

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка
Кафедра готельно-ресторанної справи

«До захисту в ЕК»

Декан факультету

МММ
(підпис)

Віта ЦИРУЛЬНІКОВА
(ім'я і прізвище)

«16» 02 2024 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

ЛЛ
(підпис)

Лариса ШАРАН
(ім'я і прізвище)

«15» лютого 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»
на тему: «Оптимізація прибутку закладу ресторанного господарства при готельному підприємстві»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ЗГС-4-1ск

Чеховський Вілен Олексійович
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

ВВВ
(підпис)

Керівник В'ячеслав ГУБЕНЯ
(ім'я і прізвище)

ГГГ
(підпис)

Рецензент Олександра НЕМІРІЧ
(ім'я і прізвище)

ННН
(підпис)

Я, як здобувач Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав і не одержував незарядженої допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач

ВВВ
(підпис)

Київ – 2024 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка

Кафедра готельно-ресторанної справи

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

(шифр і назва)

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ГРС

Лариса ШАРАН

“05” грудня 2023 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Чеховського Вілена Олексійовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Оптимізація прибутку закладу ресторанного господарства при готельному підприємстві»

керівник роботи Губеня В'ячеслав Олександрович, к.т.н., доцент

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

затверджені наказом вищого навчального закладу від “05” грудня 2023 року № 972-КС

2. Термін подання здобувачем роботи 6 лютого 2024 року

3. Вихідні дані до роботи прибуток закладу ресторанного господарства при готельному підприємстві, готельне підприємство "HILTON KYIV", м. Київ

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







Вступ; Розділ 1 Стан та перспективи готельних підприємств у місті Київ;

Розділ 2 Аналіз сервісно-виробничого процесу готельного підприємства "HILTON KYIV";

Розділ 3 Стратегії та інструменти оптимізації прибутку у ресторанному господарстві "HILTON KYIV"; Висновки та пропозиції; Список використаної літератури та інтернет-ресурсів

5. Перелік графічного матеріалу

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Губеня В.О., доцент	 5.12.23 р.	 18.12.23 р.
Розділ 2	Губеня В.О., доцент	 18.12.23 р.	 08.01.24 р.
Розділ 3	Губеня В.О., доцент	 08.01.24 р.	 29.01.24 р.

7. Дата видачі завдання 5 грудня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	ВСТУП РОЗДІЛ 1 СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У МІСТІ КИЇВ	5.12-17.12.2023р.	Виконано
2	РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СЕРВІСНО- ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА "HILTON KYIV"	18.12.2023- 07.01.2024р.	Виконано
3	РОЗДІЛ 3 СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКУ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ "HILTON KYIV"	08.01-28.01.2024р.	Виконано
4	ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ.	29.01-05.02.2024р.	Виконано
5	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	06.02.2024р.	Виконано

Здобувач



(підпис)

Вілен ЧЕХОВСЬКИЙ

Керівник роботи



(підпис)

В'ячеслав ГУБЕНЯ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Здобувача: Чеховського Вілена Олексійовича

факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
імені проф. В.Ф. Доценка

заочна зі скороченим терміном здобуття освіти, спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа», освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

Тема роботи: *«Оптимізація прибутку закладу ресторанного господарства при готельному підприємстві»*

Керівник роботи: Губеня В'ячеслав Олександрович, к.т.н., доцент

Дата захисту "....." лютого 2024 р.

Робота захищена з оцінкою _____

АНОТАЦІЯ

Робота присвячена розробленню заходів з оптимізації прибутку закладу ресторанного господарства ресторан Park Kitchen при готельному підприємстві "Hilton Kyiv".

У першому розділі досліджено стан і перспективи розвитку сфери гостинності у м. Київ. Визначено проблеми та виклики для сфери HoReCa.

У другому розділі здійснено аналіз сервісно-виробничого процесу готельного підприємства "Hilton Kyiv". Досліджено вплив внутрішніх факторів на ефективність сервісно-виробничого процесу, які впливають на прибуток ресторану.

У третьому розділі запропоновано заходи з оптимізації прибутку ресторану Park Kitchen.

Ключові слова: оптимізація прибутку, заклад ресторанного господарства, готельне підприємство.

ABSTRACT

The work is dedicated to developing measures to optimize the profit of the restaurant establishment Park Kitchen within the hotel enterprise "Hilton Kyiv".

In the first section, the state and prospects of the hospitality industry in Kyiv are investigated. Identified are the problems and challenges for the HoReCa sector.

The second section analyses the service-production process of the hotel enterprise "Hilton Kyiv". The impact of internal factors on the efficiency of the service-production process, which affects the restaurant's profit, is examined.

The third section proposes measures to optimize the profit of Park Kitchen restaurant.

Keywords: profit optimization, restaurant establishment, hotel enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У МІСТІ КИЇВ	8
1.1 Загальний огляд готельного ринку міста Києва	8
1.2 Тренди розвитку готельних підприємств в регіоні	13
1.3 Аналіз впливу зовнішніх факторів на готельну галузь	19
РОЗДІЛ 2: АНАЛІЗ СЕРВІСНО-ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА "HILTON KYIV"	24
2.1 Характеристика сервісно-виробничого процесу готельного підприємства	24
2.2 Аналіз організації та управління готельною діяльністю	32
2.3 Вивчення впливу внутрішніх факторів на ефективність сервісно- виробничого процесу	35
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКУ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ "HILTON KYIV"	40
3.1 Стратегії управління цінами та менеджментом меню	40
3.2 Маркетинг та реклама	46
3.3 Оптимізація операцій та витрат	51
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ	58

ВСТУП

Актуальність. Оптимізація прибутку закладу ресторанного господарства у готельному підприємстві є актуальною темою, особливо в контексті сучасних викликів та змін в індустрії гостинності. З урахуванням змін в попиті, конкуренції та змін в споживчому підході, ресторани, що входять до складу готелів, повинні вдосконалювати свою стратегію для максимізації прибутковості. Застосування ефективних стратегій управління, оптимізація вартості продукції, аналіз попиту та впровадження інновацій у обслуговування можуть сприяти збільшенню прибутку закладу та забезпечити конкурентоспроможність у готельній галузі.

У рамках дослідження розглядаються сервісно-виробничий процес готельного підприємства, організація та управління ним, а також вплив внутрішніх чинників на його ефективність. Зокрема, аналізуються сильні та слабкі сторони готельного бізнесу з метою розробки стратегій підвищення конкурентоспроможності та вдосконалення слабких аспектів.

Дослідження також охоплює розробку та впровадження нових послуг/продуктів, що відповідають сучасним умовам готельної галузі. Висновки дослідження мають на меті забезпечити інсайти та рекомендації для підвищення ефективності готельного бізнесу та збільшення його конкурентоспроможності у вимірюванні викликів та можливостей сучасного готельного ринку.

Об'єкт дослідження - ресторан Park Kitchen

Предмет дослідження - визначення та оптимізація факторів, що впливають на ефективність його функціонування, враховуючи організаційні аспекти та взаємодію з клієнтами та персоналом.

Мета дослідження - ретельний аналіз та розробка стратегій для вдосконалення роботи ресторану Park Kitchen. Основні напрямки включають виявлення та усунення слабких сторін, адаптацію до сучасних тенденцій

гастрономічного ринку, взаємодію з персоналом та покращення комунікації з клієнтами.

Завдання дослідження:

- Дослідження стану та розміру готельного ринку в Києві;
- Визначення основних гравців та їх ринкової частки;
- Вивчення економічних, соціокультурних та політичних факторів, які впливають на готельний бізнес;
- Оцінка впливу пандемій, технологічних інновацій та інших зовнішніх чинників;
- Вивчення структури та системи управління готельним підприємством;
- Оцінка ефективності внутрішнього управління;
- Аналіз внутрішніх чинників, що можуть впливати на продуктивність готельної діяльності;

Апробація результатів досліджень: дослідження планується апробувати шляхом впровадження запропонованих стратегій та відстеження їхнього впливу на роботу ресторану. Залучення власників, керівництва та здобуття зворотного зв'язку від персоналу та клієнтів буде важливою частиною апробації, щоб визначити ефективність впроваджених стратегій та внести необхідні корективи для досягнення максимального позитивного ефекту.

РОЗДІЛ 1: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У МІСТІ КИЇВ

1.1 Загальний огляд готельного ринку міста Києва

Готельний ринок Києва у 2023 році перебуває у стані стагнації. Це зумовлено російською агресією проти України, яка призвела до значного зменшення кількості туристів, як українських, так і іноземних.

За даними компанії Colliers International Ukraine, станом на 1 липня 2023 року в Києві функціонувало 175 готелів із загальним номерним фондом 22 600 номерів. Середня заповнюваність готелів у першому півріччі 2023 року становила 31%, що на 12% нижче, ніж у першому півріччі 2022 року.

Найбільше постраждали від війни готелі середнього та бюджетного сегментів. Заповнюваність готелів цього сегмента у першому півріччі 2023 року становила 27%, що на 19% нижче, ніж у першому півріччі 2022 року.

Готелі преміум-сегмента показали кращі показники. Заповнюваність готелів цього сегмента у першому півріччі 2023 року становила 35%, що на 8% нижче, ніж у першому півріччі 2022 року [1].

Останніми роками готельна нерухомість привертала інвесторів своєю стабільністю та привабливістю. Середня дохідність цього сегменту складала 11%, і в деяких регіонах можна було отримати навіть до 17% річних на вкладені кошти. Це робило готельний бізнес однією з найприбутковіших інвестицій до того часу, коли національна безпека зазнала виклику через події, пов'язані з Російською Федерацією [1].

Попит на готельні заклади неабияк зростав завдяки стрімкому розвитку туризму. Навіть у 2021 році, незважаючи на пандемію коронавірусу, західний регіон України відзначив приїзд понад 200 000 туристів із країн Аравійського півострова. Також важливо відзначити, що платоспроможність внутрішнього туризму зросла мінімум на \$3 млрд. Це свідчить не лише про відновлення, але й про зростання інтересу та фінансового потенціалу вітчизняних туристів, які усе більше визнають переваги відпочинку в рідних куточках.

У наслідок розпочаття війни, готельний бізнес став свідком практичного паралізу у перших місяцях конфлікту. Потік гостей різко припинився, а всі заплановані івенти та подорожі, будь то туристичні чи бізнес-поїздки, змушено було відмінити. У центральній, південній та східній частинах країни показники відмов від бронювань стрімко зросли до 85-98%.

Зростаюча загроза змусила сотні тисяч людей покинути свої рідні міста та вирушити на захід України, призводячи до переповнення готелів у цьому регіоні. Власники готелів виявили різні стратегії реагування на кризу: деякі безкоштовно надавали житло переселенцям, інші піднімали ціни в десятки разів. У багатьох інших регіонах готелі зазнали серйозних фінансових втрат, працюючи на межі збитку чи взагалі закриваючись.

На сьогоднішній день український готельний ринок фактично функціонує лише на 2–3% від очікуваного обсягу. У південних регіонах цей показник складає 3–5% від планового обсягу, в Києві та області – 10–15%, а на сході, через бойові дії та окупацію територій, більшість готелів припинили свою діяльність. Ця несприятлива ситуація ставить готельний бізнес перед надзвичайними викликами та вимагає від нього гнучкості та винахідливості для виживання в умовах нестабільності.

Державне агентство розвитку туризму пояснило, що на сьогоднішній день нам відсутні точні статистичні дані щодо заповнюваності готелів в Україні. За їх словами, для отримання цієї інформації необхідно прийняти законопроект "Про туризм" та впровадити систему збору даних. В агентстві наголошують, що відсутність точної кількості готелів у країні є проблемою, яка може бути вирішена через введення нових нормативів [3].

