готельного комплексу складає 33 019,80 кв.м.

Жилий корпус готелю складає 21 232,80 кв.м., з яких 2434,1 кв.м. – підземна автостоянка у цокольному поверсі жилого корпусу.

Номерний фонд розміщений з 2 по 10 поверхи житлового корпусу. Наприклад, площа номерів категорії «Стандарт» складає в середньому 20-23 кв.м. Кожен з номерів оснащений у відповідності із міжнародними стандартами якості 4-х зіркового готелю.

На першому поверсі житлового корпусу знаходиться Лобі-бар – зручний та місткий ресторан для зустрічей та комфортного відпочинку для гостей Готелю.

Площа гастрономічного корпусу складає 9251,4 кв.м.

У готелі працює 5 ексклюзивних банкетних залів із своєрідною стилістикою на 490 чоловік, перелік яких представлено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Банкетні зали готелю «Президент-готель»

Назва залу	Площа, кв. м.	На яку кількість гостей
ресторан «Європейський»	579 кв.м	250 гостей
ресторан «Слов'янський»	320 кв.м	100 гостей
ресторан «Предстлава»	214 кв.м	100 гостей
зал «Київ»	54 кв.м	18 гостей
зал «Печерськ»	54 кв.м	20 гостей

Джерело: розроблено автором за [52].

Конференц-центр розрахований на 400 місць, також може використовуватися посекційно, як чотири окремих зали, оснащений сучасними технологіями, які відповідають світовим стандартам конференц-сервісу.

Варіанти можливого використання приміщень конференц-центру представлені у таблиці 2.3.

Приміщення конференц-центру

Найменування приміщень	Кількість місць	Площа кв.м
Конференц-центр:		
Конференц-зал	250	262
Секція А (В)	50	60/66
Секція С (D)	25	27/23
Секції D + С	50	51
Секції А+С (В+D)	80	94/99
Секції А+В	100	132
Секції А+В+С+D	160	193
Секція Е	30	43

Джерело: розроблено автором за [52].

Додаткові послуги та зручності, що пропонує готель:

- безкоштовний надземний і підземний паркінг, що охороняється;
- прання та хімчистка одягу;
- авіакаса та туристичні послуги;
- обмін валют;
- банкомат;
- бізнес центр;
- послуги швейцара, консьєржа;
- салон тайського масажу;
- салон-перукарня;
- виклик таксі;
- магазин сувенірів;
- багажне відділення;
- сейфи;
- отримання готівки;
- зона для паління;
- щоденне прибирання.

В готелі «Президент-готель» діють наступні основні служби:

- служба прийому і розміщення;
- служба обслуговування номерного фонду;
- служба харчування і напоїв;
- служба безпеки;
- інженерно-технічна служба;
- служба комп'ютеризації;
- бухгалтерія;
- кадрова служба.

Також в готелі можна перебувати з котами й собаками. Максимальна вага тварини: 3 кг. За перебування з тваринами стягується плата в розмірі 20 EUR за кожну тварину за добу. Плата за перебування службових тварин не стягується.

Незважаючи на значні капітальні вкладення та оновлення та модернізацію зовнішнього вигляду готелю, що вивело Готель на міжнародний рівень та надало можливість посісти стабільне місце у відповідному бізнес сегменті, у зв'язку із складним місцерозташуванням Готелю та фізичним зносом капітальних споруд, найближчим часом вкрай необхідно здійснити значні капітальні вкладення в усунення наявних деформацій будівель [52].

У зв'язку із пошкодженням та витокami з несправних водонесучих мереж, порушенням та відсутністю гідроізоляції перекриттів, фізичною та моральною зношеністю більшої частини інженерного устаткування, наявності просідних ґрунтів в основі фундаментів низької частини будівлі першочергово необхідно здійснити дії по відновленню експлуатаційних властивостей, несучої спроможності конструкцій, запобіганню подальшого розвитку існуючих та появи нових дефектів і деформацій [52].

В таких економічних умовах, подальша прибуткова експлуатація готельного комплексу «Президент-Готель» неможлива без залучення значних фінансових коштів для реконструкції та ремонту основних засобів у рамках

довгострокової й послідовної програми їхньої модернізації. Через відсутність доступу до ринків позикового фінансування, характерного для ситуації економічної кризи, тільки об'ємні інвестиції в модернізацію та розвиток у сполученні із професійним керуванням готельним комплексом на основі міжнародних стандартів здатні забезпечити беззбиткову експлуатацію зазначеного комплексу в середньо і довгостроковому періоді [52].

2.2. Аналіз внутрішнього середовища готельного підприємства «Президент-готель»

Внутрішнє середовище підприємства - це сукупність усіх внутрішніх перемінних, котрі визначають процеси його діяльності.

Внутрішнє середовище безпосередньо впливає на функціонування підприємства і являє собою систему факторів, що діють у середині підприємства. Сукупність основних процесів і елементів організації, а також їхній стан і визначають той потенціал й ті можливості, якими володіє підприємство.

Готельне підприємство «Президент-готель» відноситься до лінійно-функціонального (комбінованого) типу організаційної структури.

Комбіновані структури забезпечують такий розподіл праці, при якому лінійні ланки управління повинні приймати рішення і контролювати, а функціональні — консультувати, інформувати, організовувати, планувати.

Графічне зображення діючої організаційної структури готелю «Президент-готель» представлено у «Додатку Б». Наразі розглянемо основні служби готелю та їх ключові посади (таблиця 2.4).

Характеристика роботи основних служб готелю та їх ключові посади

Служба готелю	Характеристика роботи служби	Ключові посади
Служба прийому і розміщення	Служба займається бронюванням номерів, зустрічю гостей, їх реєстрацією та розміщенням в номерах, їх транспортуванням готель/аеропорт та організацією конференцій.	Менеджер, адміністратор рецепції, адміністратор з бронювання, швейцар, консьерж, організатор конференцій, водій
Служба обслуговування номерного фонду	Забезпечення обслуговування туристів в номерах, підтримка належного санітарно-гігієнічного стану кімнат та рівня комфорту житлових, та суспільних приміщень.	Менеджер, головна покоївка, покоївки, прибиральниці, завідувач складом
Служба харчування і напоїв	Забезпечує обслуговування гостей в ресторанах, кафе та барах готелю, вирішує питання з організації та обслуговування банкетів, презентацій та ін.	Метрдотель, офіціанти, бармени, шеф-кухар, помічник шеф-кухаря, кухарі, завідувач складських приміщень, організатор бенкетів
Служба безпеки	Забезпечення безпеки гостей та їхньої власності, тобто майна.	Менеджер, охорона
Інженерно-технічна служба	Дана служба створює умови для функціонування систем кондиціонування та теплозабезпечення, санітарно-технічного обладнання, електротехнічних засобів, служб ремонту та будівництва, систем телебачення та зв'язку тощо.	Головний інженер, старший енергетик, електрик, електромонтер, слюсар-сантехнік, ліфтер, підсобні працівники
Служба комп'ютеризації	Служба займається інформаційними забезпеченням усього комп'ютерного обладнання готелю, контролює його, у разі неполадок, «ремонтуює» та налаштовує різноманітні комп'ютерні системи.	Головний програміст, комп'ютерники

7	Бухгалтерія	Ця служба вирішує питання фінансового забезпечення підприємства, одержує звіти від касирів кожної торгової точки підприємства, включаючи службу харчування, додаткові служби. Бухгалтерія веде єдиний фінансовий облік на підприємстві.	Головний бухгалтер, бухгалтер, касир
8	Кадрова служба	Займається питанням кадрового забезпечення, створенням відповідних умов праці для персоналу готелю.	Менеджер по персоналу, інспектори

Джерело: розроблено автором

Отже, виходячи з даних «Додатка Б» та таблиці 2.4., до управління належать менеджери служб, які підпорядковуються головному менеджеру, який у свою чергу підпорядковується директору готельного комплексу. Менеджери управляють декількома структурними підрозділами, у складі яких провідні спеціалісти та безпосередні виконавці, що виконують окремі функції або частину функцій обслуговування. Таким чином ми бачимо, що організаційна структура потрібна для ефективної роботи будь-якому готелю, для ефективного виконання ключових функцій працівників, визначення їх підзвітності та забезпечення належних зусиль з боку персоналу.

Наступним важливим етапом дослідження внутрішнього середовища готельного підприємства доцільно зробити оцінку ефективності експлуатації номерного фонду готелю, що залежить від структури номерного фонду та аналізу показників програми експлуатації готелю (таблиця 2.5).

Як вже було зазначено, номерний фонд готелю складається з 374 сучасних номерів п'яти категорій: «Бізнес», «Бізнес суперіор», «Напівлюкс», «Люкс» та «Президентський люкс». Стильний дизайн інтер'єру та продумані до дрібниць функціональні зони номерів дають можливість гостю відчувати себе в повному комфорті: всі номери оснащені ергономічними меблями,

сучасною технікою, мають індивідуальну систему кондиціонування, безкоштовний WI-FI, швидкісний кабельний Інтернет, міні-сейф та супутникове телебачення [52].

Таблиця 2.5.

Структура номерного фонду

Номерний фонд	Кількість Номерів	Кількість місць	Площа номера, м ²	Питома вага % в структурі	Вартість проживання (за номер)
«Бізнес»	300 (2 місний)	600	22	80,2 %	1705 грн
«Бізнес суперіор»	45 (2 місний)	90	22	12 %	2140 грн
«Напівлюкс»	23 (3 місний)	69	38	6,2 %	2740 грн
«Люкс»	5 (3 місний)	15	60	1,3 %	4890 грн
«Президентський люкс»	1 (3 місний)	3	82	0,3 %	10020 грн

Джерело: розроблено автором

Виходячи з даних таблиці 2.5., ми бачимо основну структуру номерного фонду. Номери типу «Бізнес» становлять найбільшу частину номерного фонду – 80,2 %, номери типу «Бізнес суперіор» становлять 12 % від загальної кількості номерів, «Напівлюкс» становить 6,2 %, і найнижчий відсоток від загальної кількості номерів становлять номери типу «Люкс» і «Президентський люкс» у розмірі 1,3 % та 0,3 % відповідно. Вартість проживання представлена без урахування сніданку та податків. Середній тариф номеру складає 4317 грн.

Експлуатаційна програма є вихідним розділом плану господарської діяльності підприємства, яке надає послуги з розміщення туристів. Отже, зробимо розрахунки основних показників експлуатаційної програми готелю за період 2018-2019рр (табл. 2.6).

Таблиця 2.6.

Аналіз показників експлуатаційної програми готелю

Показники	2018 р	2019 р	Абсолютне відхилення (+/-)	Відносне відхилення (%)
Одноразова місткість, номерів	374	374	-	-
Кількість номеро-діб в інвентарі, н-д	136510	136510	-	-
Кількість простоїв, н-д	19345	18250	- 1095	- 5,7
Кількість номеро-діб в експлуатації, н-д	117156	118260	1104	0,9
Коефіцієнт завантаження, %	46	49	3	-
Кількість номеро-діб наданих, н-д	53891	57947,4	4055,7	7,5
Середній тариф, тис. грн.	3,6	4,3	0,7	19,4

Джерело: розроблено автором

Отже, проаналізувавши показники експлуатаційної програми готелю, наведеної у таблиці 2.6., робимо висновок, що, у зв'язку в великою кількістю простоїв через ремонтні роботи в номерах, їх оновлення та заново введення в експлуатацію спостерігаємо різницю з 2018 роком. Кількість простоїв у 2019 році зменшилась на 1095 одиниць у зв'язку з меншою кількістю номерів, які підлягали ремонтним роботам. Відповідно зменшення простоїв, коефіцієнт завантаження готелю зріс на 3 %, бо кількість наданих номеро-діб зросла на 4055,7 одиниці, що є доволі позитивним показником для експлуатації номерного фонду.

Але з оновленням номерів, а також зі зростанням курсу долара, ми

спостерігаємо збільшення середнього тарифу на 19.4%, а саме на 0,7 тис. грн.

Наступним пропоную зробити дослідження договірних відносин з основними партнерами підприємства.

Постачальники мають прямий вплив на діяльність готелю, оскільки вони забезпечують компанію ресурсами, необхідними для виробництва, продажу, збуту товарів або послуг даного підприємства. Перелік постачальників готелю та їх продукції наведено у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7.

Договірні відносини партнерів з готелем «Президент-готель»

Постачальник	Товар
Для готелю	
Швейна фабрика «Еней-плюс»	- подушки, - ковдри
Концерн «Ярослав»	- простирадла - підковдри - наволочки
Фабрика «Віка»	- матраци та наматрацники
ТК-Домтекс	- рушники
Betta	- рукавички для прибирання - пакети для сміття - серветки та губки для прибирання - миючі засоби
ТОВ Денрос	- зубна паста - засоби для волосся - мило туалетне - гелі для душу
Для ресторану при готелі	
ЗАО «Українська фруктово-овочева компанія»	- овочі - фрукти
«Галаксі»	- м'ясо і м'ясна продукція
«Авігаль»	- м'ясо і м'ясна продукція
«Ряба»	- курка, яйця
ООО «Рибка»	- риба та морепродукти

Продовження таблиці 2.7

«Август-Кий»ООО	- бакалійна продукція
Лакталіс-Україна	- молоко та молочна продукція
ВАТ «Київхліб»	- хлібобулочні вироби
«Вінлайн» ТОВ	- напої

Джерело: розроблено автором

Партнерами для надання послуг бронювання в даному готелі є система онлайн-бронювання готелів – Booking.com та Agoda.com, які забезпечують надійне та швидке резервування номерів різних категорій з наданням додаткових послуг та їх безпечну оплату [50], [51].

Такі постачальники, як Швейна фабрика «Еней-плюс», Концерн «Ярослав», Фабрика «Віка», здійснюють поставку своїх товарів раз на рік та якщо це потрібно.

Постачальники ТК-Домтекс, Vetta, ТОВ Денрос здійснюють поставку раз в місяць, оскільки це засоби гігієни та засоби для прибирання.

Постачальники харчових продуктів: ЗАО «Українська фруктововочева компанія», «Галаксі», «Авігаль», ООО «Рибка», «Ряба», «Вінлайн» ТОВ, «Вінніфрут» ВАТ здійснюють поставку 2 рази на тиждень. Постачальники Лакталіс-Україна, ВАТ «Київхліб» поставляють товар кожного дня, «Август-Кий»ООО - раз на тиждень.

Отже, постачальники та партнери з готелем знаходяться в гарних стосунках, система бронювання працює без перебоїв та затримки у поставці товару не допускається, тому необхідності змінювати партнерів та постачальників не виникає.

Також було проведено аналіз кадрового потенціалу підприємства. Вивчено та проаналізовано управління персоналом у готельному підприємстві через кількісний та якісний склад працівників підприємства (табл. 2.8)

Таблиця 2.8.

**Структура трудового потенціалу готельного підприємства за
різними характеристиками**

Характеристика	2018 рік		2019 рік	
	Осіб	%	Осіб	%
Структура трудового потенціалу за статтю				
Чоловіки	28	44,4	29	44,6
Жінки	35	55,6	36	55,4
Разом	63	100	65	100
Структура трудового потенціалу за віком				
До 35	24	38,1	24	36,9
35-45	18	28,6	20	30,8
Від 45	21	33,3	21	32,3
Разом	63	100	65	100
Структура трудового потенціалу за якістю підготовки				
Вища	48	76,2	48	73,8
Середня	15	23,8	17	26,2
Разом	63	100	65	100
Структура трудового потенціалу за категорією кадрів				
Керівник	8	12,7	8	12,3
Спеціаліст	36	57,1	36	55,4
Технічний персонал	19	30,2	21	32,3
Разом	63	100	65	100
Структура трудового потенціалу за стажем роботи в готелі				
Немає	32	31,7	34	33,9
До 5	18	28,6	18	27,7
5-10	10	34,9	10	33,8
Від 10	3	4,8	3	4,6
Разом	63	100	65	100

Джерело: розроблено автором

Зробимо з цього висновок, що готель «Президент-готель» є підприємством з достатньо великою кількістю працівників (63 працівника у 2018р, та 65 – у 2019р), основна частка яких складає жіночий персонал, трохи більше половини. За віком основна частка припадає на вік до 35 років. Це обумовлено тим, що молоді спеціалісти більш цілеспрямовані та енергійні, в яких більше потенціалу для професійного розвитку, тому їх активніше приймають на роботу.

За якістю підготовки ми маємо кваліфікованих працівників з вищою

освітою (76,2% та 73,8% у 2018 та 2019рр відповідно), що говорить нам про вищий рівень підготовки та обізнаності працівників у багатьох аспектах роботи. З них ми маємо 12,7% керівників, 57,1% спеціалістів та 30,2 % технічного персоналу у 2018 році. Саме на даному етапі можна визначити який персонал додався у 2019 році – технічний персонал. Тому картина станом на 2019 рік, в принципі, залишається майже незмінною.

Щодо структури персоналу за стажем роботи ми спостерігаємо, що основна частка працівників немає досвіду роботи у готельних підприємствах. Для цього є логічне пояснення. По-перше, більшість персоналу в даній категорії є технічним персоналом, а по-друге, готель пропонує можливість отримувати досвід студентам, або тим хто тільки-но закінчив університети, тому в них не має досвіду роботи в даній галузі. На мою думку, це досить практично і економічно вигідно з боку готелю, бо людину без досвіду можна швидко навчити правильно працювати, при цьому заробітна плата не буде дуже високою, ніж шукати багато нових спеціалістів.

Окрім цього, наступним, важливо визначити рівень організаційної культури готелю, тому необхідно провести аналіз процесу управління персоналом (таблиця 2.9).

Таблиця 2.9

Рух трудових ресурсів

Показник	Рік		Абсолютне відхилення +/-	Відносне відхилення, %
	2018	2019		
1	2	3	4	5
Облікова чисельність на початок звітного періоду, осіб	63	65	+2	3,17
Прийнято працівників, осіб	5	7	+2	40
Вибуло працівників, всього, осіб: зокрема:	3	2	-1	-33,33
- внаслідок скорочення штатів	1	0	-1	-100

Продовження таблиці 2.9.

