

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

_____ Д.І. Басюк
Завідувач кафедри ТГБ

_____ В.Ф. Доценко
Декан факультету ГРТБ

КВАЛІФІКАЦІЙНА ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»

за спеціальністю 242 «Туризм»

освітньо-професійна програма «Туризм»

на тему: **Впровадження екологічного менеджменту на готельному підприємстві (на матеріалах ТОВ «Русь Інтернешнл» (Готель «Premier Hotel Rus»))**

Науковий керівник:

доцент кафедри ТГБ,
к.геогр.н.,
Верес Катерина Олександрівна

Рецензент:

старший викладач кафедри
технології ресторанної і
аюрведичної продукції
к. т. н.
Зуйко Віра Ігорівна

Здобувач:

Рибальченко Анна Володимирівна

Київ – 2019 рік

РЕЗЮМЕ

Дипломна робота складається із 94 сторінок. Кількість розділів 4, рисунків - 5, таблиць – 19.

Об'єктом дослідження є готельне підприємство ТОВ «Русь Інтернешнл».

Предметом дослідження є роль впровадження екологічного менеджменту в готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл».

Мета й завдання полягають в дослідженні шляхів вдосконалення екологічного менеджменту на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл».

У I розділі розглядаються теоретичні основи впровадження екологічного менеджменту на готельних підприємствах.

У II розділі проведено організаційно-економічний аналіз діяльності готельного підприємства ТОВ «Русь Інтернешнл».

У III розділі визначено шляхи вдосконалення екологічного менеджменту на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл».

У IV розділі охарактеризовано впровадження сучасних інформаційних технологій в готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл».

КЛЮЧОВІ СЛОВА: готельне підприємство, екологічний менеджмент, система управління, економічна ефективність.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

1.1. Сутність та характеристика екологічного менеджменту на готельному підприємстві

1.2. Стандарти забезпечення екологічного менеджменту на готельному підприємстві

1.3. Світовий досвід впровадження екологічного менеджменту в готельних підприємствах

Висновки до розділу 1.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «РУСЬ ІНТЕРНЕТІНЛ»

2.1. Загальна характеристика готельного підприємства ТОВ «Русь Інтернешнл»

2.2. Аналіз внутрішнього середовища на готельного підприємства ТОВ «Русь Інтернешнл»

2.3. Оцінка зовнішнього середовища готельного підприємства ТОВ «Русь Інтернешнл»

Висновки до розділу 2.

РОЗДІЛ 3. ВИЗНАЧЕННЯ ШЛЯХІВ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «РУСЬ ІНТЕРНЕТІНЛ»

3.1. Дослідження системи екологічного менеджменту на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл»

3.2. Розробка заходів щодо підвищення ефективності екологічного менеджменту на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл»

3.3. Обґрунтування розроблених систем екологічного менеджменту на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл» на навколишнє середовище

Висновки до розділу 3.

РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «РУСЬ ІНТЕРНЕСНЛ»

4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл»

4.2. Аналіз Інтернет-контенту готельного підприємства ТОВ «Русь Інтернешнл»

4.3. Обґрунтування пропозицій по удосконаленню інформаційної діяльності на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл»

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

Промислова революція ознаменувала собою важливий поворотний момент в екології Землі та взаємини людини з навколишнім середовищем. І досі, в період інтенсивного розвитку, суспільство все більше вичерпує природні ресурси, тим самим ставить під загрозу своє існування. Рациональне використання ресурсів та збереження рівноваги усіх природних систем є необхідністю для подальшого існування людини як виду. Саме тому на сьогодні актуальним є дослідження положень з екоменеджменту, розроблення практичних рекомендацій для його запровадження на регіональному та локальному рівнях.

Заслуги екологічного менеджменту сьогодні важко переоцінити, бо серед сучасних глобальних світових проблем людства екологічні проблеми посідають чи не найголовніше місце. Охороні навколишнього середовища й рациональному використанню природних ресурсів нині приділяють особливу увагу урядові структури й міжнародна громадськість. На порядок денний виноситься питання екологічної безпеки держави

Формування системи екологічного менеджменту на підприємстві передбачає впровадження природоохоронних і енергозберігаючих технологій, що робить виробництво економічно вигідним, екологічно безпечним та соціально необхідним. Впровадження систем екологічного менеджменту набуває особливої актуальності в країнах з транзитивною економікою, в яких значний бюджетний дефіцит мінімізує можливості державного фінансування програм екологічної політики підприємств.

Варто також звернути увагу на те, що питання екологізації виробництва та створення систем екологічного менеджменту стають особливо важливими в умовах інтеграції економіки України до Європейського Союзу.

Об'єкт дослідження - готельне підприємство ТОВ «Русь Інтернешнл».

Предмет дослідження - роль впровадження екологічного менеджменту в готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл».

Мета й завдання полягають в дослідженні шляхів вдосконалення екологічного менеджменту на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл».

Задля досягнення поставленої мети необхідно вирішити певні **завдання**:

- проаналізувати теоретичні основи впровадження екологічного менеджменту на готельних підприємствах;
- дослідити сутність та охарактеризувати екологічний менеджмент на готельних підприємствах;
- з'ясувати стандарти забезпечення стратегічного потенціалу екологічного менеджменту в готельних підприємствах;
- охарактеризувати досвід впровадження екологічного менеджменту в готельних підприємствах;
- провести загальну характеристику готельного підприємства ТОВ «Русь Інтернешнл»;
- проаналізувати внутрішнє середовище готельного підприємства ТОВ «Русь Інтернешнл»;
- оцінити зовнішнє середовище на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл»;
- дослідити систему екологічного менеджменту на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл»;
- розробити заходи щодо підвищення ефективності екологічного менеджменту на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл»;
- обґрунтувати вплив розроблених систем екологічного менеджменту на готельне підприємство ТОВ «Русь Інтернешнл»;
- охарактеризувати технічне та програмне забезпечення автоматизації робіт на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл»;

- проаналізувати Інтернет – контент готельного підприємства ТОВ «Русь Інтернешнл»;

- обґрунтувати пропозиції по удосконаленню інформаційної діяльності на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл».

Методи дослідження- метод аналізу, теоретичні і практичні, метод порівняння, узагальнення, прогнозування, спостереження.

Інформаційну базу дослідження склали підручники, Інтернет ресурси, наукові публікації, навчальні посібники, звітні матеріали об'єкту дослідження, конспекти лекцій, власні спостереження.

Структура курсової роботи . Робота складається з чотирьох розділів, вступу, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи – 94 сторінки друкованого тексту. Робота містить 5 рисунків та 19 таблиць.

Робота пройшла апробацію на конференції SCIENCE, RESEARCH, DEVELOPMENT#17(НАУКА,ИССЛЕДОВАНИЯ,РАЗВИТИЕ.#17) 30.05.2019- 31.05.2019 Belgrade (Serbia)/ Белград (Сербия).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

19.1 Сутність та характеристика екологічного менеджменту на готельному підприємстві

Населення нашої планети неухильно зростає, що потребує відповідного збільшення видобутку й виготовлення життєвих ресурсів для забезпечення його проживання. Наслідки впливу людини на навколишнє середовище сумні й тривожні: порушуються природні угруповання й ландшафти, забруднюється атмосфера, морські акваторії і прісні водойми, руйнується ґрунтовий покрив, зменшуються лісові ресурси та чисельність видів рослин і тварин, хімічні сполуки, які циркулюють у біосфері, шкодять здоров'ю людини та всьому живому.

За статистикою, наданою Всесвітньою Туристичною Організацією (UNWTO), світова туристична індустрія зростає щороку на 4%. Участь Туристичної Індустрії в економіці стала глобальною тенденцією. Однак, з розвитком туристичної індустрії постало питання впливу даного виду діяльності на навколишнє середовище, а саме: надмірне використання природних ресурсів і питань, створених шкідливим впливом туристів. [1]

Виходячи з вищенаведеного, збереження екологічної рівноваги навколишнього середовища є досить актуальною темою сьогодення.

Україна - одна з найурбанізованіших країн Європи, у містах мешкає майже 70% населення. Висока концентрація техногенних об'єктів сприяє забрудненню довкілля, знижує комфортність життя. Основними джерелами забруднення атмосфери міста є транспорт, енергетичні системи та промисловість. В результаті формується шумове, вібраційне та електромагнітне забруднення міст.

Сприяють захворюванням не тільки хімічні (хімічні, металургійні комплекси), а й фізичні (міський шум), фізико-хімічні забруднення (підвищений штучний електромагнітний та природний радіоактивний фон).

Темпи росту загальної захворюваності за останнє десятиріччя зросли на 35-40%, переважно за рахунок злоякісних пухлин, серцево-судинних хвороб, бронхіальної астми, цукрового діабету, алергій. В багатьох містах України -- Запоріжжя, Маріуполь, Кривий Ріг, Макіївка, Лисичанськ, Дніпродзержинськ, Донецьк, Дніпропетровськ концентрації шкідливих речовин перевищують їх ГДК у 25-100 разів.[2] Це результат антропогенного забруднення природного середовища (Додаток А).

Покращення екологічного становища у світі завжди було і залишається актуальною темою, яка змушує змінювати старі стереотипи та методи роботи на нові. Недбале ставлення людства до природи призвело до катастрофічного та критичного стану середовища проживання.

Серед проведених досліджень Han-Shen Chen та Tsuifang Hsieh на тему екологічного впливу готелів, можна побачити данну статистику: п'ятизіркові готелі мають середнє значення екологічного сліду більше 1000г/м², чотиризіркові готелі мають середній екологічний слід майже 900г/м², і тризіркові готелі мають середній екологічний слід в більш ніж 500г/м². [3] Загалом, чим вища зірковість готелю, тим більше ресурсів готель споживає і тим більше його екологічний вплив на навколишнє середовище. Найбільш значущим в інноваційній діяльності готелю є облік оцінки її рентабельності. Фахівці рекомендують впроваджувати інновації в тому випадку, якщо інноваційний бюджет становить не менше 10% інноваційного потенціалу.

А. Вайсман, президент і генеральний директор корпорації Green Seal Inc, розбив процес впровадження екологічних інновацій на підприємстві на ряд основних напрямків, в яких менеджери і персонал готелю, а також проживаючі гості можуть значно знизити вплив на навколишнє

середовище.[4] В даний час фахівці виділяють 7 областей готельного бізнесу, в яких можливе впровадження екоінновацій (рис.1.1).

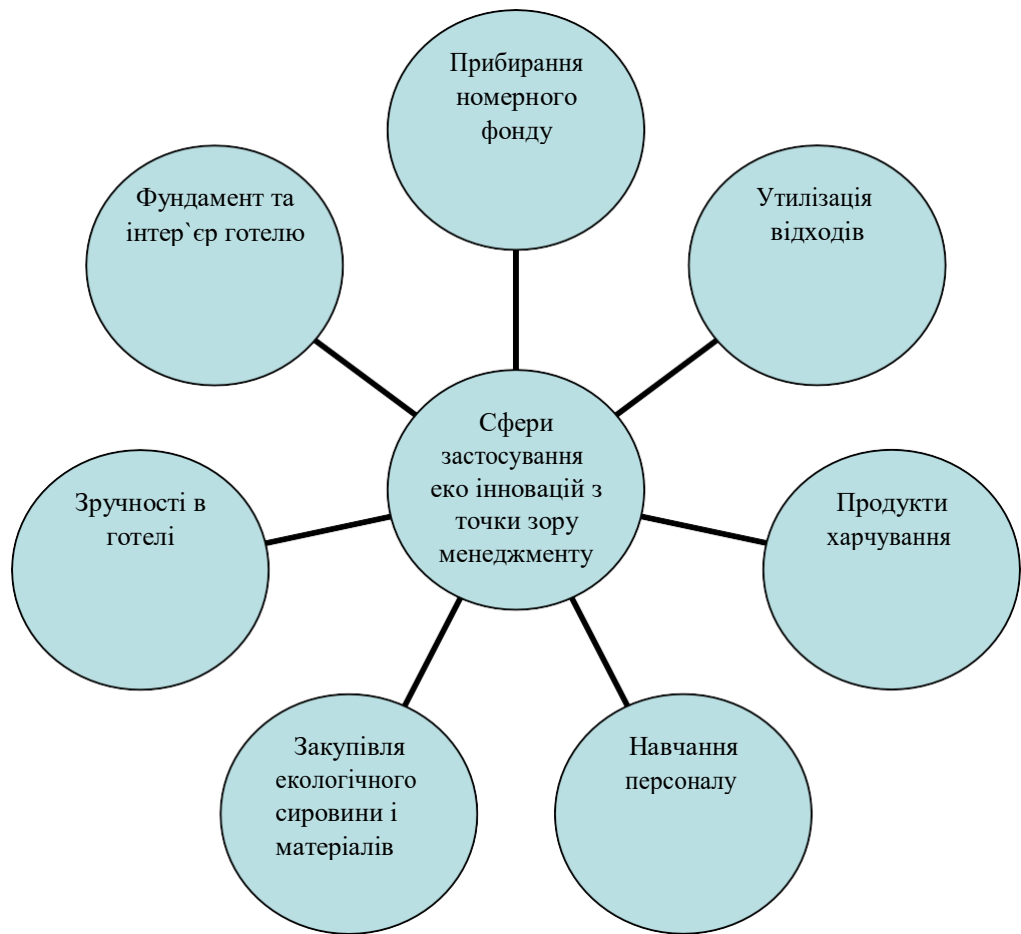


Рисунок 1.1. Сфери застосування еко інновацій з точки зору менеджменту

Джерело: складено автором

Завдяки впровадженню екологічних інновацій в цих областях готель може помітно знизити негативний вплив на здоров'я людини і навколишнє середовище. Зручності в готелі, з одного боку, є одним з найбільш широких аспектів управління в цьому бізнесі, з іншого - найбільш поширеною областю, на якій керівництво готелів концентрує свої зусилля. Даний напрямок є самим популярним і легко реалізованим в експлуатаційної діяльності, який готель може прийняти без істотних витрат. Моніторинг витрат енергії, витоку води і утилізації відходів нині може здійснюватися в ручному режимі або з використанням різних спеціальних програм. Ці дані

також можуть бути використані для визначення екологічних цілей компанії, і часто застосовуються, коли готель вибирає способи оповіщення та знайомства клієнтів з рівнем свого впливу на навколишнє середовище.[5]

Закупівля екологічних матеріалів (пакувальних, витратних, миючих і т.п.) в значній мірі може вплинути на загальну діяльність готельного підприємства. При виборі такої продукції керівництву слід керуватися інформацією, що стосується її довговічності і потенційної небезпеки для якості повітря, ґрунту і води при використанні. Найкраще заповувати подібні продукти в мінімальній упаковці (або встановлення партнерських відносин з постачальником, який надає послуги з повернення ємностей для їх зберігання), що призведе до збільшення безпеки і зниження ризику захворювань для співробітників готелю.

Завданнями екологічних готелів виступають збереження здоров'я гостей, раціональне використання природних ресурсів та формування свідомості щодо відповідальності за вплив на довкілля. Європейські стандарти вимагають від таких готелів наявності системи екологічно чистого опалення, використання власних очисних споруд стічних вод, проведення класифікації всіх відходів, використання електрики та безпечного для довкілля палива, застосування екологічних ламп для освітлення, для приготування їжі використання виключно екологічно чистих продуктів, а також наявність органічних засобів особистої гігієни.

Великі іноземні та вітчизняні підприємства стали підтримувати ідеї скорочення небезпечних викидів у навколишнє середовище. Готельні підприємства почали активно долучатися до порятунку довкілля, вводячи в свою діяльність поняття «екологічного менеджменту». [6]

Екологічний менеджмент - це сучасна галузь науки, яка являє собою сукупність принципів, форм, методів, прийомів і засобів управління виробництвом та виробничим персоналом підприємства з метою досягнення економічної ефективності виробництва, екологічної цілісності

та соціальної справедливості у контексті вимог сталого розвитку. Відповідно до наведеного механізму екологічний менеджмент можна визначити комплексом заходів, які охоплюють управління ресурсами, виробничими процесами та продукцією і спрямовані на зменшення негативних впливів виробничої діяльності на довкілля й підвищення ефективності роботи підприємства.[7]

Загальні проблеми, пов'язані з сучасним станом екологічної політики та деяких напрямів її розвитку, дістали відображення в працях таких відомих зарубіжних і вітчизняних вчених, як О. Балацький, Т. Галушкіна, О. Барков, Є. Пашков, В. Пінко, О. Маслоковська, В. Бурков. Проте, незважаючи на численні розробки, питання ефективного впровадження нормативно-правового забезпечення екологічного менеджменту залишаються актуальними. Саме тому наукові дослідження екологічної політики повинні поглиблюватися, супроводжуватися пошуками інноваційних підходів до її формування та рекомендаціями з напрямів її імплементації на окремих підприємствах.

Для ефективного застосування екологічного менеджменту підприємство має ввести в дію механізми підтримки, необхідні для впровадження екологічного плану дій, виконання екологічної політики та досягнення цілей.

Готельний бізнес, як і будь-який інший вид підприємницької діяльності, спрямований на отримання прибутку. Будь-яке інноваційне рішення, яке застосовується в готелі, має нести в собі певні переваги, що сприяють досягненню цілей організації. Однак впровадження екологічних інновацій (як і будь-яких інших інноваційних рішень) пов'язане з певними ризиками для топ-менеджменту підприємства.[8] Для визначення необхідності впровадження екоінновацій в матеріальну базу готелю необхідно оцінити можливі переваги і недоліки, пов'язані з даним типом нововведень (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1.

