

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

**Факультет готельно – ресторанного та туристичного бізнесу
імені проф. В.Ф. Доценка
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

«До захисту в ЕК»

В. о. декана факультету

_____ Віта ЦИРУЛЬНІКОВА

(підпис)

(прізвище та ініціали)

« ___ » _____ 2022р.

«До захисту допущено»

В. о. завідувача кафедри

_____ Ірина МЕЛЬНИК

(підпис)

(прізвище та ініціали)

« ___ » _____ 2022р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності _____ 242 «Туризм»

(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми _____ «Туризм»

на тему: «Підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства на ринку за допомогою маркетингової діяльності в глобальній комп'ютерній мережі Internet»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТУ-4-9

_____ Гагач Вікторія Вадимівна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

(підпис)

Керівник _____ Баєв Вадим Вікторович

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

(підпис)

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

(підпис)

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

Здобувач _____

(підпис)

Київ – 2022 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

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

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

світній ступінь бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм»

(код і назва)

Освітньо-професійна програма «Туризм»

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

**В. о. завідувача
кафедри туристичного та
готельного бізнесу**

Ірина МЕЛЬНИК
“___” _____ 2022 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Гагач Вікторії Вадимівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства на ринку за допомогою маркетингової діяльності в глобальній комп'ютерній мережі Internet»

керівник роботи Баєв Вадим Вікторович, к.е.н., доц. кафедри ТГБ,

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

затверджені наказом закладу вищої освіти від _____ «___» _____ 2022 року

2. Строк подання здобувачем роботи 06 червня 2022 р.

3. Вихідні дані до роботи наукова, фахова література, статистичні матеріали з проблематики дослідження, статистична звітність підприємства

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

Вступ

Розділ 1. Теоретичні засади конкурентоспроможності еко-готелів

Розділ 2. Аналіз діяльності еко-готелю «Слов'янка»

Розділ 3. Підвищення конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» на маркетингових засадах в глобальній мережі Інтернет

Висновки

5. Перелік графічного матеріалу рисунків – 35 таблиць - 20 додатків - 3

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Баєв В.В. доц. кафедри		
II	Баєв В.В. доц. кафедри		
III	Баєв В.В. доц. кафедри		
IV	Баєв В.В. доц. кафедри		

7. Дата видачі завдання 24 березня 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ З№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	01.02.2022- 19.03.2022 рр.	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	20.03.2022- 22.03.2022 рр.	виконано
3	ВСТУП РОЗДІЛ 1 Теоретичний	23.03.2022- 06.04.2022 рр.	виконано
4	РОЗДІЛ 2 Аналітичний	07.04.2022- 27.04.2022 рр.	виконано
5	РОЗДІЛ 3 Рекомендаційний	28.04.2022- 12.05.2022 рр.	виконано
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	13.05.2022- 25.05.2022 рр.	виконано
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі та попередній захист у комісії	26.05.2022- 29.05.2022 рр.	виконано
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	30.05.2022- 03.06.2022 р.	виконано
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедрі	04-06.06.2022 р.	виконано
11	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	14.06.2022 р.	

Здобувач

(підпис)

Гагач В.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Баєв В.В.

(прізвище та ініціали)

РЕЗЮМЕ

на кваліфікаційну роботу

Гагач Вікторії Вадимівни

на тему:

«Підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства на ринку за допомогою маркетингової діяльності в глобальній комп'ютерній мережі Internet»

Кваліфікаційна робота складається 77 сторінок. Кількість розділів – 3, рисунків – 35, таблиць – 20, додатків – 3.

Об'єктом дослідження є система маркетингових заходів еко-готелю «Слов'янка» в глобальній мережі Інтернет.

Предметом кваліфікаційної роботи є теоретичні та практичні засади здійснення маркетингової діяльності в глобальній мережі Інтернет.

Метою кваліфікаційної роботи підвищення конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» на ринку за допомогою маркетингової діяльності в глобальній комп'ютерній мережі Інтернет.

У I Розділі розглянуто теоретичні засади конкурентоспроможності еко-готелів, досліджено сутність, фактори впливу та методи оцінки конкурентоспроможності еко-готелів, проаналізовано зарубіжний досвід та рівень розвитку послуг еко-готелів в Україні.

У II Розділі проведено аналіз діяльності та організації роботи еко-готелю «Слов'янка», досліджено його внутрішнє та зовнішнє середовище.

У III Розділі визначено рівень використання мережі Інтернет в системі маркетингового просування еко-готелю «Слов'янка» та розроблено заходи підвищення конкурентоспроможності готелю на основі маркетингових заходів в глобальній мережі Інтернет.