- за власним бажанням, звільнено за прогули і інші порушення трудової дисципліни, невідповідність	2	2	0	0
Облікова чисельність працівників на кінець звітного періоду, осіб	65	70	+5	7,69
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	64	67,5	+3,5	5,5
Коефіцієнт обігу з прийому	7,81	10,69	+2,64	-
Коефіцієнт обігу з вибуття	4,69	2,96	-1,7	-
Коефіцієнт плинності кадрів	3,13	2,96	-0,14	-

Джерело: розроблено автором

На основі даних розрахунків, доцільно зробити висновок, що, порівнюючи з 2018 роком, простежується збільшення трудових ресурсів. Виходячи з цього, середньооблікова чисельність працівників зазнала незначних, але позитивних змін: зросла на 5,5%. Аналізуючи коефіцієнт обігу з вибуття, то тут ми бачимо зменшення звільнених працівників на 33,33 %, а коефіцієнт обігу з прийому зазнав збільшення на 2,4%, а коефіцієнт плинності кадрів трохи зменшився на 0,14%. В цілому дані результати є достатньо позитивними для підприємства.

Готель користується послугами аутсорсингу з ІТ – програмування та виробничого аутсорсингу.

Після аналізу процесу управління персоналом, слід розглянути його безпосередню динаміку продуктивності праці (табл. 2.10).

Таблиця 2.10.

Аналіз використання трудових ресурсів готелю «Президент-готель»

Показники	2018р	2019	Відхилення	
			Абсолютне, (+/-)	Відносне, (%)
Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	63	65	+2	3,2
Дохід від реалізації послуг, тис.грн	49736,6	55878,0	+6141,6	12,35
Кількість обслугованих клієнтів, осіб	13635	14641	+1006	7,4
Продуктивність праці в вартісному виразі, тис.грн. / особу	789,5	859,7	+70,2	8,9

Продовження таблиці 2.10

Продуктивність праці в натуральному виразі, клієнтів / особу	216	225	9	4,2
--	-----	-----	---	-----

Джерело: розроблено автором

Проаналізувавши використання трудових ресурсів в готелі «Президент-готель» можна дійти до висновка, що середньооблікова чисельність персоналу змінилася на дві особи в напрямку зростання, проте відбувалися звільнення. Окрім цього, кількість обслугованих клієнтів з наступним періодом збільшується, що говорить про якісне обслуговування та професіоналізм готелю. Дані таблиці було зображено графічно на рисунку 2.1.

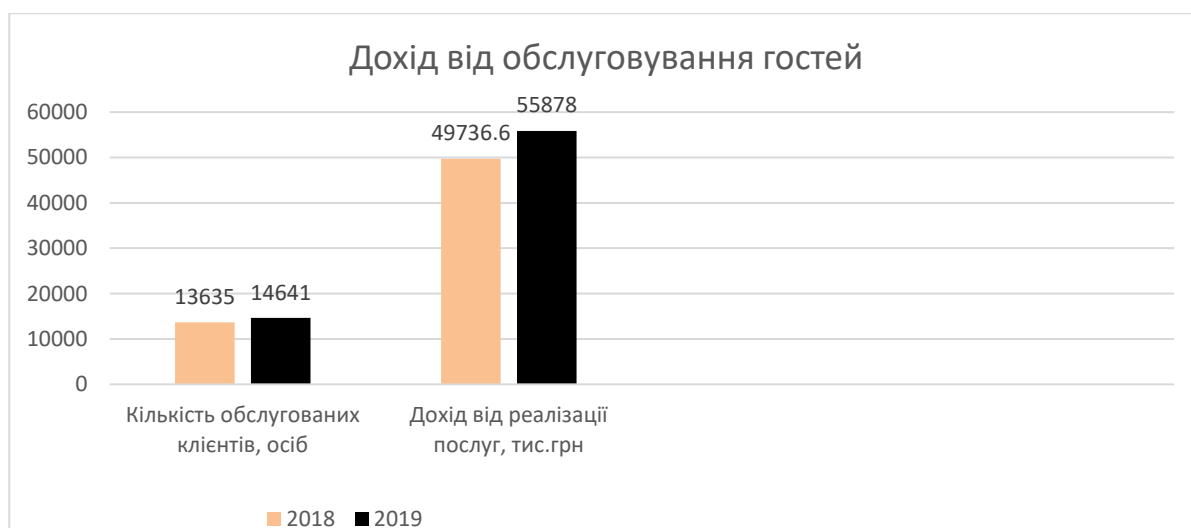


Рис. 2.1. Аналіз використання трудових ресурсів готелю «Президент-готель»

Джерело: розроблено автором

Загалом, готельне підприємство «Президент-готель» має ефективну лінійно-функціональну організаційну структуру (Додаток Б), внаслідок цього між працівниками налагоджена система розподілу функцій для ефективного виконання роботи, а також задовільний рух трудових ресурсів, що свідчить про нормальне функціонування готелю.

2.3. Аналіз зовнішнього середовища та конкурентної позиції готельного підприємства

Для визначення характеристики зовнішнього середовища готельного підприємства, необхідно проаналізувати ряд показників та факторів готелю.

Задля фінансово-економічного аналізу діяльності готельних та туристичних підприємств необхідно зібрати такий перелік обов'язкової (зовнішньої) бухгалтерської, статистичної та фінансової звітності основних показників діяльності за два останні роки (2018-2019pp):

- 1) форма №1 «Баланс підприємства» ;
- 2) форма №2 «Звіт про фінансові результати»;
- 3) форма №3 «Звіт про рух грошових коштів»;
- 4) форма №1 - готель «Звіт про роботу готелю»

Оскільки в умовах ринку підприємства несуть повну економічну відповідальність за результати своєї діяльності та за недопущення банкрутства, значно зростає роль і значення аналізу фінансового стану суб'єктів господарювання різноманітних форм власності, оцінки їх ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості.

Під фінансовим станом розуміють сукупність показників, які відображають здатність (спроможність) підприємства розрахуватися за борговими зобов'язаннями. Він характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, які необхідні для нормального функціонування підприємства, доцільністю їх розміщення та ефективністю використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими юридичними та фізичними особами, платоспроможністю та фінансовою стійкістю.

Фінансовий стан визначає конкурентоспроможність підприємства на ринку, його імідж, потенціал у діловому співробітництві.

Тому, спочатку проведемо аналіз основних економічних показників готелю «Президент-готель» для визначення ефективності діяльності готелю (таблиця 2.11.), [10; 11].

Таблиця 2.11.

Аналіз основних економічних показників діяльності готельного підприємства «Президент-готель»

№ з/п	Показники	2018 рік	2019 рік	Відхилення (+ -)	
				Абсолютне	%
1	Дохід (виручка) від реалізації продукції (послуг), тис. грн..	49736,4	55878	+6141,6	12,35
2	ПДВ, тис. грн..	8289,4	9313	+1023,6	12,35
3	ПДВ у відсотках до виручки, %	8289,4	9313	+1023,6	12,35
4	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн..	41447	46565	+5118	12,35
5	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн..	11900	22774	+10874	91,38
6	Собівартість у відсотках до виручки, %	28,7	48,9	+20,2	70,38
7	Валовий прибуток, тис. грн..	29547	23791	-5756	-19,48
8	Інші операційні доходи, тис.грн.	5322	8184	+2862	53,78
9	Адміністративні витрати, тис.грн.	7372	6868	-504	-6,84
10	Витрати на збут, тис.грн.	0	227	+227	-
11	Інші операційні витрати, тис.грн.	11322	9445	-1877	-16,58
12	Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток, тис. грн..	16175	15435	-740	-4,57
13	Дохід від участі в капіталі, тис.грн.	0	0	0	0
14	Інші фінансові доходи	0	64	+64	-
15	Інші доходи	0	0	0	0
16	Фінансові витрати	0	0	0	0
17	Інші витрати	0	0	0	0

Продовження таблиці 2.11

18	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування: (прибуток, збиток) тис. грн..	16175	15499	-676	-4,18
19	Податок на прибуток від звичайної діяльності, тис. грн..	2911,5	2789,82	-121,68	-4,18
20	Чистий прибуток, тис. грн..	13263,5	12709,18	-554,32	-4,18

Джерело: розроблено автором за [60]; [61].

Для аналізу фінансового стану готельного підприємства «Президент-готель» були використані внутрішні і зовнішні джерела інформації. Основними джерелами інформації для аналізу є: – бухгалтерський баланс (ф.1); – звіт про фінансові результати (ф.2); – дані аналітичного бухгалтерського обліку та інше.

Отже, проаналізувавши вихідні дані таблиці 2.9, можна дійти наступних висновків: у порівнянні з 2018 роком, у 2019 році дохід від реалізації послуг змінився у позитивному напрямку – зріс на 12,35%. Чистий дохід та собівартість реалізованої продукції також зазнали зростання на 5118 тис грн. та 10874 тис. грн. відповідно.

Однак ми у 2019 р. спостерігаємо негативні відхилення показників валового прибутку, і хоча на фоні цього збільшуються операційні, та фінансові доходи та зменшуються адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати, але загальні фінансові результати і чистий прибуток зазнають незначного зниження, що є негативним для економічної діяльності підприємства «Президент-готель». Однак щодо доходу від участі в капіталі, інших доходів та фінансових витрат – показники залишилися незмінними у порівнянні з попереднім періодом.

Після ознайомлення з балансом і аналізу основних економічних показників підприємства необхідно проаналізувати показники, що характеризують фінансову діяльність підприємства більш детально. Вся сукупність таких показників може бути наведена у вигляді таких груп, що

характеризують: ліквідність та рентабельність. Результати комплексного аналізу зведено до таблиці 2.12.

Таблиця 2.12.

**Показники оцінки фінансового стану готельного підприємства
«Президент-готель»**

Показники	Норматив	2018	2019	Абсолютне відхилення(+/-)
Показники ліквідності				
1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (<i>K_{ал}</i>)	0,25 – 0,35	0,27	0,55	+0,28
2. Коефіцієнт проміжної (швидкої) ліквідності (<i>K_{прл}</i>)	0,7 – 0,8	0,78	0,53	-0,25
3. Коефіцієнт поточної ліквідності (загальний коефіцієнт покриття) (<i>K_{пл}</i>)	1,0 – 2,0	1,61	2,14	+0,53
4. Коефіцієнт незалежної (забезпеченої) ліквідності (<i>K_{зл}</i>)	> 0,5	3,44	3,87	+0,43
Показники рентабельності				
1. Чиста рентабельність продажів (<i>P_п</i>)	> 0	32,00	27,29	-4,71
2. Рентабельність однієї послуги (<i>P_{пос}</i>)	> 0	45,46	55,81	+10,35
3. Рентабельність власного капіталу (<i>P_{вк}</i>)	> 0	4,59	4,47	-0,12

Джерело: розроблено автором

Аналізуючи вихідні дані таблиці 2.12., ми бачимо, що коефіцієнт поточної ліквідності показує достатність ресурсів підприємства, які можуть бути використані для погашення його поточних зобов'язань. Але у 2019 році на підприємстві коефіцієнт покриття переважає 2, тому можна говорити, що структура балансу є задовільною, підприємство платоспроможне, тобто підприємству цілком вистачає ресурсів для погашення поточних зобов'язань.

Коефіцієнт швидкої ліквідності відображає платіжні можливості

підприємства щодо сплати поточних зобов'язань за умови своєчасного проведення розрахунків з дебіторами. Коефіцієнт швидкої ліквідності – входить у нормативне значення. У 2019 р. цей показник зменшився на 0,25.

Тобто у підприємства залишається найбільш ліквідні оборотні кошти – грошові кошти та їх еквіваленти, фінансові інвестиції та кредиторська заборгованість.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яка частина боргів підприємства може бути сплачена негайно. Коефіцієнт абсолютної ліквідності – цей показник у 2019 збільшився на 0,28, що свідчить про майже відсутність довгострокової дебіторської заборгованості за цей період.

Аналізуючи показники рентабельності на готельному підприємстві, ми спостерігаємо наступне. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу характеризує ефективність вкладення коштів до даного підприємства. Прибуток, отриманий підприємством з кожної гривні власного капіталу з 2018 по 2019 роки зменшився на 0,12. Також зменшився показник чистої рентабельності продажів – на 4,71%. Зменшення цього показника свідчить про зменшення ефективності використання господарської діяльності підприємства. Це – негативна тенденція.

Однак ми спостерігаємо збільшення рентабельності однієї послуги на 10,35%. Тобто підприємство контролює витрати на виробництво і реалізацію продукції, і отримує при цьому достатній чистий прибуток.

Нормативного значення для коефіцієнтів рентабельності не існує, але є загальне правило, чим вище значення коефіцієнту, тим краще. Збільшення коефіцієнту протягом звітного періоду свідчить про покращання результатів діяльності підприємства.

Для дослідження ринку послуг, вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища суб'єкта бізнесу та висновків щодо стратегії розвитку готельного або туристичного підприємства необхідно проаналізувати вплив основних факторів зовнішнього середовища.

Фактори впливу на виробничий потенціал підприємства - це сукупність усіх рушійних сил і причин, що визначають динаміку цього показника [21].

Аналіз факторів макросередовища розбивають на такі групи: економічні, політичні, правові, екологічні, науково-технічні, демографічні, соціально-культурні. Причому пріоритетність груп може мінятися в залежності від сфери діяльності підприємства, галузевої спрямованості, наявності імпортно-експортних операцій, міждержавних відносин з країнами - партнерами в цій сфері бізнесу, стану ресурсного забезпечення підприємства і т.п.

Розглянемо детальніше фактори макросередовища готельного підприємства за допомогою табл. 2.13.

Таблиця 2.13.

**Аналіз факторів макросередовища готельного підприємства
«Президент-готель»**

Сфера макросередовища	Фактори макросередовища	Оцінка впливу факторів макросередовища за 10-ю шкалою*
1. Міжнародна	Вартість ресурсів за кордоном, купівельна спроможність місцевого населення, митні збори, особливості національного законодавства.	8
2. Політична	Рівень корумпованості влади, військові конфлікти, нестабільна політична ситуація	9
3. Економічна	Рівень безробіття, темпи інфляції, система оподаткування, ціноутворення, субсидії і фінансові пільги національним виробникам.	7
4. Соціально-демографічна	Менталітет, загальна чисельність населення країни, його вікова структура, питома вага населення, що має той або інший освітній рівень, що відображає інтелектуальний потенціал суспільства, тривалість життя населення.	7

Продовження таблиці 2.13

5. Правова	Трансформація форм і відносин власності, система державного регулювання підприємницької діяльності, антимонопольне законодавство	6
6. Екологічна	Якість ґрунту, повітря, води, кількість твердих побутових відходів і отруйливих речовин, надійність гідро-, газо- і нафтопроводів, розміри можливих необоротних наслідків діяльності підприємств на екосистему. Використання інновацій для очищення повітря навколишнього середовища. Догляд за природою, озеленення територій.	8
Технологічна	Підвищення частоти проведення ярмарок, виставок, конференцій, як заходи інформування щодо інноваційної діяльності. Переважання столиці за рівнем інноваційної діяльності серед інших регіонів України.	9
7. Культурна	Культурні традиції, устрій життя, звички і вірування, етичні і моральні цінності.	9

*10 – максимальний вплив, 1 – мінімальний вплив.

Джерело: розроблено автором

Отже, успішність функціонування суб'єктів діяльності залежить від рівня їх менеджменту і впливу зовнішнього оточуючого середовища. Необхідність дослідження тенденцій та оцінки впливу факторів зовнішнього середовища полягає в їх незалежності й об'єктивності існування, відсутності можливості управління ними та контролю з боку підприємств, а тому вимагає адаптації останніх до несприятливих та використання сприятливих умов.

Усі фактори, що були перелічені вище мають істотний вплив на готель «Президент-готель», однак кожен фактор має свою потужність впливу. Аналізуючи результати таблиці, бачимо, що найбільш впливовими факторами є політична, екологічна та культурна.

Політична група факторів для готелю «Президент-готель» має постійно знаходитись під наглядом керівника підприємства перш за все у нестабільному соціально-економічному і політичному середовищі, яке має місце у період трансформації економічних відносин. Нестабільна політична ситуація спричиняє відтік капіталу від галузі, що потребує значних довгострокових інвестицій, і водночас спрямовує підприємницьку діяльність у бік короткого обігового циклу.

Всебічне обґрунтування підприємницької стратегії готельного підприємства «Президент-готель» також передбачає її відповідність критерію безпеки людини і навколишнього середовища, тому кількість і якість послуг, що надається, їх безпечність і утилізаційна придатність, стан природного середовища, в якому знаходиться підприємство (до і після реалізації запланованої стратегії розвитку) і розміри можливих незворотних негативних наслідків істотно впливають на готельне підприємство.

Окрім цього, нам необхідно з'ясувати конкурентний статус обраного готельного підприємства «Президент-готель», а тому потрібно оцінити в балах його позицію серед конкурентів – тобто готельних підприємств, які надають аналогічні послуги в даному сегменті ринку на даній території.

Бальна оцінка представлена у таблиці 2.14.

Таблиця 2.14.

Бальна оцінка позицій готельного підприємства «Президент-готель» серед головних конкурентів

Показники	«Президент-готель»	«Radisson Blu Hotel»	«Готель Хрещатик»
Місце розташування	5	5	5
Середній рівень завантаженості	4	4	3
Популярність серед населення	4	4	4
Рівень професіоналізму персоналу	5	5	4
Якість основних послуг	5	5	5

Продовження таблиці 2.14

Асортимент додаткових послуг	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>4</u>
Якість рекламних засобів	4	5	4
Цінова політика	5	5	4
Всього	37	38	33

Джерело: розроблено автором

Ключовою передумовою формування конкурентних переваг є наявність конкуренції, яка є основним спонукальним мотивом для здійснення економічним суб'єктом діяльності щодо пошуку нових властивостей, які вигідно відрізняють його від конкурентів.

Як ми бачимо, бальна оцінка одного з конкурентів незначно, але перевищує показники підприємства «Президент-готель», а тому ми можемо дійти висновку, що на ринку альтернативних послуг існує достатньо сильна конкуренція. Однак це може слугувати мотивацією для покращення певних критеріїв оцінки готельного підприємства.

Одним з важливих методів стратегічного контролінгу є так званий аналіз сильних (Strength) і слабких (Failure) місць, а також наявних шансів (Opportunity) і ризиків (Threat). В економічній літературі цей вид аналізу позначається також як SWOT-аналіз (SWOT-analysis).

Даний вид аналізу може здійснюватися стосовно всього підприємства, його структурних підрозділів, а також у розрізі окремих видів продукції.