Корпоративні переваги та недоліки еко-готелів

Показник	Фінансовий аспект	Клієнтська база	Маркетинг
Переваги еко-готелів	Економія на ресурсах: - зниження водоспоживання; - економія електроенергії; - зниження витрат на паливо; - економія на матеріалах, що піддаються вторинній переробці	Залучення нових клієнтів: - за рахунок сприятливої Екологічної обстановки; - за рахунок зниження загальної навантаження на здоров'я клієнта	Позитивне позиціонування: - PR та додаткова можливість для реклами готелю; - створення для готелю репутації соціально відповідальної компанії
Недоліки еко-готелів	Додаткові витрати. Впровадження деяких екологічних інновацій передбачає значні фінансові вкладення	Відтік клієнтів. Відмова від деяких видів послуг, товарів, предметів інтер'єру, матеріалів може негативно позначитися на попиті на послуги (Наприклад, відсутність номерів для курців, обмеження напору води і ін.)	Антиреклама. Позиціонування в якості Екоготель може негативно позначитися на репутації підприємства, якщо фактично не дотримуються умов екосертифікації, або в разі, якщо реальний внесок в захист довкілля від екоінновацій менше, ніж шкода, що наноситься підприємством

Джерело: складено автором

На підставі аналізу можливих переваг і недоліків, які спостерігаються при впровадженні екологічних інновацій, топ-менеджмент готелю приймає рішення про обґрунтованість проведення заходів щодо впровадження екоінновацій. У даний час екологічні інновації найбільш затребувані в

готелях сегмента «люкс», які закликають зберігати навколишнє середовище за допомогою впровадження екотехнологій в сферу готельного бізнесу.

Природоохоронна діяльність з самого початку має бути організована таким чином, щоб вона відповідала розмірам, сфері діяльності та структурі управління підприємством. Екологічний менеджмент може бути організований директором, який залучає одного або двох працівників.

На невеликих підприємствах екологічний огляд зазвичай проводить один співробітник. Якщо ця особа добре знає підприємство, то може зробити велику частину роботи не виходячи із-за свого столу. Деякі види роботи мають бути зроблені на місці, такі, як перевірка показників лічильників тощо. [9]

На більших підприємствах задачі огляду мають бути поділені між кількома особами. Важливо, щоб усі співробітники були поінформовані про те, хто саме може відповісти на запитання осіб, які цікавляться екологічною діяльністю підприємства.

Співробітники мають бути постійно залучені до екологічного менеджменту. Співробітники мають бути якнайкраще обізнані з екологічною проблематикою підприємства, спроможні знаходити рішення та розвивати екологічно стійкі робочі звички й традиції.

Екологічний менеджмент є задачею, для вирішення якої потрібний час та плідна співпраця. Обов'язки кожного співробітника мають бути визначені та вбудовані у щоденний розпорядок.

Важливо, щоб кожен працівник усвідомлював свою роль у покращенні екологічної ситуації на підприємстві.[10]

Ґрунтуючись на досвіді, можна рекомендувати різноманітні методи мотивації працівників та розвитку екологічно стійких робочих традицій.

Подібно до загальної економічної діяльності підприємства, природоохоронна діяльність та функціонування екологічної системи періодично потребують корекції та вдосконалення. Як правило,

підприємство коригує систему екологічного менеджменту відповідно до висновків огляду, що проводиться менеджментом.

Зазвичай менеджмент проводить огляди через певні інтервали часу (як правило, у формі зустрічей чи зборів), аналізуючи стан системи екологічного менеджменту та приймаючи рішення, необхідні для її вдосконалення чи модифікації.

Діяльність підприємства, як правило, оцінюється за даними моніторингу, результатами перевірок та внутрішнього аудиту, за досягненням цілей та реалізацією плану дій тощо.

Для успішного впровадження плану дій важливо, щоб він виконувався у співпраці між керівництвом та персоналом. Активна участь у формулюванні плану дій часто сприяє підвищенню мотивації членів персоналу. Фахівець сертифікуючої організації може брати участь у зустрічах персоналу.[11]

Екологічний менеджмент підприємства – це частина загальної системи менеджменту, яка включає в себе організаційну структуру, планування, розподіл відповідальності, практичну діяльність, процедури, процеси і ресурси, які необхідні для розробки, впровадження, досягнення цілей екологічної політики, її перегляду і коригування.[12] Політика та екологія до недавнього часу були дещо індиферентними поняттями стосовно одне до одного.

Впровадження екологічного менеджменту включає в себе таку важливу стратегію як «Зелений маркетинг», як правило, така стратегія практикується компаніями, які прагнуть до сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності. Більше організацій докладають зусиль для впровадження стійких засад ведення бізнесу, оскільки вони розуміють, що таким чином вони можуть зробити свою продукцію більш привабливою для споживачів, а також зменшити витрати, які включають упаковку, транспортування, використання енергії / води тощо. Високий

рівень соціальної відповідальності може підвищити лояльність бренду серед соціально свідомих споживачів.

На підставі останніх досліджень, проведених НП «Міжнародне екологічне аудиторський співтовариство», можна стверджувати, що, наприклад, більше 60% американських туристів можуть собі дозволити оплатити високу вартість розміщення в готелях, якщо ті беруть участь в програмах, які сприяють охороні навколишнього середовища.[13]

Таке ставлення споживачів стимулює готелі до розвитку технологій роботи, що не завдають шкоди навколишньому середовищу або значною мірою його знижує. Все частіше в засобах масової інформації з'являються дані про те, що представники верхнього цінового готельного сегменту виявляють ініціативу в даному напрямку і зосереджують свої зусилля на екології. Однак, на думку фахівців, не завжди представники «екологічних» готелів переслідують наміри зберегти природу. У ряді випадків топ-менеджментом екоготелів такі заходи проводяться з метою додаткової реклами.

Глобальне дослідження 2014 року Nielsen щодо корпоративної соціальної відповідальності опитало 30 тисяч споживачів з 60 країн, щоб визначити статистичні дані щодо споживчих уподобань щодо стійких закупівель, і виявив, що:

- 55% споживачів готові платити додатково за продукти та послуги від компаній, які прагнуть позитивного соціального та екологічного впливу (порівняно з 45% у 2011 році)

- 52% зробили хоча б одну покупку за останні шість місяців щонайменше від однієї соціально відповідальної компанії

- 52% перевіряють упаковку продукції для забезпечення сталого впливу.[14]

Цікаво, що споживачі в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, Латинській Америці та на Близькому Сході / Африці виявляли більш високі переваги (64%, 63%, 63%).

Слідування тенденціям зеленого маркетингу може призвести до покращення не тільки екосистеми готелю, але й зробити якісні економічні зміни:

1) Рентабельність: «зелені» продукти створюють менше відходів, використовують менше сировини та економлять енергію.

2) Конкурентні переваги: компанії, які одні з перших заявили про свої екологічні інновації на ринку, користуються конкурентною перевагою.

3) Збільшення частки ринку: лояльність до бренду майже на всі часи. Відповідно до опитування, все менше споживачів надають перевагу дорогим брендам, тим самим підтримуючи малий бізнес та обираючи продукт, який підтримує рух за сталий розвиток та екологічність.

4) Особисті нагороди: «зелені» продукти пропонують споживачам переваги здоровішого, повноцінного життя і сили, щоб зробити світ краще.

5) Краще фізичне середовище: добре скоординоване використання всіх зелених маркетингових стратегій призведе до поліпшення фізичного середовища з точки зору зменшення забруднення повітря і води, виснаження енергії відходів, глобального потепління, вирубки лісів та виснаження природних ресурсів.

б) Сталий розвиток: задоволення потреб сьогодення без шкоди для здатності майбутніх поколінь задовольняти свої потреби.[15]

З точки зору маркетингу, участь в екологічних програмах дозволяє підвищити іміджеву привабливість і залучити новий сегмент клієнтів, а партнерські програми дають можливість використання систем онлайн бронювання, орієнтованих на розвиток сталого туризму.

В даний час в індустрії подорожей підвищується роль корпоративних клієнтів, представників міжнародного бізнесу, в завдання яких в ході їх візитів в будь-яку країну, входить не тільки здійснення тих чи інших бізнес-проектів, але також і формування сприятливого, «зеленого» іміджу їх компаній. Тому, для корпоративних клієнтів розміщення в готелях, що

підтримують ідеологію відповідального бізнесу, є не факультативним, а строго обов'язковим елементом корпоративної етики.[16]

Для туристів - екомаркування об'єкта, вказує на прихильність його менеджменту цінностям охорони навколишнього середовища і приваблює любителів відпочити в таких місцях. Сучасний стиль міського життя повертає нас до усвідомлення цінності природи і домінуванні її достоїнств над будь-яким комфортом. Відповідно, туристичний, готельний бізнес вже не змушує нас вибирати між природністю і достатнім затишком, поступатися комфортом заради близькості до природи[17]. Еко-готелі, еко-парки, еко-спортцентр - краще втілення цього поєднання. Еко-готелі, еко-парки, еко-спортцентр - це відпочинок від міського життя і стресів, це - можливість зміцнити своє здоров'я в гармонії з природою, використовуючи її розумно і не виснажуючи її ресурсів. У зв'язку з цим, придбання відповідального, екопозитивного іміджу готелем, місцем рекреації або спорт-центром, відкриває для нього можливість впевнено працювати з різними категоріями відвідувачів. [18]

Однак, недостатньо додати слово «еко» на початку назви готелю або розважального центру. Навіть при наявності «внутрішньої» екологічної програми на об'єкті, необхідна наявність документа про відповідність вимогам програми екологічного маркування. Це є підтвердженням того, що об'єкт дійсно має екологічну спрямованість і пройшов аудит.

19.2 Стандарти забезпечення екологічного менеджменту на готельному підприємстві

У сучасній політиці з'явився новий напрям діяльності – екологічна політика. Правову основу екологічного менеджменту формує складний комплекс національних і міжнародних документів, які регулюють діяльність у сфері підприємництва та охорони навколишнього середовища

з метою виконання таких трьох головних завдань: охорона і збереження довкілля та підтримання на належному рівні його якості (води, повітря, земельних ресурсів); охорона здоров'я працівників підприємства і місцевого населення; регулювання процесу споживання та використання природних ресурсів. Варто зазначити, що на національному рівні екологічний менеджмент регулюється Державними стандартами і технічними умовами (ДСТУ) . [19]

В Україні міжнародні стандарти серії ISO 14000 були прийняті як національні в 1997 р., отже, підприємства зобов'язані дотримуватися чітко визначених вимог. Так, згідно з ISO 14000:2004, вони повинні розробити, запровадити і підтримувати в робочому стані процедури, які дозволяють ідентифікувати можливості виникнення катастроф чи аварійних ситуацій, здатних вплинути на навколишній світ.[20]

У свою чергу, не можна ігнорувати аварійні ситуації, на які відповідним чином зобов'язані реагувати господарюючі суб'єкти, зокрема, пом'якшуючи наслідки або запобігаючи їх негативному впливу на навколишнє середовище. Регулювання екологічного менеджменту на міжнародному рівні здійснюється за допомогою міжнародних стандартів, розроблених Міжнародною організацією із стандартизації ISO серії 14000. Рішення про розробку ISO 14000 є результатом Уругвайського раунду переговорів за Всесвітньою торговельною угодою [21]. Основним предметом ISO 14000 є система екологічного менеджменту.

Готелі відіграють важливу роль у покращенні довкілля на майбутнє. Всі готелі покладають тягар на навколишнє середовище. Вони споживають воду, енергію, створюють великі обсяги відходів, займаються співпрацею, пов'язаною з транспортуванням, яка сприяє місцевим викидам, а також зміні клімату. Багато готельних підприємств використовують хімічні речовини для очищення та системи кондиціонування повітря, через які можуть вивільнятися шкідливі викиди в атмосферу і виснажують озоновий шар. Багато товарів що готелі купують у постачальників мають негативний

вплив на навколишнє середовище, пов'язаний з їх виробництвом, використанням і розповсюдженням.

Проте, якщо кожен готель у світі може зменшити вплив на навколишнє середовище, це матиме велике значення для глобальних питань, таких як довгострокове постачання енергії, техногенні зміни клімату, забруднення атмосфери і землі та постачання безпечної води.

Аналіз стану готельного господарства України свідчить про серйозну проблему невідповідності більшості українських готелів сучасному світовому рівню комфорту і сервісу. Застаріла матеріально-технічна база готельного господарства, нестабільність політичної ситуації, недоліки законодавства у сфері інвестування та підприємництва, невідповідність податкової та бухгалтерської систем міжнародним стандартам породжує великі перепони на шляху розвитку готельної індустрії.[22]

Сучасні тенденції розвитку техногенного міжнародного бізнесу вимагають, щоб нові пропозиції підприємств готельної індустрії були розроблені з урахуванням положень Концепції сталого розвитку туризму. Предметом екологічного менеджменту виступають, передусім, екологічні (природоохоронні, ресурсозберігаючі тощо) аспекти діяльності підприємства [23]. Кінцева мета екологічного менеджменту полягає у зниженні негативного впливу господарської діяльності підприємства на оточуюче середовище, а також підвищення рівня екологічної безпеки, як в процесах виробництва, в споживанні продукції, що виробляє підприємство, так і в наданні послуг.

У зв'язку з прийнятим у 2011 році Законом України «Про основні засади державної екологічної політики України на період до 2020 року», який визначає політичний курс України на еко-логізацію усіх сфер економіки, таким інноваційним напрямом розвитку може стати створення та введення екологічного менеджменту в готельні господарства.[24]

Сертифікація готельних послуг в Україні є добровільною процедурою (з 05.09.2012 р.), велика кількість підприємств зацікавлені в

проведенні екологічної сертифікації з метою отриманні статусу «екологічний готель».[25]

Обов'язковою умовою для присвоєння готелю статусу «екологічний» є сертифікація незалежною третьою стороною або державою, на території якої він знаходиться.

Екологічна сертифікація -це система еко-маркування для закладів готельного господарства, основною метою якої є сприяння зменшення тиску на природне середовище від експлуатації туристичних об'єктів шляхом відзначення, популяризації та стимулювання розвитку корисних ініціатив і екологічних методів управління туристичною індустрією.[26]

Україна поступово крокує на шляху адаптації системи технічного регулювання до вимог ЄС, де державні обов'язкові вимоги поєднуються з добровільними сертифікаційними системами, що відповідають єдиними уніфікованим вимогам міжнародних та європейських стандартів.

В Україні питання застосування екологічних маркувань та декларацій регулюється на державному рівні Технічним регламентом з екологічного маркування, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 18 травня 2011 року № 529.[27]

У країнах Західної Європи відповідно до проекту міжнародного стандарту ISO 14010 останнім часом здобула визнання така галузь діяльності, як екологічний аудит, що є одним із найефективніших інструментів економіко-екологічного контролю у процесі становлення ринкової економіки. Екологічний аудит виступає як інструмент управління та забезпечення виконання вимог природоохоронного законодавства України. До функцій екологічного аудиту має входити розробка стратегічних планів поліпшення екологічних показників матеріального виробництва. Зіставлення результатів аудиту з вимогами нормативних документів дасть змогу виробити план дій для коригування технологічних процесів і переналагодження обладнання. [28]

19.3 **Світовий досвід впровадження екологічного менеджменту в готельних підприємствах**

Частка екоготелів в країнах Західної Європи та США відносно невелика і рідко перевищує 20% від загальної кількості готелів. В Україні їх набагато менше. Найуспішнішими в отриманні сертифікатів екологічної відповідності є міжнародні готельні оператори Marriott, Starwood, Rezidor і ін. Це пояснюється тим, що мережа приносить значні доходи, тому її власники можуть дозволити собі великі витрати на переробку будь-яких видів відходів, зниження електроспоживання, зменшення забруднення природи, закупівлю екологічного устаткування без особливого збитку для бізнесу.

З року в рік в Європі зростає популярність екологічно чистих готелів. І якщо кілька років тому корисний відпочинок був розвагою для багатих, то сьогодні вартість проживання в екогостиницах стає доступним для більшості європейців.

У сусідній Польщі, в місті Вроцлав, нещодавно відкрився екохостел, що отримав назву «Влада квітів» (Flower Power). Кожна деталь цього невеликого пансіону покликана допомогти захистити навколишнє середовище. Всі приміщення готелю обладнані енергозберігаючої технікою, на території готелю ведеться суворий контроль за сортуванням відходів. [29]

Принципи захисту природи були враховані власниками готелю Flower Power при облаштуванні номерів. Всі меблі готелі зроблена з дерева. А більшість неминучих неорганічних відходів тут не викидається, а йде на переробку. Стаканчики з-під йогуртів, наприклад, місцеві дизайнери перетворюють на лампи та світильники, які освітлюють хол готелю. При цьому вартість проживання в екохостелі стартує з 10 євро.[30]

Ще один приклад доступного екологічно чистого відпочинку - іспанський готель Trekking Tower. І хоча готель ще не відкрився, вже

сьогодні можна сказати, що він стане одним з найцікавіших проектів готельного бізнесу.

Готель Trekking Tower буде являти собою 25-поверховий будинок, всі поверхи якого стилізовані під відкриті тераси, оформлені натуральними деревами. Постояльці готелю можуть оселитися на терасі, неначе в лісі, розташувавшись у звичайній туристичній палатці. Згідно з проектом, з верхніх поверхів екогостиниці відкриється мальовничий вид на Барселону. Власники Trekking Tower запевняють, що їх готель по ціні буде доступний практично будь-якому європейцеві. [31]

Кожен готель самостійно обирає методи господарювання, тим самим здійснюючи певний вплив на навколишнє середовище. Наприклад, один з готелів Копенгагена (Crowne Plaza) практично всю енергію отримує за допомогою сонячних батарей. Крім того, частину електроенергії забезпечують і гості готелю, які мають бажання безкоштовно повечеряти. Для цього їм треба трохи покрутити педалі велосипедів, які з'єднані з електрогенераторами, виробивши для готелю 10 ват/годин електроенергії. Організатори ідеї переконані, що це нововведення дозволить гостям не тільки підтримувати себе у формі, але також і заощадити електрику та гроші. Решта постояльців, які не бажають крутити педалі на благо довкілля, вечеряють за 240 датських крон.

За результатами дослідження, проведеного компанією JD Power and Associates, цікавість туристів до еко-готелів зростає. В опитуванні брали участь 66 тис. гостей, які проживали в північноамериканських готелях протягом 2008-2009 рр. Дослідження виявило, що значно зросла обізнаність гостей про екологічні ініціативи готелів (66% в 2009 р. у порівнянні з 57% в 2008-му); 72% клієнтів брали участь в екологічних програмах, організованих готелем.[32]

Найбільшою перепоною для збільшення готельних закладів екологічного спрямування є фінансова сторона, яка потребує значних інвестицій. Деякі експерти попереджають: кошторис будівництва

екоготелю може відрізнятись від стандартного мінімум удвічі. В країнах Західної Європи створені спеціальні фонди, які або надають кредит під дуже низькі відсотки для будівництва екоготелю, або дарують частину обладнання для її роботи. В Україні такої практики немає. Тому всі ці витрати неминуче позначаються на вартості проживання: прайси в екоготелях як мінімум на 30% вищі, порівняно з іншими готелями.