Ключові слова: еко-готель, маркетинг в мережі Інтернет, Інтернет-маркетинг, конкурентоспроможність

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКО-ГОТЕЛІВ.....	9
1.1. Сутність, фактори впливу та методи оцінки конкурентоспроможності готелів.....	9
1.2. Зарубіжний досвід в сфер еко-готелів.....	17
1.3. Рівень розвитку послуг еко-готелів в Україні.....	25
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКО-ГОТЕЛЮ «СЛОВ'ЯНКА».....	31
2.1. Загальні відомості та організація роботи еко-готелю «Слов'янка».....	31
2.2. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища еко-готелю «Слов'янка».....	40
Висновки до розділу 2.....	56
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКО-ГОТЕЛЮ «СЛОВ'ЯНКА» НА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАСАДАХ В ГЛОБАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ ІНТЕРЕТ.....	58
3.1. Визначення рівня використання мережі Інтернет в системі маркетингового просування еко-готелю «Слов'янка».....	58
3.2. Підвищення конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» на основі маркетингових заходів в глобальній мережі Інтернет.....	63
Висновки до розділу 3.....	74
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78
ДОДАТКИ.	

ВСТУП

Актуальність теми. В наш час особливого значення набуває просування готельних підприємств в мережі Інтернет. На сьогодні, використовуючи Інтернет можна подивитись місце знаходження готелю, вартість його послуг, умови розміщення, переглянути ото номерів та території готелю, дізнатися про перелік безкоштовних послуг та вартість додаткових послуг, задати питання менеджеру готелю он-лайн, забронювати номер тощо.

Існує безліч інструментів для просування готелів в мережі Інтернет, в першу чергу це використання банерної, контекстної реклами, розміщення інформації щодо номерів та послуг готелю на спеціальних тематичних маркетплейсах тощо. Вдале використання всіх зазначених інструментів Інтернет-маркетингу дозволяє не лише підвищити конкурентоспроможність готельного підприємства, а і покращити його імідж та збільшити доходи. Таким чином, здійснення маркетингової діяльності в мережі Інтернет для готелів є доволі актуальним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що дослідженню маркетингової діяльності в мережі Інтернет для підвищення конкурентоспроможності організації присвячені праці таких авторів, як: Боженко Л.І., Гаврилюк С.П., Гутта О.Й., Ковешникової В.С., Кожаєва Ю.П., Круль Г., Мальської М.П., Морозова М.А., Пандяк І.Г, Паршина В.Я., Чудноського А.Д., Шваб К. та ін. Але дане питання в зв'язку з постійним розвитком технологій залишається відкритим.

Мета роботи полягає у підвищенні конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» на ринку за допомогою маркетингової діяльності в глобальній комп'ютерній мережі Інтернет. З огляду на мету в роботі визначено наступні **завдання:**

- розглянути сутність, фактори впливу та методи оцінки конкурентоспроможності готелів;
- вивчити зарубіжний досвід в сфері еко-готелів;

- дослідити рівень розвитку еко-готелів в Україні;
- надати загальні відомості та дослідити організацію роботи еко-готелю «Слов'янка»;
- проаналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище еко-готелю «Слов'янка»;
- визначити рівень використання мережі Інтернет в системі маркетингового просування еко-готелю «Слов'янка»;
- підвищити конкурентоспроможність еко-готелю «Слов'янка» на основі маркетингових заходів глобальній мережі Інтернет.

Об'єктом роботи є система маркетингових заходів еко-готелю «Слов'янка» в глобальній мережі Інтернет.

Предметом роботи є теоретичні та практичні засади здійснення маркетингової діяльності глобальній мережі Інтернет.

Методи роботи. В ході написання роботи було використано метод пошуку та збору інформації, метод аналізу та синтезу, метод порівняння, графічний метод, табличний метод, метод абсолютних та відносних величин, економічний метод, метод прогнозування, метод узагальнення.

Інформаційною базою роботи виступили підручники, посібники, монографії, дані готельних підприємств, фінансова звітність та внутрішні документи еко-готелю «Слов'янка», ресурси мережі Інтернет в яких розглядається та висвітлюється досліджуване питання.

Практичне значення роботи полягає у розробці заходів просування еко-готелю «Слов'янка» в глобальній мережі Інтернет з метою підвищення його конкурентоспроможності.

Апробація результатів роботи і публікації. Матеріали кваліфікаційної роботи бакалавра були апробовані у вигляді тез «Впровадження системи екологічного менеджменту в готельних комплексах як основа поглиблення міжнародних інтеграційних процесів» на XII Міжнародній науково-практичній конференції INTERNATIONAL SCIENTIFIC INNOVATIONS IN HUMAN LIFE 8-10 червня 2022 року Манчестер, Великобританія.

Структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основна частина роботи становить 77 сторінок. В роботі налічується 35 рисунків, 20 таблиць, 3 додатка. Список використаних джерел становить 44 джерела, які розміщуються на 4 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКО-ГОТЕЛІВ

1.1. Сутність, фактори впливу та методи оцінки конкурентоспроможності готелів

В сучасних ринкових умовах, де конкуренція характеризується постійним зростанням, забезпечення конкурентоспроможного рівня готелю та його послуг набуває все більшої значущості. Для підприємств готельного господарства конкуренція зазвичай має високий рівень.