На підставі цього, у таблиці 2.15. представлено SWOT-аналіз, що є кінцевим етапом вивчення зовнішнього й внутрішнього середовищ.

Таблиця 2.15.

SWOT – аналіз діяльності готельного підприємства «Президент-готель»

Сильні сторони	Слабкі сторони
Надійний, професійний менеджмент. Наявність необхідних фінансових ресурсів. Поліпшення комфортабельності номерного фонду. Наявність бази даних клієнтів. Висока кваліфікація персоналу.	Недостатньо широка мережа партнерських агентств. Недостатньо злагоджена командна робота. Плинність кадрів. Слабка реклама.
Загрози	Можливості
Можливість появи іноземного конкурента. Зниження курсу національної валюти. Жорсткість договірних відносин з партнерськими агенціями. Зміни в перевагах клієнтів. Пандемія, Covid - 19	Спрямування політики уряду на підтримку туристичної сфери. Збільшення кількості міжнародних та внутрішніх туристів. Зростання рівня доходів населення. Зменшення податкового навантаження.

Джерело: розроблено автором

Проаналізувавши усю діяльність готелю «Президент-готель», ми можемо визначити достатню кількість сильних сторін підприємства, однак також присутні і слабкі сторони, які повинні підлягати скоршому виправленню для того, щоб конкуренти не могли скористатися таким становищем. Можливості підприємства можуть слугувати відправною точкою для досягнення більшого прибутку, а аналіз загроз сприятиме правильному плануванню вирішення проблем. Отже, така концепція приведе до покращення функціонування готельного підприємства, а також подоланню неочікуваних проблем.

Висновки до розділу 2.

В другому розділі був проведений аналіз предмета дослідження готелю «Президент-готель». Визначили, що цей 4х зірковий реконструйований

готель розташований у діловому центрі Києва – на Печерську. Він пропонує широкий спектр послуг для всіх. Має досить зручну розв'язку транспорту, як до визначних пам'яток міста так і до вокзалу або аеропортів.

Готель працює цілорічно та за роки свого існування він прийняв велику кількість гостей, серед яких відомі політики, громадські діячі, спортсмени та зірки світового шоу-бізнесу. У зв'язку проведення чемпіонату Європи з футболу в Україні у 2012 році, готельний комплекс «Президент-готель» був реконструйований.

Готель має 374 комфортабельні номери п'яти категорій: «Бізнес», «Бізнес суперіор», «Напівлюкс», «Люкс» та «Президентський люкс». Стильний дизайн інтер'єру та продумані до дрібниць функціональні зони номерів дають можливість гостю відчувати себе в повному комфорті. Готель має дві великих конференц-зали – конгрес-хол, та конференц-центр, в готелі працює 5 банкетних залів, та розважальний комплекс на 127 чоловік. Загалом, є можливість проведення 17 окремих одночасних подій.

Середня вартість номеру готелю становить 4,3 тис. грн та проаналізувавши показники експлуатаційної програми готелю за 2018-2019рр. можна дійти висновку, що в 2019 році коефіцієнт завантаження та плановий дохід від реалізації номерного фонду був значно більший завдяки меншій кількості простоїв номерів та збільшенню середнього тарифу на 19,4% відповідно.

Щодо партнерів підприємства, готель співпрацює з партнерами для надання послуг бронювання з системами онлайн-бронювання готелів – Booking.com та Agoda.com, а також з постачальниками товарів наступних компаній: Швейна фабрика «Еней-плюс», Концерн «Ярослав», Фабрика «Віка», ТК-Домтекс, Vetta, ТОВ Денрос, «Август-Кий»ООО.

Постачальники та партнери з готелем знаходяться в гарних стосунках, тому необхідності їх змінювати не виникає.

Проводився аналіз фінансового стану готельного підприємства. В результаті спостерігали збільшення коефіцієнту протягом звітного періоду,

що свідчить про покращання результатів діяльності підприємства.

Була проведена бальна оцінка конкурентоспроможності підприємства «Президент-готель». Показники одного з конкурентів незначно, але перевищує показники підприємства «Президент-готель», а тому ми можемо дійти висновку, що на ринку альтернативних послуг існує достатньо сильна конкуренція. Однак це може слугувати мотивацією для покращення певних критеріїв оцінки готельного підприємства. Готель «Президент-готель» є конкурентоспроможним підприємством.

SWOT-аналіз показав, що сильні та слабкі сторони підприємства, його можливості та загрози можуть привести до покращення функціонування готельного підприємства, а також подоланню неочікуваних проблем при правильному розумінні всіх аспектів.

Отже, готель є досить розвиненою структурою з своїми перевагами та недоліками, однак це не заважає йому чудово функціонувати.

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОСЛУГ ДОЗВІЛЛЯ НА ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ «ПРЕЗИДЕНТ ГОТЕЛЬ»

3.1. Аналіз організації дозвілля на готельному підприємстві «Президент-готель»

Як і належить готелям класу 4 зірки, готельний комплекс «Президент-Готель» пропонує своїм пожитцям великий вибір послуг, які зроблять дозвілля приємним, а ділові заходи дозволять провести на високому рівні. «Президент Готель» надає наступні послуги:

- сауна, турецька лазня, басейн, солярій
- доставка в номер факсів, кореспонденції і інших повідомлень
- телебачення (31 канал)
- доступ до мережі Інтернет
- бізнес-центр
- конференц-услуги
- обслуговування номерів
- камера схову у портъе
- підземний гараж
- обмін валюти
- перукарня
- пральня
- сухе чищення одягу
- магазин дарунків
- газетний кіоск
- ресторан, бар
- трансфер

У холі готелю «Президент-Готель», праворуч від стійки реєстрації, розташовується бізнес-центр. До складу бізнес-центра входять переговорні

кімнати місткістю 12 осіб кожна. У розпорядженні ділових людей: міжміський, міжнародний і факсимільний зв'язок, копіювальна техніка, комп'ютер з доступом в Інтернет. Також є можливість безпроводного доступу в Інтернет на території бізнес-центра, холу готелю, бару Експрес.

Конференц-центр готелю «Президент-Готель» – один з кращих в Києві. У його складі декілька конференц-залів місткістю від 10 до 465 осіб. Шумопоглинаючі стіни залів дозволяють повністю зосередитися на роботі.

Для проведення міжнародних конгресів, виставок, презентацій, шоу-програм в готелі «Президент-Готель» є великий конгрес-хол – окрема будівля, в якій розмістився зал на 465 осіб, виставкова площа 216 кв. м, бар. Конференц-хол готелю «Президент-Готель» оснащений сучасною аудіо і відео апаратурою, супутниковим телефонним зв'язком, факсом, ксероксом, доступом в Інтернет.

Чотири конференц-зали готелю «Президент-Готель» можуть задовольнити будь-які вимоги, які висуваються до подібних приміщень. Актівий зал розрахований на 100 осіб. Цей зал оснащений стільцями з відкидними столиками, вмонтованим екраном, телефонними лініями, а також підключенням до мережі Інтернет.

Зал Київ – зовсім невеликий, на 18 осіб. У розпорядженні клієнтів великий плазмовий телевізор та стереосистема.

Інтер'єр залу Печерськ вельми запам'ятовується – головними його прикрасами є вітражне вікно і декоративний камін. Залежно від специфіки заходу, тут можуть розміститися 20-30 учасників.

Зал Предслава розрахований максимум на 60 чоловік, але завдяки дзеркалам, якими він декорований, зал виглядає набагато об'ємніше.

Всі гості готелю «Президент-Готель» з 7:00 до 11:00 можуть відвідати оздоровчий комплекс готелю, який включає фінську сауну, турецькі лазні, тренажерний зал, басейн. Всі ці послуги включені у вартість перебування. Оздоровчий центр готелю «Президент-Готель» також пропонує скористатися солярієм, випробувати на собі різні види масажу.

Оздоровчий центр працює з 7:00 до 21:00.

Також в готелі функціонує розважальний комплекс. На його території можна побачити виступ танцівниць стриптизу, а також скористатися послугами бару.

Розважальний комплекс готелю працює з 21:00 до 6:00.

Ресторан готелю «Президент-Готель» складається з 2 залів. Зал Європейський працює щодня з 7:00 до 19:00. У цьому залі вранці для постояльців накривають сніданок "шведський стіл". Зал Європейський підходить для проведення великих урочистих заходів – тут можуть розміститися 250 осіб.

Зал Слов'янський в ресторані готелю «Президент-Готель» працює з 12:00 до 23:00. Відвідувачам Слов'янського залу запропонують меню, в яке входять страви європейської і української кухні, великий вибір вин найвідоміших виробників, коньяк та віскі в асортименті.

У холі готелю працює бар Експрес. Вечорами тут можна почути виступи камерного тріо або живу фортепіанну музику. Бар Експрес в готелі працює цілодобово.

З грудня 2020 року в готелі впроваджено програму лояльності.

Мета готелю - створити максимально комфортні і приємні умови користування його послугами. Програма лояльності - це новий продукт, який розробляє команда Vertex Hotel Group. Кожен наш гість зможе отримати карту і стати членом Vertex Loyalty Club (VLC).

Програма лояльності Vertex Loyalty Club - це можливість вигідно провести як вікенд для всієї родини, так і ділову поїздку. Це персональні привілеї гостей, бонуси і спеціальні знижки в мережі групи компаній Vertex Hotel Group (VHG).

Дана карта Vertex Loyalty Club вже діє:

У готелі, що надихає на бізнес, розташований в центрі столиці України, в центрі всіх ділових подій - «Президент Готель» (Київ).

Готелі, з історією понад 120 років і кращими конференц-залами в центрі Одеси - «Брістоль Готель» і «Лондонська Готель» (Одеса).

Один з кращих місць для заняття спортом, SPA ритуалів і здорового харчування для всієї родини - Wellness and SPA Formula (Одеса).

Карту VLC можна придбати на рецепції в готелях, заповнивши анкету, надану менеджером.

Програма передбачає, що кожному Учаснику надається знижка за кожен сплачений рахунок в мережі готелів, ресторанів і Wellness клубі, що належать VHГ. Власник карти VLC гарантовано отримує ранній заїзд і пізній виїзд без додаткової оплати

Бронювання, вчинені на сайтах-посередниках (наприклад Booking.com, HRS та інше) або через турагентів, не підлягають нарахуванню знижки. Знижки не надаються до спеціальних пропозицій, акцій, конференцій та банкетів.

Програма лояльності має декілька рівнів (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1

Рівні програми лояльності в готелі «Президент-готель»

Рівень	Привілеї
MEMBER (0-30 000 грн)	<ul style="list-style-type: none"> – 5% на послуги SPA Bristol – 10% в ресторанах Le Grand Café Bristol, Le Patio Londonskaya, Lobby bar by President Hotel – 5% в ресторан здорового харчування Food & Balance
FOLLOWER (при досягненні суми витрат від 30 001 до 150 000 грн.)	<ul style="list-style-type: none"> – 7% на послуги SPA Bristol – 10% в ресторанах Le Grand Café Bristol, Le Patio Londonskaya, Lobby bar by President Hotel – 10% на меню room service – 5% в ресторан здорового харчування Food & Balance – 5% на послуги Medical & SPA Formula – 10% знижки на проживання від тарифу «Найкращий Гнучкий Тариф»

Продовження таблиці 3.1

<p>INSIDER (при досягненні суми витрат від 150 001 до 250 000грн.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – 10% на послуги SPA Bristol – 15% Le Grand Café Bristol, Le Patio Londonskaya, Lobby bar by President Hotel – 10% на меню room service – 7% в ресторан здорового харчування Food & Balance – 7% на послуги Medical & SPA Formula – 15% знижки на проживання від тарифу «Найкращий Гнучкий Тариф» – Шампанське і фрукти при заїзді – Прання/прасування двох речей без оплати – Надання номера категорією вищу від заброньованої при наявності вільних номерів
<p>AMBASSADOR (при досягненні суми витрат від 250 001 грн)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – 15% на послуги SPA Bristol – 20% ресторани Le Grand Café Bristol, Le Patio Londonskaya, Lobby bar by President Hotel – 15% на меню room service – 10% в ресторан здорового харчування Food & Balance – 10% на послуги Medical & SPA Formula – 20% знижки на проживання від тарифу «Найкращий Гнучкий Тариф» – Шампанське і фрукти при заїзді – Прання/прасування двох речей без оплати – Надання номера категорією вищу від заброньованої при наявності вільних номерів

Джерело: розроблено автором

Отже, представлена програма лояльності гостей надає змогу використувати всі послуги готелю по максимуму, аби тримати вигідні пропозиції, що надає готель та ця програма.

Ще одною пивертаючою увагу є послуга готелю з організації весілля. Дана пропозиція має ряд переваг:

- Весілля в самому центрі Києва на мальовничих пагорбах Печерська;

- Вишукане банкетне меню складається з кращих страв європейської та української кухонь;
- Можливість обрати один з 4х сучасних банкетних залів, а також локацію для проведення урочистостей;
- Можливість аренди будь-якого технічного обладнання для організації весілля.

Для того, щоб зробити свято ще більш приємним, готель надає спеціальні весільні пропозиції.

Весільна пропозиція № 1:

- номер категорії напівлюкс зі святковим декором (1 ніч з можливістю раннього заїзду та пізнього виїзду за наявності вільних номерів) - в подарунок;
- шампанське та фрукти в номері - в подарунок;
- відвідування басейну, сауни, бані та тренажерного залу в період проживання в готелі - в подарунок;
- спеціальний знижений тариф на поселення гостей;
- 5 безкоштовних паркомісць на період проведення банкету.

Дана пропозиція діє при замовленні весільного банкету на суму більше 50 тис. грн.

Весільна пропозиція № 2:

- номер категорії напівлюкс зі святковим декором (1 ніч з можливістю раннього заїзду та пізнього виїзду за наявності вільних номерів) - в подарунок;
- шампанське та фрукти в номері - в подарунок;
- відвідування басейну, сауни, бані та тренажерного залу в період проживання в готелі - в подарунок;
- спеціальний знижений тариф на поселення гостей;
- 5 безкоштовних паркомісць на період проведення банкету;
- 2 сертифікати на відвідування салону Тайського масажу;
- знижка 50% на проживання в номері будь-якої категорії (1 доба з

можливістю раннього заїзду та пізнього виїзду за наявності вільних номерів) в річницю весілля.

Пропозиція діє при замовленні весільного банкету на суму від 100тис.грн.

Послуги весілля можна замовити безпосередньо на сайті у спеціальному віконці в кінці сторінки вкладки «Весілля», а також звернутися напряму до конференц-менеджера – Борисової Крістини за номером +380 67 555 46 42, або електронною поштою - bqt.m@presidenthotel.com.ua.

Чудово, що готель надає такий великий спектр послуг для проведення часу. Однак, одним з найважливіших факторів діяльності при наданні готельних послуг є якість, яка спонукає клієнта обрати той чи інший продукт.

У міжнародній практиці існує два найпопулярніших підходи до визначення якості обслуговування:

1) визначення якості обслуговування на основі оцінки корисних властивостей і характерних особливостей процесу надання послуг – інформація щодо точного уявлення про особливості та властивості наданих послуг, які викликають задоволення споживачів, є засобом виміру рівня якості (наприклад, розкішний готель чи ресторан має вищий рівень якості обслуговування, ніж готель з обмеженими можливостями);

2) оцінка недоліків в процесі обслуговування клієнтів. Відсутність недоліків – головний шлях досягнення високого рівня якості. Наприклад, готель з обмеженим обслуговуванням, як і розкішний готель, може мати високий рівень обслуговування, якщо пропоновані ним послуги вільні від недоліків і задовольняють вимоги своїх сегментів споживачів [12].

Незалежно від зусиль готельного закладу, щоб підтримувати високу якість послуг, навіть в найкраще спроектованому і організованому готелі може з'явитися клієнт, що буде незадоволений його послугами. Тому провідною ідеєю управління якістю є орієнтація на клієнта та повне забезпечення його вимог.

На прикладі обслуговування в готелі «Президент-готель» можна зазначити, що якість послуг та їх надання знаходиться не на найвищому рівні.

Проаналізувавши відгуки гостей готелю на сайтах бронювання «Booking.com» та «Agoda.com», можна дійти висновку, що є певний відсоток людей не задоволених наданими їм послугами.

Звичайно ж більшість гостей є задоволеними обслуговуванням, що надає готель, але пропонуємо розглянути наступні негативні відгуки до готелю (Додаток Г), щоб визначити які саме проблеми потрібно владнати і що треба покращити.

Отже, розглянувши велику кількість негативних коментарів (Додаток Г), що були залишені на різних сайтах бронювання, тепер картина не здається такою ідеальною.

Як казав англійський письменник 20-го століття Ян Флемінг: «Один раз - це випадковість. Два рази - це збіг. Три рази - це ворожі підступи», отож ми бачимо «ворожу картину». І проаналізувавши представлені відгуки, частина яких наведена вище, було визначено основні проблеми та неприємності з якими стикалися і скаржилися на них гості готелю, а саме:

- маленькі, не просторі номери;
- недружелюбний персонал;
- дуже гучна вентиляційна система;
- погана шумоізоляція номерів;
- запах цигаркового диму;
- маленький вибір страв на сніданок;
- маленький і погано оснащений тренажерний зал;
- високі ціни.

Пройдемося по визначених пунктах, які варто покращити для задоволення відпочинку гостей та більшої конкурентоспроможності готелю.

Маленькі, не просторі номери. Для збільшення простору номеру

можна використовувати інтер'єр номеру в світлому кольорі для уявного збільшення площі номера.

Дуже гучна вентиляційна система та запах цигаркового диму. Відремонтувати вентиляційну систему для уникнення шуму та для ефективного провітрювання коридорів та номерів від неприємних запахів.

Для покращення шумоізоляції необхідно поставити додаткові перегородки і перекриття між номерами та поверхами, укласти килимове покриття та по можливості додати меблі до номерів.

Маленький вибір страв на сніданок. Оновити меню сніданків в ресторані, додати нові страви для кожного дня неділі для різноманітності меню і більшого вибору страв.

Маленький і погано оснащений тренажерний зал. Для задоволення гостей необхідно оновити та додати нові спортивні та професійні тренажери у залі.

Недружелюбний персонал. Необхідно покращити рівень кваліфікації співробітників, влаштовуючи різноманітні мотиваційні курси.