В Нью-Йорку на розі 44-ї вулиці і 8-ї авеню, поряд з Таймс-Сквер відкрився готель «InterContinental». Це перший готель на Манхеттені, який побудовано з нуля за останні 8 років. «InterContinental» став найкрупнішим готелем на східному узбережжі, до того ж створеним з використанням самих сучасних екологічних розробок. Наприклад, при його будівництві використовувалися переробні матеріали, у номерах споруджені туалети з низькою витратою води, а на 2-му і 7-му поверхах споруджені зелені тераси.[33]

Новий готель у Стокгольмі обігривається теплом людських тіл. «Kungsbrohuset», який вже назвали самою екологічною офісною будівлею у світі. Вона разом з готелем використовує для опалення тепло, що виділяється 25 тисячами пасажирів, які щоденно проходять в переходах під розташованим поруч Центральним вокзалом.

Втім, оператори готельного бізнесу не забувають відкривати екологічно чисті готелі, орієнтовані і на заможних гостей.

Готель Singita Pamushana, розташований у заповіднику Malilangwe Wildlife Reserve на південно-сході Зімбабве, отримав нагороду за дбайливе ставлення до навколишнього середовища, повідомляє Independent. Власники готелю співпрацюють з фондом Malilangwe у програмі реабілітації диких тварин, які постраждали від браконьєрів.[34]

Також вони забезпечують чистою водою та харчуванням більше 10 тисяч місцевих жителів. Комплекс пропонує своїм постояльцям комфортне розміщення в номерах класу люкс. На території є басейн і ресторан. Проживання коштує від \$895 на добу. [35]

Лодж Guludo Beach, розташований на березі Індійського океану в Мозамбіку, переміг у номінації "Підтримка населення". Готель був удостоєний цієї нагороди за невтомну турботу і залучення в туристичний процес місцевих жителів. Відкритий в 2006 році в одній з найбідніших областей Мозамбіку готель розробив ряд програм, спрямованих на боротьбу з малярією, постачання місцевих жителів чистою питною водою і підтримку ремесел і сільського господарства в регіоні.

Готель складається з кількох розкішних бунгало. При ній працює ресторан і власне туристичне бюро, яке організовує безліч екскурсій. Проживання в Guludo Beach - від \$245 в добу. [36]

Alpine Pearls перемогла в номінації "Краща керуюча компанія". Ця організація об'єднує 24 общини, розташовані в Італії, Німеччині, Швейцарії, Австрії, Словенії і Франції. У першу чергу вона удостоїлася нагороди за мережу "розумного" транспорту, що з'єднує села. Це в першу чергу електромобілі на сонячних батареях, "низьковуглецевої" громадський транспорт і безкоштовний прокат велосипедів для туристів.

Всі 24 села пропонують туристам комфортне розміщення в традиційних альпійських готелях і пансіонатах, а також незабутній відпустку, проведений в гармонії з природою. [37]

Велика кількість іноземних готельних мереж та готелів запроваджують екологічну концепцію діяльності, розробляючи різноманітні інноваційні проекти економії ресурсів та збереження довкілля.

В Україні ж, на жаль, з екологічно чистим відпочинком справи йдуть набагато гірше. Всьому виною дорожнеча будівництва екоготелів, що, звичайно, позначається і на вартості проживання в них. І все ж екологічно чисті готелі в Україні є. Більше того, минулого року була розроблена система екологічної сертифікації готелів і ресторанів, в якій враховувалися багато факторів: від енергозбереження та економії водних ресурсів до забезпечення гостей органічними продуктами харчування.

В Україні еко-готелями вважають такі заклади розміщення, котрі розташовуються в екологічних зонах (зазвичай поблизу річки чи озера, далеко від автомобільних шляхів, трас). Сама будівля готелю, як правило, збудована з екологічно чистих матеріалів, а постояльцям пропонують харчування з продуктами із власного фермерського господарства.

Але комфортабельний готель Донецький «Форест Парк», побудований в Великоанадольському лісі або той же «Зелений гай» (один з недорогих готелів у Донецькій області), розташований в мальовничому Святогорську, сільськими будинками вже ніяк не назвеш. Недарма вони заповнені не тільки влітку, а й у міжсезоння. [38]

Чимало екоготелів є також і в Західній Україні - наприклад, готель «Ведмежа гора» розташований в мальовничому місці серед Карпат, в Яремчі, недалеко від гірськолижного курорту «Буковель». Двоповерхові котеджі з великими верандами збудовані в стилі шале з міцної деревини хвойної породи. «Ведмежа гора» знаходиться далеко від дороги, в густому лісі біля Карпатського заповідника. В двадцяти метрах від готелю за огорожею пасуться дикі кабани та олені, саме тому приїжджі любителі сімейного відпочинку облюбували це місце, адже дітлахи можуть бути цілий день зайняті на свіжому повітрі: годуванням звірят, збиранням грибів або іграми на дитячому майданчику.[39]

Нагорода Green Key - це провідний стандарт передового досвіду в галузі екологічної відповідальності та сталого функціонування в індустрії туризму. Цей престижний еко-ярлик являє собою зобов'язання бізнесу, що їх туристичні установи дотримуються строгих критеріїв, як це передбачено Фондом екологічної освіти (FEE). Нагорода Зелений ключ- гарант того, що гості, які проживають в готелі з такою відзнакою, допомагають змінити стан навколишнього середовища та покращити його сталий розвиток. Високі екологічні стандарти, що очікуються від цих установ, підтримуються через сувору документацію та часті перевірки (Додаток Б).

Програма Зелений ключ поряд з іншими програмами FEE спрямована на впровадження екологічного менеджменту як компонента соціальної корпоративної відповідальності та екологічної освіти. Екологічний менеджмент означає оптимізацію використання ресурсів. Наприклад, установка енергоефективного освітлення допоможе заощадити від 15 до 25% вартості енергії, а попереднє ополіскування посуду перед завантаженням в посудомийну машину призведе до економії від 8000 грн на рік (якщо посудомийна машина використовується 4 години на день).

Приєднуючись до Програми, той чи інший об'єкт демонструє свою соціальну відповідальність, бажання просуватися по шляху сталого розвитку і позиціонує себе як екологічний об'єкт (Додаток В). На даний момент, в програмі бере участь 54 країни і 2500 об'єктів отримали нагороду програми "Зелений ключ". У 2011 році Radisson Blu Kyiv став першим готелем в Україні, який отримав нагороду програми "Зелений ключ".[40] На даний момент таку відзнаку мають 9 готелів України, а саме:

1. Radisson Blu Hotel Kyiv, Podil
2. Radisson Blu Hotel Kyiv
3. Radisson Blu Resort, Bukovel
4. Maison Blanche Kyiv
5. InterContinental
6. Park Inn be Radisson Kyiv, Troytska
7. Hotel Galera
8. Maison Blanche Mytnitsa
9. Maison Blanche Berezovka

Програма "Зелений ключ" - це найбільш стара і перевірена міжнародна програма еко-маркування, представлена в Україні, яка дає конкурентну перевагу своїм учасникам-об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, кемпінгам, пансіонатам, ресторанам та інш.). Програма націлена на підвищення екологічної свідомості персоналу і клієнтів, підвищення рівня використання стійких і раціональних методів

роботи, впровадження екологічно відповідального бізнесу і зниження використання ресурсів та енергії (Додаток Г). Участь у цій програмі направлено на збереження навколишнього середовища, а застосування принципів екологічного менеджменту призводить до економії за рахунок водо- і енергозбереження.

Висновки до розділу 1.

Результати проведеного дослідження свідчать про низький рівень впровадження системи екологічного менеджменту за стандартом ISO 14001 у діяльності підприємств України. Нормативно-правове забезпечення екологічного менеджменту є достатньо широким і охоплює міжнародний і національний рівні. Проте у чинному законодавстві України є багато невідповідностей та декларативних положень, які необхідно усунути або конкретизувати задля досягнення цілей екологічної політики держави. Крім того, розвиток екологічного менеджменту стримує нестача фінансових ресурсів. У таких умовах державне регулювання має крім адміністративних методів, таких, наприклад, як обов'язкова стандартизація, містити ринкові інструменти для стимулювання підприємств.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ “РУСЬ ИНТЕРНЕТШЛ”

2.1 Загальна характеристика готельного підприємства ТОВ «Русь Интернешл»

Premier Hotels and Resorts – перша готельна мережа в Україні, мережа готелів від 5 до 3 зірок, по-своєму різних, але однаково гостинних та затишних. Усі готелі об’єднані однією особливістю – професійним та якісним сервісом.

Premier Hotels and Resorts – готелі, що створюють емоції. Данна мережа має лінійку з трьох суббрендів: Premier Palace Hotels, Premier Hotels, Premier Compass Hotels.[41]

Premier Palace Hotels - розкішна класика серед готелів, кожен з яких унікальний своєю історією і славиться своїм розташуванням та архітектурою. Тут продумана кожна деталь, яка створює неповторну атмосферу шикарного п'ятизіркового готелю. Ретельно реставровані історичні інтер'єри, концептуальні номери, ресторани високої кухні, вишукані спа, кращі локації для проведення ділових зустрічей і пишних урочистостей - в цих готелях є все, щоб насолодитися розкішним життям (Табл.2.3).[43]

В Premier Palace Hotels для гостей представлений широкий спектр послуг:

- Розкішні готельні номери, тематичні люкси й апартаменти
- Ресторани високої кухні
- Фірмовий сніданок Fresh Organic Traditional
- Представницький поверх
- Послуги дворецького
- Доступ до бізнес-послуг 24/7 і безкоштовний швидкісний Wi-Fi

- Лобі бар 24/7
- Ресторанне обслуговування в номерах 24/7
- Преміальний конференц-сервіс та мережева концепція Ideal Meeting
- Сучасний фітнес-центр з басейном і вишуканий спа
- Premier Concierge Service 24/7
- Art Corner
- Паркінг під охороною

Таблиця 2.1

Коротка характеристика суббренду Premier Palace Hotels

Критерії	Відповідність
Концепція	Час, проведений тут, хочеться згадувати. Колекція розкішних готелів, що поєднують неповторну атмосферу міста та найвищі стандарти гостинності.
Сегмент	5*, luxury+, luxury resorts
Розташування	Центральна частина міста або перша лінія (для курортних готелів)
Площа номеру	Від 25 м ²
Ресторани	Мінімум два, концептуальні ресторани
Конференц-зали	Мінімум 3

Джерело: складено автором на основі сайту підприємства « Premier Hotels and Resorts»

Premier Hotels - це бізнес-клас серед готелів для активних людей, які часто подорожують і цінують свій час. Центральне розташування, комфортабельні готельні номери і люкси, модні міські ресторани і бари, престижні майданчики для проведення ділових заходів і урочистостей (Табл.2.2).[43]

В Premier Hotels для послуг гостей:

- Розташування в діловому та історичному центрі
- Комфортабельні та стильні номери
- Бар 24/7 і модний міський ресторан
- Фірмовий сніданок Fresh Organic Traditional
- Premier Lounge - сучасне рішення для роботи і спілкування
- Доступ до бізнес-послуг 24/7 і безкоштовний швидкісний Wi-Fi
- Професійний конференц-сервіс і мережева концепція Ideal Meeting
- Лобі бар 24/7
- Ресторанне обслуговування в номерах
- Concierge Service
- Сучасний фітнес-центр і вишуканий спа-сервіс в готелях категорії 4*
- Art Corner
- Бібліотека book crossing
- Паркінг під охороною

Таблиця 2.2

Коротка характеристика суббренду Premier Hotels

Критерії	Відповідність
Концепція	Абсолютний комфорт для бізнесу . Готелі бізнес-класу, що поєднують у собі зручне розташування, різносторонній вибір послуг, сучасні технології та професійний сервіс.
Сегмент	4*, 3*, luxury+, бутик-готель
Розташування	Центральна частина міста, поруч з основними транспортними розв'язками або туристичними пам'ятками
Площа номеру	Від 16 м ²
Ресторани	Мінімум один
Конференц-зали	Мінімум 2

Джерело: складено автором на основі сайту підприємства « Premier Hotels and Resorts»

Premier Compass Hotels - зручні та доступні готелі мережі Premier Hotels and Resorts. Цей елегантний, повсякденний бренд пропонує просте і зручне рішення для мандрівників: оптимальний комфорт за кращу ціну. Сучасні комфортабельні номери із затишною постіллю, безкоштовний WI-FI і сет-меню ситних і здорових сніданків на вибір Breakfast4U - ідеальне поєднання як для сімейного туру або дружньої компанії, так і для подорожуючих поодиночці (Табл.2.3).[44]

В Premier Compass Hotels для гостей надається:

- Функціональні номери двох категорій за розумними цінами
- Compass Cafe 24/7 - в будь-який час для будь-яких завдань
- Breakfast4U з 7 до 10 - обери свій улюблений фірмовий сніданок
- Безкоштовний швидкісний Wi-Fi на всій території готелю
- Рекреація і спорт: спортивні зали, сауни, велосипеди і майданчики workout *
- Конференц-зал і мережева концепція Ideal Meeting *
- Парковка під охороною

Таблиця 2.3

Коротка характеристика суббренду Premier Compass Hotels

Критерії	Відповідність
Концепція	Сплачує лише за необхідне Базові послуги, але професійний Підхід
Сегмент	2*, 3*
Розташування	Поблизу основних автодоріг, аеропортів або в туристичних центрах (обласні центри, популярні місця відпочинку), зручна транспортна розв'язка
Площа номеру	Від 12 м ²
Точка харчування	У власному управлінні або в управлінні за договором оренди
Конференц-зали	Мінімум 1

Джерело: складено автором на основі сайту підприємства « Premier Hotels and Resorts»

У самому центрі Києва розташувався величний тризірковий “Premier Hotel Rus”, що належить до суббренду Premier Hotels (Додаток Д). Для кращого ознайомлення з організаційно-правовою структурою готелю, пропоную переглянути таблицю 2.4.

Таблиця 2.4

Коротка характеристика підприємства Premier Hotel Rus

Повна назва компанії	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ РУСЬ ІНТЕРНЕСНЛ
Організаційно правова форма	ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
ЄДРПОУ	32380281
Номер запису ЄДР	1 070 120 0000 000212
Дата реєстрації	25.03.2003
Керівник	МАРКОВ ОЛЕКСІЙ ІГОРОВИЧ
Юридична адреса	Вул. Госпітальна 4, Київ 01023, Україна

Джерело: складено автором на основі сайту реєстру підприємств

Готель побудований на височині в самому центрі бізнес і туристичних кварталів столиці. Всього за кілька кроків знаходиться знаменита вулиця - Хрещатик. Поруч розташована станція метро «Палац Спорту», а з вікон видно Олімпійський стадіон - головну спортивну арену Києва.

В 2008 та 2017 роках готель реконструювали, більшість номерів оформили в сучаснішому стилі і зараз Premier Hotel Rus продовжує приймати своїх гостей в 21-поверховій будівлі. Готель складається з 451 номерів і має на своїй території обмін валют, місце для паління і перукарню.[45]

Великий, затишний і при цьому недорогий готель Києва має в своєму розпорядженні комфортабельні номери в класичному стилі.

Таблиця 2.5

Категорії номерів в готелі «Premier Hotel Rus»

Категорія номеру	Вартість номеру, грн	Кількість номерів
Стандартний номер	1577	53
Стандартний номер з двома ліжками	1577	80
Класичний номер	2023	42
Класичний номер з двома ліжками	2023	66
Номер Прем'єр	2693	50
Номер Прем'єр з двома ліжками	2693	72
Люкс	2792	45
Люкс Прем'єр	3154	36
Люкс Перлина	3154	6
Апартамент	3868	1

Джерело: складено автором на основі сайту підприємства « Premier Hotels and Resorts»

Кожен з номерів оснащений ванною кімнатою і душовою кабіною, письмовим столом, двоспальним або двома односпальними ліжками, гардеробним приміщенням, плазмовими панелями, супутниковим телебаченням і безкоштовним Wi-Fi. Площа Стандартних та Класичних категорій номерів складає не менше ніж 17м². Номери «Люкс» мають середню площу в 34м² та вміщує в себе додатковий односпальний диван або ліжко. «Апартаменти» являють собою покращений номер «Люкс» площею в 104м². [46]

Холодний сніданок "шведський стіл" подають щоранку в обідній зоні в Premier Hotel Rus Київ. Цілодобовий ресторан спеціалізується на стравах української кухні. На першому поверсі готелю розташований лоббі-барі з освіжаючими напоями.

Premier Hotel Rus має широкі можливості для успішного проведення конференцій, ділових зустрічей і нарад.

У готелі 7 залів, що відрізняються інтер'єром і розмірами. Просторі конференц-зали готелю вміщують до 550 чоловік одночасно, вони облаштовані зручними меблями і оснащені сучасним обладнанням. Всі зали мають функцію «blackout», а деякі діляться на кілька окремих частин.

Професійний підхід, заснований на багаторічній практиці, дозволяє повністю покласти на персонал готелю і довірити йому проведення будь-якого заходу.

Для швидкої, легкої та професійної організації будь-якої зустрічі, конференції чи бізнес-форуму готелем створено принципово нову концепцію – Ideal Meeting.

Ідею Ideal Meeting було ретельно розроблено командою професіоналів Premier Hotels and Resorts на базі глибинного досвіду та знань, заснованих на багаторічній практичній роботі готелів з різних куточків України. Концепція ідеального заходу сучасна, зручна, дуже легка в організації та соціально-зорієнтована завдяки чотирьом основним складовим: Easy, Smart, Green, Fast.[47]

Окрім барів, ресторанів та конференц-залів, готель пропонує також інші додаткові послуги (таблиці 2.6).