У загальному розумінні конкурентоспроможність – це здатність об'єкту задовольнити певні бажання та вимоги споживача на більш високому рівні, порівняно з ідентичними об'єктами на ринку.

Сутність поняття конкурентоспроможності подана на рис. 1.1.

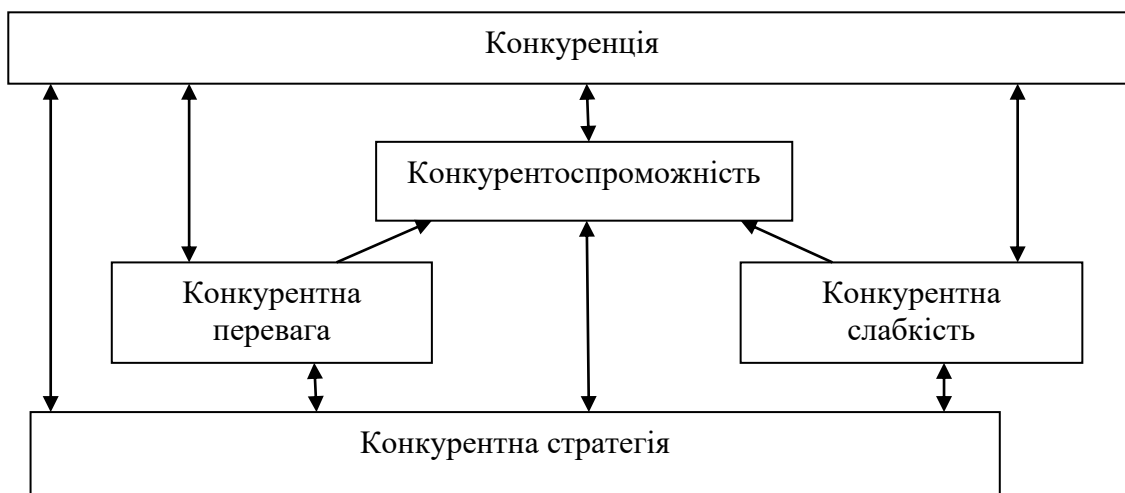


Рис. 1.1. Сутність конкурентоспроможності

Джерело: складено автором на основі [3, с. 32]

Конкурентоспроможність готелю – це його здатність та спроможність здійснювати діяльність щодо надання готельних послуг в умовах ринку, а також мати переваги порівняно із готелями – конкурентами, і за рахунок цього

отримувати додатковий прибуток, який спрямовується як на розвиток готелю і його персоналу, так і на забезпечення якісного обслуговування клієнтів готелю [15, с. 33].

Конкурентна перевага готелю – це сукупність характеристик та якостей готельних послуг формуючих перевагу готелю над його прямими конкурентами. Формування конкурентних переваг готелю – це трудомісткій процес який потребує постійної роботи щодо удосконалення діяльності готелю.

Конкурентні переваги поділяють на два типи:

- спеціалізація – здатність надати клієнту послугу або більш високої якості, або нестандартні види послуг;
- низькі витрати – спроможність розробити та надати більш ефективну послугу клієнту меншими витратами, і зробити це швидше за конкурентів.

На рис. 1.2 подано стратегії забезпечення конкурентоспроможності готелю, які ґрунтуються на різних типах конкурентних переваг.

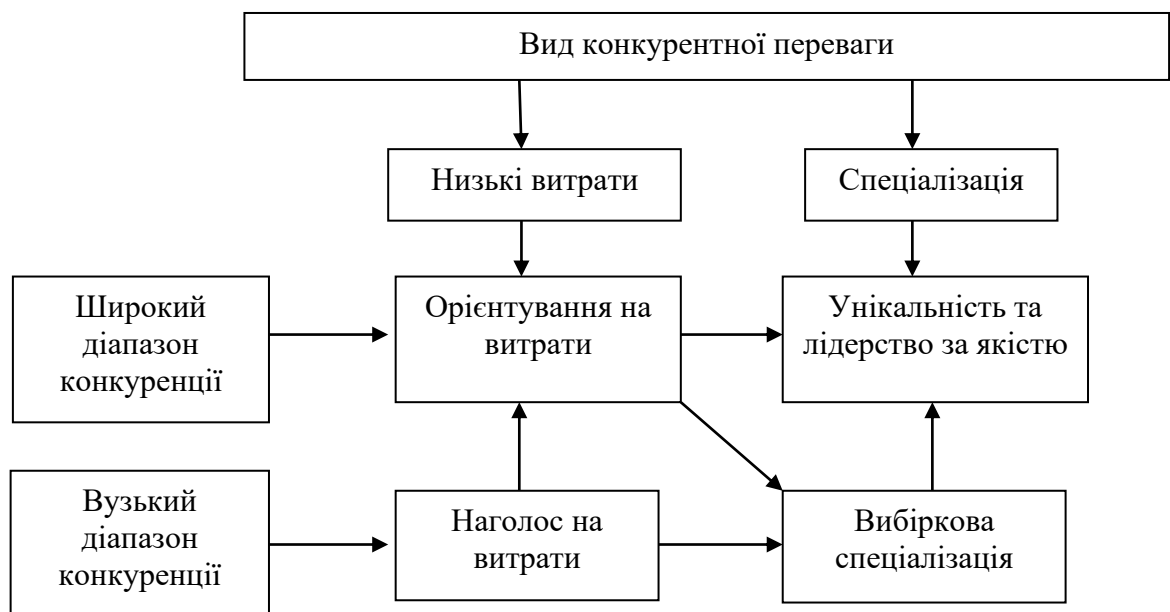


Рис. 1.2. Стратегії забезпечення конкурентоспроможності готелю за типами конкурентних переваг