Високі ціни. Покращивши вище перераховані пункти можна добитися балансу «ціна-якість» і тоді висока ціна послуг готелю буде виправдана.

У висновку можна зазначити що готель «Президент-готель» здатен підтримувати високу якість послуг, але вирішивши певну кількість проблем, які на даний момент турбують гостей.

3.2. Розробка пропозицій з розвитку та удосконаленню з організації дозвілля з використанням зарубіжного та вітчизняного досвіду

Майже всі великі підприємства готельного господарства намагаються забезпечити своїх гостей широким асортиментом додаткових послуг. Значну роль тут відіграють, також, послуги культурно-масового обслуговування. Адже, кожен гість має власні смаки, а відповідно, і побажання, щодо наявності певних видів культурно-масових послуг, і, слід зазначити, що

більшість людей прагне отримувати їх «під одним дахом».

Будь-який готель, намагається максимально задовольняти потреби, навіть найвибагливіших своїх відвідувачів. А, отже, і з'являються на території готельних комплексів різноманітні казино, диско-клуби, бібліотеки, більйардні, зали ігрових автоматів, бізнес-центри та інші заклади культурно-масового обслуговування.

Їх наявність є досить вигідною для готелю, оскільки, це підвищує його конкурентноспроможність та дає додатковий прибуток. Проте, організація даних закладів на території підприємства є досить складною роботою і потребує значних затрат.

Для удосконалення організації надання дозвілєвих послуг, підвищення конкурентоспроможності та додаткового прибутку в готелі «Президент-готель» пропонується обладнати залу для гри у більйард, а також переробити один з бенкетних залів в експозиційний зал-трансформер для створення картинної галереї, організації виставок та демонстрації творів мистецтва, призначених для огляду та їх продажу, та для проведення бенкетів й інших заходів. Подібну стратегію застосовують зарубіжні бізнес готелі для привернення уваги та реклами послуг готелю та для більш різноманітного проведення вільного часу гостей.

Отже, гра у більйард зародилася у Франції в XV сторіччі. Уперше більйард письмово згадується у листі із французьким королем Луї XI, який у 1470 році замовив собі більйардний стіл. Саме слово «більйард» походить від французького слова «bille», що й означає «куля» [34].

Спочатку гра проходила на відкритому повітрі, але згодом, щоб грати у будь-яку погоду, гру перенесено в приміщення, — і грати почали на столі. З тих пір залишилося традиційне зелене сукно більйардного столу, як нагадування про зелену траву, на якій колись гра відбувалась [34].

Більйардну гру вважають за одну із доступніших: вона сприяє підтримці у спортсмена правильної постави й хорошої фізичної форми. Сама гра не

вимагає відмінного серця й легенів, які, навпаки, підтримуються у гравця в хорошому стані — більярд є перш за все видом фізичного загартування організму. Відтак більярд розвиває окомір, виробляє чіткість і координацію рухів, швидкість реакції, винахідливість. Сам гравець, набуваючи її навички, привчається до терпіння й холонокровності [34].

Більярд — це і відпочинок, і розвага: гра, вже з перших ударів кийком, знімає нервову напругу, що накопичилася, в перші її хвилини. Гравець майже повністю відволікається від повсякденних дрібниць і віддається захоплюючому змаганню. В додатку більярд врівноважує емоції й виробляє ряд якостей, необхідних людині в житті: вчить вигравати, напружуючи всю силу волі, — і долати опір суперника; одночасно вчить і програвати, не впадаючи в паніку або відчай та не втрачаючи віри в себе [34].

Влаштуваючи більярдні столи в готелі слід враховувати те, що більярд - це не досить тиха гра, і тому не слід розміщувати більярдні столи у кімнаті відпочинку, де люди, можливо, читають, дивляться телевізор, або працюють в Інтернеті. Кращій варіант – це створення більярдної кімнати. Розміри та простір даного готелю дозволяють створити таку кімнату, доступ до якої буде надаватися виключно для гостей готелю. Також у приміщенні де будуть стояти більярдні столи не повинно бути підвищеної вологи, бо може зіпсуватися дороге обладнання [11].

Слід звернути увагу на стан перекриттів між поверхами, оскільки, один більярдний стіл може важити до півтори тонни. Навколо більярдного столу з кожного боку повинно бути 2 метри вільної площі - для того, щоб гравці могли вдарити по шару з будь-якої точки. Таким чином, приміщення, в якому буде організовуватися більярдна, повинно бути доволі просторим. Також, у приміщенні де встановлюються більярдні столи повинні розміщуватися стійки для кийків, шафи або полички для куль, меблі для зони відпочинку і очікування (всі розрахунки щодо площі зали та розмірів наведені у розділі 3.3).

Проте, обладнання закладів культурно-масового значення потребує вкладання великих коштів, які йдуть на створення затишного інтер'єру, закупівлю дорогого обладнання (так, наприклад, середня ціна лише одного якісного більярдного столу складає 4-7 тисяч доларів), прийняття на роботу великої кількості нових працівників та ін. Тому, багато зарубіжних готельних комплексів просто здають приміщення в оренду саме під казино, диско-клуби, більйардні зали та боулінг-клуби [11].

Таким чином, готель буде отримувати прибуток, уникаючи великих затрат, а гості будуть мати можливість користуватися послугами гри у більйард, не виходячи з території готельного комплексу.

Беручи до уваги можливість готельного підприємства «Президент-готель» пропонується обладнати приміщення більйардної для розміщення трьох більйардних столів для гри в російську піраміду та два столи для гри в американський пул. Щодо послуг пропоную проводити звичайні партії гри, турніри вихідного дня та виступи майстрів більйардної гри.

Отже, створення більйардної зали значно підвищить як популярність даного закладу так і його конкурентоспроможність.

Переконструювання бенкетного залу в зал-трансформер для виставок творів мистецтва, а також проведення бенкетів або інших заходів у готелі «Президент-готель» є можливим.

Моєю пропозицією щодо удосконалення даної послуги є створення картинної галереї та проведення тут різноманітних виставок-продаж для представлення та ознайомлення з мистецтвом сучасних українських художників, а також проведення бенкетів та інших заходів. Також можливе комбінування обох заходів.

Про вплив мистецтва на життя і здоров'я людини, і не лише душевне, а й фізичне, відомо давно. Звичайно ж, найбільше зустріч з прекрасним діє на наш психологічний стан. Споглядання мистецьких творів допомагає зняти напругу, стрес, вивільнитися від тривоги, позбутися депресії. Справжнє

мистецтво гармонізує наш внутрішній світ, допомагає відновити душевну рівновагу. Недаремно психотерапевти в усьому світі все більше застосовують у своїй практиці арт і музикотерапію [2].

Отже, для створення відповідної зали необхідно облаштувати стіни залу таким чином, щоб можна було розмістити на них картини та потрібно розробити єдиний нейтральний колір інтер'єру, наприклад колір беж.

Наступним кроком є підбір творів мистецтва для даної зали, тому пропоную наступних митців, твори яких можна розмістити у галереї, концепція яких є доволі цікава та може вписуватися в концепцію архітектури та інтер'єра готелю (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2

Потенціальні митці галереї та їх роботи

Художник	Характеристика робіт
Темо Свірелі	Відомий художник, який більшу частину свого життя прожив у Києві та був учасником багатьох виставок в Україні та за її межами. Жанр, в якому він працює це живопис та абстракція. Твори: «Стрибок», «По ту сторону», «Зітхання Марсу», «День (фрагмент)» та ін.
Анастасія Крайнева	Пейзаж, натюрморт, портрет, жанрова композиція. Художниця не обмежує себе одним напрямком. Головна мета - залучити глядача в творчий процес. У мальовничих полотнах є деяка імпровізація, яка пропонує глядачеві піти своїм шляхом. Твори: «Бухта», «Під хмарами», «Перловий ранок», «Стара, стара казка..» та ін
Олена Придурвалова	Одна з найбільш обдарованих і самобутніх українських художників. Її полотна і гуаші впізнаванні на будь-якій виставці: вони запам'ятовуються не тільки яскравістю гами, але й особливістю, майже дитячої відкритістю і жвавістю погляду на світ навіть у монохромних, стриманих пейзажах. Жанр: живопис, пейзаж, натюрморт, жанровий живопис. Твори: «Літнє буйство», «Зимнє місто», «Гуаш», «Запах трав» та ін.

Продовження таблиці 3.2

Олег Щиголев	Художник. Закінчив художнє училище м. Дніпропетровська. У виставках бере участь з 1976 р. Його роботи знаходяться в Міністерстві культури України, художніх музеях і галереях Луганська, Києва, в приватних колекціях України, Великобританії, Італії, Іспанії, Голландії, США, Данії, Ізраїлю. «Мої картини — картини настрою. Ще не написані, вони стоять у нескінченній черзі, губиться десь на горизонті» — так характеризує свої роботи художник. Жанр, в якому працює художник це абстракція та жанровий живопис. Твори: «Риба», «Всередині та зовні. Оптичні ілюзії», «Чаювання», «Весна. Вівальді. Пори року» та ін.
Ходченко Олександр	Художник, композитор, діяч українського андеграунду. У своїх живописних композиціях створює світ заснований на пейзажній тематиці та архітектурних об'єктах, додаючи змінений простір і розробляючи вимір повітряної перспективи. Використовує техніки фактурного письма, лессіровок, експериментує зі складними колоритами. Створив серію графічних робіт з костюмами для вуличних театрів і хеппінгів. Жанр його работ – живопис та жанровий живопис. Твори: «Весна на даху», «Біля відзеркалень», «На вузькій річці», «Свято» та ін.
Брагинський Роберт	Основний напрямок його робіт - пейзажі. Надумку Роберта, майбутнє у людства в розвитку реалістичного мистецтва. Адже тільки мистецтво здатне вплинути на внутрішній зміст кожного і розвинути індивідуальність і кращі якості людини. Твори: «Двір», «Зимовий пейзаж», «Італія», «Перед грозою» та ін.

Джерело: розроблено автором

У висновку, для ефективної співпраці з вище представленими митцями необхідно заключити договір на співпрацю та дозвіл використання їх творів у

картинній галереї готелю «Президент-готель».

Таким чином, створення більярдної та картинної галереї підвищить популярність, привернувши увагу оновленнями, а також підвищить дохід та конкурентоспроможність самого готелю «Президент-готель».

3.3. Обґрунтування пропозицій організації дозвілєвих заходів на підприємстві «Президент-готель»

Відкриття більярдного клубу – прибуткова бізнес-ідея у сфері розваг для дорослих. Перед тим, як відкрити більярдний клуб в готелі, варто зробити детальний аналіз ситуації на ринку розваг.

Відкриття більярдного клубу як бізнес несе в собі певні ризики. Власне, від ризиків не застрахований жоден існуючий бізнес-проект. Тому прагматичне розуміння та прорахунок потенційних ризиків варто сприймати як невід’ємну складу та обов’язковий компонент під час написання детального бізнес-плану відкриття більярдного клубу. Виявлення та розуміння ризиків допоможе вам завчасу придумати шляхи і способи їх нейтралізації, або зменшення негативних наслідків.

Основні ризики створення більярдного клубу полягають в наступному:

- висока конкуренція серед більярдних клубів;
- досить низька ціна послуги, що не дозволяє клубу стрімко розвиватися (без додаткових послуг);
- розвиток інших видів розваг, що сприяють відтоку клієнтів;
- недоброчесні дії з боку основних конкурентів;
- соціально-економічна ситуація в країні (криза, пандемія тощо).

Перед тим як відкрити більярдний клуб, слід підготувати необхідний перелік документів для офіційної реєстрації як суб’єкта підприємницької діяльності.

Оптимальні КВЕДи для більярдного клубу – 71.40. і 92.71. Також потрібно отримати документи на відповідність приміщення від пожежної та

санепідемслужби. У планах також продаж алкоголю та закусок – тому потрібні відповідні ліцензії та договори на постачання. Слід обрати оптимальну систему оподаткування для доходів більярдного клубу.

Перед тим як відкрити більярдний клуб, варто приділити величезну увагу локації закладу та самому приміщенню клубу. Для відкриття більярдної оптимально орендовану приміщення площею 150-200 квадратних метрів. Готельне підприємство має конференц-зал секції (А + В) площею 193 кв. м. та має необхідну комунікацію, таку як електрика, вода. Приміщення не потребує ремонту, що значно знижує додаткові витрати для облаштування інтер'єру зали та відтермінують окупність даного проекту.

Зазначені розміри приміщення дозволять розмістити затишний бар, кухню, 5 ігрових столів, кальянну кімнату, кімнату персоналу, гардероб і вбиральні. Варто зазначити, що для надання якісних послуг клубом необхідне тільки якісне обладнання. Перш за все, це професійні більярдні столи, кулі і кий.

Задля замовлення необхідного якісного обладнання було обрано спеціалізовану компанію-виробника компанія «Більярд-центр». Основним видом продукції, яку виготовляють є більярдні столи. Компанія заснована у 1999 році і з цього часу працює на ринку України та за її межами. Компанія «Більярд-центр» знаходиться на заході України в 100 км від обласного міста Львів у місті Броди і має дуже зручне місце розташування, оскільки поряд проходить траса Київ – ЧОП [47].

Для клієнтів компанії запропонований широкий спектр послуг:

- виготовлення більярдних столів еліт - та економ класу на замовлення; це столи для гри в «російську піраміду» всіх розмірів і видів, американський пул та снукер;
- продаж комплектуючих та аксесуарів;
- професійне складання більярдних столів;
- перетягування сукна;
- ремонт та реставрація більярдних столів.

Як запевняє виробник: «Наші спеціалісти застосовують індивідуальний підхід до кожного замовлення. У виробництві більярдних столів ми використовуємо цінні породи деревини (бук, дуб, ясен). На Ваше замовлення комплектуємо і оздоблюємо столи будь-якої складності. У нас Ви можете придбати аксесуари для гри в більярд провідних світових та українських виробників за доступними цінами. На території підприємства працює виставковий зал, де Ви може переконалися у високих ігрових якостях наших більярдних столів, вибрати будь-яку модель стола на свій смак і, замовляючи більярдний стіл, прийняти безпосередню участь у моделюванні і комплектації майбутньої покупки» [47].

Виходячи з представленої інформації, рішення про співпрацю з компанією-виробником «Більярд-центр» є ідеальним варіантом для замовлення обладнання. Контактні данні компанії представлені в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Контактні данні «Більярд-центр»

Адреса:	УКРАЇНА, Львівська область, м. Броди, вул. Львівська, 28
Контактні телефони:	моб.: 067-332-40-28 моб.: 066-177-07-85
E-mail:	pool@online.ua

Джерело: розроблено автором

Середня вартість одного більярдного столу в Україні – 75 000 гривень. Однак представлена компанія пропонує більярдні столи вартістю до 20 тис. грн. Окрему увагу варто приділити освітленню більярдної. Над кожним столом необхідно розмістити точкове освітлення з функцією таймера – по закінченню гри світло над столом згасне, сигналізуючи гравцям про те, що оплачений час закінчився.

Величезна складова успіху більярдного клубу – грамотно підібраний персонал: професійний та цілеспрямований, з певним досвідом. Хоча можна починати і з новачками, які прагнуть проявити себе. Зокрема це стосується офіціантів. Для більш відповідальної роботи варто надавати перевагу все-

таки професіоналам (бармен, кухарів тощо). В будь-якому випадку, перед тим як відкрити більярдний клуб, слід приділити достатньо часу для підбору майбутнього персоналу.

Персонал більярдного закладу буде складатися з барменів, кухарів, адміністратора, маркерів і офіціантів. До маркерів будуть пред'являтися особливі вимоги. Людина повинна ідеально знати правила гри в більярд, бути ввічливим і чуйним і непогано володіти навиками гри. У його обов'язки входить стеження за справністю обладнання, пояснення правил гри і проведення VIP-партій з клієнтами клубу. Фонд оплати праці персоналу складе 60-70 000 гривень в місяць.

Потенційний прайс більярдного клубу може виглядати наступним чином:

- російський більярд – 3 столи, ціна гри 75 грн./год.
- американський більярд (пул) – 2 столи, ціна гри 60 грн./год.
- VIP-гра з досвідченим маркером
- бар з пивними напоями та закускою
- кальян
- трансляція спортивних змагань
- чоловічі вечірки.

Варто зазначити, що за статистикою в місті на 350 тис. жителів працює всього два-три більярдних клуби, які можуть надати подібний перелік послуг. Решта ж гравці ринку, пропонують клієнтам значно менший перелік послуг (найчастіше, тільки лише гру в більярд). Тому обравши дану концепцію надання пакету, це серйозно, в позитивному напрямку, відобразиться на прибутках від наданих послугах.

Для того, щоб відкрити конкурентний більярдний клуб, потрібно орієнтовно від 1 мільйона гривень. Цієї суми буде достатньо, щоб покрити усі необхідні витрати для купівлі устаткування, оренди приміщення, мінімального ремонту, власне самої реєстрації бізнесу та купівлі асортименту товару.

Початкові витрати на відкриття бізнесу:

- косметичний ремонт – 150 000 грн;
- барне устаткування – 110 000 грн;
- кухонне обладнання та інвентар – 100 000 грн;
- офісне обладнання (кімната персоналу та бухгалтера) – 50 000 грн;
- більярдне обладнання (столи, кий, кулі, аксесуари) – 500 000 грн;
- купівля асортименту товарів (продукти, інгредієнти, пиво і закуска) – 30 000 грн;
- реєстрація бізнесу та інші витрати – 15 000 грн;
- резервний фонд – 100 000 грн;
- разом – 1 055 000 гривень.

Постійні щомісячні витрати складуть:

- заробітна плата – 75 000 грн;
- комунальні витрати – 8 000 грн;
- амортизація обладнання – 5 000 грн;
- реклама – 5 000 грн;
- аутсорсинг (бухгалтерія і прибирання) – 6 000 грн;
- інші витрати – 12 000 грн;
- разом собівартість – 111 000 гривень.

Перейдемо до розрахунку основних показників економічної ефективності більярдного клубу.

- середній чек закладу (більярд + послуги бару) – 225 грн/особа;
- кількість відвідувачів в будній день – 20 осіб;
- кількість відвідувачів у вихідний день – 60 осіб;
- виручка в місяць – 99 000 грн. (22 дні) + 108 800 грн (8 днів) = 207 800 грн;
- прибуток закладу до оподаткування – 66 800 грн;
- чистий прибуток (орієнтовно) – 56 780 гривень.