Додаткові послуги в готелі «Premier Hotel Rus»

Таблиця 2.6

За додаткову плату	Безкоштовні
<p>Спеціальне дієтичне меню (за запитом), сніданок у номері, трансфер з/до аеропорту, послуги консьєржа, послуги квиткової каси, камера зберігання багажу, доставка преси, дитячий клуб, хімчистка, прасування одягу, пральня, чистка взуття, конференц-зал/бенкетний зал, бізнес-центр, сувенірний магазин, мінібар в номері, трансфер за запитом, дитяче ліжечко за запитом, проживання з тваринами дозволено, електрозаправна станція, парковка</p>	<p>Набір шахів та шашок, столик для ноутбука, еспандер, фен, килимок для йоги, ігрова приставка Sony Play Station, анатомічна подушка, дитяча подушка.</p>

Джерело: складено автором на основі сайту підприємства «Premier Hotels and Resorts»

Представлені додаткові послуги надаються гостям при попередньому бронюванні або при наявності вже безпосередньо під час проживання.

2.2 Аналіз внутрішнього середовища на готельного підприємства ТОВ «Русь Інтернешнл»

Для вивчення виробничої програми підприємства необхідно проаналізувати ряд показників, що допоможуть визначити його потужність. Дуже важливим фактором в розробці виробничої програми є визначення мети відвідування гостей, адже це дає готелю розуміння в якому напрямку необхідно розвиватися та які послуги доречно було б впроваджувати в нову систему планування (рисунок 2.1).

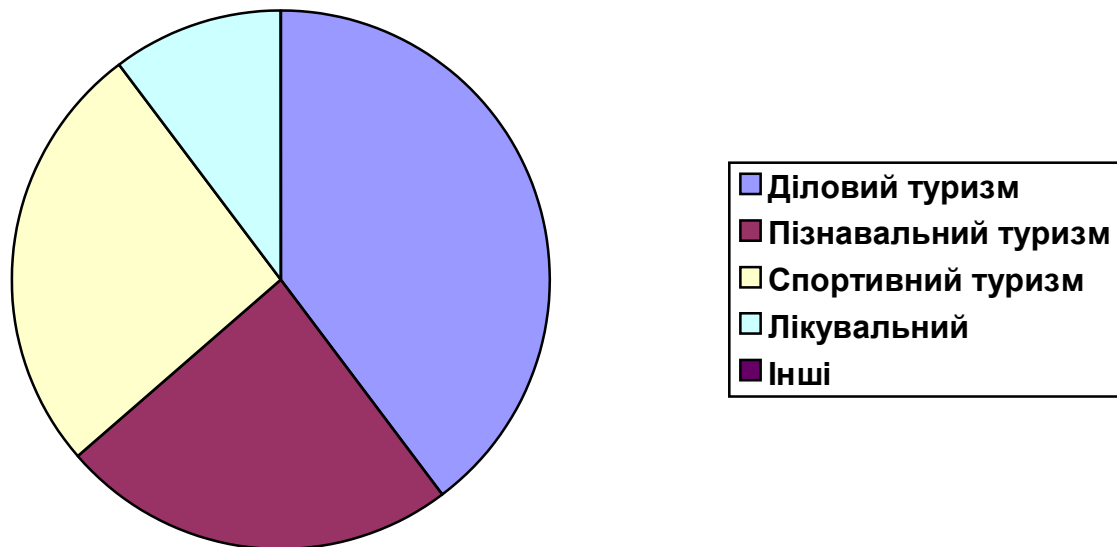


Рисунок 2.1. Розподіл туристів за метою поїздки

Джерело: складено автором

Проаналізувавши данні таблиці можна зробити висновок, що найчастішою метою поїздки гостей готелю «Premier Hotel Rus», є бізнес відрядження та ділові зустрічі, вони складають майже 38% від всіх відвідуваних туристів. Наступною за популярністю метою відвідування готелю є спортивний туризм, що приносить готелю 25% туристів щорічно, так само гості, які приїджають за дозвіллям та відпочинком складають 23% від усієї кількості відвідувачів. По даним з офіційних джерел бронювання було виявлено, що 68% гостей готелю є іноземці.

Для того, щоб дізнатися більше про потужність номерного фонду, його пропускну здатність та середню завантаженість готелю, потрібно провести певні розрахунки, за якими потім можна проаналізувати успішність виробничої програми в цілому (Таблиця 2.7).

Як можемо бачити з наведеної таблиці, в готелі представлено 451 номер загальною потужністю в 164615 осіб, а середня завантаженість готелю складає 65%. На це впливають такі фактори як сезонність, економічно-політична ситуація в країні, а також наявність сильних конкурентів, які забирають на себе значну частку туристів.

Таблиця 2.7

Аналіз виробничої програми готелю «Premier Hotel Rus»

з/п	Назва показника	Порядок визначення	Розрахунок
1	Одночасна місткість	Визначається як сума кількості номерів кожної категорії	451
2	Загальна потужність готелю	Визначається шляхом множення показника одночасної місткості на число календарних днів року, що аналізується. Отримана кількість номеро – ночей характеризує можливу пропускну здатність, що має готель.	164615
3	Пропускна здатність готелю	Визначається як різниця між загальною кількістю номеро – ночей у готелі та кількістю номеро – ночей перебування в капітальному ремонті та реконструкції.	142715
4	Планова потужність (Кількість місце-днів, що надаються згідно з планом)	Визначається як різниця між пропускну здатністю готелю та кількістю номеро – ночей перебування у простої, пов'язаному з поточним ремонтом та іншими об'єктивними причинами.	107620
5	Коефіцієнт використання можливої пропускну здатності готелю (коефіцієнт завантаження готелю)	$Kз = Vn/Vз$, де Vn - фактично продана кількість номеро – ночей, $Vз$ - пропускна здатність готелю	0,75%

Джерело: складено автором

На готельному підприємстві такої великої потужності як «Premier Hotel Rus», задіяна лінійно-функціональна організаційна структура, що дозволяє всім департаментам працювати злагоджено та перешкоджає виникненню функцій, не закріплених за жодною зі служб (рисунок 2.2).

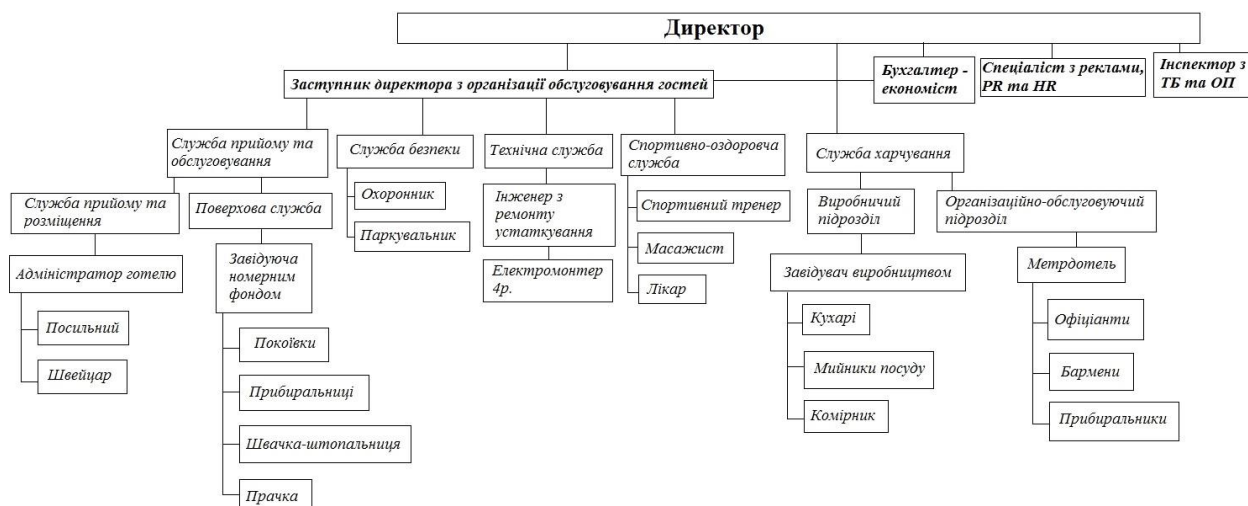


Рисунок 2.2. Організаційна структура готелю «Premier Hotel Rus»

Джерело: складено автором

На досліджуваному готельному підприємстві, за звітним періодом налічується 460 працівників. Аби більш детально дізнатися про кількісний та якісний стан трудових ресурсів, необхідно проаналізувати структуру трудового потенціалу на готельному підприємстві (таблиці 2.8)

Таблиця 2.8

Структура трудового потенціалу готельного підприємства за різними характеристиками

Категорія	Звітний період 2018		Попередній період 2017		
	Осіб		сіб	О	%
Структура трудового потенціалу за статтю					
Ч	134	9,13	9	13	30,
Ж	326	0,86	5	31	69,
Разом	460	00	4	45	10
Структура трудового потенціалу за віком					
До 35	262	6,95	9	25	57,
				04	

35-45	114	4,78	9	10	24,
Від 45	84	8,26		86	18,
Разом	460	00	4	45	10
Структура трудового потенціалу за якістю підготовки					
Вища освіта за фахом	321	9,78	1	32	70,
Середня освіта за фахом	79	7,17		69	15,
Без фахової освіти	60	3,04		64	14,
Разом	460	00	4	45	10
Структура трудового потенціалу за категорією кадрів					
Керівник	28	,08		28	6,1
Спеціаліст	263	7,17	9	25	57,
Технічний персонал	169	6,73	7	16	36,
Разом	460	00	4	45	10
Структура трудового потенціалу за стажем роботи в галузі					
Немає	49	0,65		59	12,
До 5	213	6,30	5	20	45,
5-10	158	4,34	6	15	34,
Від 10	40	,69		40	8,8
Разом	460	00	4	45	10

Джерело: складено автором

Виходячи з данної таблиці в компанії працює в середньому 457 працівників, 70% з них- жінки. Переважну більшість персоналу складає молодь до 35 років без спеціальної вищої або середньої освіти за фахом, або з досвідом роботи до 5 років в сфері гостинності. Працівників зі стажем в 10 років та більше на підприємстві “Premier Hotel Rus” лише 8,7% і здебільшого саме вони мають вищу освіту за фахом та займають керівничі посади.

Для того аби краще розуміти організаційну структуру готелю слід розглянути функції, які виконуються різними співробітниками всередині підприємства (Табл.2.9).

Таблиця 2.9

Аналіз розподілу функцій управління всередині готельного підприємства «Premier Hotel Rus»

Назва посадової особи, підрозділу підприємства	Основні функції посадової особи, підрозділу підприємства	Кількість працівників підрозділу
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Директор	Координувати діяльність начальників відділів готелю, розподіляти обов'язки між ними.	1
Заступник директора	Координувати дії працівників готелю. Приймати управлінські рішення щодо функціонування Готелю	2
Адміністратор Ресепшн	Виписувати рахунки для сплати, розміщення в номерах, проводити відповідні роз'яснення щодо функціонування готелю	25
Старший офіціант	Слідкувати за роботою офіціантів, надавати якісний сервіс гостям в закладах Харчування	16
Офіціанти	Обслуговувати гостей в закладах Харчування	60
Відділ ІТ	Обслуговує операційні програми, допомагає з налаштуванням Апаратури	5
Відділ кадрів	Набір персоналу, проведення Тренінгів	6
Відділ бронювання	Робити бронювання для великих груп, оптимізувати систему Бронювання	4
Відділ продажу	Регулювати ціноутворення,	4

	продавати послуги готелю	
Головний бухгалтер	Управління веденням аналітичного обліку на підприємстві, ведення синтетичного бухгалтерського та податкового обліку, складання фінансової, статистичної та податкової звітності	1
Бухгалтер	Збір та обробка первинних даних для головного бухгалтера	1
Маркетолог	Слідкувати за іміджем готелю, розробка рекламної компанії, підвищення конкурентоспроможності готелю	2
Старша покоївка	Координувати дії покоївок, перевіряти їх роботу	15
Покоївка	Якісно прибирати номерний Фонд	56
Охоронець	Слідкувати за безпекою в готелі	30
Голова департаменту	Координує роботу менеджерів та Працівників	15
Менеджер	Координувати роботу персоналу відповідних департаментів	25
Працівники прачки	Прати постільну білизну, форму персоналу, займатися Прасуванням	30
Кухарі	Приготування та подача їжі та Напоїв	30
Водії	Займатися трансфером гостей з/до аеропорту та за іншими адресами	15
Консьєрж	Допомагати гостям з організаційними питаннями (заморити квитки, отримати коротку довідку про те чи інше місце)	5
Портъє	Допомагати гостям готелю з Багажем	6
Службові працівники(сантехнік, електрик)	Підтримувати готель в робочому стані	25
Стюарти	Підтримувати порядок на кухні та слідкувати за чистотою технічних кімнат готелю	40

Джерело: складено автором

Проаналізувавши розподіл функцій в середині готельного підприємства “Premier Hotel Rus” можна переконатися в правильно розробленій організаційній структурі підприємства, при якій немає дублювання функцій та всі департаменти працюють самостійно проте злагоджено.

Щоб простежити динаміку продуктивності праці та з'ясувати чи справляється персонал готелю з навантаженням роботи та туристичним потоком, необхідно провести аналіз використання трудових ресурсів на підприємстві “Premier Hotel Rus”(Табл. 2.10).

Таблиця 2.10

**Аналіз використання трудових ресурсів
готелю «Premier Hotel Rus»**

Показники	2017	2018	Відхилення	
			Абсолютне (+-)	Відносне, (%)
Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	454	460	6	1,32
Дохід від реалізації послуг, тис. грн.	60427.20	71560.80	11133,6	18,42
Кількість обслугованих клієнтів, осіб	180522	207620	11098	6,14
Продуктивність праці в вартісному виразі, тис.грн. / особу	133,09	155,56	22,47	16,88
Продуктивність праці в натуральному виразі, клієнтів / особу	397	451	54	13,6

Джерело: складено автором

Як бачимо, готель спроможний обслужити навіть велику кількість відвідувачів та надавати якісний сервіс, приділяючи особливу увагу кожному гостю, завдяки заздалегіть спланованій організації трудових ресурсів на підприємстві.

На оцінку кадрового потенціалу впливає коефіцієнт плинності кадрів в організації, який обумовлений незадоволеністю працівників якими-небудь

елементами виробничої ситуації або незадоволеністю адміністрації виробничою поведінкою працівника (Табл.2.11). Високий показник планності кадрів негативно позначається на репутації готелю.

Таблиця 2.11

Аналіз кадрового потенціалу підприємства «Premier Hotel Rus»

Показники	2017	2018	Відхилення	
			Абсолютне, (+-)	Відносне, (%)
Облікова чисельність на початок звітного періоду, осіб	456	462	+6	1.31
Звільнено	16	23	+7	43.75
Прийнято	12	28	+16	133.33
Облікова чисельність працівників на кінець звітного періоду, осіб	454	460	+6	1.31
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	455	461	+6	1.31
Коефіцієнт обороту кадрів по прийому (Коп)	0.02	0.06	+0.04	200
Коефіцієнт з вибуття (Ков)	0.03	0.04	+0.01	33.33
Коефіцієнт плинності кадрів (Кпл)	0.03	0.04	+0.01	33.33

Джерело: складено автором

Проаналізувавши данні таблиці кадрового потенціалу, можна простежити тенденцію на збільшення кількості звільнених працівників на кінець звітного періоду 2018 року в порівнянні з 2017 роком, що складає 43.75%. Тим не менш, підприємству вдалося збалансувати середню кількість свого персоналу на кінець звітного періоду, завдяки 133,33% набраного персоналу в 2018 році в порівнянні зі звітним періодом 2017 року. Персонал готелю «Premier Hotel Rus» є непостійним. Одні працівники звільняються, а інші наймаються. Проте коефіцієнт плинності кадрів являється в нормі, та не призведе підприємство до негативних наслідків.

Відділ кадрів в особі спеціаліста з навчання кадрів проводить навчання для робітників з програм етики сервісу та менеджменту, психології між особових відносин. Ці програми допомагають персоналу краще виконувати свої обов'язки, вирішувати повсякденні проблеми, просуватися по службі. Крім того, всім працівникам надається можливість вивчати англійську мову в сфері готельного господарства.

Велике значення в готелі «Premier Hotel Rus» приділяється професійному навчанню працівників. Під час навчання роз'яснюються та відробляються прийоми та методи, які дозволяють робітникам придбати вміння та навички, необхідні для виконання роботи на високому рівні за західними стандартами. Чим краще працівники виконують свої посадові обов'язки, тим вище буде рівень сервісу, який надається гостям та клієнтам готелю.

Фінансовий стан підприємства визначає його можливості й стабільність роботи. Основними складовими фінансового потенціалу готелю «Premier Hotel Rus» виступають дохід у формі виручки від реалізації, його витрати і прибуток. Сума виручки від реалізації номерного фонду й інших послуг в готелі утворює дохід підприємства розміщення (Табл.2.12).

Таблиця 2.12

Аналіз основних економічних показників діяльності підприємства

№ з/п	Показники	2017	2018	Відхилення	
				Абсолютне	Відносне, %
1.	Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	60427,20	71560,80	+11133,6	18,42
2.	ПДВ, тис. грн.	10071,20	11926,80	1855,6	18,42
3.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	50356,00	59634,00	+9278	18,42

4.	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	32558	37029	+4471	13,73
5.	Валовий прибуток, тис. грн.	17798	22605	+4807	27,00
6.	Інші операційні доходи, тис. грн.	3146	468	-2678	-85,12
7.	Адміністративні витрати, тис. грн.	4758	9915	+5157	108,38
8.	Витрати на збут, тис. грн.	918	2469	+1551	168,95
9.	Інші операційні витрати, тис. грн.	355	237	-118	-33,23
10.	Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток, тис. грн.	14913	10452	-4461	-29,91
11.	Інші фінансові доходи	16	37	+21	131,25
12.	Інші доходи	3	25929,9	+25929,6	86432,00
13.	Інші витрати	55428	8372	-47056	-84,89
14.	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування: прибуток, тис. грн.		25789,3	+30583,6	-637,91
15.	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування: збиток, тис. грн.	-47943			
15	Податок на прибуток від звичайної діяльності, тис. грн.		46420,74	-	-
16.	Збиток із податку на прибуток від звичайної діяльності, тис. грн.	-8629,74			
17.	Чистий прибуток, тис. грн.		21147,2	-	-
18.	Чистий збиток, тис. грн.	-39313,26			
19.	Рентабельність діяльності, %	-	35.46	-	-

Джерело: складено автором на базі фінансової звітності підприємства

Проаналізувавши основні економічні показники підприємства слід зазначити, що в структурі собівартості реалізованих послуг та іншим витратам належить найбільша частка. За період з 2017 по 2018 рік спостерігається збільшення собівартості реалізованого готельного продукту підприємства.