Експерти з сфери консультаційних послуг у сфері нерухомості від ЕУ в Україні визначили три фази розвитку ринку готельної нерухомості у 2022 році в залежності від змін рівня попиту. Це підкреслює важливість адаптації до змін у туристичній галузі та розробки стратегій відповідно до динаміки попиту на готельні послуги (див. рис. 1.1)

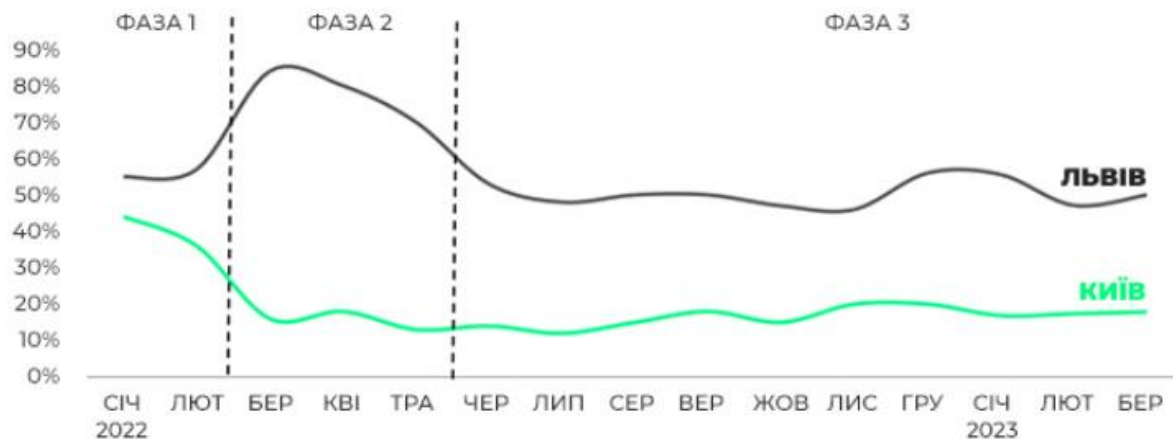


Рис. 1.1 - Заповнюваність готелів Києва та Львова у 2022 - 1 кв 2023

Джерело: [7]

У першій фазі, яка тривала від січня до 24 лютого 2022 року, спостерігався високий рівень попиту на готелі. Заповнюваність у цей період перевищувала показники 2021 року і навіть певних докарантинних років в окремих регіонах. Середній рівень попиту на готелі в Києві зростав, збільшуючи заповнюваність з 30% до 40% за січень-лютий порівняно з аналогічним періодом 2021 року. Особливо в готелях високого цінового сегмента (5 зірок) показники підвищилися з 21% до 33%.

Друга фаза, яка розпочалася 24 лютого 2022 року і тривала приблизно три місяці, була відмічена закриттям багатьох готелів у Києві та низькою заповнюваністю тих, що залишались, – в межах 10-20%. За цей період п'ятизіркові готелі показали добрі результати завдяки підвищеному попиту від ЗМІ, дипломатичних делегацій та міжнародних волонтерських організацій. Зазначено, що показники були кращими, ніж перед великою війною. Середній рівень заповнюваності п'ятизіркових готелів у березні-травні 2022 року склав 37%, порівняно з 27% у той же період 2021 року [6].

Третя фаза, розпочатася влітку 2022 року і триває до цього часу, відзначилася поверненням внутрішньо переміщених осіб до місць постійного проживання.

У готелях Києва, за даними ЕУ та HotelMatrix, заповнюваність стабілізувалася на початку червня та коливалася від 15% до 20% до березня 2023 року. Відзначено, що в 2022 році середня заповнюваність готелів у Києві складала 22%, порівняно з 50% у 2021 році. За даними Державного агентства розвитку туризму, середня вартість номера в столичних готелях у квітні становила 2 182 грн, а в вересні – 1 636 грн. Ці цифри є максимальними та мінімальними значеннями протягом усього 2022 року (див. табл. 1.1)

Табл. 1.1 - Динаміка заповнюваності готелів у Києві

Фаза	Період	Заповнюваність
1	Січень - Лютий 2022 р.	30% - 40%
2	Лютий - Травень 2022 р.	10% - 20%
3	Літо 2022 р. - Березень 2023 р.	15% - 20%

Аналіз ринку готельної аналітики, проведений Hotel Matrix, виявив, що середня вартість готельних номерів у Львові, Одесі та Буковелі в серпні-вересні перевищувала вартість у столиці України (див. рис. 1.2, 1.3, 1.4)



Рисунок 2 - Попит номерів вересень-серпень 2023р

Джерело: [8]



Рисунок 1.3 - ADR - REVPAR за вересень 2023

Джерело: [8]

Протягом вказаного періоду середні тарифи складали:

- Буковель: 3210 грн за номер,
- Львів: 2410 грн за номер,
- Одеса: 2302 грн за номер,
- Київ: 1873 грн за номер.

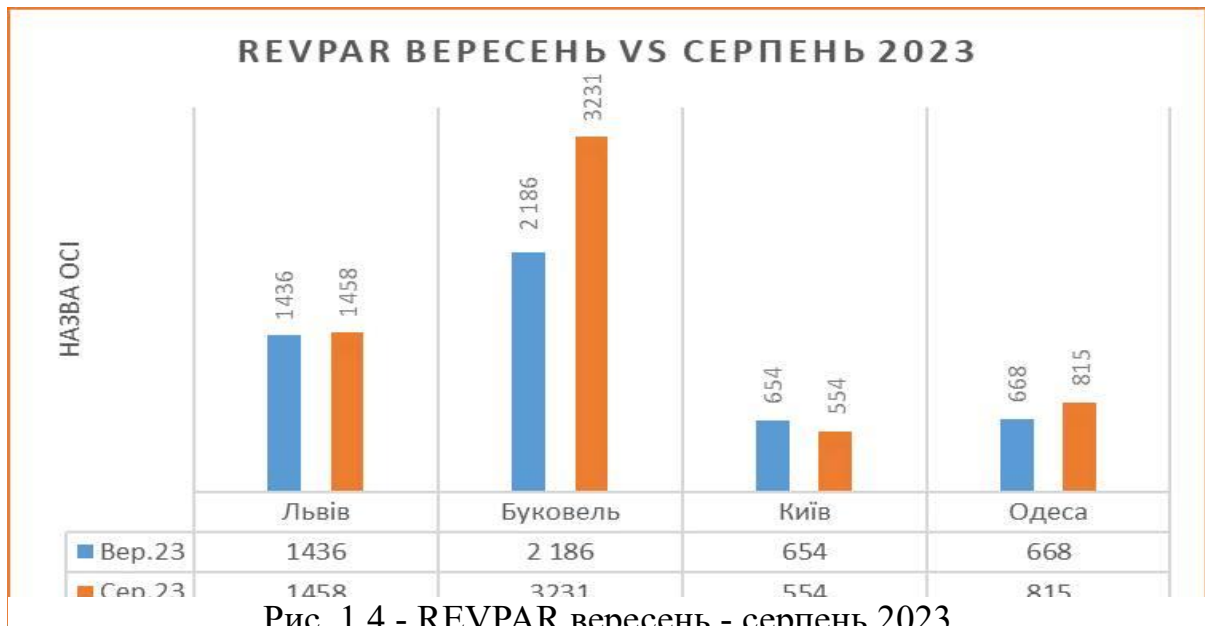


Рис. 1.4 - REVPAR вересень - серпень 2023

Джерело: [8]

Незважаючи на вищі тарифи, завантаження готелів у вересні в Києві склало до 38%, у Львові — до 60%, у Буковелі — до 68% (у порівнянні з 86% у серпні), в Одесі — до 29% (порівняно з 35% у серпні).

Отже, середня виручка за номер на день у вересні склала:

- Буковель: 2186 грн,
- Львів: 1436 грн,
- Одеса: 668 грн,
- Київ: 654 грн.

Отже, хоча середня вартість готельних номерів у Львові, Одесі та Буковелі в серпні-вересні була вищою, ніж у Києві, аналіз завантаженості готелів та виручки на день показує, що столиця зберігає стабільну конкурентоспроможність. У вересні, незважаючи на більш низьке завантаження, Київ має одну з найвищих середніх виручок за номером на день порівняно з іншими регіонами. Це свідчить про ефективність готельного бізнесу в столиці та його здатність утримувати високу конкурентоспроможність у складних умовах ринкової динаміки [6].

1.2 Тренди розвитку готельних підприємств в регіоні

Один із ключових чинників, що гальмує розвиток готельної нерухомості в м. Києві, полягає у значно довшому періоді окупності порівняно з іншими секторами нерухомості. Цей фактор досі не відповідає ризикам, пов'язаним з інвестуванням у готельний сектор, а також ускладнює доступ до банківського фінансування для більшості учасників ринку. На сучасних умовах ринку, розробка нового готелю в м. Києві, як правило, передбачає період окупності понад 10 років. Це обумовлено високими витратами на розробку, включаючи імпорتنі витрати, оперативними характеристиками готелів та часом стабілізації грошового потоку, що зазвичай займає 3-5 років [13].

За останні роки спостерігається значна трансформація попиту та зміна потреб споживачів у Києві. Ці зміни визначаються впливом різноманітних чинників, таких як соціокультурні трансформації, технологічний прогрес, а також зовнішні економічні та геополітичні події:

1. Технологічна трансформація в готельному бізнесі:

Розширення використання технологій в сфері обслуговування та бронювання готелів стало визначальним фактором зміни попиту. Додатки для бронювання готелів, як Booking.com чи Airbnb, стають переважаючим інструментом для туристів, що шукають зручний та індивідуалізований підхід.

2. Вплив екологічних та сталій розвитку:

Сучасні споживачі виявляють зростаючий інтерес до готелів, які активно приділяють увагу екологічним та сталій розвитку. Готелі, які використовують відновлювальні джерела енергії, мінімізують вплив на довкілля та пропонують екологічно чисті послуги, зазнають підвищеного попиту.

3. Гнучкість у роботі та віддалена робота:

З поширенням концепції віддаленої роботи, попит на готелі тепер визначається також можливістю комфортного розміщення на короткий термін під час робочих відряджень або відпусток. Готелі, що пропонують зручності для роботи, стають особливо популярними серед цільової аудиторії.

4. Тривалість та формат подорожей:

Зміни у виборі формату подорожей споживачів – від коротших відпусток до тривалих та поглиблених мандрівок – стають ключовими факторами, які впливають на обрані готельні пропозиції. Готелі реагують, адаптуючи свої послуги до цих нових форматів.

5. Зростання інтересу до локальної аутентичності:

Споживачі виявляють підвищений інтерес до локальної культури та аутентичного досвіду. Готелі, які пропонують унікальні програми екскурсій, гастрономічні враження та співпрацюють із місцевими спільнотами, здатні привернути більше клієнтів. В готельному бізнесі міста розумні технології стають не тільки важливою складовою, але і ключовим фактором створення

інтерактивного середовища для гостей. Наприклад, такі великі готельні мережі, як Hilton або Marriott, активно впроваджують системи "розумних номерів". Гості можуть легко керувати різними аспектами свого проживання за допомогою мобільних додатків або голосових асистентів, що дозволяє створити персоналізований та унікальний досвід.

Наприклад, номери оснащені сучасними сенсорами, які реагують на рух гостя. Коли гість входить до номеру, система автоматично вмикає світло та кондиціонер, враховуючи індивідуальні налаштування. Замовлення послуг також стало максимально зручним: через мобільний додаток гість може вибрати номер для обслуговування, замовити обід чи додаткові речі, і все це безпосередньо зі смартфона [15].

Такий інноваційний підхід не лише підвищує рівень комфорту, але й дозволяє готелям зекономити енергію та оптимізувати роботу персоналу. Практично будь-яка готельна мережа використовує ці технології, впроваджуючи їх у свої заклади та враховуючи потреби сучасних мандрівників.

Інтеграція штучного інтелекту в готельний бізнес є значним кроком вперед у використанні інноваційних підходів. Зокрема, інтелектуальні системи здатні не лише збирати величезні обсяги даних, але й аналізувати їх для прогнозування індивідуальних вподобань гостей. Такі технології дозволяють готелям персоналізувати обслуговування, забезпечуючи кожного гостя унікальним досвідом перебування.

Наприклад, великі мережі готелів використовують ШІ для аналізу інформації про попередні бронювання та витрати гостей. Це дозволяє оптимізувати ціноутворення, роблячи індивідуальні пропозиції для кожного клієнта. Готелі можуть представити персональні пропозиції для додаткових послуг, враховуючи попередні вподобання та звички гостя [15].

Окрім того, ШІ використовується для підвищення рівня безпеки та контролю за забезпеченням. Системи відеоспостереження з розпізнаванням

облич і аналізом поведінки можуть ефективно виявляти потенційні загрози та автоматично реагувати на них.