Рентабельність більярдного клубу, за розрахунками бізнес-плану, становить 27,3%. При таких показниках проект окупиться за 25-30 місяців

роботи (з урахуванням періоду на розкрутку проекту).

Отже, це досить вигідний варіант впровадження дозвілля на підприємстві.

Для відкриття галереї не потрібно якихось спеціалізованих дозволів від державних інстанцій, тому що і спеціального органу контролю подібних місць для проведення виставок поки немає. Тому, як і в будь-якому іншому бізнесі, знадобляться виключно стандартні папери.

Є спосіб уникнути всієї тяганини самому, заплативши певну суму грошей спеціалізованій фірмі. Подібні організації беруться зробити все. Це прискорить процес і звільнить час для формування власного проекту.

Так як виставки, які будуть проводитися в галереї, розраховані на гостей готелю, на масове відвідування людей Києва і Київської області, а також приїжджих з інших міст, потрібно ґрунтовно турбуватися питанням розміщення підприємства. Зручність відіграє велику роль в питанні відвідуваності і популярності, тому розташування готелю з центрі столиці значно підвищує відвідування галереї.

Чималу увагу в приміщенні галереї приділяється освітленню і внутрішньому клімату. Тому важливо, щоб в робочому стані знаходилися якісні системи вентиляції, кондиціонування повітря і системи підтримки певної температури. Експонати бувають різними, і для деяких важливий оптимальний температурний режим.

Приміщення галереї повинно мати кілька зон. А загальна площа буде варіюватися виходячи з заздалегідь певної спрямованості проведених заходів. Чим більша різноманітність виставок планується проводити в своєму приміщенні, тим з більшою ймовірністю буде потрібно зовсім немаленька площа. Однак в даному випадку розглядається приміщення банкетного залу «Предстлава» готелю «Президент-готель» площею в 214 квадратних метрів.

Зони галереї:

- Кімната для зберігання робіт. Не менше 50 квадратів.
- Приміщення для зберігання обладнання та реквізиту. Не менше 50

квадратів.

- Власне зал для виставкових робіт. Порядку 114 квадратних метрів.

Персонал діючої галереї може бути як постійним, так і в деяких посадах - тимчасовим. Крім технічних фахівців потрібно звернути увагу на кілька позицій персоналу:

Керівник проекту. Важлива посада, так як саме від його діяльності буде залежати такі показники як престиж галереї, її популярність, а відповідно і дохід. Він буде приймати рішення з приводу форматів і тематики проведених виставочних заходів.

Програміст. З міркувань того, що в готелі є служба комп'ютеризації, слід найняти нового програміста, який буде займатися безпосередньо організацією і підтриманням технічних складових залу галереї. Також він буде відповідальний за просування вкладки віртуальної галереї на сайті готелю «Президент-готель» (опис даної пропозиції представлено в пункті 4.3).

До того ж, на сьогоднішній день, не обов'язково наймати в штат постійного фахівця сфери ІТ. Так само як і основне програмне забезпечення готелю знаходиться на аутсорсингу, фахівця в створенні і підтримці технічної частини галереї можна використовувати так само.

Консультанти. Важливі персони, так як повинні будуть знайомити відвідувачів з експонатами, витворами мистецтва і всіляко консультивати. Тому наймати на посаду консультантів потрібно ерудованих людей. Від якості роботи фахівців цієї посади буде залежати популярність проекту, продажу виставлених шедеврів і загальний престиж.

Секретар прес-служби. Тут все просто. Це людина, яка працює над висвітленням запланованої виставки в засобах масової інформації.

Куратор галереї. В принципі, цю посаду і посаду керівника проекту можна з'єднати. А взагалі, куратор - та людина, які визначає тренд, налагоджує зв'язок з відповідальними людьми, вирішує питання з розміщенням творів у виставковому залі і оформленням експозиції.

Витрати галереї будуть формуватися виходячи з безлічі чинників. Оренда приміщення нам не потрібна, так як приміщення ми вже маємо.

Другий пункт витрат - ремонт. Це важлива частина всієї справи, так як ми створюємо в першу чергу візуальний проект. Люди, перебуваючи в приміщення галереї, будуть оцінювати не тільки самі експонати, а й їх поєднання з внутрішнім стилем будівлі, який, як не крути, вплине на сприйняття приватного і цілого. Обраний зал готелю «Президент-готель» - «Предстлава» цілком облаштований за всіма перерахованими вище характеристиками, проте косметичний ремонт все ж слід зробити і виділити на це приблизно 50 тис. грн.

Третій пункт - оплата праці. Персонал буде як постійний, так і на відрядних умовах. Але розрахунок повинен відбуватися, спираючись на цифру в 5 - 8 тис. грн. на співробітника щомісяця. Слід виділити 50 тис. грн.

Четвертий пункт - маркетингова компанія. Важлива частина, як вже було описано вище, для всього проекту галереї. Тому, видаткова графа матиме цифри в 25 - 35 тис. грн на місяць.

Це основні витрати в проекті. Крім них існують ще періодичні, ризикові і інші. На них слід виділити в загальній сумі - 80 тис. грн.

У загальній сумі витрати становлять - 215 тис. грн.

Прибуток в проекті галереї - плаваюче значення. Все залежить від цін творів мистецтва, які будуть виставлятися і продаватися у галереї. Також на дохід буде впливати і комісійний принцип. Тобто відсоток, який буде отримувати організатор від продажу виставки, а також відсоток, який отримує художник також варіюються і визначаються перед заходом в договірній основі.

При позитивних тенденціях і сміливих підрахунках, якщо організувати виставку з двадцяти - сорока картин, встановити ціну на вхід – 50 грн, при 70 відвідувачів в неділю, а також продавати там третину експонатів, то можна вийти на прибуток в 14 - 20 тис. грн в місяць. Прогнозуюча окупність проекту становить 12 – 16 місяців.

Хоча, саме через те, що гарантій виходу саме на ці цифри ніхто не дасть, а дохід буде не стабільним відносно суми прибутку, проект організації галереї поки не настільки популярний. Але при цьому вкрай перспективний, якщо практикувати педантичний і професійний підхід до кожного етапу організації.

Висновки до розділу 3.

«Президент-готель» надає багатий спектр додаткових послуг на вищому рівні, які задовольняють всі вподобання гостей готелю. Це і сауна і турецька лазня і басейн, доступ до мережі Інтернет, конференц-послуги, перукарня, ресторани, бари, спа тощо.

Один з залів - Конференц-центр готелю «Президент-Готель» – один з кращих в Києві. У його складі декілька конференц-залів місткістю від 10 до 465 осіб. Шумопоглинаючі стіни залів дозволяють повністю зосередитися на роботі. Для проведення міжнародних конгресів, виставок, презентацій, шоу-програм в готелі «Президент-Готель» є великий конгресс-холл – окрема будівля, в якій розмістився зал на 465 осіб.

Всі гості готелю «Президент-Готель» з 7:00 до 11:00 можуть відвідати оздоровчий комплекс готелю, який включає фінську сауну, турецькі лазні, тренажерний зал, басейн. Всі ці послуги включені у вартість перебування. Оздоровчий центр готелю «Президент-Готель» також пропонує скористатися солярієм, випробувати на собі різні види масажу.

Також в готелі функціонує розважальний комплекс. На його території можна побачити виступ танцівниць стриптизу, а також скористатися послугами бару.

У холі готелю працює бар Експрес. Вечорами тут можна почути виступи камерного тріо або живу фортепіанну музику тощо.

Готель пропонує послуги організації весілля декількома способами. А також програму лояльності гостей, що підвищує користування додатковими

послугами готелю.

Однак недоліки готелю все ж таки існують. Проаналізувавши негативні коментарі на сайтах бронювання, ми дійшли висновку, що потрібно вирішувати наступні проблеми: недружелюбний персонал; дуже гучна вентиляційна система; погана шумоізоляція номерів; запах цигаркового диму; маленький вибір страв на сніданок; високі ціни тощо. Були запропоновані шляхи вирішення даних проблем. У висновку можна зазначити що готель «Президент-готель» здатен підтримувати високу якість послуг, але вирішивши певну кількість проблем, які на даний момент турбують гостей.

Для удосконалення організації надання дозвіллевих послуг, підвищення конкурентоспроможності та додаткового прибутку в готелі «Президент-готель» пропонується обладнати залу для гри у більярд, а також переробити один з бенкетних залів в експозиційний зал-трансформер для створення віртуальної картинної галереї, організації виставок та демонстрації творів мистецтва, призначених для огляду та їх продажу, та для проведення бенкетів й інших заходів. Подібну стратегію застосовують зарубіжні бізнес готелі для привернення уваги та реклами послуг готелю та для більш різноманітного проведення вільного часу гостей.

А також були проведені певні аналітичні дослідження та розрахунки вартості і в результаті рентабельності впроваджуваних послуг. У висновку ми маємо розрахований більярдний зал, що зможе приносити дохід у розмірі більше 50 тис. грн, при початкових втратах у 1,2 млн. строк окупності більярдної зали становить 25-30 місяців.

Розраховуючи витрати на реконструювання та облаштування картинної галереї, ми виходимо на загальну суму витрат у розмірі 215 тис. грн., а строк окупності, при найпозитивніших щомісячних доходів у розмірі до 20 тис. грн., буде становити рік – півтора.

РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ «ПРЕЗИДЕНТ- ГОТЕЛЬ»

4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт на підприємстві.

Виживання і конкурентоспроможність підприємства в сучасних економічних умовах - найважливіші завдання, які необхідно щодня вирішувати керівництву компанії. Існує безліч способів, що дозволяють досягти поставлених цілей, один з яких полягає в ефективному використанні внутрішніх резервів.

При пошуку «прихованих» резервів варто звернутися до управлінських технологій. Впровадження системи контролінгу дозволяє підвищити керованість бізнес-процесами підприємства, сприяє посиленню контролю над його активами і раціональності їх використання. За допомогою контролінгу можна підняти ефективність управління підприємством на якісно вищий рівень [3].

Успішне вирішення завдань, що стоять перед контролінгом (збільшення внутрішньо-фірмової прозорості діяльності компанії, підвищення результатів виробничої діяльності, скорочення витрат, оцінка рентабельності нових видів продукції і т.д.), можливо лише при активному використанні сучасних інформаційних технологій, що дозволяють накопичувати, систематизувати і обробляти великі масиви даних [3].

Сучасний готель, а саме готель «Президент-готель», неможливо уявити без великої універсальної інформаційної системи. Від неї вимагаються розв'язання поставлених перед бізнесом стратегічних завдань, забезпечення користувачів технологіями управління, що дозволяють пропонувати бездоганний рівень обслуговування гостей. У свою чергу, підвищення

ефективності роботи підприємства сприяє збільшенню прибутку та якнайшвидшому поверненню інвестицій [11].

У готельному підприємстві «Президент-готель» впроваджена сучасна система - програма для готелів SERVIO - потужний багатофункціональний програмний інструмент, який вирішує всі найважливіші завдання готельного бізнесу: бронювання, поселення гостей, проведення конференцій та банкетів, управління персоналом і контроль їх роботи, фінансовий і бухгалтерський облік, інші [35].

Програмне забезпечення для готелю «Президент-готель» - SERVIO - це:

- єдина система управління напрямками діяльності готельного комплексу (готель, ресторан, СПА, аквапарк, фітнес-зона та інші);
- корпоративний модуль для надання доступу компаніям-корпоранти до номерного фонду готелю для самостійного бронювання номерів (наприклад, travel-агентствам);
- точний товарний, бухгалтерський і фінансовий облік;
- прозорість у веденні господарської діяльності;
- гнучка система бронювання, поселення і обслуговування гостей;
- ефективна система управління номерним фондом;
- облік робочого часу співробітників, контроль роботи персоналу, CRM для housekeeping;
- синхронізація зі спеціальним обладнанням, системою контролю управління доступом, BMS;
- ведення клієнтської бази;
- проведення дисконтних, бонусних і інших програм лояльності;
- інтегрована система онлайн-бронювання (сайт, OTA-канали);
- взаємопов'язана робота всіх служб підприємства для організації комплексного обслуговування і врахування думки кожного клієнта;
- понад 130 звітів для детального аналізу роботи готелю [35].

Програма SERVIO розроблена з урахуванням всіх потреб готельного бізнесу, щоб допомогти готелю «Президент-готель» налагодити бізнес-процеси, ефективно витратити всі наявні ресурси, мінімізувати витрати, оптимізувати роботу персоналу та отримати максимальний прибуток.

Система автоматизації для готелів SERVIO включає всі необхідні модулі, які використовуються на підприємстві «Президент-готель» для ефективної автоматизації бізнес-процесів:

- PMS;
- модуль бронювання для сайту SERVIO Reservation;
- Channel Manager для OTA-каналів;
- інструмент для ведення товарного і фінансового обліку УНФ SERVIO BackOffice;
- мобільні додатки;
- програмні інструменти для персоналу;
- єдина система управління напрямками діяльності готельного комплексу [35].

Програма SERVIO складається з різних модулів, кожен з яких вирішує завдання не тільки готелю, але і ресторану, СПА-комплексу, фітнес-залу та інших напрямків діяльності при готелі «Президент-готель», об'єднуючи їх все в єдину систему управління і забезпечуючи повноцінну взаємозв'язок один з одним [35].

PMS для готелю SERVIO HMS.

Програма для готелю SERVIO HMS - основний інструмент в системі автоматизації для готелів, що володіє найбільш широким набором функцій. Програма вирішує всі завдання, пов'язані з бронюванням номерів і обслуговуванням гостей (поселення, розрахунок і т.д.), має вбудовану CRM для housekeeping, інструменти для конференц-сервісу [35].

Гнучка система настройки тарифів і установка спеціальних умов для кожного каналу продажів дозволяє ефективно використовувати номерний фонд готелю, забезпечуючи при цьому захист від овербукинга.

Наприклад, якщо готелю «Президент-готель» потрібно скласти 130 звітів, то система дозволяє максимально детально проаналізувати роботу готелю, виявити слабкі місця і виправити їх.

Модуль бронювання на сайт SERVIO Reservation.

Модуль бронювання SERVIO Reservation розроблений для того, щоб сайт готелю - прямий канал продажів, - почав продавати. Він встановлюється на сайт готелю «Президент-готель» і підключається до SERVIO HMS. Вся інформація про тарифи, доступність номерів і нові броні автоматично синхронізується між даними програмними інструментами в реальному часі без затримок [35].

Channel Manager для OTA-каналів.

Channel Manager для OTA-каналів - програмний інструмент, який повністю автоматизує використання OTA-каналів. Автоматичне отримання броней в PMS, зміна тарифів, оновлення актуальних даних про доступність номерів на всіх OTA-каналах - і все це в перебігу 2-4 хвилин. Досить швидко, особливо якщо врахувати, що Channel Manager дозволяє використовувати до 500 OTA-каналів одночасно [35].

Завдяки можливості в PMS-системі SERVIO HMS може задавати спеціальні умови для даного каналу продажів і встановлювати обмеження на квоти (наприклад, тільки 80% номерного фонду), програма захищає готель «Президент-готель» від овербукинга.

Зв'язок готельної програми SERVIO HMS з програмним забезпеченням для ресторанів SERVIO POS і програмою для СПА SERVIO POS SPA.

Кожен з перерахованих програмних продуктів в системі автоматизації SERVIO працює як самостійно, так і в зв'язці один з одним. Вся інформація про заходи (наприклад, конференція) або використанні додаткових послуг (наприклад, відвідування СПА) автоматично потрапляє до відповідних програм, тим самим виключаючи потребу дублювати її вручну, покращуючи якість обслуговування і підвищуючи лояльність з боку клієнта [35].

Інструменти для отримання бронювань:

- PMS-система (АСУ) SERVIO HMS для бронювання номерів адміністратором готелю, наприклад, на рецепції. У неї також потрапляють броні з усіх інших каналів отримання заявок (сайт готелю, додаток і т.д.), так як HMS є основною програмою для управління бізнес-процесами в готелі;
- Модуль бронювання для сайту SERVIO HMS Reservation для отримання заявок з власного сайту. Встановлюється на сайт за допомогою коду, має пряму синхронізацію з HMS;
- Channel Manager для отримання заявок з OTA-каналів. Залежно від обраного пакета можна розмістити готель «Президент-готель» більш ніж на 400 світових OTA-каналах;
- HMS Corporate для бронювання номерів в готелі третіми особами, наприклад, travel-агентствами. Програма HMS Corporate - це доступ до актуального номерного фонду готелю «Президент-готель» і можливість самостійно бронювати номери в ньому персоналу, наприклад, travel-агентств;
- Мобільний додаток SERVIO Mobile Loyalty з вбудованим модулем бронювання номерів. З ним клієнти готелю «Президент-готель» зможуть бронювати номер прямо в додатку, встановленому на своєму смартфоні. Однак даний додаток знаходиться тільки на стадії розробки [35].

Висвітлюючи цінову політику розглянутої пропозиції, та зв'язавшись з представником даного програмного забезпечення, була вказана вартість програми в залежності від кількості номерів готелю. Отже, вартість даної програми становить 300 тис. грн., що є в рази менше за вартість програмного забезпечення SAP ERP, яке на даний момент коштує приблизно 1 млн. грн.

Щоб краще зрозуміти масштабність та багатofункціональність представленої системи Servio, у «Додатку В» представлено «Візуальний комплекс готелю «Президент-готель»».

Отже, підводячи підсумки, можу заявити з упевненістю, що дане програмне забезпечення є найкращим варіантом для готельного підприємства «Президент-готель». Дане програмне забезпечення готельного бізнесу дозволяє завжди бути в тренді, крокуючи нога в ногу з часом та адекватно

реагуючи на різноманітні виклики в цьому напрямку діяльності. Це більш сучасне та практичне рішення для ефективної роботи готелю «Президент-готель», для залучення більшої кількості клієнтів та отримання ще більшого прибутку від надання основних та супутніх послуг.

4.2. Аналіз Інтернет-контенту готельного підприємства

Динамічна експансія соціальних медіа у вітчизняний інтернет-простір підтверджує доцільність їх інтеграції у бізнес-діяльність. Поступово вони стають невід'ємним компонентом маркетингової політики підприємств, генеруючи новий інструмент інтернет-маркетингу – маркетинг у соціальних медіа (Social Media Marketing).