Слід звернути увагу, що валовий прибуток готелю є достатнім для подальшого розвитку та впровадження нових інновацій. В 2017 році цей показник становив 17 798 тис.грн, а в 2018 році зріс до 22 605 тис.грн.

В 2017 році, через модернізацію номерного фонду, спостерігаємо велику частку інших витрат у розмірі 55 428 тис.грн, що вплинуло на значні збитки в кінці звітної періоду для підприємства. Проте вже в 2018 році чистий дохід від реалізації послуг збільшився на 18,42%, в порівнянні з 2017 роком, що пояснюється більшою середньою завантаженістю готелю, разом з тим більш ніж вдвоє зменшилися адміністративні витрати та витрати на збут. В тому ж році, готель отримав інші доходи в розмірі 25 929,9 тис.грн, тим часом як сума інших витрат за звітним періодом становила 8 372, що є на 84,89% менше ніж у минулому році.

Судячи з розрахунків, наведених у таблиці, можна відмітити, що наше підприємство є рентабельним за даними звітної періоду 2018 року. Підсумувавши, можна з впевненістю сказати, що готель «Premier Hotel Rus» є ефективним та готовим до впровадження інновацій.

Основним завданням відділу продаж та маркетингу є просування готелю «Premier Hotel Rus» в Україні та закордоном, як одного з найкращих бізнес- та конференц-готелів в місті Києві категорії 3-4 зірки. Його місія - зарекомендувати готель на ринку готельних послуг як оптимальний вибір за доступною ціною для потреб бізнесу й відпочинку в місті Києві.

Основні вимоги до рекламної стратегії проведення реклами - зкоординований цілеспрямований потік інформації в регіони проживання потенційних клієнтів.

Кожну осінь відділ продаж й маркетингу реалізує стратегію пошуку нових партнерів та клієнтів - організує презентації готелю «Premier Hotel Rus» для турагенств та корпорацій, розсилає запрошення потенційним партнерам. Крім того персонал відділу постійно приймає участь у різноманітних ярмарках та виставках Києва, Москви, Лондона та ін.,

відвідує великі промислові виставки, в яких приймають участь потенційні клієнти.

Щоб підвищити ефективність роботи служби, кожного тижня відділ маркетингу зустрічається з Генеральним менеджером для звітування про виконану роботу, отримання рекомендацій та вирішення спірних питань.

Для того, аби проаналізувати роботу підприємства в цілому, необхідно звернути увагу на успішність функціонування основних бізнес-процесів як окремих частин (Табл.2.13). Адже розглянувши кожен департамент можна виявити недоліки, що можуть стати на заваді розвитку підприємства та втіленню нових інновацій.

Таблиця 2.13

Характеристика основних бізнес-процесів готельного підприємства «Premier Hotel Rus»

Назва бізнес-процесу	Опис	Оцінка за 10-ти бальною шкалою	
		позитивна	негативна
Виробництво основних послуг	Готель надає свої послуги лише на українському ринку, пропонує гостям розміщення в різних категоріях номерів. Тим не менш половина номерного фонду ще потребує оновлення .		6
Виробництво додаткових послуг	Пропонує послуги конференц-залів, ресторану, бару, парковки та інші.	7	
Матеріально-технічне забезпечення	Готель має сучасне матеріально-технічне устаткування	8	
Кадровий менеджмент	Компанія цінує своїх співробітників, пропонує безкоштовні заняття з англійської мови, але багато гостей дають негативну оцінку стосовно персоналу.		5
Фінансовий стан	Підприємство є рентабельним та має стабільний дохід, але не подальші інновації потребують великих фінансових інвестицій		6
Маркетинг	Готель має хорошу маркетингову Стратегію	7	
Інноваційний менеджмент	Підприємство не стоїть на місці, а намагається впроваджувати нові інноваційні ідеї.	7	

Екологічний менеджмент	Готель має сертифікат зеленого готелю Green Key, а також є учасником проекту власної мережі «Щасливий Світ»	8	
Корпоративна культура	4 рази в рік компанія проводить корпоративи для своїх працівників з метою покращення роботи в колективі	8	
Імідж	“Premier Hotel Rus” є брендом мережі, що славиться своєю надійністю та якістю наданих послуг, проте на відміну від інших 3* готелів мережі, представлений готель має рейтинг 7,9 на сайтах бронювання.		6

Джерело: складено автором

Проаналізувавши характеристику основних бізнес-процесів можна виділити слабкі та сильні сторони підприємства. Виробництво основних послуг потребує модернізації, адже останнім часом гості надають перевагу сучасному та затишному інтер'єру, тоді як стилістика більшості номерного фонду готелю «Premier Hotel Rus» вже здається застарілою. Саме у зв'язку з перебудовою певних номерів у 2017 році, підприємство отримало багато збитків через простой певної кількості номерів та значну витрату коштів на метериали.

Проаналізувавши відгуки на сайті бронювання Booking.com було виявлено досить багато скарг щодо персоналу готелю, що свідчить про недостатню увагу відділу кадрів на підбір працівників та його навчаємість.

2.3 Оцінка зовнішнього середовища готельного підприємства

ТОВ «Русь Інтернешнл»

Охарактеризувавши внутрішнє середовище готельного підприємства можна перейти до аналізу його зовнішнього середовища, адже зрозумівши чинники, які найбільш впливають на наш об'єкт дослідження та

проаналізувавши конкурентів на готельному ринку, стане більш зрозуміло які інновації необхідно буде впроваджувати для того, щоб готель поступово розвиватися.

Для того, щоб порівняти конкурентів на готельному ринку, оцінити свої переваги та виявити недоліки, пропоную переглянути порівняльну таблицю з найголовнішими конкурентами, які існують у готельного підприємства «Premier Hotel Rus» на данному етапі (Табл.2.14).

Таблиця 2.14

Бальна оцінка позицій підприємства серед головних конкурентів

Показник	«Premier Hotel Rus»	«Salute Hotel»	«Ibis Hotel City Center»
Місце розташування	9	7	9
Середній рівень завантаженості	7	6	7
Популярність серед населення	7	8	9
Рівень професіоналізму персоналу	7	8	8
Якість основних послуг	7	7	9
Асортимент додаткових послуг	9	7	8
Якість рекламних засобів	7	7	9
Цінова політика	7	7	8

Джерело: складено автором

Провівши порівняльну характеристику кожного з конкуруючих 3* готелів, можна зробити висновок, що міжнародна готельна мережа “Ibis” лідирує майже у всіх показниках, адже це відносно новий, сучасний готель міжнародної якості, який створений для бізнес туристів в самому центрі міста. Готель «Premier Hotel Rus» поступається популярністю серед населення через прихильність людей до міжнародних мережей готелів та наявності конкурентів з боку готелей, які надають такий самий рівень сервісу проте за нижчу ціну та нових джерел розміщення, таких як наприклад сайт з пошуку тимчасового житла Airbnb.

Окрім наявності конкурентів, на позитивну роботу підприємства можуть впливати також зовнішні фактори, на які готель на жаль не може впливати (Табл.2.15).

Таблиця 2.15

Аналіз факторів макросередовища підприємства

Сфера макросередовища	Назва фактора	Бальна оцінка загрози
1. Міжнародна	Діяльність готелю на пряму пов'язана з обслуговуванням гостей з різних куточків планети, різної культури та звичаїв.	2
2. Політична	Тип політичного режиму, політична стабільність в країні, позиція державних органів влади стосовно бізнесу як такого є визначальними факторами при залученні інвестицій для розвитку підприємства	2
3. Економічна	Управляючі готелю повинні далекоглядно оцінювати вплив загального стану економіки країни та світової економіки на діяльність готельних підприємств, тому що цей вплив спрямований насамперед на цінову політику, і здатність споживачів купувати послуги. Підприємства готельно-ресторанного бізнесу відносяться до таких, що мають високий рівень залежності від рівня доходів споживачів.	7
4. Соціально-демографічна	Даний показник включає систему соціальних правил, духовних цінностей, ставлення споживачів послуг до пропонованого обслуговування, природи а також демографічні тенденції, характерні для регіонального ринку послуг, такі як чисельність та зайнятість населення, статеве співвідношення населення та його співвідношення за віковими групами.	3
5. Технологічні	Технологічні нововведення впливають на ефективність виробництва й реалізації послуг готельно-ресторанного бізнесу.	5
6. Екологічна	Екологічний фактор є певним форс-мажором для будь-якого готельного підприємства, а його дія може виявитись для нього катастрофічною. Зазначений фактор включає також наявність в регіоні певних загрозливих природо-кліматичних умов.	2

Джерело: складено автором

Проаналізувавши діяльність факторів макросередовища, які впливають на готельне підприємство, можна зробити висновок, що найвпливовішими є економічне та технічне зовнішнє середовища. Останніми роками Україна знаходиться в складному економічному становищі, що сказується на інфляції, від якої на пряму залежить покупна здатність населення, а також рівень цін готелю на запропоновані послуги.

Готелю «Premier Hotel Rus» вже майже 40 років і тому, деякі технологічні зміни готель може не мати змоги впровадити в свою організаційну систему, що згодом призведе підприємство до негативних наслідків.

Для узагальненої оцінки ринкового становища готельного підприємства «Premier Hotel Rus» доцільно використати метод SWOT – аналізу (Табл.2.16).

Таблиця 2.16

**Матриця SWOT готельного підприємства
«Premier Hotel Rus»**

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - розташування в самому центрі міста - зручна транспортна розв'язка - мережевий готель, а отже викликає більше довіри зі сторони споживачів - великий асортимент додаткових послуг - участь готелю в соціальних проектах 	<ul style="list-style-type: none"> - застарілий інтер'єр більшої частини номерного фонду - мережа готелю функціонує лише на українському ринку - проблеми з компетентністю персоналу
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - оновити номерний фонд - підвищувати професійність персоналу - приваблення іноземних інвестицій - покращувати автоматизаційно-технічну базу - отримання сертифікату його готелю Green Key 	<ul style="list-style-type: none"> -загрозлива політична ситуація в країні -застаріння матеріально-технічної бази - інфляція - зростання рівня конкуренції

Джерело: складено автором

Проаналізувавши позицію на ринку готельного підприємства «Premier Hotel Rus», можна виявити суттєві переваги, що грають важливу роль в сприйнятті готелю як сильного конкурента, а також знайти слабкі

сторони, які можливо усунути завдяки залученню інвестицій та набору компетентного персоналу.

Висновки до розділу 2.

В ході дослідження готельного підприємства «Premier Hotel Rus», було встановлено, що даний 3* готель є суббрендом «Premier Hotels», який являється одним із брендів відомої української мережі «Premier Hotels and Resorts». Готель славиться своїм розташуванням, зручною транспортною розв'язкою поблизу готелю, великою кількістю номерів на будь-який смак, просторими конференц-залами та розмаїттям додаткових послуг.

Перейшовши до аналізу внутрішнього середовища, було визначено, що готель орієнтується в основному на бізнес туристів. Маючи загальну потужність готелю в 164615 чоловік, його середня завантаженість складає 65%, що є гарним показником серед інших готелей даної категорії.

На підприємстві працює в середньому 457 працівників, переважну більшість складає молодь віком до 35 зі стажем роботи до 5 років. Порівнюючи з показниками за 2017 рік, можна простежити тенденцію на збільшення продуктивності праці в натуральному виразі на 13.6%, що обумовлено збільшенням кількості персоналу та нормальному коефіцієнту плинності кадрів.

Підсумувавши основні економічні показники підприємства можна відмітити, що воно є рентабельним за даними звітнього періоду за 2018 рік та готове до якісних змін та введення інновацій.

Оцінивши зовнішнє середовище об'єкта досліджень, слід зауважити, що у готеля є досить сильні конкуренти на ринку, які виграють в популярності серед населення та якості основних послуг. Також над готельним підприємством висить економічна загроза, яка на пряму залежить від доходів населення та інфляції. Так само і технологічний фактор, який може повпливати на реалізацію готель-ресторанних послуг.

РОЗДІЛ 3. ВИЗНАЧЕННЯ ШЛЯХІВ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «РУСЬ ІНТЕРНЕСНЛ»

3.1 Дослідження системи екологічного менеджменту на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл»

Готель «Premier Hotel Rus» є активним учасником програми із захисту навколишнього середовища. Він одним із перших у Києві почав упроваджувати для гостей «зелені» програми лояльності. Так, проаналізувавши досвід роботи з гостями, менеджмент «Premier Hotel Rus» спрогнозував, що буде рости попит на послугу «підзарядки» авто, і першим встановив на своїй території зарядну станцію для електромобілів. Вона здатна одночасно зарядити два електромобілі, електроскутери або електровелосипеди від 3,3 кВт. Користування такою послугою для гостей готелю безкоштовне, а інші водії за необхідності платять тільки за користування паркувальним місцем. Обладнання станції дозволяє за 6–8 годин зарядити автомобіль, що дуже зручно для учасників українських та міжнародних конференцій, які проходять протягом робочого дня в цьому готелі. [47]

Однією з базових цінностей «Premier Hotels and Resorts» є відповідальність, яка означає скерованість їх дій згідно з глобальними цінностями, серед яких виділяється гостинність, справедливість по відношенню до співробітників та партнерів, допомогу людям, що її потребують, та зобов'язання щодо охорони навколишнього середовища.

Щоб систематизувати цей підхід в 2010 році було створено власну програму соціальної відповідальності, яку назвали – «Щасливий Світ». Проект має три основних напрямки:

- 1) турбота про навколишнє середовище і його збереження;

2) розвиток внутрішнього туризму за допомогою підтримки регіональної туристичної інфраструктури, історичних і культурних об'єктів;

3) турбота про дітей, пропаганда меценатства і благодійності.[48]

Компанія «Premier Hotels and Resorts» переконана, що кожна людина може своїми особистими вчинками зробити світ щасливим. Це просто: необхідно лише проявити трохи волі та докласти зусилля, і тоді світ стає добрішим, здоровішим та кращим.

Задля дбайливого використання природних ресурсів, компанія виділила певні критерії, яким слідуює для підтримання свого сталого розвитку:

- Встановлення енергоефективне обладнання.
- При реконструкції та будівництві нових готелів впроваджуються передові досягнення в галузі енергозбереження.
- Співпраця з тими компаніями, які гарантують грамотну утилізацію відходів і підтримують впровадження передових стандартів управління відходами.
- Використання сантехніки, що забезпечує економне користування прісною водою.
- Обмеження використання паперу в діловодстві та рекламній діяльності.
- Вимикання персональних комп'ютерів та іншого електрообладнання в неробочий час.
- Догляд за рослинами на прилеглий території, прикрашання інтер'єру живими багаторічними рослинами.
- В ресторани або конференц-зали подяють напої у скляному посуді для скорочення обсягів використання пластику.
- Весь папір та друковані матеріали, що залишилися після конференції, здається на переробку.

- Використання оптимального налаштування опалення та кондиціонування для скорочення викидів вуглекислого газу у атмосферу Землі.[49]

За 9 років модернізації в рамках проекту «Щасливий Світ» у готелі було замінено на світлодіодні більше 90 % лампочок у 15 тис. світильників. Бюджет проекту становив на той час декілька десятків тисяч доларів, й окупився за рік.

Задля зниження споживання прісної води в готелі встановили тільки ричанні змішувачі, побутову сантехніку з обмежувачами потоку води, ретельно налаштували всі сантехнічні прибори. Пральню обладнали професійними пральними машинами зі зниженим водоспоживанням. Більше 10 років компанія використовує безфосфатні миючі засоби та засоби для прання.

Модернізація також торкнулась самих потужних інженерних систем. Так, у 2015 році систему кондиціонування обладнали модулями адіабатичного охолодження повітря перед подачею в охолоджуючий блок. Зниження температури повітря з 42 до 24 °С значно скоротило час роботи шести компресорів загальною потужністю 375 кВт. 12 вентиляторних установок системи вентиляції повітря було обладнано моделями частотного керування, що керують електродвигунами загальною потужністю 110 кВт. Завдяки «еластичному» автоматизованому керуванню вентиляцією на 15–20 % знизилось споживання цією системою електроенергії.

Усі приточно-витяжні установки системи вентиляції було обладнано рекуперативними блоками, що повертають теплову енергію під час циклу обміну повітря.

Цього року розробляється проект наступного етапу модернізації теплової схеми готелю з плановою заміною технологічного обладнання на сучасніше.

За ініціативи готельєрів було розроблено та впроваджено систему роздільної утилізації відходів. Їх ретельно сортирують за типом: скло, пластик, папір, метали, харчові відходи, кухонні жири, електроніка та техніка, відходи від експлуатації транспорту й окремо утилізують.[50]

3.2 Розробка заходів щодо підвищення ефективності екологічного менеджменту на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл»

В цілому, готельне підприємство «Premier Hotel Rus» добре справляється з поставленими екологічними задачами, проте впровадивши ще деякі інновації до системи екологічного менеджменту дозволить зменшити негативний вплив підприємства на навколишнє середовище та збільшити фінансові заощадження, адже щодо статистики- кількість використаних ресурсів на 450 готельних номерів в тиждень дорівнює використаним ресурсам на 300 сімей на рік [51](Додаток Ж). В готелі «Premier Hotel Rus» у величезних кількостях витрачається електроенергія на цілодобове освітлення. Щодня замінюється і переться постільна білизна з використанням електроенергії, води, людських зусиль і хімічних миючих засобів, що забруднюють навколишнє середовище. номери забезпечуються одноразовими косметичними засобами, результатом яких є додаткове сміття.

Підприємство «Premier Hotel Rus» позиціонує себе як екологічний готель, котрий вже має сертифікацію Green Key. Проте за офіційними джерелами, об'єкт дипломної роботи не числиться серед готелів, які мають даний сертифікат екологічності.