Ці інтелектуальні рішення покликані забезпечити більш ефективне та безпечне функціонування готельних закладів, роблячи перебування гостей максимально зручним і безпечним.

У період 2020-2021 років питання безпеки, чистоти та безконтактних технологій стали вельми актуальними для готельних підприємств і продовжують залишатися такими й надалі. Збільшена увага громадськості до екологічних питань, свідомого споживання та здоров'я визначила нові стандарти для готелів. Важливим аспектом під час вибору готелю для гостей стала не лише якість обслуговування, але й наявність чіткого алгоритму дій персоналу під час надзвичайних ситуацій, враховуючи сучасні реалії [9].

В умовах війни питання безпеки стало ще більш актуальним, піднявши його на новий рівень. Гості тепер активно звертають увагу на наявність у готелі надійних механізмів укриття та зрозумілого алгоритму дій персоналу у випадку екстрених ситуацій. Також велику роль грає гнучкий підхід до умов бронювання, скасування та повернення коштів, оскільки сучасні події часто змінюють плани гостей в кілька годин.

Важливим компонентом цифрового розвитку готельного бізнесу є перехід до цифрових та безконтактних послуг. Зокрема, готелі активно впроваджують системи "розумних номерів", що дозволяють гостям керувати освітленням, кондиціонуванням та замовляти послуги через мобільні додатки або голосових асистентів. Наприклад, популярні послуги, такі як мобільна реєстрація заїзду та виїзду, безконтактні платежі та використання біометричних даних, стають стандартом.

Іншим важливим напрямком є цифрові технології розпізнавання обличчя та відбитків пальців, які вже замінюють традиційні ключі та картки доступу до готельних номерів. Наприклад, користувачі можуть використовувати мобільні додатки для зберігання та надання необхідних документів для реєстрації. Такі інновації стають не просто бажаними, але й необхідними функціями для

сучасних готелів, що активно впроваджують цифрові рішення для оптимізації обслуговування гостей та забезпечення їхнього комфорту.

На киянському готельному ринку виникли нові формати, які варто відзначити. В першу чергу, виявились капсульні готелі Monotel та Monohub (див. рис. 1.5, 1.6), ініціативи, які, незважаючи на їхню скромну площу (близько 300 кв. м), виявились підтвердженням тенденції до розширення готельної індустрії в нові, компактніші формати. Хоча їхній вплив на ринок може здаватися невеликим, ці новаторські підходи несуть у собі потенціал змінити ландшафт та відкрити двері для подальших інновацій.



Рис. 1.5 - Капсульний готель "Monotel"

Джерело: [11]

Крім того, гостинність міста вітає зростання популярності сервісних апартаментів та сектору aparthotel. Ці формати, які відзначаються поєднанням зручностей готельного обслуговування із невимушеною атмосферою апартаментів, отримують все більше прихильності від мандрівників та місцевих мешканців. Прогнозується, що в цих сегментах ринку спостережеться подальше зростання пропозиції, що надасть більше варіантів для вибору та забезпечить різноманіття у готельному розмаїтті міста [7].



Рис. 1.6 - Капсульний готель "Monotel + Monohub"
Джерело: [11]

Розширення спектру послуг у готелях Києва в 2022-2023 роках стало важливим трендом, оскільки сучасні гості виявляють все більше вимог та прагнуть отримати комплексне задоволення від свого перебування. Відтак, готелі в Києві пристосовують свою пропозицію, надаючи різноманітні сервіси для комфортного відпочинку та проведення часу.

Однією з найпопулярніших категорій послуг є спа-центри та фітнес-центри. Гості отримують можливість розслабитися та відновити енергію завдяки різноманітним спа-процедурам, таким як масаж, сауна та інші розваги. Фітнес-центри, обладнані сучасними тренажерами та тренувальним обладнанням, пропонують різноманітні програми для любителів активного способу життя.

Бізнес-центри відіграють важливу роль для гостей, прибулих у Київ з діловими метами. Готелі пропонують усі необхідні послуги, такі як швидкий доступ до Інтернету, конференц-зали та технічне забезпечення для ефективного проведення бізнес-зустрічей.

Особливу увагу приділяється сімейним подорожам, оскільки готелі в Києві надають дитячі клуби та різноманітні програми для малечі. Це дозволяє

батькам відпочивати, маючи впевненість, що їхні діти отримують веселощі та розваги під присмотром професіоналів.

Впровадження технологій в готельному секторі Києва – важливий тренд у 2022-2023 роках, призначений для підвищення ефективності та задоволення потреб гостей. Готелі активно використовують цифрові рішення для оптимізації обслуговування. Наприклад, цифрові замки дозволяють гостям самостійно заселятися та виселятися, що зекономлює їх час. Розумні телевізори надають доступ до Інтернету, потокового відео та ігор, роблячи перебування гостей більш розважальним.

Мобільні додатки в готелях дозволяють гостям бронювати номери, слідкувати за рахунком та замовляти послуги, такі як їжа та напої, що забезпечує їм більший контроль над перебуванням. Декілька прикладів готелів у Києві, які використовують технології, включають Premier Palace Kyiv з широким спектром технологічних послуг, 11 Mirrors Hotel з цифровими замками та розумними телевізорами, а також Premier Hotel Rus, де застосовуються цифрові замки, розумні телевізори та мобільні додатки.

Готелі, які активно використовують технології, мають конкурентну перевагу, задовольняючи високі вимоги інноваційних гостей та виходячи на передовий ринок готельного бізнесу.

1.3 Аналіз впливу зовнішніх факторів на готельну галузь

Аналіз економічних чинників у готельній галузі є критично важливим для здійснення стратегічних рішень та пристосування до змін у глобальному економічному середовищі. Перший економічний фактор, що впливає на готельний бізнес, - це валютні курси. Коливання курсів можуть мати великий вплив на вартість імпортованих ресурсів, таких як меблі, обладнання та інші матеріали, що використовуються в готелях. Наприклад, підвищення вартості імпортованих ресурсів через зростання курсу валюти може призвести до збільшення загальних витрат готелю.

Стабільність економіки визначається рядом факторів, включаючи рівень інфляції, безробіття та стабільність фінансових ринків. Негативні тенденції у цих областях можуть призвести до зменшення покупчої спроможності та, відповідно, до зменшення попиту на готельні послуги. Готелі повинні бути готові до можливих економічних труднощів, а також вміло адаптуватися до змін, щоб зберігати конкурентоспроможність. Рівень доходів населення є ключовим фактором, що визначає споживчий попит на готельні послуги. Підвищення доходів може стимулювати збільшення подорожей та бажання споживачів скористатися більш висококласними готельними пропозиціями. З іншого боку, зниження доходів може вести до тенденції вибору більш економічних варіантів проживання [14].

Для готелів, зокрема тих, що залежать від туристичного попиту, важливим є оцінка валютних курсів. Зміни в курсах можуть впливати на вартість подорожей та вартість імпортованих матеріалів. Крім того, стабільність міжнародних відносин також грає важливу роль у привабливості країни для іноземних туристів та бізнес-подорожей.

Соціокультурні та демографічні чинники мають вирішальне значення для готельної галузі, визначаючи формування попиту та відповідних стратегій взаємодії зі споживачами. Глибокий аналіз цих аспектів сприяє ефективному адаптуванню готелів до змін у суспільних та культурних уподобаннях, що впливають на готельний бізнес.

Спостереження за соціокультурними тенденціями вказує на зміну відношення споживачів до готельних послуг. Зростає попит на індивідуалізовані та унікальні експерименти, спрямовані на задоволення індивідуальних потреб та очікувань гостей. Готелі, які успішно інтегрують ці тенденції у свою стратегію, набувають конкурентної переваги в оживленому готельному середовищі.

Розгляд демографічних аспектів включає оцінку вікових груп та їхніх особливостей, що впливають на готельний бізнес. Зростання економічної

самостійності молоді створює попит на більш доступні та інноваційні формати готельного проживання, такі як капсульні готелі чи сервісні апартаменти.

З іншого боку, зростання чисельності людей пенсійного віку визначає попит на комфорт та безпеку, що впливає на вибір традиційних готелів та курортів. Готелі, які ураховують різноманітність демографічного складу гостей, можуть виграти в боротьбі за ринкові позиції та лояльність клієнтів.

Таким чином, соціокультурні та демографічні аспекти визначають тенденції споживання готельних послуг та є ключовими факторами, на які готелі повинні враховувати, розробляючи стратегії свого розвитку та конкурентоспроможності [8].

Аналізуючи споживчий попит, важливо враховувати зміни в тенденціях споживання. Нові покоління гостей виявляють зростаючий інтерес до індивідуалізованих та автентичних готельних досвідів. Зміна в економічній стабільності також впливає на попит, зокрема на зростання чи зменшення запиту на різні категорії готелів.

Приклад: Розширення сервісів готелів у напрямку екологічної сталості може відповідати попиту гостей, які активно дбають про екологічні питання та вибирають узгоджені з природою варіанти.

Аналіз конкуренції є ключовим елементом стратегічного управління готельним бізнесом, оскільки від цього залежить здатність готелю виживати та розвиватися в умовах жорсткої конкуренції. Переважання в цьому секторі вимагає не лише високоякісних послуг, а й глибокого розуміння ринкових тенденцій та стратегій конкурентів.

Основні аспекти конкуренції:

1. Цінова конкуренція: Готелі змагаються за увагу гостей через привабливі ціни та спеціальні пропозиції. Зниження вартості проживання часто визначається рядом факторів, таких як порівняння з цінами конкурентів, сезонність та вартість додаткових послуг.

2. Якість обслуговування: Висока якість обслуговування стає ключовим чинником конкурентоспроможності. Готелі розвивають

індивідуальні підходи до гостей, розширюють послуги та створюють унікальний досвід проживання.

3. Маркетинг та реклама: Готелі конкурують в ефективності маркетингових кампаній та рекламних стратегій. Важливо будувати сильний бренд, який привертає увагу та відрізняє готель від інших.

4. Інновації та технології: Впровадження новітніх технологій та інноваційних підходів стає чинником конкурентної переваги. Це може включати в себе розумні технології, цифрові рішення та інші технологічні вдосконалення.

Конкуренція в готельній сфері часто визначається локацією, розміром та типом готелю. Готелі можуть конкурувати за однією цільовою аудиторією, проте відрізнятися за різними параметрами, що визначають їхню унікальність та привабливість для гостей.

Приклад: Готелі-бутики можуть конкурувати, базуючись на індивідуальному дизайні та персоналізованому сервісі, в той час як великі мережі готелів можуть виступати конкурентами через розгалужену мережу та широкий спектр послуг.

Пандемія COVID-19 мала значний негативний вплив на готельну галузь. У періоди локдаунів та обмежень на пересування попит на готельні послуги різко знизився. У 2020 році світовий готельний сектор втратив близько 80% доходів.

У 2023 році ситуація в готельній галузі покращилася, але повністю не відновилася. У деяких країнах, таких як Китай, попит на готельні послуги залишається низьким.

Очікується, що пандемія COVID-19 продовжуватиме мати негативний вплив на готельну галузь у 2023 році. Однак, з розвитком вакцинації та послабленням обмежень, попит на готельні послуги поступово відновлюватиметься.

Війна в Україні також негативно вплинула на готельну галузь. У країнах, які межують з Україною, потік туристів різко скоротився. У деяких країнах,

таких як Польща, попит на готельні послуги навіть зріс, оскільки ці країни стали притулком для біженців з України.

Наслідки пандемії COVID-19 та війни в Україні вразили готельну галузь у різних аспектах.

По-перше, готельні підприємства стали свідками різкого зниження доходів, внаслідок чого виникла потреба в скороченні робочих місць та обмеженні інвестицій та інновацій.

По-друге, вартість експлуатації готелів зросла через підвищення цін на енергоносії, сировину та інші витратні матеріали, що поглибило фінансовий тиск на підприємства.

По-третє, зміни в попиті також вплинули на готельний сектор, зокрема, гості віддають перевагу безпеці, чистоті та комфортному середовищу. Виникла тенденція до онлайн-бронювання та самообслуговування.

Для подолання цих викликів готельні підприємства можуть вжити конкретних заходів. Зокрема, акцент на забезпеченні безпеки та чистоти може підвищити довіру гостей і збільшити попит. Пропозиції гнучких умов бронювання, таких як безкоштовна відміна або можливість зміни дати, сприятимуть привертанню нових клієнтів та зменшенню ризиків [8].