Український готельний ринок має сприятливу ситуацію для розвитку маркетингу у соціальних медіа, але деякі підприємства готельного господарства нерационально використовують потенціал даного інструменту. Згідно з проведеними дослідженнями, 30% вітчизняних готелів не представлені у жодній із соціальних мереж. Здійснення діяльності у них відбувається на інтуїтивному рівні та характеризується відсутністю системності. Недостатній досвід підприємств у застосуванні соціальних медіа у комплексі інтернет-маркетингу призводить до невідповідності ступеня їх використання до існуючих можливостей.

Аналізуючи інтернет-контент готельного підприємства «Президент-готель» слід почати з соціальних мереж. Адже на сьогодні соціальні мережі є ефективним способом просування готельного бізнесу. Завдяки збільшенню аудиторії в соц.мережах збільшується і його відвідуваність і, відповідно, кількість інформації, як повсякденної так і комерційної, а тому збільшується довіра до інформації що надають такі мержі як Instagram, Twitter, Facebook та інші. Вони є важливим елементом електронної комерції.

Готель «Президент-готель» займається просуванням своїх послуг на таких платформах як Facebook та Instagram, а також офіційний сайт готелю розроблен таким чином, що має дуже зручне використання [48], [49], [52].

Офіційний веб-сайт «Президент Готелю» створює позитивний імідж готельного підприємства та його продуктів. Дизайн сайту простий, не має зайвих ілюстрацій. На сайті розміщена загальна інформація про готель, про типи номерів, різноманітні заходи готелю, є інформація про ресторани та бари, акції та програми лояльності. А також містить інформацію про Anti Covid Policy та застереження профілактики. Кожна сторінка сайту супроводжується яскравими ілюстраціями, що підтверджують достовірність даної інформації. Відповідно до цього на сайті розміщена галерея.

Веб-сайт готелю пропонується чотирма мовами: українською, російською, англійською та китайською. Сайт пропонує онлайн бронювання, яке є достатньо простим та зручним у використанні. На сайті розташовані контактні дані готелю, а саме: адреса, телефон/факс, пошта та посилання на офіційні соц. мережі: Facebook, Instagram та Google картах.

Акційні пропозиції, що представлені на офіційному сайті мають вигляд по-перше, бронювання певних категорій номерів, наприклад:

Для гостей номерів категорії «Бізнес суперіор» готель пропонує безкоштовні послуги пральні (дві речі в день), відвідування оздоровчого комплексу з 07:00 до 23:00, а також приємний бонус: подарунковий десерт від кондитерської готелю «Тейстерія» і знижку 10% на послуги тайського масажу.

Для гостей номерів категорії «Напівлюкс» готель пропонує додаткові переваги, такі як безкоштовні послуги пральні (дві речі в день), подарунковий десерт від кондитерської готелю і безкоштовне відвідування оздоровчого комплексу.

Або для гостей категорії розміщення «Люкс», готель пропонує безкоштовні послуги пральні (дві речі на добу), вечірній сервіс та відвідування Оздоровчого комплексу з 7.00 до 23:00.

По-друге, за наявності промокода можна отримати або знижку на проживання у готелі або на додаткові послуги.

«Президент Готель» презентує новий формат івентів, віртуальну студію - Virtual Communication Space.

Відеотрансляції телевізійного рівня:

- Chromakey-екран для створення персонального фону трансляції;
- Full HD якість зображення.
- 2 камери PTZ;
- Обладнання для синхронного перекладу.
- Відеомонтаж трансляції після запису;
- Можливість створення інтерактиву під час трансляції;
- Технічна підтримка.
- Створення реєстрації на захід;
- Підключення декількох спікерів в ефір.

Вартість послуги представлена у таблиці 4.1.

Таблиця 4.1

Прайс послуги «Віртуальна студія»

Час	Вартість
За 4 години роботи	12000
За 8 години роботи	16000
Кожна додаткова година	2000

Джерело: розроблено автором

Тут також можна забронювати місце за телефоном або електронною адресою (таблиця 4.2):

Таблиця 4.2

Контактні дані «Віртуальної студії»

Контактний номер	(050) 450-66-30
Пошта	tarasenko@presidenthotel.com.ua

Джерело: розроблено автором

На офіційному сайті можливо здійснити 3D тур по готелю. Завдяки цьому можна не виходячи з дому відвідати кожен куток готельного комплексу: конференц-зали, переговорні зали, бенкетні зали, ресторани, хол готелю, а також територію поза готелем, тренажерний зал, спа-центр, басейн і звичайно можна оглянути кожен номер.

Сайт пропонує оформити підписку задля створення особистого акаунту та інформування постійних чи потенційних гостей щодо бронювання, новин та акційних пропозицій

Офіційна сторінка Facebook готелю «президент-готель» налічує більше 5 тисяч підписників. Публікації виставляються достатньо часто й інформація стосується ознайомлення з послугами, що надає готель, акційними пропозиціями, та різноманітними заходами, що влаштовуються у готелі або його території. Інформація у соціальній мережі Instagram фактично ідентична. Однак кількість підписників значно менша – 1,6 тисяч фоловерів.

Для проведення більш детального аналізу підприємства «Президент-готель» потрібно провести оцінку інтернет-контенту готелю, що представлена в таблиці 4.3.

Таблиця 4.3

Оцінка інтернет-контенту готельного підприємства «Президент-готель»

№ з/п	Критерії	Характеристика	Оцінка підприємств а*
1.	Дизайн сайту	Простий у використанні, пастельні тона не перегружають сприйняття інформації	5
2.	Зміна мови користування на сайті та їхня загальна кількість	Наявність чотирьох мов: українська, російська, англійська, китайська.	5
3.	Форма для зворотнього зв'язку із турфірмою або вікно для онлайн виклику	Є можливість швидкого виклику за номером, що представлений на сайті	5
4.	Прив'язаність сайту до соціальних мереж	З сайту можна перейти на : Facebook, Instagram та Google карти (3D тур)	5
5.	Наявність мапи сайту	Наявна зручна навігація	5

6.	Наявність на сайті контактних даних, адреси чи пошти	На сайті присутні контактні дані, адреса, пошта і факс	5
7.	Наявність мобільного додатку	Відсутня	0
8.	Галерея	Наявність великої яскравої галереї	4
9.	Наявність на сайті відеоматеріалів	На сайті присутня відео галерея	4
10.	Можливість бронювання авіаквитків	Відсутня	0
11.	Огляд новин	Є спеціальна графа новин, що стосується безпосередньо готелю	4
12.	Наявність гостьової книги відгуків	Відгуки гостей присутні на сайті	4
13.	Аналіз відгуків у гостьовій книзі; на скільки позитивні відгуки переважають негативні	Перевага позитивних відгуків	4
14.	Інформація про акції	Присутня в описі номерів	3
15.	Опис основних і додаткових послуг	Всі послуги готелю описані детально	5
16.	Наявність розсилки на e-mail споживачів	Відсутня	0
17.	Графа зустрічей та заходів	Присутня графа заходів готелю	4
18.	Інформація про співпрацю або партнерів	Присутня у графі контактів	4
19.	Наявність віконця курсу валют	Відсутня	0
20.	Вакансії	Відсутні	0
21.	Зручність сайту	Сайт зручний, багато цікавої та корисної інформації	5
22.	Рівень подання інформації	Логічне подання інформації, сайт не перевантажений.	5
23.	Середнє значення		76 / 110

*5 – максимальна оцінка, 1 – мінімальна оцінка.

Джерело: розроблено автором

Роблячи висновок, виходячи з наданих даних, можна з упевненістю сказати, що готельне підприємство «Президент-готель» має значно велику інтернет базу для продуктивної онлайн комерції. Однак це не означає, що потрібно залишати все як є. На мою думку, потрібно більше розкрутити вже існуючі соціальні мережі, а також відкрити шляхи просування і на інших платформах.

Таким чином, ми довели практичну доцільність і цінність практики використання сучасних інформаційних технологій в діяльності готельного підприємства.

4.3. Обґрунтування пропозицій по удосконаленню інформаційної діяльності готельного підприємства «Президент-готель»

Сучасний стан ринку готельних послуг характеризується високим рівнем конкуренції, різноманітністю видів наданих основних і додаткових послуг, підвищенням рівня обслуговування. Зростання складності управління та необхідність ведення контролю за усіма видами діяльності готельного підприємства зумовлює необхідність впровадження та використання інформаційних технологій, які дозволяють прискорити процес створення та продажу пакетів послуг споживачам, здійснювати маркетингове планування, фінансово-облікову й господарську діяльність та інше. У зв'язку з цим процес автоматизації підприємств готельної індустрії є актуальним для будь-якого готелю незалежно від кількості номерів, його категорії та місця розташування. Активне впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність готелів є необхідною умовою їх успішної роботи, оскільки точність, надійність, оперативність і висока швидкість обробки та передачі інформації визначає ефективність управлінських рішень у цій сфері.

На основі аналізу комп'ютерних систем та автоматизацій готельного підприємства «Президент-готель» та розуміючи той факт, що в більшості підрозділах готелю впроваджене вже застаріле обладнання для роботи, зокрема ноутбуки ASER 2009р.

В цьому випадку логічно змінити технічне обладнання на більш нове та сучасне, яке зможе задовольнити усі запити користувачів, підтримувати нові програми тощо.

Одна пропоную не закупати велику партію нових комп'ютерів, а розглянути наступну пропозицію. Пропоную впровадити технологію BYOD.

BYOD (аббревіатура від «Bring Your Own Devices») - це політика в інформаційних технологіях, суть якої полягає в ідеї «Принеси свій власний пристрій» на роботу.

Простими словами, співробітнику в компанії з концепцією BYOD дозволяється (або навіть пропонується з заохоченням у зв'язку з економією бюджету) доступ до корпоративних даних і систем через його приватний електронний пристрій. Тобто керівник надає на смартфон, планшет, ноутбук працівника безлімітний доступ до нечутливим системам і даними компанії. Відбувається це з ІТ-контролем над самими гаджетами, встановленими додатками і збереженими даними. Ось, що означає BYOD.

Суть технології полягає в наступному. Коли компанія закликає або дозволяє приносити з собою гаджети для доступу до корпоративних систем, підвищується загальна продуктивність співробітників:

- зручно;
- немає проблем із синхронізацією;
- з'являється схильність до інновацій і більше залученості в робочі процеси в позаурочний час.

Підприємство здорово економить, перекладаючи ІТ-витрати на користувача.

Ось, в чому полягає суть технології BYOD (або, вірніше, ІТ-політики в бізнесі) - зниження витрат, підвищення продуктивності. Разом з тим підприємство бере на себе ризики через можливість порушень у цифровій безпеці через чужі гаджетів. Щоб знизити ці ризики, компанії дотримуються таких особливостей роботи з BYOD-концепцією.

Для BYOD потрібні правила.

Які пристрої будуть підтримуватися, які ні? Хто буде платити за тарифний план? Чи є проблеми синхронізації даних? Які наслідки для конфіденційності? У кожній організації є питання і впливаючі з них політичні рішення - правила.

Кожен гаджет на рахунку.

Всі пристрої, які «дотягуються» до корпоративних ресурсів, повинні враховуватися і контролюватися хоча б на рівні «дозволити / заборонити». Використовуються технології для автоматизації цього процесу, маршрутизації і логування доступів.

Просто у використанні.

Рядовий працівник не зобов'язаний бути айтишником. Ось те, що точно означає BYOD, так це проста реєстрація особистих пристроїв в корпоративній системі. З боку компанії потрібен відповідний захист і безпеку. В ідеальному випадку користувачі отримують по електронній пошті посилання і активують профіль на своєму пристрої, тим самим підписуючи «Угода про допустимому використанні» для доступу до мережі.

Автоматизація видалення

Передбачається технологія автоматичної або спрощеної процедури відділення особистих даних користувача від корпоративних. Це потрібно для вибіркового «підчищення», наприклад, при звільненні або втраті особистого пристрою співробітника.

Оцінка ROI (окупність інвестицій) від BYOD

Витрати бізнесу на концепцію BYOD (оплата інтернету, послуги техпідтримки і програмне забезпечення) повинні бути менше, ніж витрати на закупівлю уніфікованого обладнання для співробітників з оплатою корпоративних тарифів на передачу даних. Керівник при підрахунку орієнтується на окупність інвестицій (ROI).

Впровадження стратегії BYOD супроводжується технічними, фінансовими, корпоративними проблемами. Якщо ретельно підготуватися до них, поррахувати ефективність застосування ІТ-політики з доступом до ресурсів компанії через особисті пристрої співробітників, то продуктивність обіцяє значно зрости, а витрати помітно скоротитися.

Друга пропозиція, яка вже згадувалася у пункті 3.2 являє собою створення на офіційному сайті готелю «Президент-готель» окремої вкладки де

буде розміщена послуга огляду віртуальної картинної галереї.

Для цього пропоную розглянути на впровадити за допомогою сервісу WIX вкладку віртуальної галереї на сайті готелю.

Wix - це надпопулярний конструктор, який найкраще підходить для створення різного роду сайтів-візиток - складних з дизайнерської і функціональної точок зору: онлайн-виставок, портфоліо, бізнес-сайт, промо-сторінка або Лендінгем. Дуже вдалим виходять блоги - їх легко робити, зручно вести.

Область застосування Wix можна охарактеризувати трьома факторами:

1) Сайти з невеликою кількістю сторінок, оскільки дизайн кожної потрібно формувати вручну. Блоги, форуми, магазинні вітрини та інші динамічно розширюються типи сторінок ніяк не ускладнювати роботу над сайтом. Впливає обсяг тільки статичних сторінок на кшталт контактів, переваг, умов співпраці, історій компаній, виробництва та іншого.

2) Необхідність глибокої і тонкої настройки дизайну, а також введення великої кількості дрібних функціональних елементів.

3) Магазин додатків Wix містить багатий асортимент додаткового функціоналу (по суті, модулів, якщо брати за аналогією з іншими системами). Кілька категорій корисних додатків (всього понад 250 найменувань) допоможуть досягти практично будь-якої розумної мети.

Ідеально підходить для створення маленьких і середніх за обсягом сайтів зі складним дизайном і функціональністю. Цей конструктор може бути простим, поверхневим, якщо потрібно: взяли готовий шаблон, замінили демо-контент, поправили кольору, отримали сайт. З тим же успіхом його можна використовувати для конструювання як завгодно складних сторінок з купою деталей: анімаціями, ефектами, формами для збору і пакування інформації в бази даних, інтерактивними елементами, спливаючими вікнами авторизацій різних етапів допуску до інформації, всілякими опитуваннями, табами, колонками і іншим.

Кому Wix точно буде цікавий, як вказано на офіційному сайті даної системи.

- підприємцям малого та середнього бізнесу;
- художникам, дизайнерам, візажистів, музикантам, стилістам;
- письменникам, журналістам, блогерам, модельєрам;
- всім, чия діяльність має відношення до творчості і самореалізації.

Отже, для створення онлайн-галереї даний сервіс ідеально підходить.

Основу функціоналу визначає сайдбар з декількома розділами опцій і функцій.

1. Меню і сторінки. Список всіх статичних сторінок сайту і пов'язаних з ними пунктами меню. При додаванні сторінки автоматично буде додано пункт меню, який перетягуванням можна поставити куди потрібно або зробити підпунктом іншого пункту меню (підтримується вкладеність до 2 рівня). Можна створювати нові сторінки, посилання в меню (на якір, веб-адреса, пошту, номер телефону, документ або промобокс) і задати сценарій їх відкриття (в поточному або новому вікні). Також можна додавати на сайт динамічні сторінки, які будуть підтягувати контент в міру його поновлення з хмари або створеної вами в Wix Corvid бази даних. Для кожної сторінки можна призначити видимість і налаштувати SEO, дублювати, зробити головною, задати загальний вигляд макета, правила доступу або конвертувати в динамічну сторінку.

2. Фон. Тут можна вибрати фон для сайту у вигляді картинки (завантаженої або стокової від Wix), кольору або навіть відео. Останнє здатне перетворити сайт досить в яскраве видовище, яке запам'ятовується. Ролик для відеофона можна завантажити будь-хто. Можна активувати ефект паралакса для додання сайту зорової глибини при прокручуванні за рахунок різниці швидкості руху об'єктів, розташованих на різній відстані.

3. Додати. Велика добірка типів елементів, які можна додати на сторінку. У неї входять:

- Текст - вибір готових стилів тексту / заголовків, робота з текстовим

редактором;

- Database - додавання контенту в хмарні бази даних, підключення джерел даних для звичайних і динамічних сторінок;
- Фото - завантаження власних, використання колекцій зображень від Wix (стокові фото, кліпарт) або їх експорт з соцмереж;
- Списки і таблиці - додавання на сайт оформлених по-дизайнерськи
- Галерея - додавання галерей різноманітних стилів, панорам, слайдерів і добірок фото з ефектом 3D;
- Інтерактив - великий набір шаблонів боксів, з якими можлива взаємодія користувача: слайдшоу, карток подій, динамічних боксів (змінюють вигляд при наведенні курсору), плеєрів, контактні картки;
- Кнопка - пристойний набір різноманітних за формою та стилем кнопочок і іконок;
- Бокс - набір контейнерів, в яких можна розміщувати інший вміст. Непогано підходить для створення банерів і взагалі для всього того, до чого хочеться привернути увагу відвідувача;
- Форма - додайте на сторінку різноманітні геометричні фігури, що допоможе прикрасити вміст блоків або створити на їх основі кнопку або логотип, наприклад. В асортименті як прості фігури на кшталт лінії, квадрата або круга, так і схематичні зображення візерунків, тварин, різних предметів тощо.

4. Додати додатки. Фірмовий магазин розширень, які можна додати на сайт. Дуже сильна частина Wix. Використання даного розділу в кілька разів розширює стоковий функціонал платформи. Тут міститься величезна кількість (на поточний момент 252) додатків різної спрямованості: форми, робота з соцмережами, галереї, додатки для магазину і маркетингу і ще ряд переваг.

Wix можна використовувати безкоштовно, або підключити свій домен і отримати більш багату функціональність можна після оплати одного з наступних тарифних планів (таблиця 4.4).