Джерело: складено автором на основі [3, с. 48]

Розрізняють такі фактори конкурентних переваг, як:

- тактичні – ті, які забезпечують конкурентоспроможність в певний проміжок часу (поточний період, в межах одного року);
- стратегічні – ті, які повинні забезпечити конкурентоспроможність у майбутньому.

Фактори конкурентоспроможності готелів поділяють на чотири групи (рис. 1.3).



Рисунок 1.3. Групи факторів, які впливають на конкурентоспроможність готелю

Джерело: складено автором на основі [3, с. 48]

Варто зауважити, що значущість та вплив цих груп факторів на конкурентоспроможність готелю є різною.

Фактори, які характеризують організацію (готель) відрізняються за своїм складом (рис.1.4). Так, імідж (репутація) – це в першу чергу: якість, соціальна престижність послуг; привабливість реклами; різноманітність методів просування; гарантії; ціна; асортимент послуг; зручне місце знаходження готелю; рівень соціального статусу гостей готелю. Важливою складовою системи готельного обслуговування є персонал. Якість та рівень

обслуговування напряду залежить від рівня кваліфікації, мотивації, майстерності персоналу.



Рис. 1.4. Фактори конкурентоспроможності, які характеризують організацію (готель)

Джерело: складено автором на основі [3, с. 52]

Фінансовий стан готелю говорить про його платоспроможність, економічну незалежність, можливість сталого розвитку. Організація управління в готелі це в першу чергу, якість надання послуг в готелі, яка залежить від фаховості менеджерів середньої та нижчої ланки, оскільки саме вони відповідають за організацію внутрішніх процесів в готелі. Місце розташування – визначає ступінь затребуваності готелю, оскільки це розглядається з точки зору клієнту як зручність. Важливим також є вид з вікна, близькість до важливої інфраструктури міста.

Наступна група факторів, які впливають на конкурентоспроможність готелю – фактори, які характеризують послуги (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Фактори конкурентоспроможності, які характеризують послуги

Джерело: складено автором на основі [1, с. 122]

Ціна послуги (цінова політика) готелю, потребує вміння маневрувати та створювати привабливу конкурентоспроможну ціну своїх послуг, за умови створення власного прибутку. Класність послуг також є вагомим фактором, який дозволяє оцінити готельні послуги не лише з матеріального боку, але із точки зору надання набору нематеріальних послуг. Стан та структура номерного фонду готелю – якість номерного фонду один з важливих факторів забезпечення конкурентоспроможності готелю [1, с. 123].

Якість господарського забезпечення послуг – це забезпечення проживання гостей в готелі (прибирання, надання побутових послуг та ін.) має значний вплив на конкурентоспроможність готелю. Важливим є і якість інженерно-технічного забезпечення готельних послуг, оскільки це пов'язано з використанням певного виду обладнання, інвентарю. Безпека наданих послуг в готелі – це фактор який забезпечує рівень проживання в готелі, та напряду впливає на репутацію готелю [1, с. 123].

Третя група факторів, які впливають на конкурентоспроможність готелю – це фактори, які характеризують рівень обслуговування (рис. 1.6).