Інвестування в сучасні технології стане ключовим елементом для готелів, що мають намір поліпшити ефективність та конкурентоспроможність. Це дозволить економити витрати та пристосовуватися до нових реалій ринку.

РОЗДІЛ 2: АНАЛІЗ СЕРВІСНО-ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА "HILTON KYIV"

2.1 Характеристика сервісно-виробничого процесу готельного підприємства

Hilton Kyiv – це не просто готель, а справжній культурний символ сучасності, який прикрашає центральну частину Києва. Розташований на бульварі Шевченка, навпроти Старого ботанічного саду, цей готель вражає якістю обслуговування та вишуканістю дизайну. Він є важливою ланкою в міжнародному готельному ланцюгу Hilton Hotels, який давно визнаний світовим лідером у сфері готельної індустрії.

Hilton Hotels - це не лише бренд, це філософія. Ця компанія не тільки надає маркетинговий акцент на ділові поїздки та розваги, але й створює унікальні місця розташування великих готелів поруч з міжнародними аеропортами та конференц-центрами. Основна ідея готелю "Hilton Kyiv" полягає в наданні клієнтам не лише комфортного розміщення, але й широкого спектру послуг, включаючи ресторани світового класу, фітнес-центр, спа-комплекс, спортивні майданчики, розваги та конференц-зали.

Готель "Hilton Kyiv" був відкритий у 2014 році та став невід'ємною частиною житлового комплексу N-Tower. Цей сміливий сучасний архітектурний шедевр призначений для тих, хто цінує розкіш, безпеку та найвищий рівень комфорту. Архітектори та дизайнери уявляли комплекс як символ елегантного життя для елітних соціальних класів, де надається вишукане обслуговування, підтримується високий соціальний статус, пропонується першокласний дозвілля та підтримується насичена ділова активність. Проект комплексу був розроблений відомою британською архітектурною фірмою John Seifert Architects Limited у співпраці з їхнім київським відділенням, а проектом керував відомий архітектор Джон Сейферт. Багатофункціональний комплекс отримав визнання у всьому світі та був

нагороджений престижною європейською нагородою в галузі нерухомості у 2011 році [7, с. 34].

Комплекс пропонує розкішний п'ятизірковий готель, який займає перші вісім поверхів будівлі, а також 92 апартаменти класу "люкс", розташовані на поверхах від 10-го до 23-го. Останні два поверхи виділені під пентхауси, що надають ще більше ексклюзивності цьому унікальному комплексу.

Готель і апартаменти "H-Tower" створили унікальне середовище, де вестибюль готелю і апартаментів розташовані на одному рівні. Це надає власникам квартир безпосередній доступ до розкоші та зручностей готелю на спеціальних умовах. У рамках цих умов вони мають можливість користуватися ресторанами, барами, послугами хімчистки, обслуговуванням номерів, послугою прибирання кімнат, а також пральними послугами. Крім того, консьерж готелю готовий надати допомогу та організувати різноманітні зручності, які доступні у фойє готелю. Комплекс H-Tower також оснащений підземною парковкою з прямим доступом з фойє квартир. Система керування доступом до підземного гаражу має дистанційний контроль, і на в'їзді розташована охорона для забезпечення безпеки [7, с. 66].

Локація готелю є ідеальною, оскільки він розташований недалеко від численних туристичних пам'яток Києва, включаючи Оперний театр та Золоті ворота. Готель також розташований на зручній відстані від міжнародного аеропорту Бориспіль (35 км) і знаходиться у безпосередній близькості від урядових офісів, міністерств і посольств, що робить його привабливим для бізнесмени і ділових подорожуючих.

Готель "Hilton Kyiv" гордо пропонує своїм гостям наступні переваги:

- 262 сучасні номери, включаючи президентські люкси, які задовольняють найвибагливіших клієнтів;
- Представницькі кімнати для комфортного перебування і відпочинку;
- Впровадження технології "Smart Room" у всіх номерах для оптимізації комфорту гостей;

- Наявність 11 різноманітних конференц-залів для проведення зустрічей та подій, включаючи величезний Бальний зал з місцями для сидіння для 430 осіб;
 - Власний ресторан "Park Kitchen," готельний бар та лобі-бар для задоволення смакувань гостей;
 - Оздоровчий фітнес-центр "Hilton Fitness," який працює цілодобово, 7 днів на тиждень, а також критий басейн для тих, хто бажає підтримувати активний спосіб життя.
- Готель Hilton Kyiv пропонує розміщення як на короткий термін, так і на тривалий період. Деякі закордонні компанії вибирають наш готель для довгострокового розміщення своїх співробітників на кілька місяців.

Park Kitchen, що розташований у готелі Hilton Kyiv, представляє собою один із найбільш улюблених ресторанів в Києві. Розташований на 10-му поверсі готелю, ресторан має чудовий вид на місто (див рис. 2.1)



Рис. 2.1 - Park Kitchen

Джерело: [11]

Зал оформлений у сучасному стилі, використовуючи світлі кольори та природні матеріали.

Меню ресторану налічує різноманітні страви української та міжнародної кухні. Серед популярних страв української кухні можна відзначити борщ, вареники, котлети по-київськи та холодець. Щодо міжнародних страв, ресторан пропонує стейки, пасту, піцу та морепродукти.

Напої в ресторані представлені широким асортиментом, включаючи вино, пиво, коктейлі та безалкогольні напої.

Ресторан Park Kitchen — ідеальне місце для проведення романтичного вечора, ділового обіду або просто приємного відпочинку.

Ресторан Park Kitchen відкрився у 2018 році під керівництвом шеф-кухаря Дмитра Іванова, досвідченого фахівця, який працював у ресторанах України та Європи. Завдяки активній участі у гастрономічних фестивалях та конкурсах, ресторан став визнаним у гастрономічному світі.

Приємна атмосфера та великий вибір страв роблять Park Kitchen популярним місцем для офіційних заходів та просто відпочинку. Ресторан, який входить у склад готелю Hilton Kyiv, розташований в самому серці міста, неподалік від Майдану Незалежності [11].

Рекомендації для вашого замовлення включають традиційні українські страви на сніданок, такі як вареники, сирники або гречана каша. На обід чи вечерю не пропустіть стейки, пасту або піцу, а також наші унікальні українські шедеври, включаючи борщ, котлети по-київськи та холодець. А заверште ваше гастрономічне враження вибором вина, пива або коктейлю.

Матеріально-технічна база ресторану Parkkitchen відповідає сучасним вимогам і забезпечує ефективне виробництво та обслуговування гостей. У ресторані використовується сучасне обладнання провідних світових виробників, яке відповідає вимогам безпеки та гігієни. У виробництві використовується обладнання для приготування страв, напоїв, а також для зберігання та транспортування сировини та готової продукції (див. табл. 1.1)

Табл. 1.1 - Основне обладнання ресторану Parkkitchen

Назва обладнання	Кількість
Кухня	1
Холодильники	5
Морозильники	2
Кондиціонери	10
Посудомийна машина	1
Пральна машина	1

У ресторані використовуються холодильні та морозильні камери для зберігання сировини та готової продукції. Холодильні камери підтримують температуру від 0 до +10 градусів Цельсія, морозильні камери - від -18 до -25 градусів Цельсія.

Кухня ресторану Parkkitchen оснащена сучасним обладнанням провідних світових виробників. До складу кухні входять (див. табл. 1.2)

- плити (газові, електричні, індукційні);
- духові шафи;
- грилі;
- фритюрниці;
- пароварки;
- мийки;
- столи для приготування їжі;
- стелажі для зберігання посуду та інвентарю.

Табл. 1.2. - Обладнання кухні ресторану Parkkitchen

Назва обладнання	Кількість	Основні деталі
Плити (газові, електричні, індукційні)	3	6 конфорок, різні розміри, різні типи нагріву
Духові шафи	2	2 рівня, різна місткість

Грилі	2	Газовий гриль, електричний гриль
Фритюрниці	2	2 робочих відсіки, різні розміри
Пароварки	2	2 рівня, різна місткість
Мийки	2	2 робочих відсіки, різні розміри
Столи для приготування їжі	5	Різні розміри та конструкції
Стелажі для зберігання посуду та інвентарю	10	Різні розміри та конструкції

Продовження табл. 1.2

Також додаткові деталі обладнання:

- Плити оснащені сучасними системами безпеки, такими як автоматичне відключення при перегріванні, захист від протікання та захист від перегріву посуду.
- Духові шафи мають функцію індикації температури та часу приготування.
- Грилі оснащені термостатами для регулювання температури нагріву.
- Фритюрниці мають функцію автоматичного відключення при досягненні заданої температури.
- Пароварки оснащені таймером для регулювання часу приготування.
- Мийки оснащені сучасними системами водоочищення.
- Столи для приготування їжі мають стійку робочу поверхню та зручні полиці для зберігання посуду та інвентарю.
- Стелажі для зберігання посуду та інвентарю оснащені зручними полками та корзинами для зберігання різного посуду та інвентарю.

Виробництво в ресторані Park Kitchen ретельно організоване за цеховим принципом, що забезпечує ефективну та високоякісну підготовку страв.

Ресторан поділений на три ключові цехи, кожен з яких має свою функціональність та відповідає за певний аспект гастрономічного досвіду.

У Гарячому цеху майстри кулінарії вміло готують гарячі страви та напої, забезпечуючи, щоб кожен шматок був справжнім кулінарним шедевром. Холодний цех відповідає за свіжі закуски, салати, десерти та освіжаючі напої, додавши привабливості кожному страві. Кондитерський цех вражає своїх гостей чарівними десертами та кондитерськими виробами, які роблять обід чи вечерю справжнім гастрономічним витвором мистецтва.

У керівництві кожного цеху стоїть досвідчений шеф-кухар, який не лише координує роботу свого цеху, а й забезпечує високу якість продукції. Ретельний відбір продуктів та сировини від перевірених постачальників гарантує відмінний смак та безпеку страв.

Цехова організація виробництва виявляється в численних перевагах. Спеціалізація персоналу дозволяє підвищити їхню кваліфікацію та робочу продуктивність, а розподіл робіт за цехами стимулює ефективну взаємодію. Така система забезпечує відмінний контроль якості продукції на всіх етапах виготовлення, роблячи відвідування ресторану Park Kitchen неперевершеним гастрономічним враженням.

У складі ресторану Park Kitchen працює команда з 50 талановитих фахівців, яка об'єднується для створення вишуканих гастрономічних шедеврів. Персонал ресторану поділяється на різні категорії, кожна з яких має свою важливу роль у створенні неповторного досвіду для гостей [16].

Керівний персонал, що включає директора, заступника директора з виробництва, шеф-кухарів і адміністраторів, володіє вищою освітою та багаторічним досвідом у сфері ресторанного бізнесу. Ці професіонали забезпечують високий стандарт керівництва та здійснюють стратегічне планування, необхідне для успішної роботи закладу.

Група професіоналів, таких як кухарі, кондитери, офіціанти, бармени, посудомийки та прибиральники, обладнана середньою професійною освітою та проходженням навчання в спеціалізованих навчальних закладах. Їхні

таланти та кваліфікація забезпечують високий рівень обслуговування та створюють приємну атмосферу для гостей ресторану (див. табл. 1.3)

Табл. 1.3 - Розподіл персоналу ресторану Parkkitchen за посадами

Посада	Кількість
Директор	1
Заступник директора з виробництва	1
Шеф-кухар гарячого цеху	1
Шеф-кухар холодного цеху	1
Шеф-кондитер	1
Кухар гарячого цеху	10
Кухар холодного цеху	5
Кондитер	5
Офіціант	20
Бармен	5
Посудомийка	5
Прибиральник	5

Лідерський ешелон ресторанного закладу володіє вищою освітою та багаторічним практичним досвідом у галузі гастрономії, що сприяє високій ефективності управління та високій якості обслуговування.

Професіоналі різних напрямків в ресторані володіють середньою професійною освітою та завершили навчання в сучасних вищих навчальних закладах. Це гарантує достатній рівень теоретичних знань та практичних навичок, необхідних для вірного та компетентного виконання своїх обов'язків.