Тарифні плани Wix для сайту

Тариф	Характеристика
Домен (90 грн / міс)	1 Гб пропускної спроможності сайту, дозволяє підключити свій домен, отримати преміальну техпідтримку і дає 500 Мб дискового простору, але не видаляє рекламу Wix.
Базовий (150 грн / міс)	2 Гб пропускної спроможності сайту, 3 Гб місця, безкоштовний домен на 1 рік, видалення реклами, фавікон, завантаження 30 хвилин відео у високій якості, до \$ 75 на рекламу в Google AdWords в подарунок.
Безлімітний (250 грн / міс)	безлімітна пропускна здатність сайту, 10 Гб місця, безкоштовний домен на 1 рік завантаження 1 години відео у високій якості, до \$ 75 на рекламу в Google AdWords в подарунок, платні програми Site Booster і Visitor Analytics в подарунок.
Vip (1000 грн / міс)	безлімітна пропускна здатність сайту, 20 Гб місця, безкоштовний домен на 1 рік, завантаження 2 годин відео у високій якості, до \$ 75 на рекламу в Google AdWords в подарунок, платні програми Site Booster і Visitor Analytics, а також професійний логотип для сайту / соцмереж в подарунок, пріоритетна технічна VIP-підтримка.

Джерело: розроблено автором

Слід зазначити, що старші тарифні плани включають всі переваги молодших плюс додають щось нове. Перший тариф може бути цікавий бажаючим створити сайт-візитку або посадкову сторінку на своєму домені. Невеликий і нескладний сайт з помірною кількістю медіаконтенту. Базовий підійде для тих же цілей, але вже з великим розмахом - можна зробити портфоліо з великою кількістю фотографій, завести блог або створити сайт який-небудь організації. Тариф, який підходить сайту готелю «Президент-готель» - VIP, адже буде використовуватися велика кількість інформації та вся база розробки.

Отже, даний сервіс максимально задовольняє потреби в розробці необхідної вкладки на сайті готелю для проведення онлайн-галерей.

Висновки до розділу 4.

У готельному підприємстві «Президент-готель» впроваджена сучасна система - програма для готелів SERVIO - потужний багатофункціональний програмний інструмент, який вирішує всі найважливіші завдання готельного бізнесу: бронювання, поселення гостей, проведення конференцій та банкетів, управління персоналом і контроль їх роботи, фінансовий і бухгалтерський облік, інші.

Офіційний веб-сайт «Президент Готелю» створює позитивний імідж готельного підприємства та його продуктів. Дизайн сайту простий, не має зайвих ілюстрацій. На сайті розміщена загальна інформація про готель, про типи номерів, різноманітні заходи готелю, є інформація про ресторани та бари, акції та програми лояльності. А також містить інформацію про Anti Covid Policy та застереження профілактики. Кожна сторінка сайту супроводжується яскравими ілюстраціями, що підтверджують достовірність даної інформації. Відповідно до цього на сайті розміщена галерея.

На офіційному сайті можливо здійснити 3D тур по готелю. Завдяки цьому можна не виходячи з дому відвідати кожен куток готельного комплексу: конференц-зали, переговорні зали, банкетні зали, ресторани тощо.

Офіційна сторінка Facebook готелю «президент-готель» налічує більше 5 тисяч підписників. Публікації виставляються достатньо часто й інформація стосується ознайомлення з послугами, що надає готель, акційними пропозиціями, та різноманітними заходами, що влаштовуються у готелі або його території. Інформація у соціальній мережі Instagram фактично ідентична. Однак кількість підписників значно менша – 1,6 тисяч фоловерів.

Пропонується впровадити у готель нову політику в інформаційних технологіях, суть якої полягає в ідеї «Принеси свій власний пристрій» на роботу, замість витрат на закупівлю уніфікованого обладнання для

співробітників готелю «Президент-готель».

Другою пропозицією є створення онлайн-галереї в окремій вкладці офіційного сайту готелю «Президент-готель», за допомогою сервісу WIX, який максимально задовольняє потреби в розробці необхідної вкладки на сайті готелю для проведення онлайн-галерей або супутніх можливостей.

Тарифний план, що був обраний для впровадження даного сервісу складає 1000 грн на місяць та включає с себе повний спектр можливостей та пропозицій по оформленню та технічному забезпеченню сайту.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

З метою підвищення конкурентоспроможності прибутку, підприємства готельного господарства намагаються запроваджувати нові прогресивні форми обслуговування та організувати на науковому рівні відпочинок, дозвілля і розваги.

Дозвілля – це сукупність занять у вільний час, за допомогою яких задовольняються безпосередні фізичні, психічні і духовні потреби, в основному відновлювального характеру. До дозвілля імовірніше всього можна віднести такі види занять, як читання, перегляд телепередач, відвідування кінотеатрів, театрів, концертів, спілкування з друзями, заняття спортом, розваги, прогулянки, ігри, пасивний відпочинок і т. ін.

Організацією дозвілля в туристичних комплексах займається спеціальна служба, яка називається "анімаційною".

Готельна анімація є комплексом рекреаційних послуг, заснованих на особистих людських контактах аніматора готелю з гостями і їх спільною участю в розвагах, пропонованих анімаційною програмою підприємства готельного господарства.

На прикладі предмета дослідження – готель «Президент-готель» є 4х-зірковим готельним комплексом, який має багаторічний досвід обслуговування гостей з усього світу, який пропонує сервіс на вищому рівні.

Готель відноситься до лінійного типу організаційної структури, до управління якої належать менеджери служб, які підпорядковуються головному менеджеру, який у свою чергу підпорядковується директору готельного комплексу.

Готель пропонує 374 сучасних номери п'яти категорій: «Бізнес», «Бізнес суперіор», «Напівлюкс», «Люкс» та «Президентський люкс». Стильний дизайн інтер'єру та продумані до дрібниць функціональні зони номерів дають можливість гостю відчувати себе в повному комфорті. Середня вартість номеру готелю становить 153,5 € та проаналізувавши показники

експлуатаційної програми готелю за 2018-2019рр. можна дійти висновку, що в 2019 році коефіцієнт завантаження та плановий дохід від реалізації номерного фонду був значно більший завдяки меншій кількості простоїв номерів та збільшенню середнього тарифу на 17,6% відповідно.

Щодо партнерів підприємства, готель співпрацює з партнерами для надання послуг бронювання з системами онлайн-бронювання готелів – Booking.com та Agoda.com.

Постачальники та партнери з готелем знаходяться в гарних стосунках, тому необхідності їх змінювати не виникає.

Проводився аналіз фінансового стану готельного підприємства. В результаті спостерігали збільшення коефіцієнту протягом звітного періоду, що свідчить про покращання результатів діяльності підприємства.

Була проведена бальна оцінка конкурентоспроможності підприємства «Президент-готель». Показники одного з конкурентів незначно, але перевищує показники підприємства «Президент-готель», а тому ми можемо дійти висновку, що на ринку альтернативних послуг існує достатньо сильна конкуренція. Однак це може слугувати мотивацією для покращення певних критеріїв оцінки готельного підприємства. Готель «Президент-готель» є конкурентоспроможним підприємством.

SWOT-аналіз показав, що сильні та слабкі сторони підприємства, його можливості та загрози можуть привести до покращення функціонування готельного підприємства, а також подоланню неочікуваних проблем при правильному розумінні всіх аспектів.

Дозвілля та розваги в готелі є однією з основних складових відпочинку та приємного проведення вільного часу гостей. Готель «Президент-готель» пропонує наступні послуги для проведення вільного часу: критий басейн з підігрівом та ванна з термальною мінеральною водою, процедурний кабінет, масажний кабінет і парна, а також парова баня і тайський масаж. Також готель пропонує послуги спортзалу і фітнес-центру. На території готелю розташований сад. Готель надає послуги придбання квитків на різноманітні

екскурсії по Києву. Поруч з готелем наявний диско стріп-клуб. Для гостей з дітьми готель надає послуги дитячого клубу з кваліфікованими аніматорами.

Отже, готель надає достатню кількість альтернатив для продуктивного проведення вільного часу з задоволенням та з користю для здоров'я.

На сьогодні одним з найважливіших факторів діяльності при наданні готельних послуг є якість, яка спонукає клієнта обрати той чи інший продукт. Тому, проаналізувавши більшу кількість негативних відгуків на сайтах бронювання готелю, було визначено основні проблеми та неприємності з якими стикалися і скаржилися на них гості готелю, а саме: маленькі, не просторі номери, недружелюбний персонал, дуже гучна вентиляційна система, погана шумоізоляція номерів, запах цигаркового диму, маленький вибір страв на сніданок, маленький і погано оснащений тренажерний зал та високі ціни.

Пропонується вжити наступних відповідних заходів для усунення даних проблем: використовувати інтер'єр номеру в світлому кольорі для уявного збільшення площі номера, відремонтувати вентиляційну систему, поставити додаткові перегородки і перекриття між номерами та поверхами, укласти килимове покриття та по можливості додати меблі до номерів для збільшення шумоізоляції, оновити меню сніданків в ресторані, оновити та додати нові спортивні та професійні тренажери, покращити рівень кваліфікації співробітників.

Отже, виконавши вищеперераховані пропозиції, можна добитися балансу "ціна-якість" і тоді висока ціна послуг готелю буде виправдана та гості будуть задоволені наданим сервісом і його якістю.

Для удосконалення організації надання дозвіллевих послуг, створення більшої конкурентоспроможності та просуванню даного готелю на ринку готельних послуг є пропозиція обладнати в готелі зал для гри у більярд, а також переробити один з бенкетних залів в експозиційний зал-трансформер для створення картинної галереї, організації виставок та демонстрації творів мистецтва, призначених для огляду та їх продажу, та для проведення

бенкетів й інших заходів.

Беручи до уваги можливості готельного підприємства «Президент-готель» пропонується обладнати приміщення більярдної для розміщення трьох більярдних столів для гри в російську піраміду та два столи для гри в американський пул. Щодо послуг пропоную проводити звичайні партії гри, турніри вихідного дня та виступи майстрів більярдної гри.

Отже, створення більярдної зали значно підвищить як популярність даного закладу так і його конкурентоспроможність.

Таким чином, готель буде отримувати додатковий прибуток у розмірі 50 тис. грн у місяць, а строк окупності цього проекту розрахован на 25-30 місяців. Гості будуть мати можливість користуватися послугами гри у більярд, не виходячи з території готельного комплексу.

Пропозицією щодо удосконалення другої послуги є створення картинної галереї та проведення тут різноманітних виставок-продаж для представлення та ознайомлення з мистецтвом сучасних українських художників, а також проведення бенкетів та інших заходів. Далі поданий список митців, твори яких можна розмістити у галереї, концепція яких є доволі цікава та може вписуватися в концепцію архітектури та інтер'єра готелю: Темо Свірелі, Анастасія Крайнева, Олена Придувалова, Олег Щиголев, Ходченко Олександр та Брагинський Роберт.

Для ефективної співпраці з вище представленими митцями необхідно заключити договір на співпрацю та дозвіл використання їх творів у картинній галереї готелю «Президент-готель». А також впровадити технологію віртуальних виставок з використанням, як описані вище, перегляд представлених експозицій, так і онлайн придбання творів мистецтва талановитих митців.

Витрати на організацію картинної галереї становитимуть 215 тис. грн, але позитивні доходи у розмірі 15 – 20 тис. грн, окупність проекту відбудеться через рік – півтора.

У висновку, утворення більярдної та картинної галереї підвищить

популярність готелю, його конкурентоспроможність і підвищить додатковий прибуток від надання даних послуг, а також дасть нове життя проведенню різноманітних бенкетів та інших заходів в оновленому залі-трансформері з картинною галереєю, що також дасть можливість познайомитися з мистецтвом сучасних художників.

У готельному підприємстві «Президент-готель» впроваджена сучасна система - програма для готелів SERVIO - потужний багатофункціональний програмний інструмент, який вирішує всі найважливіші завдання готельного бізнесу: бронювання, поселення гостей, проведення конференцій та банкетів, управління персоналом і контроль їх роботи, фінансовий і бухгалтерський облік, інші.

Дане програмне забезпечення є найкращим варіантом для готельного підприємства «Президент-готель». Маючи потенціал роботи з іншими додатками, дане програмне забезпечення готельного бізнесу дозволяє завжди бути в тренді, крокуючи нога в ногу з часом та адекватно реагуючи на різноманітні виклики в цьому напрямку діяльності. Це найбільш сучасне та практичне рішення для ефективної роботи готелю, для залучення більшої кількості клієнтів та отримання ще більшого прибутку від надання основних та супутніх послуг.

Офіційний веб-сайт «Президент Готелю» створює позитивний імідж готельного підприємства та його продуктів. Дизайн сайту простий, не має зайвих ілюстрацій. На сайті розміщена загальна інформація про готель, про типи номерів, різноманітні заходи готелю, є інформація про ресторани та бари, акції та програми лояльності. А також містить інформацію про Anti Covid Policy та застереження профілактики. Кожна сторінка сайту супроводжується яскравими ілюстраціями, що підтверджують достовірність даної інформації. Відповідно до цього на сайті розміщена галерея.

На офіційному сайті можливо здійснити 3D тур по готелю. Завдяки цьому можна не виходячи з дому відвідати кожен куток готельного комплексу: конференц-зали, переговорні зали, бенкетні зали, ресторани

тощо.

Офіційна сторінка Facebook готелю «президент-готель» налічує більше 5 тисяч підписників. Публікації виставляються достатньо часто й інформація стосується ознайомлення з послугами, що надає готель, акційними пропозиціями, та різноманітними заходами, що влаштовуються у готелі або його території. Інформація у соціальній мережі Instagram фактично ідентична. Однак кількість підписників значно менша – 1,6 тисяч фоловерів.

Пропонується впровадити у готель нову політику в інформаційних технологіях, суть якої полягає в ідеї «Принеси свій власний пристрій» на роботу, замість витрат на закупівлю уніфікованого обладнання для співробітників готелю «Президент-готель».

Другою пропозицією є створення онлайн-галереї в окремій вкладці офіційного сайту готелю «Президент-готель», за допомогою сервісу WIX, який максимально задовольняє потреби в розробці необхідної вкладки на сайті готелю для проведення онлайн-галереї або супутніх можливостей.

Тарифний план, що був обраний для впровадження даного сервісу складає 1000 грн на місяць та включає с себе повний спектр можливостей та пропозицій по оформленню та технічному забезпеченню сайту.

Готельне підприємство «Президент-готель» має значно велику інтернет базу для продуктивної онлайн комерції. Однак це не означає, що потрібно залишати все як є. На мою думку, потрібно більше розкрити вже існуючі соціальні мережі, а також відкрити шляхи просування і на інших платформах.

Отже, провадивши запропоновані технології покращення та пропозиції у готельному підприємстві «Президент-готель», готель підвищить свою конкурентоспроможність на ринку готельних послуг, а також підвищить рівень прибутку через раціональне використання запропонованих варіантів вирішення проблематики представленої теми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агафонова, Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес : ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова ; КУТЕП. – К. : Знання України, 2006. – 352 с.
2. Акілова Є.В. Виставкова діяльність // Податки (газета), 2006, № 47.
3. Андренко І. Б. Менеджмент готельно-ресторанного господарства : підручник / І. Б. Андренко, О. М. Кравець, І. М. Писаревський ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2014. – 431 с.
4. Антоненко, І. Я. Методичні матеріали з дисципліни "Менеджмент готельного господарства" для студентів форми навчання за фаховим спрямуванням 6.050400 "Туризм" напряму підготовки 0504 "Туризм" / І. Я. Антоненко. – Київ : КУТЕП, 2005. – 22 с.
5. Арбузова Н.Ю. Організація обслуговування у готелях та туристичних комплексах. Н.- «Штрих», 2001.
6. Ассэль Генри. Маркетинг: принципы и стратегия: Учеб. Для вузов. – М.: ИНФРА-М., 1999. – Т.2. – 485 с.
7. Байлик С.І. Організація анімаційних послуг в туризмі: навч. посіб. / С.І. Байлик, О.М. Кравець. Х.: ХНАМГ, 2008. 197 с.
8. Богоявленська, Ю. В. Економіка та менеджмент праці : навч. посіб. / Ю. В. Богоявленська, Є. І. Ходаківський. – К. : Кондор, 2005. – 332 с.
9. Бойко О. Культура дозвілля в суспільстві ризику: моногр. / О.П. Бойко. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2011. 285 с.
10. Бровкова, О. Г. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / О. Г. Бровкова. – К. : ЦУЛ, 2012. – 224 с.
11. Ведорченко Ф.К. Уніфіковані технології готельних послуг - К: Вища школа, 2001.

12. Готельний бізнес: теорія та практика. Навчальний посібник / Мальська М.П., Пандяк І.Г. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
13. Гуріна Н. Д., Кирилко Н. М. Вибір стратегії участі підприємства у виставкових заходах // Економіка. Управління. Інновації. Випуск № 2 (12), 2014. – С. 28-32.
14. Давидова О.Ю. Готельний бізнес як один з найперспективніших напрямків розвитку України / О.Ю. Давидова, А.І. Усіна, І.В. Сегеда // Коммунальное хозяйство городов. 2008. №83. С.391-396.
15. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: современное написание. В 4 т. Том 1. А-З / В.И. Даль. М.: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Издательство Астрель», 2003. XXVI, 1158 с.
16. Дозвіллезнавство. Навчальний посібник / Бочелюк В.Й., Бочелюк В.В. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 208 с.
17. Дозвілля в зарубіжних країнах : підручник / І.О. Петрова – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
18. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: [підручник] / С.М. Ілляшенко. – Суми: Університетська книга, 2010. – 334 с.
19. Інноваційні технології в готельному господарстві: основи теорії : навчальний посібник / Т. В. Капліна, В. М. Столярчук, Л. П. Малюк, А. С. Капліна. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – 357 с.
20. Комунікативний менеджмент : матеріали круглого столу, Київ, 19 квітня 2010 р. / за ред. С.О.Гуткевич, І.Г.Оніщенко ; М-во культури України, Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтва ; НУХТ. – К. : НАКККІМ, 2010. – 160 с.
21. Кривов'язюк І. В. Економічна діагностика. 2-ге вид.: навч. посіб. / І. В. Кривов'язюк. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 456 с.
22. Кудінова А. Аналіз продуктивності праці / А. Кудінова, Д. Верба // Справочник економіста. – 2009. – №6. – С. 79-88
23. Культура и культурология: словарь / сост. и ред. А.И. Кравченко. М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003. 928 с.

24. Лопкало Г.М. / Організація готельного господарства / К.:КНТЕУ, 2002.