Для отримання сертифікату Green Key необхідно відповідати певним критеріям. «Premier Hotel Rus» рухається в правильному напрямку задля підтвердження звання зеленого готелю, проте все ще є декілька інновацій, впровадження яких допоможе йому стати більш відповідальним щодо

навколишнього середовища. Для того, щоб визначити недоліки в екосистемі, необхідно проаналізувати критерії яким не відповідає підприємство «Premier Hotel Rus» (Табл.3.1).

Таблиця 3.1

**Критерії Green Key, яким не відповідає
готель «Premier Hotel Rus»**

№	Критерії	Примітка
1.	Керівництво повинно влаштовувати періодичні зустрічі з персоналом роз'яснювати їм питання щодо існуючих і нових екологічних ініціатив.	Важливо інформувати і залучати персонал до екологічних ініціатив установи. Тому керівництво закладу, як правило, має організовувати щонайменше 1-3 щорічних зустрічі.
2.	Необхідно запропонувати гостям ініціативу щодо зміни рушників та / або постільної білизни за бажанням.	Знизити екологічний слід і тим самим скоротити витрати на прання, можна за допомогою первих заміток або наліпок, що відображаються в номерах щодо зміни білизни / рушників за запитом. Наліпки щодо повторного використання рушників бажано розміщувати у ванній кімнаті. Брошури, що стосуються повторного використання постільної білизни, переважно розташовуються біля ліжка.
3.	Установа має знайти шляхи для скорочення використання енергії, яка йде на охолодження приміщень.	Це допоможе знизити екологічний слід шляхом контролю над енергоспоживанням і тим самим скоротити витрати.
4.	Заклад повинен придбати і мати зареєстрованими щонайменше три типи продуктів харчування, які є органічними, маркованими екологічною маркою або які локально виробляються.	Під час аудиту підприємство надає інформацію про екологічну маркувальну марку та / або продукти харчування місцевого виробництва.

Джерело: складено автором.

Тримання персоналу в курсі про існуючі та нові екологічні ініціативи дає персоналу краще розуміння їх ролі в роботі, а також дає можливість персоналу правильно інформувати і відповідати на запитання гостей з цього питання. Персонал не тільки має бути інформованим про екологічні ініціативи, але й має можливість внести свій внесок з ідеями та пропозиціями.

Так, на готельному підприємстві «Premier Hotel Rus» може бути створений «зелений комітет» з добровольцями з різних департаментів. «Зелений комітет» відповідатиме за виконання екологічних ініціатив у співпраці з екологічним менеджером, а також інформування інших працівників у всіх відділах про свою роботу.

Створення такого комітету не потребує жодних фінансових вкладень. Комітет створюється на добровільних засадах, кожен працівник готелю зможе вкласти свою долю в збереження навколишнього середовища.

Дотримуючись стандартів 3* готелю, підприємство «Premier Hotel Rus» змінює постільну білизну раз на 3 дні, а рушники кожного дня. Саме тому є необхідність вести роз'яснювальну роботу з питань екології серед гостей готелю. Так, багато готелів розміщують у ванних кімнатах звернення до гостей, що закликає їх кидати на підлогу рушники, які вони хочуть замінити, або складати їх на дно самої ванни, що дозволяє покоївкам не прибирати все рушники без розбору, а міняти тільки використані. Дослідження показали, що при досягненні розуміння проблеми хоча б половиною клієнтів готелю кількість щодня стираних рушників скоротиться на третину, що в підсумку дозволить заощадити не тільки воду і енергію, але і продовжити термін експлуатації текстилю.

На сьогоднішній день, у зв'язку з постійним зростанням цін на природні ресурси, весь світ приділяє велика увага енергетичної ефективності будівель і споруд, не забуваючи при цьому про їх надійності і екологічної безпеки для довкілля.

Один з основних ефектів сонячної радіації - це підігрів поверхні, яка піддається її впливу. Для даху будівлі ці ефекти можуть бути позитивними при ефективному використанні сонячних або фотоелектричних елементів.

Проте на жаль, частіше доводиться стикатися з негативними ефектами сонячної радіації, а особливо з тими, які з'являються згодом інфрачервоного випромінювання, що підігріває поверхні будівлі.

Ще одним негативним ефектом ультрафіолетової радіації і перегріву даху, є знос покриття даху. Довговічність покриття даху практично будь-якого типу в великих будівлях визначається по його стійкості до сонячної радіації. Його термін служби складає максимально 10-15 років.[52]

Розглядаючи будівлю в цілому, потрібно зазначити, що з точки зору енергоефективності, через поверхню покрівельних систем відбуваються найбільш значущі тепловтрати, які можуть досягати 40%.

COOL ROOF – спеціальне покриття, яке відбиває сонячне світло, що відповідає світовим стандартам енергоефективності будівель - скорочуючи витрати на кондиціонування влітку та опалення взимку.[53]

Використовуючи цей продукт, готель також позитивно впливає на навколишнє середовище, завдяки зниженню використання електроенергією і пов'язаного з нею забруднення атмосфери вуглекислотою. У той же час, ці переваги супроводжуються значною фінансовою вигодою. Нанесення покриття COOL-R ідеально усуває всі негативні аспекти впливу сонячної радіації, створюючи комфортні умови для гостей готелю.

Щоб переглянути всі переваги розробки охолоджувальної системи Cool Roof необхідно звернути увагу на рисунок 3.1.

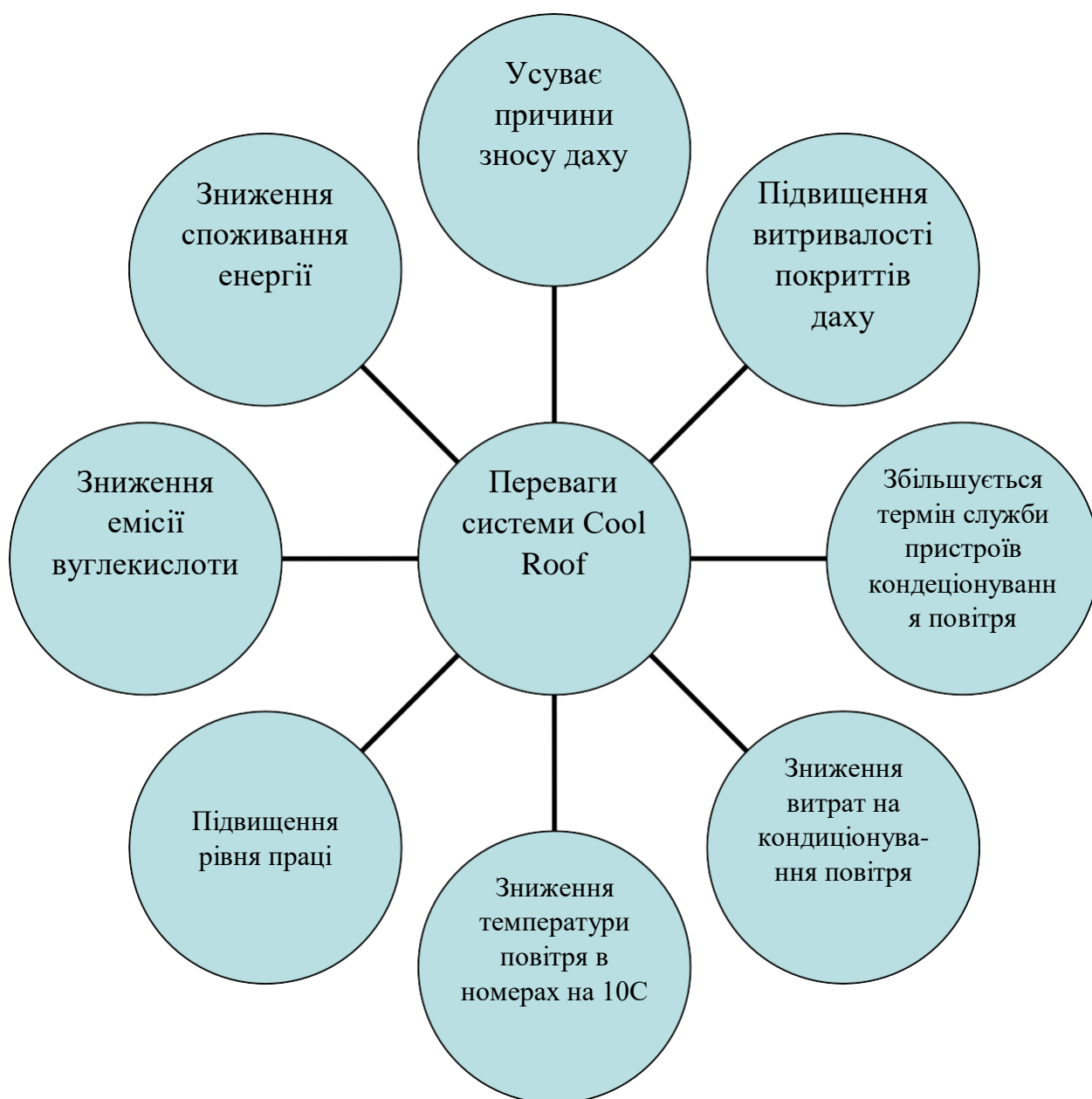


Рисунок 3.1. Переваги впровадження системи Cool Roof на готельне підприємство «Premier Hotel Rus»

Джерело: складено автором

Для того, аби виявити актуальність даної проблеми та у подальшому вирахувати користь від впровадження системи Cool Roof на підприємстві слід переглянути данні, що свідчать про кількість сонячних днів у місті Києві (Табл.3.2).

Кількість сонячних днів з 2006-2018 рр. у місті Київ

Таблиця 3.2

Рік	Дата початку кліматичного літа	Дата кінця кліматичного Літа	Загальна тривалість днів
2006	17 травня	6 жовтня	142 (4,7 міс.)
2007	14 травня	4 жовтня	143 (4,8 міс.)
2008	17 травня	12 вересня	118 (3,9 міс.)
2009	26 травня	30 вересня	127 (4,2 міс.)
2010	30 квітня	18 вересня	141 (5,6 міс.)
2011	24 квітня	8 жовтня	167 (5,6 міс.)
2012	25 квітня	9 жовтня	167 (5,6 міс.)
2013	26 квітня	19 вересня	146 (4,9 міс.)
2014	16 травня	15 вересня	122 (4,1 міс.)
2015	24 квітня	28 вересня	157 (5,2 міс.)
2016	21 травня	18 вересня	120 (4,0 міс.)
2017	19 травня	26 вересня	130 (4,3 міс.)
2018	29 квітня	23 вересня	147 (4,9 міс.)

Джерело: складено автором на основі інтернет ресурсу

Проаналізувавши таблицю можна вирахувати, що на рік в середньому припадає 140 сонячних днів (5.6 місяців), під час яких сонячна радіація досягає свого максимуму та негативно впливає на температурний режим в приміщеннях готелю та руйнує покриття даху, що згодом потребуватиме значних матеріальних інвестицій для його заміни.

Для отримання міжнародного сертифікату екологічної якості, готель також повинен мати екологічно чисту і більш стійку політику щодо купівлі продуктів харчування. А саме, готель повинен мати політику щодо

- 1) купівлі сезонних продуктів;
- 2) зниження кількості імпортних продуктів;
- 3) зменшення купівлі м'ясних продуктів;

4) уникнення продуктів з ГМО.

Використання сезонних продуктів зменшує вплив на навколишнє середовище, що створюється транспортом. Зменшення використання м'ясних продуктів знижує екологічний слід, що створюється виробництвом м'ясних продуктів. У рамках політики закупівель готель має уникати купівлі генетично модифікованих організмів (ГМО).

Тож, знайшовши нових постачальників фермерської продукції, вирощеної на органічних полях, готель покаже піклування як про гостей, так і про навколишнє середовище.

3.3 Обґрунтування розроблених систем екологічного менеджменту на готельному підприємстві ТОВ «Русь Інтернешнл» на навколишнє середовище

Для покращення системи екологічного менеджменту на підприємстві “Premier Hotel Rus” та отримання сертифікату Green Key пропонуємо впровадити три методи:

1. Зменшити кількість споживчої електроенергії за рахунок впровадження системи Cool Roof;
2. Знайти поставщиків фермерської продукції;
3. Запропонувати гостям змінювати рушники та постільну білизну за бажанням.

Для початку розглянемо перший метод. За приблизними підрахунками, близько 75% загальною вартості комунальних послуг складає електроенергія. Тобто 630 тис.грн взимку та 280 тис. грн. влітку щомісячно витрачається на оплату електроенергії.

Отже для того, щоб зменшити кількість споживаної електроенергії, а саме на охолодження повітря в номерному фонді та в робочих приміщеннях необхідно впровадити систему Cool Roof, що допоможе

влітку зменшити вплив радіаційних сонячних променів і нагрівання даху будівлі, під яким як раз, йде найбільше використання системи кондиціонування повітря, а взимку система Cool Roof дасть змогу утримувати тепле повітря всередині будівлі, що не буде призводити до пустої втрати електроенергії.

Для впровадження даної системи в готель пропонуємо використовувати покриття з білого еластомера марки Sta-Kool (Додаток З). В одній бочці такого засобу 20 літрів, що забезпечить покриття 7м² даху готелю. Дах готелю, в свою чергу складає 1280м² що означає, нам знадобиться 182 бочки з еластомером. Вартість однієї одиниці даної продукції складає 2240 грн., а отже для того, аби покрити нею весь дах нам знадобиться 407,6 тис. грн.

Покриття еластомера не займає багато часу, більш того, після нанесення дах висихає вже через дві години і після цього вже має здатність відбивати 70% сонячної радіації, яка потрапляє на нього та за рахунок цього охолоджувати приміщення під ним як найменше на 10С (Додаток Ж). На графіку нижче, по осі Y можемо побачити кількість витрачаємих Квт відповідно осі X, котра вказує на потужність роботи кондиціонерів в певний проміжок часу.

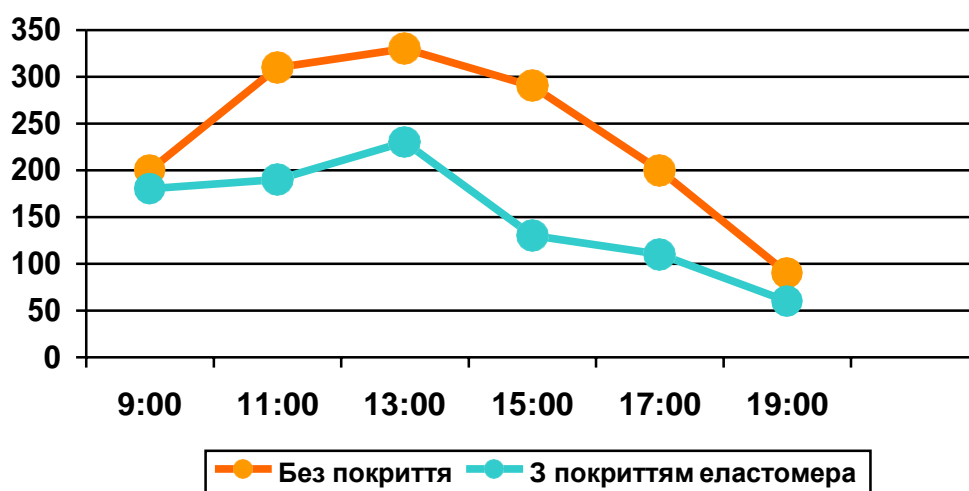


Рисунок 3.2. Нагрівання даху з покриттям Cool Roof та без покриття

Джерело: складено автором

Проаналізувавши графік на якому показана різниця в температурах до та після впровадження системи Cool Roof на дах підприємства “Premier Hotel Rus”, можемо визначити, що в середньому за добу, різниця між використанням електроенергії на кондиціонування повітря без покриття та з покриттям є 560кВт. Помноживши цей показник на 1,72 грн- тариф на електроенергію для юридичних осіб- можна дізнатися скільки коштів готель може щоденно економити на електроенергії. В місяць ця сума складатиме 28,89 тис грн, а щорічні заощадження складатимуть 346,75тис. грн.

До того ж, покриття Sta-Kool, має здатність подовжувати термін придатності поверхості даху, що в свою чергу, знову ж таки призведе до скорочення витрат.

Тепер пропоную розглянути пропозицію щодо зміни постачальників продуктів харчування в сторону фермерських продуктів, вирощених на органічних полях.

Таким чином пропоную звернути увагу на компанію «Органік Оригінал» засновану в 2011 році, яка є одним з лідерів на українському ринку органічної продукції. Продукція компанії виробляється під торговою маркою Екород, має європейський органічний сертифікат і маркована офіційним логотипом органіки Європейського Союзу – «Євролистом». Знак Євролист підтверджує, що продукт відповідає стандартам ЄС у сфері органічного сільського господарства, гарантує, що інгредієнти купованого споживачами товару вирощені в умовах органічного фермерства.

Для отримання сертифікату Green Key готельному підприємству необхідно мати хоча б три різновиди постачаємої продукції з екологічною відзнакою. Проаналізувавши меню ресторану, лоббі бару на шведської лінії для сніданків в готелі, можна виявити знайти багато страв смажених на соняшниковій олії, а також страви з великим вмістом борошна та овочей. Ці продукти наявні в продуктивній лінійці торгової марки Екогород, що є великою перевагою при замовленні доставки, адже купуючи продукти в

одному магазині ми зменшуємо викиди CO² в атмосферу при транспортуванні товарів.

Висновки до розділу 3.

Дослідивши систему екологічного менеджменту на готельному підприємстві «Premier Hotel Rus» можна зрозуміти, що готель є активним учасником програми із захисту навколишнього середовища. Він одним із перших у Києві почав упроваджувати для гостей «зелені» програми лояльності, а також є власником програми соціальної відповідальності – «Щасливий Світ». Їх проект має три основних напрямки:

1) піклування про навколишнє середовище і збереження його ресурсів;

2) розвиток внутрішнього туризму за допомогою підтримки регіональної туристичної інфраструктури, історичних і культурних об'єктів;

3) турбота про дітей, пропаганда меценатства і благодійності.

Окрім основних заходів щодо збереження енергоресурсів та водних ресурсів, підприємство також сортує сміття на скло, пластик, папір, і має на території готельного комплексу власний зарядний пристрій для електрокарів.