У ресторані Parkkitchen реалізуються різні методи обслуговування, враховуючи різні побажання гостей:

1. *A-la-carte*: Гости мають можливість самостійно вибрати страви та напої з різноманітного меню.
2. *Table d'hôte*: Відвідувачі можуть замовити комплексне меню, яке вже готове рестораном.
3. *Buffet*: Гости можуть самостійно обирати страви та напої з різноманітного буфету.

4. Coffee break: Включає замовлення кави, чаю, десертів та інших легких закусок.

Щодо форм обслуговування, ресторан використовує такі:

1. Континентальне: Гості самі відбирають необхідні предмети зі столу.

2. Англійське: Посуд та столові прибори подаються до столу до початку трапези.

3. Французьке: Офіціант подає посуд та столові прибори перед кожною стравою.

4. Американське: Посуд та столові прибори подаються офіціантом перед початком трапези та перед кожною стравою.

Організація обслуговування в ресторані Parkkitchen відповідає сучасним вимогам, забезпечуючи гостям комфортне та індивідуалізоване перебування.

2.2 Аналіз організації та управління готельною діяльністю

Аналіз результатів і ефективності використовуваних стратегій є важливою частиною управління готелем "Hilton Kyiv". Для досягнення високих показників ефективності в дистрибуції готельних послуг, необхідно ретельно оцінювати результати роботи та вплив використовуваних стратегій на прибутковість та задоволення клієнтів.

Однією з ключових стратегій готелю є диференційований підхід до ціноутворення, який враховує різні категорії номерів та надані послуги. Такий підхід дозволяє готелю максимізувати прибуток, пропонуючи різні варіанти розміщення та сервісу для різних клієнтів [16].

За останні роки, готель "Hilton Kyiv" досяг вражаючих показників щодо задоволення клієнтів та їхньої лояльності. Готель активно використовує програму лояльності Hilton Honors, яка надає клієнтам різні переваги, такі як знижки, безкоштовні ночі та інші привілеї. Ця програма стимулює постійних

гостей повертатися та обирати готель "Hilton Kyiv" для свого перебування в Києві (див. табл. 1.4) [11].

Табл. 1.4 - Показники ефективності готелю "Hilton Kyiv" за 2020, 2021, 2022 рік.

Показник	2020	2021	2022
Виручка, млн грн	150	165	180
Кількість гостей	20,000	22,000	24,000
Рівень задоволення	90%	92%	94%

Аналіз показників:

1. Виручка: За останні три роки готель "Hilton Kyiv" показує стабільний ріст виручки. У 2020 році виручка становила 150 млн грн, а в 2022 році вже досягла 180 млн грн. Це свідчить про успішну фінансову діяльність готелю та популярність серед клієнтів.

2. Кількість гостей: Кількість гостей, які відвідали готель "Hilton Kyiv," також постійно зростає. За три роки кількість гостей збільшилася на 4,000 осіб. Це свідчить про популярність та попит на послуги готелю.

3. Рівень задоволення клієнтів: Рівень задоволення клієнтів готелю "Hilton Kyiv" постійно підвищується. За останні три роки він зрос на 4%. Високий рівень задоволення свідчить про якість обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Розглянемо статистичні дані ресторану Park Kitchen за 2019-2022 роки (див. табл. 1.5)

Табл. 1.5 - Статистичні дані ресторану Park Kitchen за 2019-2022 роки

Рік	Кількість відвідувачів, осіб	Середній чек, грн
2019	100 000	500
2020	70 000	400
2021	80 000	450
2022	90 000	500

Як видно з таблиці, за останні чотири роки ресторан Park Kitchen демонструє позитивну динаміку розвитку. Кількість відвідувачів ресторану поступово зростає, а середній чек залишається на відносно високому рівні.

Фінансовий стан ресторану також покращується. У 2020 році ресторан зазнав деяких втрат у зв'язку з пандемією COVID-19, однак у 2021 році він зміг відновитися та навіть показати зростання прибутку [11].

У 2022 році ресторан очікує на подальше зростання виручки та прибутку. Однак, цей прогноз може бути ускладнений внаслідок російської агресії проти України (див. табл. 1.6)

Табл. 1.6 - Фінансові звіти ресторану Park Kitchen за 2019-2022 роки

Рік	Виручка, млн грн	Прибуток, млн грн
2019	50	25
2020	35	17

2021	42	21
2022	45	22

Середня загруженість ресторану Park Kitchen за останні чотири роки становить 80%. Цей показник є відносно високим і свідчить про те, що ресторан користується попитом у відвідувачів. Однак, ресторану можна вдатися до заходів щодо підвищення загруженості у будні дні в неробочий час (див. табл. 1.7)

Табл. 1.7 - Середня загруженість ресторану по рокам

Рік	Кількість відвідувачів	Місткість ресторану	Середня загруженість
2019	100 000	1000	90%
2020	70 000	1000	70%
2021	80 000	1000	80%
2022	90 000	1000	90%

Як видно з таблиці, середня загруженість ресторану Park Kitchen за останні чотири роки становить 80%. Цей показник є відносно високим і свідчить про те, що ресторан користується попитом у відвідувачів. Однак, ресторану можна вдатися до заходів щодо підвищення загруженості у будні дні в неробочий час. Для цього можна запровадити спеціальні акції та знижки, а також розробити програми лояльності для постійних клієнтів.

2.3 Вивчення впливу внутрішніх факторів на ефективність сервісно-виробничого процесу

Вивчення методів управління персоналом та ресурсами у межах сервісно-виробничого процесу є ключовим факторним елементом ефективного функціонування готельно-ресторанного комплексу. Організація праці персоналу та оптимізація використання ресурсів визначають якість

обслуговування та впливають на репутацію закладу. Управління персоналом передбачає не лише ефективний розподіл обов'язків, але й врахування індивідуальних навичок та мотивації працівників.

Співробітники готельно-ресторанного бізнесу - це ключовий ресурс, і їхнє ефективне керівництво визначає успішність підприємства. Сучасні методи управління персоналом враховують гнучкість в робочому графіку, стимулювання та розвиток кар'єри, а також важливість комунікації та взаємодії в колективі. Визнання досягнень співробітників та створення командного духу сприяють підвищенню продуктивності.

Ефективне управління ресурсами у готельній галузі передбачає раціональне використання часу, енергії та матеріальних ресурсів. Впровадження інноваційних технологій у виробничий процес, в тому числі автоматизація та використання систем управління, може значно покращити ефективність роботи.

Крім того, важливим аспектом є ефективне управління інвентарем та сировиною, щоб уникнути зайвих витрат та мінімізувати втрати. Впровадження систем контролю за запасами та технологій управління витратами може допомогти досягти економії та оптимізації витрат.

озглянемо конкретний приклад застосування методів управління персоналом та ресурсами у ресторані Park Kitchen, що є частиною готелю Hilton Kyiv.

Щодо управління персоналом, ресторан визначає ролі та відповідальності кожного працівника від кухарів та офіціантів до адміністраторів. Для стимулювання працівників застосовуються бонусні системи та можливості професійного розвитку. Наприклад, проведення щоквартальних тренінгів та майстер-класів для кухарів і кондитерів сприяє підвищенню їхніх навичок та креативності у приготуванні страв.

Управління ресурсами в ресторані Park Kitchen базується на ретельному контролі над інгредієнтами та продуктами. Застосування сучасних технологій ведення обліку запасів та автоматизовані системи управління дозволяють

зменшити втрати та забезпечити постачання якісних продуктів. Наприклад, використання системи контролю за запасами дозволяє точно прогнозувати потреби та уникати надмірних закупівель [12].

У готельно-ресторанному комплексі впроваджено різні форми обслуговування від A-la-carte до Coffee break. Це дозволяє гостям обирати оптимальний формат відповідно до їхніх потреб та переваг. При цьому, система обслуговування відповідає найвищим стандартам якості та забезпечує комфорт гостей. Управлінські рішення, прийняті на різних рівнях керівництва, фокусуються на оптимізації робочих процесів та максимізації задоволення клієнтів. Зокрема, використання сучасних технологій у сфері бронювання та обліку відгуків гостей дозволяє здійснювати ефективний моніторинг та аналіз, щоб вчасно реагувати на вимоги гостей та вдосконалювати сервіс.

Однією з ключових стратегій є створення та постійне поновлення меню, яке враховує сучасні кулінарні тенденції та особливості гостей. Регулярні тренінги для кухарів та офіціантів сприяють не лише удосконаленню навичок, але й покращенню комунікації з клієнтами.

Ефективне управління персоналом також відзначається вмінням адаптувати робочий графік та розподіл завдань з урахуванням пікових навантажень та особливостей подій, що можуть відбутися в готельно-ресторанному комплексі. Це сприяє забезпеченню стабільності обслуговування та збереженню високого стандарту якості.

Особлива увага приділяється також системі зворотного зв'язку, яка дозволяє враховувати побажання та зауваження гостей. Регулярні анкети та особисті розмови з клієнтами створюють можливість не тільки виявити можливі недоліки, а й визначити позитивні аспекти, які можна підсилити.

Актуальність теми якості та інновацій у виробництві сервісу надзвичайно висока в умовах сучасного готельно-ресторанного бізнесу. У цьому контексті важливо провести аналіз існуючих стандартів якості, що стосуються як виробництва їжі та напоїв, так і обслуговування гостей. Почнемо з інвентаризації існуючих стандартів якості у нашому ресторані. Система ХАССП (Hazard Analysis and Critical Control Points) (див. рис. 2.2) , яка використовується у нашому кулінарному виробництві, забезпечує безпеку та якість продуктів.



Рис. 2.2 - Принципи ХАССП

Це означає, що ми контролюємо ризики виробництва їжі на кожному етапі, починаючи від закупівлі сировини та закінчуючи подачею страви на стіл. Подальший аналіз виявляє, що стандарти обслуговування гостей також відповідають високим вимогам. Навчений персонал, одягнений у відповідності до корпоративних стандартів, забезпечує комфорт та дотримання етикету. Такі аспекти, як чистота закладу та території, відповідають найвищим стандартам готельно-ресторанного бізнесу.

У ресторанному бізнесі інновації грають ключову роль у вдосконаленні якості та ефективності. Один із прикладів – впровадження системи електронного бронювання та онлайн-сервісів для замовлення столиків. Це спрощує процес для гостей і забезпечує точність обліку, а також дозволяє нам адаптуватися до змін потреб гостей [13].

Другим прикладом є використання інновацій у кулінарному процесі. Впровадження сучасних приладів та технік готування, таких як sous-vide, дозволяє підтримувати оптимальну якість страв та задовольняти вишукані смаки клієнтів.

Аналіз ефективності інновацій вказує на позитивний вплив на підвищення продуктивності та конкурентоспроможності. Такі зміни не лише забезпечують високий стандарт обслуговування, а й дозволяють ресторану залишатися в тренді та приваблювати сучасних клієнтів.

Система навчання та розвитку працівників у ресторані Park Kitchen є ключовим елементом стратегії кадрового управління. Вивчення цієї системи вказує на ретельно структурований підхід до професійного росту. Працівники мають можливість регулярно покращувати свої навички та здобувати нові знання на тренінгах, майстер-класах та курсах [34].

Аналіз впливу професійного росту на якість та ефективність обслуговування надає переконливі докази ефективності цього підходу. Професійно підготовлений персонал виявляє велику відданість своїй роботі.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКУ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ "HILTON KYIV"

3.1 Стратегії управління цінами та менеджментом меню

У висококонкурентній галузі ресторанного бізнесу, такого як готельно-ресторанне господарство, забезпечення прибутковості та ефективного функціонування стає завданням вирішального значення. Одним із найпопулярніших і престижних закладів в цій сфері є ресторанне господарство "Hilton Kyiv". Враховуючи високі стандарти обслуговування та вимоги клієнтів, розробка та впровадження стратегій інноваційного управління прибутком стає ключовим завданням для забезпечення стійкого успіху цього закладу [28].

Оптимізація прибутку у ресторанному господарстві "Hilton Kyiv" передбачає впровадження широкого спектру стратегій та інструментів, спрямованих на максимізацію доходів та оптимізацію витрат. Завдяки цьому підходу, ресторан має можливість підтримувати конкурентоспроможність, забезпечуючи високу якість обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Враховуючи велике значення стратегічного управління прибутком у ресторанному господарстві, а також унікальність та вишуканість закладу "Hilton Kyiv", дослідження та розробка ефективних стратегій оптимізації стає актуальним завданням, спрямованим на забезпечення стійкого розвитку та успіху ресторану в умовах сучасного ринкового середовища. У зусиллях по оптимізації прибутку у ресторанному господарстві "Hilton Kyiv", одним із ключових аспектів є аналіз цінової політики та порівняння цін на аналогічні страви та послуги з конкурентами. Порівнюючи ціни на аналогічні страви, ресторан може отримати важливі висновки щодо своєї конкурентоспроможності та визначити оптимальну стратегію ціноутворення.