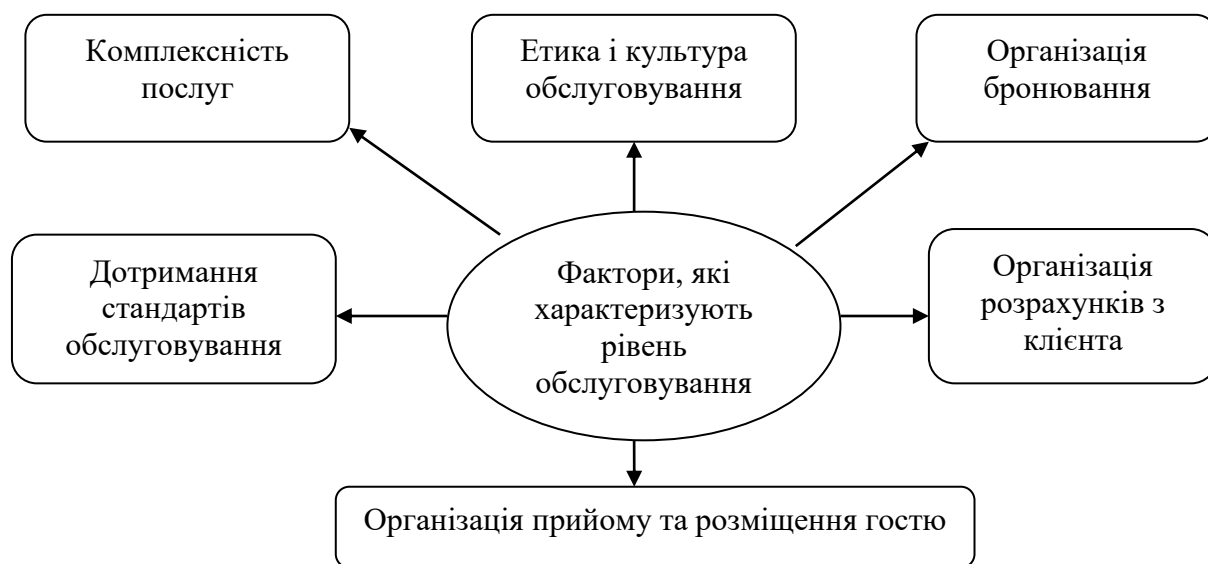


Рис. 1.6. Фактори конкурентоспроможності, які характеризують рівень обслуговування

Джерело: складено автором на основі [1, с. 124]

Фактори цієї групи (рис. 1.6) є специфічними, вони характеризують якість та рівень обслуговування. Комплексність послуг – все більшого розповсюдження набуває надання не лише основних, але і супутніх послуг гостям готелю (бізнес-центри, ресторани, фітнес-клуби та ін.). Етика та культура обслуговування має прояв у доброзичливому, лояльному персоналі. Також важливим є фірмовий стиль готелю, охайний зовнішній вигляд працівників. Організація прийому та розміщення гостей має теж суттєвий вплив на подальше уявлення гостя щодо готелю та на його враження. Дотримання стандартів обслуговування в першу чергу залежить від рівня кваліфікації персоналу та здійснює суттєвий вплив на конкурентоспроможність готелю та його імідж. До цього належить і рівень організації бронювання та розрахунків клієнтів готелю. Надання цих послуг на належному рівні сприяє тому, що гості повернуть ще раз та порадять готель іншим [1, с. 125-126].

Остання група факторів, які впливають на конкурентоспроможність, це фактори, що характеризують маркетинг (рис. 1.7).

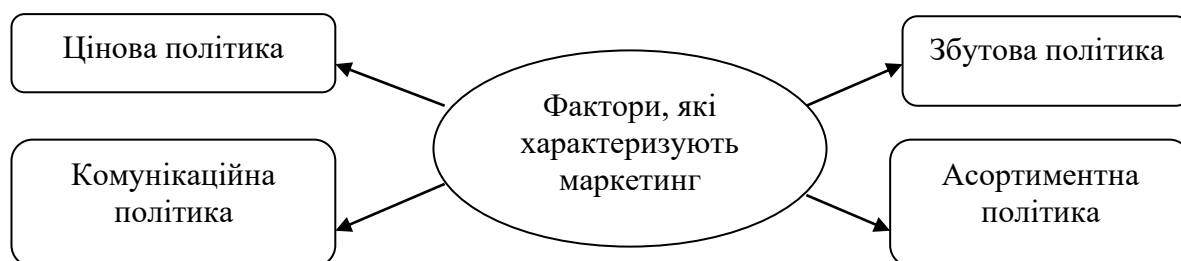


Рис. 1.7. Фактори конкурентоспроможності, які характеризують маркетинг

Джерело: складено автором на основі [11, с. 459]

Всі ці фактори (рис. 1.7) є головними в реалізації маркетингу готелю, завдяки проведенню маркетингових досліджень на ринку відбувається розробка та удосконалення готельних послуг, яка базується на використанні ефективної асортиментної, цінової, комунікаційної та збутової політиці. Саме проведення маркетингових досліджень дозволяє визначити слабкі та сильні сторони конкурентів, розробити ефективну маркетингову стратегію готелю (рис. 1.8).