Після аналізу екологічного менеджменту в готелі, задля підтримки сталого розвитку та отримання міжнародного сертифікату еко-готеля Green Key, було запропоновано впровадити в систему екологічного менеджменту три рекомендації:

1) використання охолоджуючого покриття на даху будівлі, а саме системи Cool Roof;

2) співпрацювати з фірмами, які надають органічні продукти харчування;

3) змінювати рушники та постільну білизну в номерах за бажанням гостя.

Покривши дах готелю за допомогою системи Cool Roof підприємство має змогу економити 346 тис на рік, при тому що власне сама інновація окупиться швидше ніж за 2 роки.

Налагодивши співпрацю з продуктовим органічним магазином Екогород, підприємство таким чином покаже свою прихильність до якісних продуктів, вирощених на чистих полях без застосування хімічних добрив для вирощування зернових культур. Замовляючи різні види органічної продукції в магазині Екогород, підприємство також зможе зробити менший викид CO² в атмосферу через менше використання грузового транспорту, що використовується при транспортуванні продуктів.

Для великої економії на водні ресурси рекомендується також освідомлювати гостей у їхньому виборі зміни рушника та білизн рідше аніж це прописано в стандартах готелю.

РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ “РУСЬ ІНТЕРНЕСНЛ”

4.1 Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт на ТОВ “Русь Інтернешнл”

Сьогодні дуже важко представити собі діяльність будь-якого успішного підприємства без використання автоматизаційних процесів для роботи та якісного програмного забезпечення. Сучасні темпи розвитку готельного бізнесу пред'являють найвищі потреби до автоматизованих систем управління для підприємств індустрії гостинності. Потреби клієнтів зростають із кожним днем, конкурентна боротьба стає більш жорсткою. Це потребує від готелю здатності швидко реагувати на всі технологічні інновації на готельному ринку серед конкурентів. Саме тому в готелі “Premier Hotel Rus” в 2009 році була впроваджена нова автоматизована система управління готелем FIDELIO.

FIDELIO - це єдина база даних під управлінням однієї з самих надійних та гнучких в світі систем управління базами даних Oracle. В ній поєднано все: від здачі номеру в готелі й управління зв'язками з клієнтами до звітності для управління та контролю за діяльністю готелю.[54]

В єдиній центральній базі даних FIDELIO зберігаються всі дані про клієнта об'єднуються в профайли, при тому в кожному клієнтському профайлі можна заводити необмежену кількість контактних даних гостя, окремо вносити таку маркетингову інформацію, як ступінь важливості клієнта, вид його діяльності, частку компанії на ринку, інформацію про кредитні картки гостя. Система дозволяє не видаляти профайли, а робити їх неактивними в разі необхідності, при тому вони можуть бути відновлені в будь-яку мить, що є дуже зручним при роботі з такою системою.

Операції з бронювання та обліку номерного фонду в FIDELIO включають в себе повний спектр функцій, які допомагають не тільки спростити час на всі операції, але й дозволять підвищити рівень обслуговування. Створення та оновлення бронювань, розподіл дітей за віковими категоріями, надання інформації про наявність номерів, їх категорію, калькуляція за вимогою, лист очікування, розширені можливості тарифної політики - всі ці функції значно прискорюють роботу всього відділу прийому та обслуговування, що допомагає більше часу приділити гостю.

Система дозволяє в лічені хвилини вселити та виселити гостя без необхідності оформлення великої кількості бумаг, що є дуже важливим для клієнта, який цінує свій час. Реєстрація може проводитися як із бронюванням, так і без нього, можливий спеціальний “швидкий” варіант виписки для груп.

В FIDELIO досяжний весь необхідний набір касирських функцій, включаючи спеціальні гостьові функції. Також можна скористатися спеціальними функціями для клієнтів, які не проживають в готелі, наприклад, оплата різноманітних спеціалізованих послуг та обмін валюти.

В FIDELIO функції управління номерним фондом значно розширені: можна виконувати операції, пов'язані з прибиранням та статусом номерів, записувати й зберігати інформацію про всі дії з кожним окремим номером. Можна також розподіляти функції покоївок для кожного номеру та створювати звіти по діям персоналу, розподіляти покоївок на денні та вечірні зміни, переглядати історію номеру.[55]

Оскільки готель не зупиняє свою діяльність навіть вночі, то в програмі FIDELIO є функція нічного аудиту - закриття фінансового дня та всі бухгалтерські функції за день.

Перевагою системи FIDELIO FO є наявність зв'язку з іншими системами і зовнішніми пристроями.

Програмний інтерфейс з ресторанною системою MICROS дозволяє закривати рахунки в ресторанах, барах і в інших точках продажу на номер клієнта, якщо він проживає в готелі. Інтерфейс влаштований таким чином, що при закритті чека в ресторанній системі MICROS офіціант або бармен може вибрати вид оплати "Віднесення на кімнату", перевірити, хто в даний момент проживає в цій кімнаті і, отримавши підпис клієнта, відправити нарахування на його рахунок в готелі. Разом з сумою нарахування на рахунок клієнта потрапляє назву точки продажу, дата і час закриття чека, номер чека, а в випадку роботи розширеного інтерфейсу - і деталі чека (тобто докладний рахунок з ресторану з перерахуванням страв і цін). Нарахування потрапляють на рахунки клієнтів в онлайн-режимі, тобто відразу ж. Це приносить величезні зручності як клієнтам готелю (не потрібно носити з собою готівку, надається можливість розплачуватися за своїми рахунками один раз і т.д.), так і керівництву готелю (оперативно отримувати фінансову інформацію).[56]

Інтерфейс з програмним забезпеченням телефонної станції готелі працює з декількома видами АТС, використовуваних в готелях (в тому числі з телефонною станцією MERIDIAN). Такий інтерфейс дозволяє контролювати телефонні дзвінки клієнтів готелю, автоматично нараховувати на рахунки клієнтів плату за телефонні розмови відповідно до заведеної тарифною сіткою.

Інтерфейс з бухгалтерськими системами дозволяє автоматично робити проводки в бухгалтерській системі. Це сильно полегшує роботу бухгалтера, так як за правилами ведення обліку бухгалтер зобов'язаний показувати реалізацію щодня, окремо по кожному типу клієнтів, а це в залежності від величини готелю, її завантаження та спектра послуг, що надаються становить до сотні проводок щодня. Існують програмні інтерфейси до таких бухгалтерських систем KaKSUNnSCALA.

Зручність автоматизованої системи управління FIDELIO полягає також в тому, що з цією програмою можуть працювати бухгалтер, економіст, маркетологи та керівники готелю.

Крім того, FIDELIO взаємодіє із системою управління рестораном MICROS, телефонною системою, системою тарифікації телефонних дзвінків, системою автоматичних мінібарів, системою управління рахунками клієнтів, системою електронних замків VINGCARD, системою авторизації кредитних карток VERYFONE, а також бухгалтерською системою FIDEL.[57]

Як було зазначено вище, в ресторані готелю „Premier Hotel Rus” використовується дуже проста та зручна в експлуатації система MICROS, яка дозволяє значно підвищити рівень прибутку завдяки ретельному контролю над всіма операціями. Персонал витрачає менше часу на розрахунки та приділяє більше уваги клієнтам. Основою MICROS є робочі станції - термінали із сенсорними екранами, які стоять в місцях, де вводяться замовлення та здійснюються оплати. Замовлення автоматично поступають на кухню та роздруковуються на кухонних принтерах. Для роздруку рахунків гостей на фірмових бланках встановлений принтер гостьових чеків.

Доступ до системи забезпечується за допомогою персонального ідентифікаційного коду або магнітної картки, що дозволяє розмежувати доступ до функцій системи в залежності від посади співпрацівника. MICROS забезпечує максимальний захист введення інформації та попереджує випадки помилкового чи некоректного використання даних будь-якими користувачами.

Всі дані про діяльність ресторану в будь-яку мить можуть бути представлені у вигляді звітів, як на екрані, так і в друкованому вигляді. Крім того, є можливість створити свою власну форму звітності.[58]

Основний засіб зв'язку менеджерів готелю - це мобільні телефони, які видаються персонально кожному менеджеру із особистим номером. Всі

номери телефонів зібрані в окремий документ, копія якого є в кожному підрозділі. Отже, якщо виникають будь-які проблеми або спірні питання, можна завжди знайти потрібного управлінця.

Виробничий персонал зв'язується між собою за допомогою внутрішніх телефонів. Крім того, в готелі цілодобово працює диспетчер, через якого завжди можна знайти чи покоївку, чи електрика, чи будь-кого з працівників готелю.

В готелі є наступні види оргтехніки: ксерокси, факсимільні апарати, сканери та принтери. Майже в кожного керівника є свій принтер та факс. Скористатися ксероксом та сканером завжди можна в бізнес-центрі, де є спеціальна книга обліку копій для персоналу готелю.

Як ми бачимо, рівень автоматизації праці в готелі “Premier Hotel Rus” є дуже високим. Немає майже жодного підрозділу в готелі, де б не використовувалася та чи інша система автоматизації праці.

4.2 Аналіз Інтернет-контенту ТОВ “Русь Интернешнл”

Готельне підприємство «Premier Hotel Rus» має офіційний веб-сайт, на якому розміщується вся головна інформація про готель, а також розділ бронювання через який можна замовити номер. Сайт виконано досить якісно, в меню можна обрати мову, на якій гостю буде комфортніше зовбити своє бронювання, серед перелічених мов: російська, українська, англійська та китайська.

Зручний інтерфейс дозволяє за потребою легко зорієнтуватися та знайти всі необхідні данні про ту, чи іншу послугу, що надається готелем. На офіційній сторінці також можна ознайомитися з короткою довідкою про історію заснування готелю, дізнатися про актуальні спеціальні пропозиції, переглянути якісні фотографії номерного фонду, а також пройти віртуальний тур готелем.

У готеля окрім офіційного веб-сайту є також сторінки в таких соцмережах, як Facebook та Instagram, в яких щотижня публікується інформація про ті, чи інші події, які будуть проходити на території готелю.

Для того аби зрозуміти на скільки добре офіційний сайт інформує відвідувачів про свої послуги необхідно проаналізувати Інтернет-контент об'єкта дослідження.

Таблиця 4.1

Оцінка інтернет-контенту готельного підприємства

№	Критерії	Оцінка
1	Дизайн сайту	8
2	Зміна мови користування на сайті та їхня загальна кількість	9
3	Форма для зворотнього зв'язку із готелем або вікно для онлайн виклику	10
4	Прив'язаність сайту до соціальних мереж	8
5	Наявність мапи сайту	10
6	Наявність на сайті контактних даних, адреси чи пошти	10
7	Наявність мобільного додатку	8
8	Галерея	10
9	Характеристика готелю, об'єм корисної інформації для гостя	8
10	Характеристика категорій різних номерів	10
11	Наявність на сайті відеоматеріалів	-
12	Опис основних і додаткових послуг	9
13	Огляд новин	7
14	Наявність гостьової книги відгуків	8
15	Аналіз відгуків у гостьовій книзі; на скільки позитивні відгуки переважають негативні	9
16	Інформація про спеціальні пропозиції	10
17	Наявність розсилки на e-mail споживачів	-
18	Графа зустрічей та заходів	10
19	Інформація про співпрацю або партнерів	10
20	Вакансії готелю	-
21	Зручність сайту	7
22	Рівень подання інформації	8
23	Середнє значення	8,8

Джерело: складено автором

Як можемо бачити, готельне підприємство має досить багато позитивних оцінок, що свідчить про наявність багатьох корисних функцій на інтерфейсі сайту. Проте деякі графи таблиці з оцінками не заповнені, це пов'язано з тим, що готель не має інтернет розсилки, а також не шукає персонал через офіційний сайт, віддаючи перевагу спеціальним сайтам з

пошуку персоналу. Для того, щоб переглянути невеликий відеоролик про готельну мережу «Premier Hotels and Resorts» необхідно перейти за посиланням на платформу Youtube.

Підсумувавши таблицю з оцінками Інтернет-контенту вцілому, та отримавши середній показник балів в сумі 8,8, можемо сказати, що маркетологи досить добре справляються зі своєю задачею та надають гостям та відвідувачам готелю актуальну та вичерпну інформацію про заходи та надбання підприємства.

4.3 Обґрунтування пропозицій по удосконаленню інформаційної діяльності на ТОВ “Русь Интернешнл”

Проаналізувавши автоматизаційні процеси на готельному підприємстві для кращого функціонування відділу поставок та слідкуванням за кількістю продуктів на складі було б доречно впровадити систему управління складом «Fidelio Food & Beverage» котра разом з системою «Fidelio FO» та «Micros» складають пакет інтегрованих систем, які могли б забезпечувати комплексну автоматизацію управління готелем.

Система «Fidelio F&B» дозволяє:

- Працювати з постачальниками (замовлення, постачання);
- Вести облік товарів на продовольчих складах;
- Вести меню, яке використовується в ресторанах і барах;
- Складати калькуляцію рецептів страв;
- Виробляти розрахунок банкетного меню;
- Здійснювати інвентаризацію на складах готелю;
- На основі даних про продажі автоматично списувати товари зі складу відповідно до заведеними в систему рецептами;
- Отримувати звіти про роботу складів.

Система «Fidelio F&B» є програмою для продуктового складу, проте вона також може використовуватися і на непродовольчих складах.

В данній системі представлено декілька основних функцій.[59]

Однією з функцій системи є склад, який заводиться системі з певними менеміномером. В системі вказується, чи є він основним (куди здійснюється прихід від постачальників) або складом точки продажу (з нього автоматично будуть списуватися товари, продані через дану точку продажу).

Наступною функцією є товар, який описується в системі як об'єкт приходу від постачальників. Він може належати до тієї або іншої групи товарів, входити в калькуляцію рецептів, для нього також визначаються складські та рецептурні одиниці.

Ще однією функцією представленою системою «Fidelio F&B» є сама страва - об'єкт продажу, який має назву і номер. Для кожної страви вводиться рецепт приготування. Будь-яка страва, яке має рецепт, може входити в рецепт для іншої страви як складова.

Завершаючою функцією системи «Fidelio F&B» є рецепт - список товарів із зазначенням кількості споживання. Рецепт- однозначно прив'язаний до страви, без страви рецепт існувати не може. Рецепт має собівартість. У рецепті для кожного товару можуть бути вказані фактори втрат, склад для списання, спосіб приготування страви.

Система «Fidelio F&B» має інтерфейси з системами «Fidelio FO», «Micros» та «Fidelio eng».[60]

Найбільший інтерес представляє програмний інтерфейс з системою «Micros», який дозволяє переносити дані про продажі страв в систему «Fidelio F&B».

Після проведення нічного аудиту в системі Micros дані про продані стравах в ресторанах і барах копіюються в систему «Fidelio F&B». Далі, використовуючи функцію автоматичного списання, користувач запускає програму для розрахунку споживання. Товари, що входять в рецепти до

проданих страв, автоматично списуються зі складів в кількості, зазначеній в рецепті і відповідно до числа продажів.

Дані про продажі, споживанні товарів з деталізацією по точках продажу і по складах можна отримати зі звітів системи Fidelio F & B.

До основних переваг систем «Fidelio» і «Micros» відносяться:

- можливість інтегрування багатьох окремих ділянок в глобальний комплекс;
- наявність інтерфейсу англійською на російською мовами;
- широка функціональність даних систем;
- зручність і швидкість роботи для користувачів;
- зручність і швидкість обслуговування клієнтів, наочність і різні форми виставлених їм рахунків;
- конфіденційність інформації.

В системі також передбачено наявність програмного інтерфейсу з бухгалтерськими програмами, в які переносяться дані:

- про прихід товарів на склад;
- про повернення товарів постачальнику;
- про передачу товарів у виробництво;
- про повернення товарів з виробництва;
- про списання зіпсованих товарів;
- про списання собівартості проданих страв.[61]

Дослідивши всі переваги впровадження системи «Fidelio F&B» на готельне підприємство, було виявлено ряд процесів, які можуть бути автоматизовані, а після цього ще й синхронізованими з іншими інтерфейсами готельного підприємства задля поліпшення та полегшення роботи всіх департаментів. Вартість запуску та встановлення системи складів «Fidelio F&B» буде коштувати 10000 євро, або ж 300 тис.грн., проте ці інвестиції цілком не даремні та добре відобразяться на роботі готельного підприємства «Premier Hotel Rus».

Висновки до розділу 4.

Охарактеризовуючи технічне та програмне забезпечення автоматизації робіт на готельному підприємстві “Premier Hotel Rus” було встановлено, що вже майже 10 років на підприємстві успішно функціонує система управління готелем Fidelio. Перевагами системи Fidelio FO є наявність зв'язку з іншими системами, такими як: ресторанна система Micros, бухгалтерська система KaKSUNnSCALA, система електронних замків Vingcard та система авторизації кредитних карток Verifone.

Аналіз Інтернет-контенту “Premier Hotel Rus” показав, що готельне підприємство має власний сайт, де можна забронювати номер, а також дізнатися про додаткові послуги готелю. Також в мережі Інтернет було знайдено офіційні сторінки у соціальних мережах, таких як Instagram та Facebook.

Для налагодження роботи різних систем готелю, запропонувалося впровадити дочірню систему «Fidelio»- систему складів «Fidelio F&B». Данна система має здатність інтегруватися з усіма наявними системами, які вже присутні в готелі, автоматизувувати частину роботи на складах та тим самим полегшувати роботу персоналу.

ВИСНОВКИ

Перелік цілей сталого розвитку був офіційно затверджений на засіданнях Генеральної Асамблеї ООН. На сьогодні їх дотримуються всі країни світу, встановлюють власні показники розвитку і включають 17 цілей і 169 конкретних завдань.

Однією з цілей організації є забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва. Данна ціль має на увазі до 2030 року домогтися раціонального освоєння й ефективного використання природних ресурсів; скоротити вдвічі в перерахунку на одну особу населення загальносвітовий обсяг харчових відходів на роздрібному та споживчому рівнях і зменшити втрати продовольства у виробничо-збутових ланцюжках, у тому числі післязбиральні втрати; домогтися екологічно раціонального використання хімічних речовин і всіх відходів упродовж усього їх життєвого циклу відповідно до узгоджених міжнародних принципів, істотно скоротити потрапляння цих речовин у повітря, воду і ґрунт, щоб звести до мінімуму їх негативний вплив на здоров'я людей та навколишнє середовище.