25. Менеджмент готельно - ресторанного господарства : метод. рек. до викон. курсової роботи для студ. напр. 6.140101 "Готельно-ресторанна справа" ден. форми навч. / уклад. : Д. І. Басюк, К. А. Андрющенко ; Нац. ун-т харч. технол. – К. : НУХТ, 2012. – 40 с. – каф. Готельно-ресторанного бізнесу.

26. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. 4-е изд., дополненное. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.

27. Організація анімаційних послуг в туризмі: Навчальний посібник / Байлик С.І., Кравець О.М. – Харків: ХНАМГ, 2008. - 197с.

28. Організація готельного господарства : Навчальний посібник для вузів / Головка О.М., Кампов Н.С., Махлинець С.С., Симочко Г.В.; За редакцією О.М. Головка., 190 с.

29. Панченко, Ю. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. / Ю. В. Панченко, О. Є. Лугінін, С. В. Фомішин. – Херсон : Олді-плюс, 2013.– 342 с.

30. Пийсаренко О.Д. / періодичне видання “Отель” №8 2004.

31. Пуцентейло, П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – К. : ЦУЛ, 2007. – 344 с..

32. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському та світовому ринках / Ільтьо Т.І. - Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, Випуск 6, 2015. - с.174-177

33. Розметова О.Г. Мостенська Т.Л., . Влодарчик Т.В. Організація готельного господарства: підручник. / О.Г. Розметова, . – Камянець-Подільський: «Абетка» - ФОП Сисин О.В., 2014.- 432с.

34. Товбунін Т.Г. // тематичний журнал «Азарт» - Київ, 2004. - №3 с.12.
35. Тлумачний словник української мови: Понад 12500 статей (близько 40000 слів) / [за ред. д-ра філолог. наук, проф. В.С. Калашника]. 2-е вид., випр. і доп. Х.: Прапор, 2006. 992 с.
36. Толковый словарь русского языка: В 4 т. Т.1. / Под ред. проф. Д. Ушакова. М.: ТЕРРА, 1996. 824 с.
37. Федотова Ю. В. Анімаційна діяльність : сутність, особливості та соціальноекономічна ефективність / Ю. В. Федотова, О. М. Кравець // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 11. – С. 530–534.
38. Хоглєв Р.Г / Основи готельного менеджменту - К.Кондор, 2005.
39. 1С:УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sirius.if.ua/ua>
40. YouControl — сервіс перевірки контрагентів. ПрАТ «Президент-готель» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/30058128/
41. АВТОМАТИЗАЦІЯ ГОТЕЛІВ, ХОСТЕЛІВ ТА ПАНСІОНАТІВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://expertsolution.com.ua/automation-of-hotels-guest-houses>
42. Все о туризме - туристическая библиотека [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourlib.net/>
43. Готельні анімаційні послуги і програми. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/12060218/turizm/gotelni_animatsiyni_poslugi_programi
44. Дистанційний курс «Івент-технології» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cdo.kname.edu.ua/course/view.php?id=928>
45. Дозвілля в туристичних комплексах і готелях. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/15931106/turizm/dozvillya_turistichnih_kompleksah_gotelyah

46. Ільтьо Т. І. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському та світовому ринках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/6-2015/35.pdf>
47. Компанія «Більярд-центр» // офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://billiardcenter.com.ua/index.php?lang=1>
48. Офіційна сторінка Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/PresidentHotelKyiv/>
49. Офіційна сторінка Instagram [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.instagram.com/president_hotel_kyiv/
50. Офіційний сайт «Agoda.com». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.agoda.com/uk-ua/president-hotel/hotel/kiev-ua>
51. Офіційний сайт «Booking.com». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.booking.com/hotel/ua/president>
52. Офіційний сайт «Президент-готель». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://presidenthotel.com.ua/ua/>
53. Офіційний сайт мережі «Hilton Hotels» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hilton.com/ru/corporate/>
54. Офіційний сайт Міністерства економіки розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/>
55. Програма управління готелем jSolutions – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://jsolutions.ua/ua/>
56. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському і світовому ринках. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/6-2015/35.pdf>
57. Сертифікація послуг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrcsm.kiev.ua/index.php/en/services-ua/press-ua/2017-11-15-07-55-13/novazii-ua/novazii-ua-2>
58. Система управління готелем proHotel [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://luks.com.ua/catalog/detail/id/128>

59. Словопедія. Словник іншомовних слів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://slovopectia.org.ua/36/53397/239272.html>.
60. Фінансова звітність за 2018 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stockmarket.gov.ua/cabinet/xml/show/fin_general/9634
61. Фінансова звітність за 2019 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nomis.com.ua/30058128-pryvatne-aktsionerne-tovarystvo-prezydent-hotel#finance>
62. Электронный журнал «event.ru» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://event.ru/magazine/>

Організація дозвілля в засобах розміщення

Вступ. Останні два десятиріччя відзначаються поглибленим інтересом до проблем туризму та готельної індустрії. Актуальність даної теми полягає саме в тому, що в умовах сучасного економічного ринку та конкуренції підприємств готельного бізнесу важливим напрямком діяльності готелів є ефективна організація дозвілля.

Матеріали і методи. Для дослідження даного питання використовувались матеріали туристичних джерел, а також методи дослідження як математично-статистичний, методи порівняння, аналізу, узагальнення, абстрагування, синтезу тощо.

Результати. З метою підвищення конкурентоспроможності прибутку, підприємства готельного господарства намагаються запроваджувати нові прогресивні форми обслуговування та організовувати на науковому рівні відпочинок, дозвілля і розваги.

Дозвілля – це сукупність занять у вільний час, за допомогою яких задовольняються безпосередні фізичні, психічні і духовні потреби, в основному відновлювального характеру. До дозвілля імовірніше всього можна віднести такі види занять, як читання, перегляд телепередач, відвідування кінотеатрів, театрів, концертів, спілкування з друзями, заняття спортом, розваги, прогулянки, ігри, пасивний відпочинок і т. ін.

У світовій практиці індустрії гостинності сукупність послуг по забезпеченню подорожуючих в активних культурних формах відпочинку називається анімацією.

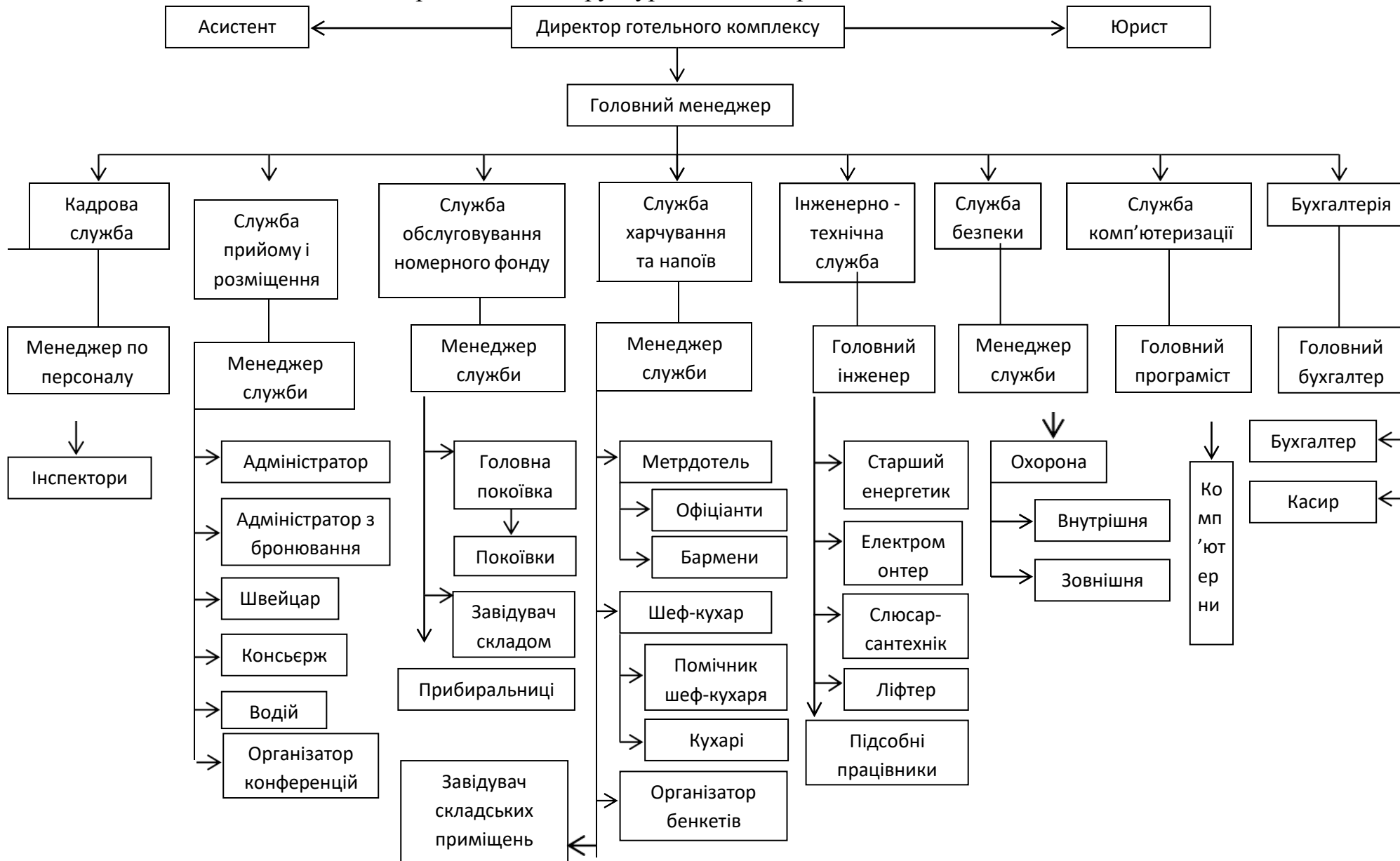
Готельна анімація є комплексом рекреаційних послуг, заснованих на особистих людських контактах аніматора готелю з гостями і їх спільною участю в розвагах, пропонуваніх анімаційною програмою підприємства готельного господарства.

На сьогодні одним з найважливіших факторів діяльності при наданні готельних послуг є якість, яка спонукає клієнта обрати той чи інший продукт. А організація відпочинку, дозвілля і розваг є одним з ефективних засобів привабливості, підвищення іміджу і залучення гостей у готель. Вона впливає й на позитивну оцінку роботи готелю в цілому. Це своєрідні додаткові послуги гостю, мета яких розбудити в ньому позитивні емоції, відчуті задоволення від відпочинку й бажання приїхати в цей готель ще раз.

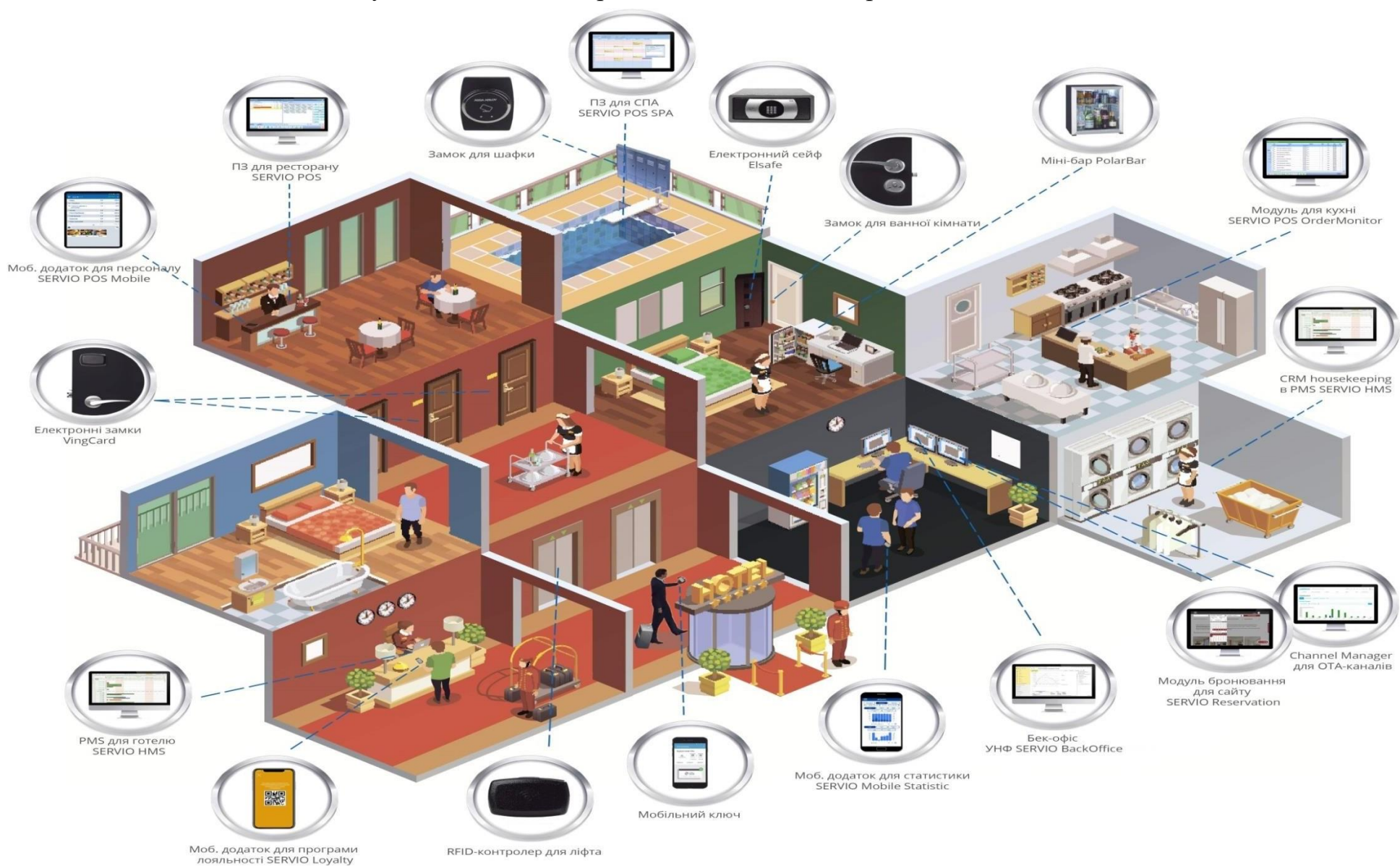
Висновок. Отже, значення готельної анімації для готелю полягає в підвищенні ступеня задоволеності обслуговуванням, комплексності і якості готельної послуги і як наслідок – у підвищенні іміджу готелю, розширенні активного відпочинку, у підйомі престижності професій сфери гостинності, що досягається професійною, інтелектуальною, ефективною роботою талановитих аніматорів.

Література. Організація анімаційних послуг в туризмі : навч. посібник / О. М. Кравець, С. І. Байлик ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 335 с.

Організаційна структура готелю «Президент-готель»



Візуальне комплексне рішення для готелю «Президент-готель»



Негативні відгуки гостей готелю

Відгуки	Переклад на українську мову
«Номер не дуже просторий, немає каналів українською мовою»	-
«Rather small room, and not sound-proof, unfortunately»	«Досить маленький номер, та, на жаль, немає звукоізоляції»
«Breakfast can be improved, coffee was terrible, the young guy at thereception could be more polite»	«Сніданок можна поліпшити, к
«We had a non smoking room, but it appeared everyday, so we stayed in the hotel smelt of cigarette smoke»	«В нас був номер для тих хто не палить, але запах був щодня, тому ми пахнули сигаретним димом поки залишались в готелі»
«Cost of room, It's so expensive»	«Вартість номера. Це так дорого»
«The breakfast could have more options. At least for local products»	«Сніданок міг мати більший вибір страв. Принаймні з місцевих продуктів»
«Gym facilities were very small»	«Тренажерний зал був дуже маленьким»
«Room is not very clean»	«Номер не дуже чистий»
«Шум с улицы не давал спать»	«Шум з вулиці не давав спати»
«Качество номеров, спа центр нужно отремонтировать и улучшить услуги. Шумоизоляция могла быть лучше»	«Якість номерів, спа центр потрібно ремонтувати і поліпшити послуги. Шумоізоляція могла бути трохи краще»
«Коридор прокурен, в номер постоянно тянет куравом, вынужден был закрыть вентиляцию. Кондиционер очень шумит, даже в выключенном состоянии»	«Коридор прокурений, в номер постійно тягне куравом, змушений був закрити вентиляцію. Кондиціонер дуже шумить, навіть у вимкненому стані»
«Цена конечно немного великовата для такого размера номеров»	«Ціна звичайно трохи завелика для такого розміру номерів»
«The volume of traffic in the area!»	«Шум транспорту в районі готелю!»

Продовження додатку Г

«Air conditioning was making some noise even when switched off»	«Кондиціонер шумів навіть тоді, коли він був вимкнений»
«Aspiratör noise, I couldn't sleep more than 3 hours as aspirator makes whining noise and not possible to close it from control unit.»	«Гучність кондиціонеру, я не зміг поспати більше 3-х годин, бо шум був усюди і його неможливо було вимкнути пультом управління»
«Staff behavoiur, very unfriendly»	«Поведінка персоналу, дуже не дружлюбна»
«Staff were cold, hotel definitely over priced and I would not stay again, comparable to the ibis which is half the price»	«Персонал був відчуждим, ціна готелю безумовно завищена і я не залишусь тут знов, в порівнянні з “iBits”, ціна якого в половину менша»
«No iron in the room; too dark in the room - very old fashion; fitness centre should be equipped better»	«У номері не було праски; занадто темно в кімнаті - дуже старі меблі; тренажерний зал повинен бути обладнаний краще»
«Room was non smoking but smelled very badly, had to stay with open window and balcony»	«Номер був для тих хто не палить, але дуже погано пахло, довелося залишитися з відкритим вікном і балконом»
«Value for money - not in balance! Not bad but all this possible to find much cheaper in Kiev»	«Співвідношення ціна-якість - не в рівновазі! Непогано, але все це можна знайти набагато дешевше в Києві»
«Old hotel. Too much noise. And stuff was not smiling. I will not prefer again»	«Старий готель. Занадто багато шуму. І персонал не посміхався. Я більше не віддаю йому перевагу»
«Цена. Это просто супердорогой отель и за такую цену я ожидал соответствующее качество, которого нет и в помине»	«Ціна. Це просто супердорогий готель і за таку ціну я очікував відповідну якість, якої немає і в помині»

Джерело: розроблено автором