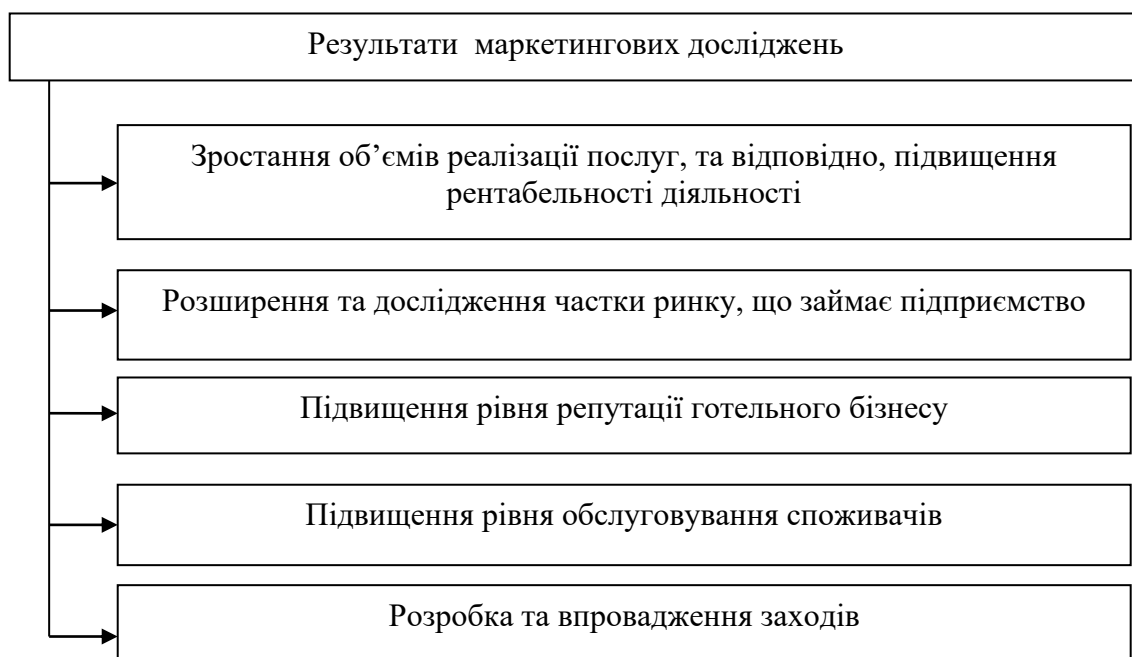


Рис. 1.8. Заходи удосконалення діяльності готелю на основі результатів маркетингових досліджень

Джерело: складено автором на основі [13, с. 75]

Отже, проведення маркетингових досліджень дозволяє покращити діяльність готелю за різними напрямками ґрунтуючись на отриманих результатах.

Конкурентоспроможність готелю – це динамічна категорія, яка залежить від різних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища та може змінюватися з часом.

Оцінку конкурентоспроможності готелю можна проводити за основними параметрами та показниками:

- вартісні і натуральні (в залежності від одиниць виміру);
- кількісні та якісні;
- об'ємні або питомі (абсолютні величини або питома вага в загальному обсязі) [15, с. 219].

Показники, які використовуються для оцінки конкурентоспроможності готелю, можна об'єднати у певну систему – групи показників маркетингового аналізу діяльності готелю (рис. 1.9).