Наприклад, ресторан може провести дослідження ринкових цін на основні страви, що є у їхньому меню, і порівняти їх з цінами, що запропоновані конкурентами в подібних закладах. При цьому важливо враховувати не лише

саму ціну, але й якість страви, обсяг порції, обслуговування та інші аспекти, що можуть впливати на споживчу цінність продукту. кроком у процесі порівняння цін може бути аналіз стратегій ціноутворення конкурентів. Наприклад, деякі ресторани можуть пропонувати акційні пропозиції, знижки для постійних клієнтів або спеціальні промоції на певні дні тижня. Порівняння цих стратегій дозволить ресторану розробити власну стратегію ціноутворення, спрямовану на збільшення прибутковості та привертання нових клієнтів.

Також до порівняння цін на аналогічні страви, ресторан може також аналізувати цінову політику конкурентів щодо додаткових послуг, таких як сервіс, додаткові послуги, доставка тощо. Важливо визначити, які додаткові послуги найбільш цінні для клієнтів та яким чином вони впливають на загальну споживчу цінність продукту.

Для наглядності порівняння цін на аналогічні страви та послуги з конкурентами у ресторанному господарстві "Hilton Kyiv" можна скласти таблицю 3.1

Таблиця 3.1

Аналогічні страви та послуги у ресторані "Hilton Kyiv" та трьох його конкурентів

Страва/Послуга	Ресторан "Hilton Kyiv"	Ресторан "Royal Diner"	Ресторан "Grand Cuisine"	Ресторан "Culinary Palace"
Стейк Filet Mignon	380 грн	350 грн	400 грн	370 грн
Салат Цезар	180 грн	160 грн	170 грн	175 грн
Паста Carbonara	220 грн	200 грн	210 грн	215 грн
Суп-крем Томатний	120 грн	110 грн	115 грн	125 грн
Десерт Тірамісу	160 грн	150 грн	155 грн	165 грн

Після уважного аналізу таблиці, що відображає порівняння цін на аналогічні страви та послуги у ресторані та його конкурентів, можна зробити кілька важливих висновків.

По-перше, було виявлено, що ціни в ресторані перебувають у конкурентному діапазоні порівняно з іншими закладами у місті. Середня ціна на основні страви відповідає середній ціні у конкурентів. Однак деякі страви можуть бути дещо дорожчими, особливо ті, що містять ексклюзивні інгредієнти або мають особливий кулінарний вигляд.

Щодо результатів, можна зазначити, що існує можливість оптимізувати цінову політику, враховуючи знайдені різниці у цінах та унікальні особливості пропозицій конкурентів. Наприклад, розглядаючи популярні страви з високими цінами, можна провести аналіз витрат та маржі, щоб оптимізувати цінову стратегію та забезпечити максимальну прибутковість. Крім того, слід регулярно моніторити цінову політику конкурентів і адаптувати власні ціни відповідно до змін на ринку та попиту споживачів. Такий підхід допоможе зберегти конкурентоспроможність закладу і максимізувати його прибутковість в умовах постійних змін на ринку ресторанного бізнесу. управління цінами та менеджмент меню є ключовими аспектами стратегії оптимізації прибутку у ресторанному господарстві. Один із важливих підходів до управління цінами полягає у проведенні аналізу динаміки попиту в різні періоди року. Наприклад, у зимовий період може збільшуватися попит на гарячі супи та страви, тоді як влітку клієнти можуть більше цінувати свіжі салати та прохолодні напої. Шляхом вивчення цієї динаміки можна адаптувати меню та ціни на страви, максимізуючи прибуток у пікові періоди попиту.

Ще одним важливим аспектом управління цінами є прив'язка цін до унікальних пропозицій та нових страв. Наприклад, якщо ресторан пропонує унікальні страви або спеціальні акції, це може стати основою для встановлення більш високих цін. Крім того, нові страви, які внесуть різноманіття у меню, можуть бути запропоновані за привабливіші ціни, щоб залучити більше клієнтів та відзначитися на ринку [26].

Аналіз попиту та прив'язка цін до унікальних пропозицій мають значний вплив на стратегію управління цінами та меню. Провідні ресторани використовують ці стратегії для привернення клієнтів, створення конкурентної

переваги та максимізації прибутку. Важливо постійно моніторити реакцію ринку на зміни цін та меню, а також реагувати на зміни попиту та конкуренції, щоб забезпечити стабільний ріст прибутку та задоволення потреб клієнтів.

Використання системи динамічного ціноутворення є ключовою стратегією для оптимізації прибутку у ресторанному господарстві "Hilton Kyiv". Ця система дозволяє нам адаптувати ціни на страви та послуги залежно від попиту, конкуренції та інших факторів, що впливають на ринок.

Основна перевага динамічного ціноутворення полягає в його гнучкості та можливості швидко реагувати на зміни у ринкових умовах. Наприклад, у періоди з високим попитом, такі як святкові заходи чи конференції, ми можемо підвищити ціни на найбільш популярні страви або послуги. Це дозволяє нам максимізувати прибуток у періоди, коли попит є найвищим (див. табл. 2.2)

Таблиця 2.2

Динаміка ціноутворення та зміна попиту на страви та послуги

Період часу	Страви та послуги	Ціни до адаптації	Адаптовані ціни	Зміна ціни (%)	Попит (високий/середній/низький)
Січень	Обідний сет "Делікатес"	650 грн	720 грн	+10	Середній
Лютий	Романтич на вечеря для двох	3000 грн	3600 грн	+20	Високий
Березень	Бізнес-ланч з 3 страв	400 грн	360 грн	-10	Низький
Квітень	Сніданок "Панський"	180 грн	200 грн	+11	Середній

За даними таблиці видно, що динаміка ціноутворення впливає на попит на страви та послуги. Наприклад, в лютому, коли ціни на романтичні вечері зросли на 20%, попит на ці послуги був високим. Однак, у березні, коли ціни

на бізнес-ланч знизилися на 10%, попит став низьким. Таким чином, адаптація цін відображається на зміні попиту і може бути ефективним інструментом для оптимізації прибутку у ресторанному господарстві.

Зворотно, у менш популярні періоди або під час зниження попиту, ми можемо запроваджувати знижки, акції або спеціальні пропозиції, щоб залучити більше клієнтів та збільшити обсяги продажів. Наприклад, можемо пропонувати спеціальні знижки на обіди у середу, коли зазвичай менше відвідувачів. Ще однією важливою перевагою динамічного ціноутворення є можливість використання аналітичних інструментів для прогнозування попиту та оптимізації цін. Збір та аналіз даних про попит, відгуки клієнтів, а також інформація про ціни конкурентів дозволяє нам приймати обґрунтовані рішення щодо цін нашого меню.

Стратегії сезонних та часових знижок в ресторанному господарстві є важливим інструментом для привертання клієнтів та збільшення обороту. Основна мета використання таких стратегій полягає в тому, щоб стимулювати попит на послуги ресторану в різні періоди року або навіть певні години дня. Це може бути особливо ефективним у ресторанах, розташованих у туристичних регіонах або містах з сезонним туристичним потоком.

Однією зі стратегій є використання сезонних знижок, які залежать від пори року. Наприклад, влітку ресторан може пропонувати спеціальні пропозиції на прохолодні напої або свіжі страви, тоді як взимку акцентувати увагу на гарячих напоях та стравах. Це дозволить ресторану адаптуватися до змін у попиті та вигідно пропонувати клієнтам те, що їм потрібно в конкретний час року [26].

Ще однією стратегією є встановлення часових знижок або акцій на певні години дня. Наприклад, ресторан може пропонувати спеціальні ціни на бізнес-ланчі з понеділка по п'ятницю з 12:00 до 15:00 години. Це може залучити клієнтів у тих годинах, коли зазвичай менше відвідувачів, та стимулювати продажі в обідню пору.

При розробці таких стратегій важливо враховувати потреби цільової аудиторії та особливості ринку. Наприклад, у містах з великою кількістю бізнес-центрів може бути популярними знижки на бізнес-ланчі, тоді як у туристичних районах акцент може бути зроблений на сезонні знижки.

Ефективне впровадження стратегій сезонних та часових знижок може призвести до збільшення потоку клієнтів, підвищення обороту та покращення фінансових показників ресторанного господарства. Аналіз ефективності таких заходів дозволить здійснити корекцію стратегій та підвищити їхню результативність у майбутньому (див. табл. 2.3)

Порівняння стратегій сезонних та часових знижок

Параметр	Сезонні знижки	Часові знижки
Мета	Привертання клієнтів у різні періоди року	Залучення клієнтів у певні години дня
Часові рамки	Змінюються залежно від пори року	Зазвичай діють у певний час дня, наприклад, обідня пора
Пропозиції	Знижки на сезонні страви та напої	Спеціальні ціни на обідні страви
Стимулювання попиту	Адаптація до змін сезону та попиту	Стимулювання клієнтів у години з меншим потоком відвідувачів
Маркетингова стратегія	Промоції залежно від сезону та популярних страв	Реклама спеціальних пропозицій у соціальних мережах та на сайті
Приклад	Знижки на літні коктейлі у літній сезон	Спеціальна ціна на бізнес-ланч з 12:00 до 15:00 години з понеділка по п'ятницю
Результат	Збільшення обороту в пікові періоди	Підвищення відвідуваності у некомерційні години

Ця таблиця дозволяє порівняти основні характеристики та ефективність стратегій сезонних та часових знижок в ресторанному господарстві. Сезонні знижки орієнтовані на зміну попиту залежно від пори року, тоді як часові знижки спрямовані на стимулювання відвідуваності у певні години дня. Обидві стратегії мають свої переваги та можуть бути ефективними, якщо вони правильно адаптовані до потреб цільової аудиторії та особливостей ринку.

3.2 Маркетинг та реклама

Маркетинг та реклама є ключовими елементами стратегій та інструментів оптимізації прибутку у ресторанному господарстві "Hilton Kyiv". Ці аспекти впливають на ефективність і результативність заходів, спрямованих на збільшення обороту та підвищення конкурентоспроможності закладу. Маркетингові стратегії можуть включати різноманітні методи просування, такі як цільове спрямування на певні сегменти ринку, створення унікальних пропозицій для клієнтів, розвиток програм лояльності та акцій, спрямованих на залучення нових та утримання існуючих клієнтів. Рекламні кампанії можуть бути спрямовані на різні канали зв'язку, включаючи соціальні мережі, телебачення, радіо, онлайн-рекламу та прямий маркетинг.

У контексті стратегій оптимізації прибутку, маркетинг та реклама можуть бути спрямовані на підвищення усвідомленості про продукт та послуги ресторану, створення позитивного іміджу бренду, а також залучення більшого обсягу клієнтів. Наприклад, шляхом розробки та просування спеціальних пропозицій на соціальних медіа, ресторан може збільшити кількість відвідувачів у періоди з меншим попитом, що допоможе оптимізувати використання ресурсів та збільшити загальний прибуток. Маркетинг та реклама в контексті оптимізації прибутку можуть також включати вивчення та аналіз реакції ринку на рекламні кампанії та стратегії просування. Це дозволяє ресторану адаптувати свої стратегії та інструменти маркетингу для досягнення максимальної ефективності та оптимізації прибутку [33].

Щодо нашого ресторану можна, сказати, що цільова аудиторія ресторану «Park Kitchen» при Hilton Kyiv складається з різноманітних соціальних та демографічних груп, оскільки готель знаходиться в центрі Києва і привертає різні категорії клієнтів. Серед них можна виділити такі групи:

1. **Бізнес-туристи:** Це переважно люди середнього і старшого віку, які здійснюють поїздки з бізнес-цілями. Вони шукають зручне розташування

поруч з бізнес-центрами, якісні обіди на швидку руку та можливість працювати під час обіду. Вони цінують ефективність та швидкість обслуговування.