Аби досягнути бажаного результату вже зараз, все більше компаній починають впроваджувати систему екологічного менеджменту на своїх підприємствах. Підприємство, яке все таки вирішило впровадити екологічний менеджмент, систематично стежить за екологічними проблемами, що виникають у результаті його діяльності, та постійно працює над удосконаленням своєї діяльності, пов'язаної з впливом на навколишнє середовище.

Готельне підприємство «Premier Hotel Rus» - трьохзірковий готель в центрі Києва, являється суббрендом «Premier Hotels», який в свою чергу належить до одного з брендів готельної мережі «Premier Hotels & Resorts». Представлений об'єкт досліджень розрахований здебільшого на гостей, метою поїздки яких є діловий туризм. До послуг гостей представлені

затишні номери, ресторани, конференц-зали та інші додаткові послуги, які гість може придбати за додаткову плату.

Готель «Premier Hotel Rus» має лінійно-функціональну організаційну структуру, що дозволяє працівникам з різних департаментів працювати злагоджено та надавати всі необхідні послуги, для комфортного перебування гостям.

В ході роботи було проаналізовано структуру трудового потенціалу, а також розподіл функцій управління всередині готельного підприємства. Оцінка кадрового потенціалу показала, що за рік збільшилася кількість звільнених працівників на 43.75%, проте компанії вдалося до кінця звітнього року урівноважити кількість працівників з минулим роком, тому коефіцієнт приності кадрів залишився майже не змінним.

Для подальшого впровадження інновацій необхідно було дослідити основні економічні показники діяльності підприємства, які показали збільшення собівартості реалізованих послуг за період з 2017 по 2018 рік, а також збільшення інших витрат на оновлення номерного фонду готельного підприємства. На прикінці звітнього періоду 2018 року спостерігалось збільшення інших доходів у наслідок отримання інвестицій для впровадження інновацій.

Охарактеризовуючи зовнішнє середовище підприємства було виявлено конкурентів готелю «Premier Hotel Rus», проведена порівняльна характеристика. Окрім цього були проаналізовані фактори макросередовища та з'ясовані економічні та технологічні загрози, що можуть нашкодити підприємству. Для повної оцінки зовнішнього середовища була створена SWOT матриця, яка продемонструвала певні сильні та слабкі сторони, загрози для розвитку та можливості.

Як виявилось, готельне підприємство «Premier Hotel Rus» вже почало підтримку сталого розвитку за допомогою впровадження певних інновацій, які призводять до меншого споживання електроенергії, а також водних ресурсів. Компанія володіє спеціальною програмою соціальної

відповідальності– «Щасливий Світ». Одним з основних напрямків проекту є: піклування про навколишнє середовище і збереження його ресурсів.

Проаналізувавши систему екологічного менеджменту в готелі, було запропоновано впровадити чотири рекомендації, які б зменшили шкідливий вплив на навколишнє середовище, та стали б нагодні при отриманні міжнародного сертифікату еко-готеля Green Key:

- 1) використання охолоджуючого покриття на даху будівлі, а саме системи Cool Roof;
- 2) співпрацювати з фермами, які надають органічні продукти харчування;
- 3) змінювати рушники та постільну білизну в номерах за бажанням гостя;
- 4) проводити ознайомлення персоналу з інноваційними новинками, що стосуються екологічного менеджменту.

Щорічні заощадження після впровадження системи Cool Roof складатимуть 346 тис. грн. на рік, при тому що власне сама інновація окупиться швидше ніж за 2 роки.

Налагодивши співпрацю з продуктовим органічним магазином Екогород, підприємство таким чином покаже свою прихильність до якісних продуктів, вирощених на органічних полях без застосування хімічних добрив для вирощування зернових культур. Замовляючи різні види органічної продукції в магазині Екогород, підприємство також зможе зробити менший викид CO² в атмосферу через менше використання грузового транспорту, що використовується при транспортуванні продуктів.

Для великої економії на водні ресурси рекомендується також освідомлювати гостей у їхньому виборі зміни рушника та білизни рідше аніж це прописано в стандартах готелю.

Проведення періодичних тренінгів для персоналу допоможуть працівникам краще розумітися на темі екології та дадуть змогу кожному прикласти руку до збереження сталого розвитку на готельному підприємстві «Premier Hotel Rus».

Задля автоматизування частини роботи на складах було доцільно запропоновано впровадити систему складів «Fidelio F&B». Данна система має здатність інтегруватися з усіма наявними системами, такими як: Fidelio FO, ресторанна система Micros, бухгалтерська система KaKSUNnSCALA.

Запропонована інновація удосконалисть систему передачі інформації та надаватиме точні розрахунки про наявність певних продуктів на складах без втрати зайвого часу та робочої сили.

Як можемо бачити, готельне підприємство має хорошу базу для продовження удосконалення системи екологічного менеджменту задля зменшення негативного впливу на навколишнє середовище та підтримання цілей сталого розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Всесвітня Туристична організація [Електронне джерело] Режим доступу- <http://www2.unwto.org/>
2. Бабарицька, В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення терпродукту : навч. посіб. / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Альтерпрес, 2008. – 288 с.
3. Туристичні статті [Електронне джерело] Режим доступу- http://tourlib.net/statti_ukr/pauk2.htm
4. Магалецький А.В. Інноваційні підходи до формування маркетингової політики підприємств готельного господарства: екологічний аспект / А.В. Магалецький// Економічний простір: зб. наук, праць. - 2010. - №44/2. - С.321-327.
5. Вайсман А. Стратегія менеджменту: 5 факторів успіху / А Вайсман. - М.: Інтерекспорт: Економіка, 1995. - 344 с.
6. Бобровський, А. Л. Екологічний менеджмент : підручник / А. Л. Бобровський. – К. : Академія, 2009. – 585
7. Богоявленська, Ю. В. Економіка та менеджмент праці : навч. посіб. / Ю. В. Богоявленська, Є. І. Ходаківський. – К. : Кондор, 2005. – 332 с.
8. Підручник [Електронне джерело] Режим доступу- https://pidruchniki.com/15100111/menedzhment/sut_ekologichnogo_menedzhmentu
9. Кравченко А.І. Особливості організації обслуговування в екоготель / А.І. Кравченко, Д.І. Басюк // Готельно-ресторанний бізнес: Інноваційні напрями розвитку: матер. Міжнар. наук.-практ. конф, 25-27 березня 2015-го. - К. : Вид-во НУХТ, 2015. - С.212-213.

10. Гірняк, О.М. Менеджмент: підручник / О. М. Гірняк, П. П. Лазановський. – 5-те вид., перероб. і доп. – Л. : Магнолія 2006, 2009. – 352 с.
11. Палеха, Ю. І. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / Ю. І. Палеха. – 2-ге вид., випр. – К. : Ліра-К, 2012. – 336 с.
12. Marcin, T. O., Burak, T. V. et. al. (2013). Jeftektivnye podhody k razvitiju predpriyatij, otraslej, kompleksov: monografija. In 3 vols. Odesa: S. V. Kuprienko, 172 p..
13. Закон України «Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу» від 18 березня 2004 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 29. – Ст. 367.
14. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі / О. Юрченко // Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. – 2014. – Вип. 34. – С. 292–300.
15. В Україні перший еко-сертифікований готель – Radisson Blu // Туристичні новини [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourismnews.com.ua/news-235.html>
16. Грабовенська С.П. Напрями підвищення конкурентоспроможності України в туристичній сфері. Інвестиції: практика та досвід. 2013. № 22. С. 83–88.
17. ДСТУ 4269 Послуги туристичні. Класифікація готелів
18. ДСТУ 4527 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення
19. ДСТУ 4268 Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги
20. Туриви на електроенергію для юридичних осіб [Електронне джерело] Режим доступу-<https://axiomplus.com.ua/news/tarifyi-dlya-predpriyatiy/>

21. Robert H. Theobald Environmental Management/ Robert H. Theobald.- Nova Science Pub Incorporated, . 2008.- 429p.
22. Правові статті [Електронне джерело] Режим доступу- <https://intercert.com.ua/articles/regulatory-documents/67-iso-14000>
23. Каталог Cool Roof системи [Електронне джерело] Режим доступу- <http://online.budstandart.com/ua/catalog/>
24. Сертифікація України ISO 14000 [Електронне джерело] Режим доступу- <http://www.ukrainecertification.com.ua/y-iso-14001.html>
25. Дмитрук О.Ю., Щур Ю.В. Екологічний туризм як дидактична основа раціонального природокористування та геоекологічної освіти. Регіональні екологічні проблеми. К., 2002. С. 45–50.
26. Галушкіна Т.П. Джерела економічного зростання в умовах моделі «зеленої» економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2013. № 5. С. 71–74. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2013_5_18.
27. Капліна А.С. Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Економіка, організація і управління підприємством. 2016. № 1 (38). С. 168 - 173.
28. Національна політика «зеленого» зростання в Україні / Т.П. Галушкіна, Л.О. Мусіна, Н.І. Хумарова. Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2012. 272 с.
29. Закон Верховної Ради України [Електронне джерело] Режим доступу- <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show>
30. Сертифікація готелів по Green Key standarts [Електронне джерело] Режим доступу- <http://www.rest-hotel.kiev.ua/ru/green-key-2.html>
31. Методичний посібник [Електронне джерело] Режим доступу- <https://reshebniki-online.ru/>
32. Кожушко, Л. Ф. Екологічний менеджмент : підручник / Л. Ф. Кожушко, П. М. Скрипчук. – К. : Академія, 2007. – 432 с.

33. Переваги системи охолодження [Електронне джерело] Режим доступу- <https://coolroofs.org/resources/home-building-owners>
34. Гуляєв В. Г. «Нові інформаційні технології в туризмі. Учеб. Посібник. М. ПРИОР, 1998..
35. .Roberts P. Environmentally sustainable business. London, 1995.
36. Критерії Green Key [Електронне джерело] Режим доступу- <https://www.greenkey.global/criteria>
37. Green Key hotel criteria and explanatory notes. <https://static1.squarespace.com/static/>
38. Плотникова Н.І. «Комплексна автоматизація туристського бізнесу» Ч I і Ч II. М. : Советский Спорт, 2000..
39. Л. Гофф (Lesley Goff) «Sabre йде на зліт» // Computerworld Росія № 43 1999 р М. Изд-во. «Відкриті системи».
40. Ebay- сайт з купівлі товарів [Електронне джерело] Режим доступу- <https://www.ebay.com/itm/Cool-Roof-Elastomeric-Coating-5-Gallon-RV-Trailer-Deck-Dock-Acrylics>
41. Чудновський А.Д. Інформаційні технології управління в туризмі: навчальний посібник / А.Д. Чудновський, М.А. Жукова. - М. : КНОРУС, 2006
42. Органічний магазин [Електронне джерело] Режим доступу- <https://fermergreen.com/>
43. Навчальний посібник Інфоіндустрія.[Електронне джерело] Режим доступу- <https://infoindustria.com.ua>
44. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Т. М. Афонченкова, О. В. Булюк, Б. П. Масенко [та ін.] ; за ред. О. Є. Лугініна. – К. : Ліра-К, 2012. – 364 с.
45. Меню ресторану готелю “Premier Hotel Rus”[Електронне джерело] Режим доступу- <https://hotelrus.phnr.com/media-shared/a-la-carte-menu.pdf>

46. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк, Я. В. Крушельницька ; за заг. ред. В. М. Данюка., В. М. Петюха. – 2-ге вид., без змін. – К. : КНЕУ, 2006. – 398 с.
47. Анисимов А.В. Экологический менеджмент: учебник / А.В. Анисимов. – Ростов н/Д.: Феникс, 2009. – 348 с.
48. Базилевич, Д. Вальтер, В. Хартманн, Купалова Г. та ін. Глосарій зеленого бізнесу: українсько-німецько-російсько-англійський. - К.: Знання, 2010. – 518 с.
49. Головна сторінка готелю “Premier Hotel Rus” [Електронне джерело] Режим доступу-”<https://hotelrus.phnr.com/>
50. Бобровський А.Л. Екологічний менеджмент: підручник / А.Л.Бобровський. – Суми: Унів. кн., 2009. – 586 с. 66
51. Галушкіна Т.П. Екологічна сертифікація в системі державного екологічного управління / Т.П. Галушкіна, Є.Г. Гордійчук. – Х.: Бурун Книга, 2010. – 287 с.
52. Каталог покриття Cool roof [Електронне джерело] Режим доступу-https://sovibud.com.ua/uploads/Katalog_UA_COOLR_SOVI_BUD.pdf
53. Закон України —Про охорону навколишнього природного середовища
54. Мельник Л. Г. Экономика развития [Текст] : учебник / Л.Г. Мельник. — Сумы: Университетская книга, 2013. — 784 с.
55. Норт К. Основы экологического менеджмента (введение в экологию промышленного производства).- М.:Премьер, 2004.
56. Пахомова Н., Эндерс А., Рихтер К. Экологический менеджмент. – М.-С-Пб:Питер,2003.
57. Сергиенко О.И. Экологический менеджмент и чистое производство. СПб.: 2001.
58. Устойчивое развитие: теория, методология, практика: учебник / под ред. проф. Л. Г. Мельника. — Сумы: Университетская книга, 2009. — 1216 с.

59. Christopher J. Barrow Environmental Management and Development / Christopher J. Barrow.- Routledge, 2005 - 276p.

60. N. K. Sharma Environmental Management/N. K. Sharma.- Pinnacle Technology, 2010.- 312p.

61. Unites Nations Organisation [Електронне джерело] Режим доступу- <http://www.un.org.ua/ua/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Екологічна ситуація на стан питних вод України

Екологічна ситуація та стан питних вод України



Готелі світу, які мають екологічний сертифікат Green Key

If you wish to see the map for a certain country, region, city or other area, please use the search function or

[ABOUT US](#) [JOIN GREEN KEY](#) [GREEN KEY SITES](#) [FOR OUR NETWORK](#) [TOOLS & RESOURCES](#) [NEWS](#)



**Умови, яких мають дотримуватися готелі для отримання
сертифікації Green Key**



Staff
involvement



Environmental
management



Guest
information



Water



Energy



Washing &
Cleaning



Food &
Beverage



Waste



Administration



Indoor
Environment



Green Areas



Green
Activities



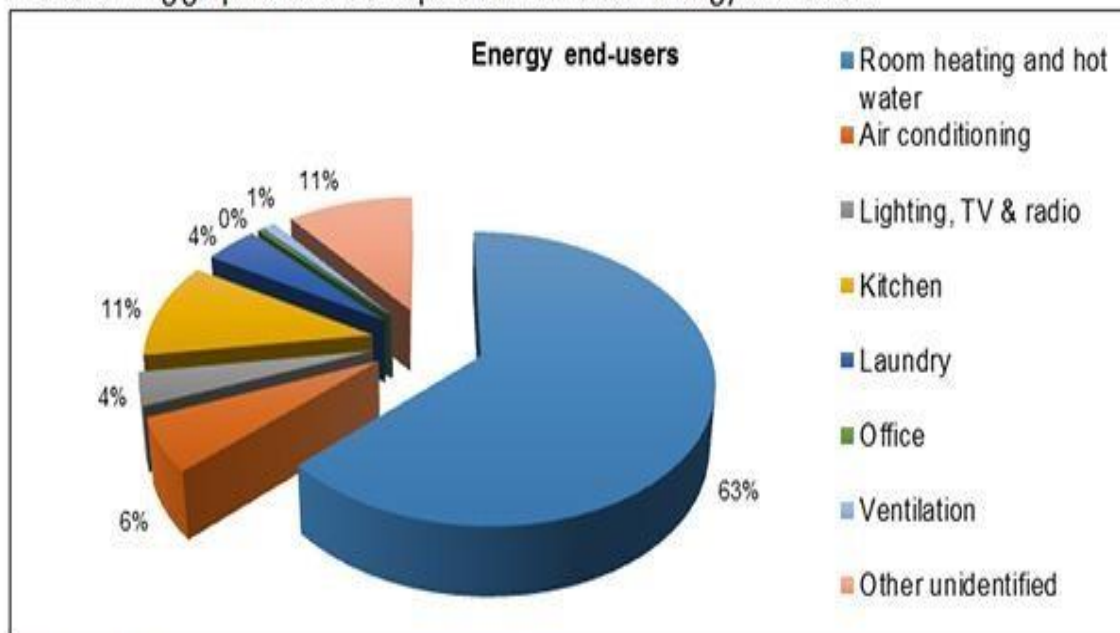
Corporate
Social
Responsibility

Готель “Premier Hotel Rus”



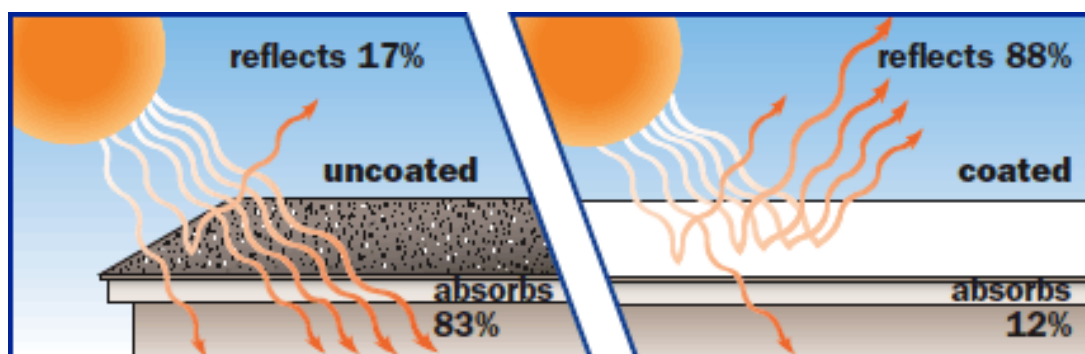
Енергетичні витрати ресурсів в готелі

The following graph shows the repartition of hotels' energy end-users.



Source: REST 2005

Схема роботи охолоджувальної системи Cool Roof



Фарба для покриття даху