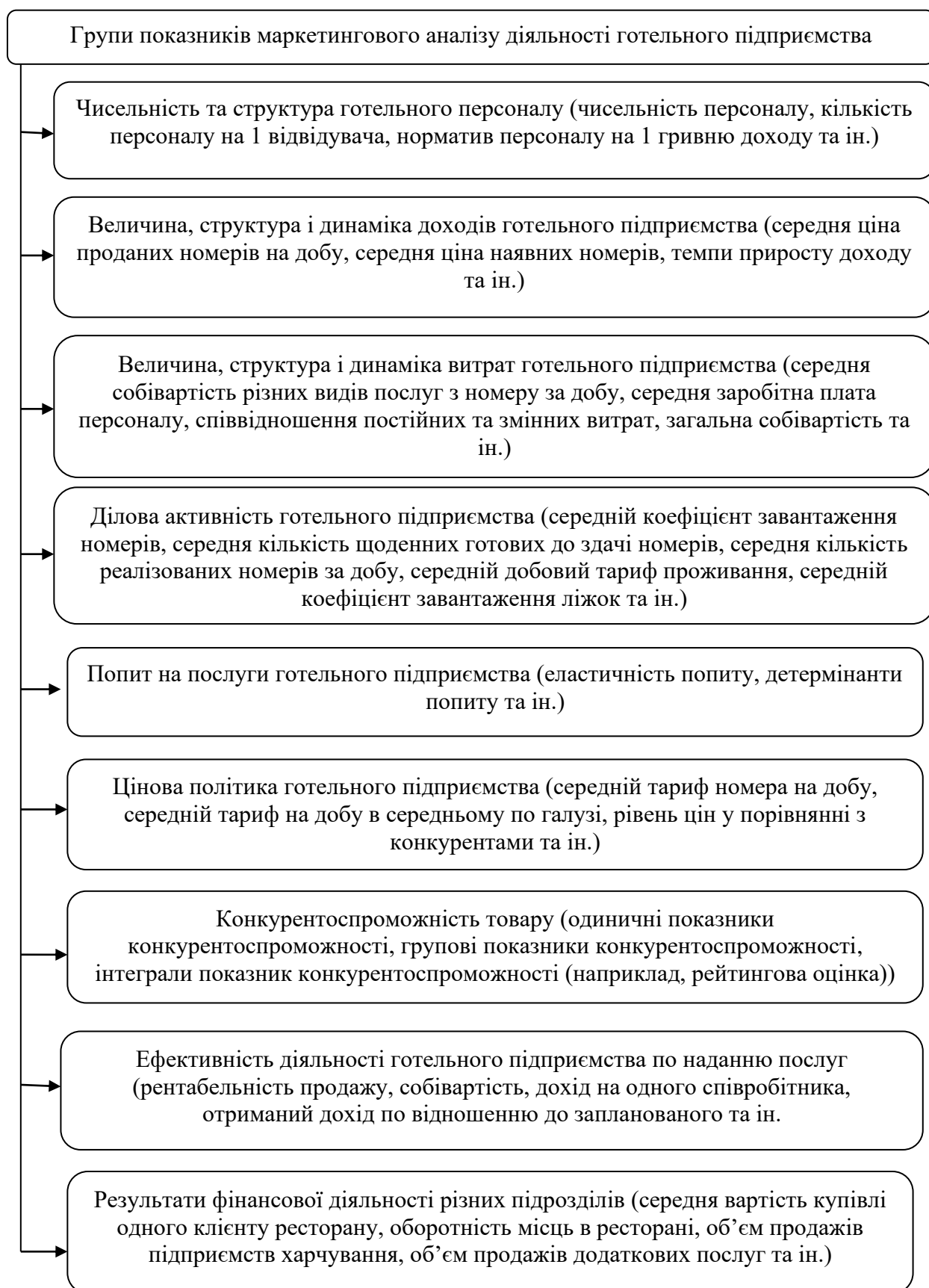


Рис. 1.9. Система показників оцінки конкурентоспроможності готелю

Джерело: складено автором на основі [15, с. 220]

Конкуентоспроможність готелю визначається шляхом порівняльного аналізу з подібними готелями конкурентами.

Оцінку рівня конкурентоспроможності готелю, можна проводити на основі побудови конкурентного профілю за багатьма характеристиками з використанням рейтингових оцінок. Можна використовувати метод визначення рейтингу готелю на основі експертних оцінок або за допомогою опитування клієнтів. Оцінка якості готельних послуг на основі споживчих очікувань виглядає зовсім по-іншому (Додаток А). Ключовими факторами тут виступають: комунікації (чутки); особисті потреби; минулий досвід; зовнішні повідомлення.

Варто зауважити, що більшість ресурсів, які створюють конкурентоспроможність готелю з часом будуть скопійовані конкурентами. Рано чи пізно, конкурентні переваги, які утворилися завдяки впровадженню готелем інноваційних технологій, будуть використані і конкурентами, отже терміни їх впровадження повинні бути меншими ніж терміни їх освоєння та повторення конкурентами. Проте, такі конкурентні переваги готелю, як наявність висококваліфікованого лояльного персоналу, розвинутого маркетингу, використання ефективних систем керування, що створює високу репутацію готелю, важко піддаються копіюванню, оскільки для їх освоєння та впровадження потрібні часові та фінансові витрати. Все це вказує на їх високу значущість у визначенні рівня конкурентоспроможності готелю.

1.2. Зарубіжний досвід в сфері еко-готелів

Розвиток еко-готелів та сучасні підходи в туризмі в цілому орієнтовані на економічне зростання територій та контроль над впливом на навколишнє середовище. На сьогодні, еко-готелі розвиваються разом із інноваційними «зеленими» технологіями та функціонують за принципом екологічної відповідальності.

Екологічна поведінка клієнтів приносить готельним підприємствам економічні вигоди та забезпечує стійкий розвиток навколишнього середовища. Для задоволення потреб споживачів та ініціатив щодо захисту навколишнього середовища, еко-готель розробляє та пропонує екологічно чисті готельні продукти – продукти, які здійснюють мінімум впливу шкідливого при їх споживанні на навколишнє середовище.

За останні 20 років в готельному бізнесі сформувався та зростає попит на природний відпочинок. Чисельність туристів, які обирають для себе екологічні варіанти подорожей зростає кожного року та потребує від власників готелів прийняття нових рішень. Згідно проведеним дослідженням, туристи згодні платити більше за те, щоб опинитися в готелі персонал якого турбується за екологію.

Головна ідея еко-готелів полягає у тому, щоб навчати гостей відповідальності за вплив на навколишнє середовище та мінімізувати негативний вплив. Головна відмінність еко-готелю від звичайного готелю – розташування в природній зоні, яке сприяє усамітненню на одинці з природою та забезпеченні гостям умов, як: свіже повітря, чиста вода, натуральні продукти, природні матеріали, які використовуються при оздобленні номерів готелю [37].

В деяких готелях навіть відсутній мобільний зв'язок, електрика та інші блага цивілізації. Наприклад, вода може нагріватися сонцем, а замість лампочок використовують свічки. Гості еко-готелю можуть користуватися послугами переробки сміття, спробувати продукти місцевого виробництва, які вирощені на городі біля готелю. Деякі еко-готелі пропонують гостям органічну постільну білизну, нетоксичні миючі засоби, екологічно чисті туалетні приналежності [6].

На сьогодні, еко-готелі набувають все більшої популярності та відкриваються по всьому світу. Від загальної кількості готелів в країнах Западу та США – еко-готелі становлять не більше 20%.