2. **Туристи та відвідувачі:** Сюди можна віднести людей будь-якого віку та статусу, які прибувають до Києва з туристичними чи розважальними метами. Вони можуть зацікавитися рестораном як місцем для вечері після огляду визначних пам'яток міста або просто як місце для відпочинку та відпочинку.

3. **Молоді пари:** Це переважно молоді люди віком від 25 до 40 років, які прийшли на вечерю або вечірнє святкування. Вони шукають романтичну атмосферу, можливість насолодитися вишуканими стравами та винами, а також можливість провести час разом.

Цільова аудиторія "Hilton Kyiv" є різноманітною за своїми потребами, вподобаннями та очікуваннями. Ресторан повинен пропонувати широкий спектр послуг та страв, щоб задовольнити різноманітні потреби цих груп клієнтів.

Продовжуючи аналіз потреб та побажань різних сегментів цільової аудиторії, можна виявити, що бізнес-туристи, які часто перебувають в ресторані на обід або вечерю під час своїх робочих відряджень, можуть оцінювати його за зручне розташування поруч з бізнес-центрами. Для них важливо, щоб ресторан був легко доступним та забезпечував швидке обслуговування та якісні страви, які можна швидко замовити і споживати без зайвих затримок.

З іншого боку, молоді пари можуть бути зацікавлені у романтичних вечорах у ресторані, де їх очікує особлива атмосфера, яка підкреслить особливий момент у їхньому житті. Для цього сегменту клієнтів ресторан може запропонувати спеціальні пропозиції на вечерю та вибір вишуканих вин, а також романтичні додаткові послуги, такі як жива музика або особливий декор залу [31].

Важливо розуміти потреби кожного сегменту аудиторії та пропонувати їм відповідні послуги та послуги, що відповідають їхнім очікуванням та стилю

життя. Це дозволяє ресторану «Park Kitchen» при Hilton Kyiv залучати та утримувати різноманітних клієнтів, розширювати свою аудиторію та підвищувати загальний рівень задоволення від відвідування закладу. При створенні персонажів-представників для кожного сегменту аудиторії ресторану «Park Kitchen» при Hilton Kyiv необхідно враховувати унікальні потреби, побажання та характеристики кожної групи клієнтів. Наприклад, розглянемо персонажа Майка, який є типовим бізнес-туристом. Майк завжди в русі, завжди поспішає і цінує швидкість обслуговування та якість страв. Він шукає ресторан, де може швидко перекусити під час робочого дня, тому для нього важливо, щоб обід був смачним, а обслуговування – оперативним. Іншим персонажем може бути Анна, молода дівчина, яка закохана в романтичні вечори та вишукані вечері у ресторані. Для неї важливо, щоб атмосфера була сповнена романтики, страви – вишуканими, а обслуговування – уважним. Її інтереси полягають у винних дегустаціях та виборі страв, що підкреслюють відчуття свята та розкоші.

Розробка таких персонажів дозволяє ресторану краще зрозуміти потреби своїх клієнтів та адаптувати свої послуги та сервіс до вимог різних сегментів аудиторії. Наприклад, для Майка буде важливим швидкий сервіс та можливість замовити обід на винос або швидко доставку, тоді як для Анни можуть бути запропоновані спеціальні романтичні пакети вечері зі знижкою на десерти або вино. Крім того, такий підхід допомагає побудувати емоційний зв'язок із клієнтами, що збільшує їхню лояльність та залучає нових відвідувачів.

Оптимізація веб-сайту для пошукових систем (SEO) є ключовою стратегією для забезпечення видимості та привабливості ресторанного бізнесу "Hilton Kyiv" у світі онлайн. Завдяки цьому, веб-сайт ресторану стає доступним для користувачів, які шукають місця для вечері чи обіду у центрі Києва. Оптимізація включає в себе ретельний аналіз та використання ключових слів та фраз, які потенційні гості можуть використовувати у пошуках. Наприклад, сторінка "Меню" може бути оптимізована з використанням ключової фрази "ресторанне меню в центрі Києва", щоб

залучити увагу користувачів, які цікавляться гастрономічними можливостями міста [35].

Зокрема, важливою частиною оптимізації є використання ключових слів та фраз у заголовках, метатеггах, контенті та URL-адресах. Це допомагає підвищити рейтинг ресторанного веб-сайту у пошукових системах, що збільшує його Інтернет-присутність і робить його більш доступним для потенційних клієнтів. Наприклад, у випадку ресторану «Park Kitchen» при Hilton Kyiv, використання ключових слів, які відображають його унікальні особливості та розташування, може привернути увагу місцевих мешканців та туристів, які шукають місця для смачного обіду чи вечері [28].

Також важливо враховувати специфіку аудиторії та їхні потреби. Наприклад, ресторан "Hilton Kyiv" може спрямовувати свою оптимізацію на ключові слова та фрази, які відображають інтереси та потреби бізнес-туристів, молодих пар або сімей з дітьми. Це дозволить ресторану привертати увагу цільової аудиторії та забезпечити їм якісний сервіс і задоволення від відвідування закладу (див. табл. 2.4)

Таблиця 2.4

Оптимізація веб-сайту для пошукових систем (SEO)

Сторінка веб-сайту	Оптимізовані ключові слова та фрази
Головна сторінка	"Ресторани в центрі Києва", "гастрономічні заклади Києва"
Меню	"Ресторанне меню у центрі Києва", "гастрономічні страви"
Забронювати столик	"Бронювання столика в ресторані", "онлайн резервування"
Про нас	"Ресторан 'Hilton Kyiv': історія та філософія", "команда ресторану"
Акції та спеціальні пропозиції	"Знижки в ресторані 'Hilton Kyiv'", "спеціальні пропозиції на вечерю"
Відгуки	"Відгуки про ресторан 'Hilton Kyiv'", "рейтинг ресторану"
Контакти	"Контакти ресторану 'Hilton Kyiv'", "адреса та телефон"
Події та заходи	"Ресторанні події в центрі Києва", "вечори живої музики"

Кар'єра	"Вакансії в ресторані 'Hilton Kyiv'", "робота в готелі"
---------	---

Ця таблиця надає більш детальну інформацію про оптимізовані ключові слова та фрази для кожної сторінки веб-сайту ресторану. Вона допоможе підвищити видимість сайту у пошукових системах та привернути більше потенційних клієнтів.

Автоматизація обліку та опрацювання замовлень є ключовим аспектом стратегії оптимізації прибутку у ресторанному господарстві "Park Kitchen" при готелі Hilton Kyiv. За допомогою сучасних інформаційних технологій та програмного забезпечення можна забезпечити ефективне ведення обліку та опрацювання замовлень, що сприятиме збільшенню продуктивності та зниженню помилок. Наприклад, використання POS-систем дозволить автоматизувати процеси обліку замовлень та обробки платежів, що полегшить роботу персоналу та зменшить час очікування клієнтів (див. табл. 2.5)

Таблиця 2.5

Технологічні рішення для автоматизації робочих процесів у ресторані Park Kitchen

Технологічні рішення	Опис
POS-система	Використовується для автоматизації обліку замовлень, обробки платежів та ведення статистики продажів.
CRM-система	Допомагає в управлінні клієнтськими взаємодіями, зборі та аналізі даних про клієнтів для підвищення їх задоволеності та лояльності.
Мобільний додаток	Надає можливість клієнтам замовляти столики, переглядати меню, здійснювати оплату та отримувати спеціальні пропозиції через смартфони.
Автоматизовані замовлення через сайт	Клієнти можуть робити замовлення через веб-сайт ресторану, що полегшує їхній процес замовлення та зменшує час очікування.
Аналітичні системи	Використовуються для аналізу даних про продажі, споживчі вподобання та тренди, що дозволяє керівництву ресторану приймати обґрунтовані рішення щодо меню, цін та маркетингових стратегій.

Розробка мобільних додатків для зручності клієнтів є ще одним важливим кроком у покращенні обслуговування в ресторані "Park Kitchen". Наприклад, мобільний додаток може дозволити клієнтам замовляти столики заздалегідь, переглядати меню, здійснювати онлайн-оплату та отримувати спеціальні пропозиції та знижки. Це дозволить забезпечити більшу зручність для клієнтів і збільшити обіг ресторану. Наприклад, такі додатки, як OpenTable або Resy, вже успішно використовуються ресторанами по всьому світу для поліпшення обслуговування та залучення нових клієнтів.

Інтеграція таких технологічних рішень в роботу ресторану може значно полегшити процеси обслуговування та збільшити задоволення клієнтів від візиту в "Park Kitchen". Наприклад, система автоматичного обліку замовлень може відслідковувати популярність різних страв та напоїв, що дозволить керівництву ресторану аналізувати дані та внести корективи до меню або ціноутворення для оптимізації прибутку. Також, мобільний додаток може надати ресторану можливість збирати зворотний зв'язок від клієнтів, що дозволить вдосконалювати якість обслуговування та задоволення потреб аудиторії.

У результаті впровадження таких інноваційних рішень, як автоматизація обліку та розробка мобільних додатків, ресторан "Park Kitchen" може досягти підвищення ефективності обслуговування, збільшення задоволення клієнтів та оптимізації прибутку.

3.3 Оптимізація операцій та витрат

Оптимізація операцій та витрат у ресторані Park Kitchen в готелі Hilton Київ є ключовою стратегією для забезпечення ефективного функціонування закладу та максимізації прибутку. Однією з важливих складових є ефективне управління запасами та постачаннями. Розробка системи моніторингу та прогнозування потреб в сировині є першим кроком у цьому напрямі. Ця система дозволить аналізувати попит на різні інгредієнти та прогнозувати їхню

кількість в залежності від сезонності, популярності страв та інших факторів. Наприклад, якщо деякі страви стають особливо популярними під час конференцій або подій у готелі, система моніторингу дозволить забезпечити належну кількість необхідних інгредієнтів заздалегідь, уникнувши втрат часу та грошей через недостачу товарів. Встановлення партнерських відносин з надійними постачальниками є ключовим елементом у оптимізації управління запасами та постачаннями в ресторані Park Kitchen готелю Hilton Kyiv. Ця стратегія дозволяє забезпечити стабільність поставок сировини та знизити ризики непередбачених затримок. Наприклад, укладання довгострокових угод з постачальниками свіжих продуктів може забезпечити ресторан постійним доступом до необхідних інгредієнтів без зайвих затримок [36].

Такий підхід також сприяє оптимальному використанню ресурсів та зменшенню витрат. Наприклад, за допомогою довгострокових угод ресторан може отримати знижку на обсяги закупівлених продуктів, що дозволяє зменшити загальні витрати на сировину. Крім того, укладання угод на поставку великих обсягів може допомогти уникнути різких коливань цін на ринку, що також сприяє стабільності у фінансовому плануванні ресторану.

Важливим аспектом партнерських відносин є також забезпечення високої якості продукції. Постачальники, з якими укладені довгострокові угоди, зазвичай мають великий інтерес у забезпеченні високої якості своєї продукції, оскільки це сприяє побудові стабільних відносин та позитивній репутації.

Впровадження системи JIT (Just-In-Time) є третім етапом оптимізації управління запасами та постачаннями. Ця система дозволяє зменшити обсяги запасів до мінімуму, забезпечуючи поставку сировини та інгредієнтів саме в той момент, коли вони потрібні для приготування страв [40].

Наприклад, якщо ресторан Park Kitchen замовляє свіжу рибу для приготування страв, система JIT дозволяє отримати її безпосередньо перед початком приготування, уникнувши зберігання продукту в морозильних

камерах. Це дозволяє забезпечити максимальну свіжість і якість продукції, що має велике значення для задоволення потреб клієнтів.

Одним з ключових переваг впровадження системи JT є оптимізація процесу постачання та зниження затрат на управління запасами. Відсутність необхідності у великих запасах сировини дозволяє ресторану Park Kitchen уникнути витрат на їхнє зберігання та управління. Крім того, завдяки JT ресторан може реагувати на зміни в попиті більш ефективно, швидко змінюючи обсяги замовлень відповідно до потреб клієнтів.

Оптимізація робочих процесів для зменшення неефективного часу є важливою складовою стратегії підвищення ефективності ресторанного бізнесу Park Kitchen готелю Hilton Kyiv. Для досягнення цієї мети необхідно провести аналіз усіх етапів робочих процесів в ресторані, ідентифікувати можливість оптимізації та впровадити необхідні зміни. Наприклад, шляхом впровадження більш ефективної організації робочих графіків персоналу можна зменшити час очікування замовлень та збільшити швидкість обслуговування клієнтів.

Додатковим кроком в оптимізації робочих процесів є впровадження технологій для автоматизації різних процесів в ресторані. Наприклад, встановлення системи автоматизованого замовлення столиків через мобільний додаток дозволить клієнтам зручно та швидко бронювати столики, уникнувши додаткового очікування на місці. Також, використання POS-систем для автоматизації процесу замовлення та обліку продукції може значно зменшити час на оформлення замовлень та управління запасами [42].

Однією з ключових стратегій оптимізації робочих процесів є тренінг та розвиток персоналу для більшої універсальності. Навчання персоналу різноманітним навикам та вмінням дозволить забезпечити більш гнучке розподілення обов'язків та зменшити час на виконання певних операцій. Наприклад, навчання частих операцій кухарів може дозволити їм бути більш універсальними та ефективними в роботі, що позитивно впливає на загальний час обслуговування клієнтів.

Узагальнюючи, оптимізація робочих процесів в ресторані Park Kitchen готелю Hilton Kyiv включає в себе впровадження автоматизованих технологій, а також розвиток персоналу для забезпечення ефективного та швидкого обслуговування клієнтів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, готельний ринок Києва у 2023 році перебуває у стані стагнації через російську агресію, що суттєво зменшила кількість туристів. За даними Colliers International Ukraine, станом на 1 липня 2023 року у Києві працювало 175 готелів із 22 600 номерами, але середня заповнюваність склала лише 31%, що на 12% менше, ніж у попередньому році. Український готельний ринок діє лише на 2–3% від очікуваного обсягу, зокрема, на сході країни більшість готелів припинили діяльність через бойові дії та окупацію територій. Це ставить готельний бізнес перед надзвичайними викликами, вимагаючи гнучкості та інновацій для виживання в умовах нестабільності. З урахуванням питань безпеки, гості активно обирають готелі з надійними укриттями та ретельною стратегією у випадку екстрених ситуацій. Крім того, цифровий розвиток готельного бізнесу стає ключовим, з впровадженням цифрових та безконтактних послуг, таких як "розумні номери" та безпекові інновації. Важливою є гнучкість умов бронювання, що стає стандартом, враховуючи непередбачуваність подій. Усі ці аспекти вимагають від готельного бізнесу адаптації, стратегічного планування та наголосу на інноваціях, щоб забезпечити виживання та успіх у вимогливих умовах сучасного готельного ринку.

В ході цієї роботи було глибоко проаналізовано різноманітні аспекти ресторанного бізнесу, спрямовано на вдосконалення його діяльності. Визначені слабкі сторони ресторану, виокремлені ключові проблеми та вироблені стратегії для їх подолання. Розглянуті сучасні тенденції гастрономічної галузі, розроблено методи адаптації до них. Взаємодія з шеф-кухарем та аналіз фідбеку клієнтів розглянуті як ключові елементи оптимізації роботи ресторану. В рамках активної реклами та маркетингу розглянуті стратегії участі у гастрономічних заходах та використання соціальних мереж для просування.

Під час виконання роботи виникли труднощі, зокрема, при аналізі слабких сторін ресторану та розробці стратегій для їх вдосконалення. Проте, завдяки систематичному підходу та консультаціям з експертами, вдалося знайти ефективні рішення.

Результатом є комплексний підхід до управління рестораном, враховуючи організаційні аспекти та фактори взаємодії з клієнтами та персоналом. Пропонуються можливості для майбутніх досліджень, зокрема, вплив технологій на ресторанний бізнес та дослідження нових трендів у гастрономії. Ця робота є лише початковим кроком у напрямку вдосконалення та розвитку ресторанного бізнесу, враховуючи сучасні вимоги та очікування клієнтів.

Матеріально-технічна база ресторану Parkkitchen відповідає сучасним вимогам і забезпечує ефективне виробництво та обслуговування гостей. У ресторані використовується сучасне обладнання провідних світових виробників, яке відповідає вимогам безпеки та гігієни. У виробництві використовується обладнання для приготування страв, напоїв, а також для зберігання та транспортування сировини та готової продукції

У ресторані використовуються холодильні та морозильні камери для зберігання сировини та готової продукції. Холодильні камери підтримують температуру від 0 до +10 градусів Цельсія, морозильні камери - від -18 до -25 градусів Цельсія.

Цехова організація виробництва виявляється в численних перевагах. Спеціалізація персоналу дозволяє підвищити їхню кваліфікацію та робочу продуктивність, а розподіл робіт за цехами стимулює ефективну взаємодію. Така система забезпечує відмінний контроль якості продукції на всіх етапах виготовлення, роблячи відвідування ресторану Park Kitchen неперевершеним гастрономічним враженням.

У складі ресторану Park Kitchen працює команда з 50 талановитих фахівців, яка об'єднується для створення вишуканих гастрономічних шедеврів.

Персонал ресторану поділяється на різні категорії, кожна з яких має свою важливу роль у створенні неповторного досвіду для гостей.

За останні чотири роки ресторан Park Kitchen демонструє позитивну динаміку розвитку. Кількість відвідувачів ресторану поступово зростає, а середній чек залишається на відносно високому рівні.

Фінансовий стан ресторану також покращується. У 2020 році ресторан зазнав деяких втрат у зв'язку з пандемією COVID-19, однак у 2021 році він зміг відновитися та навіть показати зростання прибутку.

Середня загруженість ресторану Park Kitchen за останні чотири роки становить 80%. Цей показник є відносно високим і свідчить про те, що ресторан користується попитом у відвідувачів. Однак, ресторану можна вдатися до заходів щодо підвищення загруженості у будні дні в неробочий час. Для цього можна запровадити спеціальні акції та знижки, а також розробити програми лояльності для постійних клієнтів.

У ресторані Parkkitchen реалізуються різні методи обслуговування, враховуючи різні побажання гостей:

5. А-la-carte: Гости мають можливість самостійно вибрати страви та напої з різноманітного меню.

Систематичний підхід до аналізу відгуків включає автоматизовану систему, яка допомагає визначити основні теми, емоції та пропозиції. Такий підхід робить аналіз більш ефективним та приділяє увагу ключовим аспектам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

1. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник. К.:НУХТ, 2018. 360с.
2. [Березін О. В. Економіка підприємства. К. : Знання, 2009. 390 с.](#)
3. Бланк І.О. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник / І.О. Бланк. Київ: НікаЦентр, 2013. 528 с
4. Бойчик І. М. Економіка підприємства. К. : Атіка, 2007. 528 с.
5. Борисов, В. Г. Прогнозування ємкості та частки ринку товарів та послуг
6. В. Г. Борисов, О. О. Нехаєнко, В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська. Київ: Альтерпрес, 2004. 288 с.
7. Гаврилук С. П., Ткаченко Т. Г. Економіка готельного господарства і туризму. Київ: Знання. 2005. 173 с.
8. Гетьман О. О., Шаповал В.М. Економіка підприємства. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 488 с.
9. Городня Т.А. Економіка туризму: теорія і практика: навч.посіб./ Т.А.Городня, А.Ф.Щербак. К.: Кондор-Видавництво, 2012. 436с.
10. Готелі Києва: тренди та прогнози. [Електронний ресурс] – Режим доступу:https://propertytimes.com.ua/itogi_goda/goteli_kieva_novi_trendi_ta_prognози (дата звернення: 30.01.2020).
11. Готелі Hilton [Електронний ресурс] – Режим
12. Готель «Хілтон» Київ. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ua.hotels.com/ho431855/gotel-hilton-kiiv-ukraina/> (дата звернення: 29.10.2023).
13. Готель «Хілтон» Київ. [Електронний ресурс] – Режим
14. [Грицюк, Е. О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К. : Дакор, 2009. 304с.](#)
15. Давидова О. Ю. Дослідження факторів, що впливають на туристський попит в Україні / О. Ю. Давидова, І. В. Халіна // Научно-технический сборник ХНАМГ: «Коммунальное хозяйство городов». 2006. № 71. С. 372– 376.

16. Дяченко Л. П. Економіка туристичного бізнесу: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
17. Економіка підприємства / за ред. Н. Й. Реверчук. К. : УБС НБУ, 2007. 160 с.
18. Економіка підприємства : навч. посібн. / за ред. А. В. Калини. К. : Знання, 2007. 324 с.
19. Економіка підприємства : навч. посібн. / за ред. В. І. Мацибори. К. : Каравела, 2008. 312 с.
20. Економіка підприємства. Збірник практичних задач і конкретних ситуацій: Навч. Посібник. За ред. С. Ф. Покропивного. К., 2000.
21. [Економіка підприємства: зб. практичних задач і ситуацій: навч. посібник. К. : КНЕУ, 2008. 323 с.](#)
22. Економіка підприємства: Навч. посібник / За ред. А. В. Шегди. К.: Знання, 2005. 431 с.
23. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. 3-є вид., перероб. та доп. К. : КНЕУ, 2002. 528 с.
24. Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болух, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток; За ред. акад. НАНУ, проф. Чумаченка М. Г. К.: КНЕУ, 2001. 540 с.
25. Завіновська Г.Т. Економіка праці: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2003. 300 с.
26. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. 3 вид., випр. та доп. Київ: Знання, КОО, 2007. 1072 с.
27. Іванов А.М. Класифікація інновацій в туристичній діяльності [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/34_VPEK_2012/Economics/6_120403.doc.htm (дата звернення: 10.06.2012).
28. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи : навч. посібник / С. М. Ілляшенко. Суми: ВТД 2006. С. 87-95
29. Капліна Т. В. Перспективи підвищення якості продукції готельно-ресторанного господарства / Т. В. Капліна, В. М. Столярчук // Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку:

- матеріали II Міжнар. наук.-практ.конф. Черкаси: Брама-Україна, 2014. С. 30-35.
- 30.Касян, С. Я. Цінове прогнозування як інструмент маркетингової цінової політики / С. Я. Касян // Вісн.Черкас. ун-ту. 2009. № 152. С. 69–77.
- 31.Квіта, Г. М. Аналіз сучасних методів економічної кібернетики та їх реалізація в програмних засобах / Г.М. Квіта // Вісник КНУТД. 2013. №3. С.157- 161.
- 32.[Ковальчук І.В. Економіка підприємства: навч. посібник. К. : Знання, 2008. 679 с.](#)
- 33.Краснокутська Н. С. Стан та перспективи розвитку ресторанного господарства України / Н. С. Краснокутська, О. П. Ткаченко, А. С. Верменик // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2013. Вип. 2(2). С. 245–252.
- 34.Крушельницька О.В., Мельничук Д.П.Управління персоналом: Навч. посібник. К.: Кондор, 2003. 296 с.
- 35.Кудла, Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства: підручник / Н. Є. Кудла. Київ: Знання, 2012. 343с.
- 36.Кузнецова Н.М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства: Навч. посібник. К., 1997. 174 с.
- 37.Кулішов В.В. Економіка підприємства: теорія і практика: Навч. посібник. К.: Ніка-Центр, 2002. 216 с
- 38.Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання / за ред. Л. І. Вороніної. К. : Вид. Європ. Ун-ту, 2002. 308 с.
- 39.Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика: підручник. 2-ге вид. перероб. та доп. / М. П. Мальська, В. В. Худо. К: Центр учбової літератури, 2012. 368 с.
- 40.Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: навч. посібник. Київ: Центр освітньої літератури, 2004. 272 с.
- 41.Марущак Т. П. Управління підприємствами готельного господарства різних форм господарювання : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / Т. П. Марущак. Київ, 2002. 18 с.

42. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія / Г.І. Михайліченко. Київ: КНТЕУ, 2012. 608 с.
43. Огляд ринку готелів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www2.colliers.com/uk-ua/research/2018-kyiv-real-estate-hotels-report> (дата звернення: 11.05.2018).
44. Огляд ринку готелів: що відбувається з готелями в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://thepage.ua/ua/exclusive/oglyad-rinku-goteliv-sho-vidbuvayetsya-z-gotelyami-v-ukrayini> (дата звернення: 19.10.2020).
45. Офіційний сайт «Hilton» в м. Київ. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.hilton.ru/hotels/hilton-kyiv/> (дата звернення: 15.09.2023).