У Додатку Б подана класифікація еко-готелів за їх різновидами. Ефективна екологічна політика готелю призводить до економії витрат виробництва за рахунок впровадження в діяльність роботи готелю певних еко-заходів (рис. 1.10).



Рис. 1.10. Заходи, які впроваджують еко-готелі для економії витрат
Джерело: складено автором на основі [39]

Екологічні інновації в наш час стають все більш затребуваними готелях сегменту «люкс», які закликають зберігати навколишнє середовище проваджуючи екологічні технології в готелях.

Еко-готель як інноваційна концепція гостинності характеризується певними особливостями: вклад у збереження навколишнього середовища, екологічна стійкість, залежність від природного середовища, забезпечення екологічної економічної віддачі для місцевого населення, врахування місцевих культур, забезпечення екологічної підтримки кадрів. Еко-готелі повинні дотримуватися суворих «зелених» принципів для того, щоб їх відвідувачі були впевнені в тому, що вони будуть проживати в безпечних умовах та енергозберігаючих готелях. Проведення сертифікації незалежною третьою

стороною або державою є обов'язковим для присвоєння готелю статусу «екологічний» [16, с. 323].

Існують різні системи стандартизації для готелів, які підтримують чистоту навколишнього середовища (табл. 1.1.).

Таблиця 1.1

Основні системи сертифікації еко-готелів та їх характеристика

Назва системи	Характеристика
Green Key	Міжнародний знак якості, який надають готелям за досягнення в області захисту навколишнього середовища. Готель повинен відповідати 50-ти обов'язковим критеріям, і бажано ще ряду рекомендованих критеріїв, для того, щоб отримати еко-сертифікат. Критерії поділяються за напрямками: екологічний менеджмент, участь співробітників, інформація для гостей, енергоспоживання, водоспоживання, прибирання та прання, управління відходами, автостоянки та ландшафт, природоохоронна діяльність та ін.
LEED (Leadership in Energy an Environmental design)	Дана система – це система Лідерства в енергетичному та екологічному проектуванні. Сертифікат можуть отримати тільки екологічно безпечні споруди. Об'єктивний, загальновідомий у всьому світі рейтинг LEED покладається на економію енергії та води, а також на екологічно безпечну сировину.
ISO 14001	Стандарт управління природокористуванням, який прийнято Міжнародною асоціацією по стандартизації у 1991 р. Підприємство повинно підтвердити, що проводить спеціальну політику охорони навколишнього середовища, для того, щоб відповідати вимогам. Підтвердити, що не завдає шкоди навколишньому середовищу.
CSTC (Сертифікація стійкого туризму)	Одна з провідних і самих результативних в області введення досвіду екотуризму в Америці. Даній системі вдалося створити власний ринок шляхом створення заходів на державному рівні в сфері екологічного менеджменту та їх активному розповсюдженню. Сертифікація проводиться безкоштовно. Для отримання знаку еко-якості, готель повинен мінімізувати шкоду навколишньому середовищу, а експерти нададуть оцінку соціально-економічного ефекту від роботи готелю в певному регіоні, проведуть опитування гостей та персоналу.

Джерело: складено автором на основі [38; 39; 41; 42]

Варто також, зазначити серед найбільш авторитетних систем сертифікації готелів такі, як: Green Globe (Великобританія), НАС Green Leaf (Канада), Touristik Union International (Німеччина) та інші.

За останній час з'явилося, декілька проектів, які спрямовані на підвищення ефективності шляхом розповсюдження «зелених» технологій:

- The International Hotels Environment Initiative – об'єднує провідні міжнародні готельні компанії світу з метою забезпечення екологічної та соціальної відповідальності в галузі. Основним завданням проекту є показати на практиці, що екологічна та соціальна відповідальність має значення для бізнесу. Пропонується ряд практичних продуктів та програм еко-розвитку готелів;

- Energy Star for Hospitality – некомерційна організація, програма охорони навколишнього середовища в США, яка допомагає підприємствам та приватним особам економити кошти та захищати клімат за рахунок впровадження інноваційних технологій;

- EU Ecolabel – унікальна розвинута платформа, яка в своєму складі має данні щодо 463 різних видів екомаркування у 199 країнах світу і 25 галузях;

- Hotelenergysolutions - це ініційований UNWTO проект співробітництва з командою провідних агентств ООН та ЄС туризму та енергетики. В рамках даного проекту малим та середнім підприємствам індустрії гостинності та туризму в ЄС надаються консультації, технічна підтримка та навчання у питаннях підвищення енергетичної ефективності будівель та використання відновлюваних джерел енергії. Наразі в даному проекті приймають участь 110 готелів із 10 країн ЄС [10].

В Європейському союзі перший готель, який отримав еко-маркування побудовано в 2003 році, готель Санвін Ризот Каліте, який розташований на острові Родос в Греції.

Самий «зелений» готель в світі побудовано наприкінці 2009 року в Копенгагені – це Крон Плаза Копенгаген Таве. Він являє собою будівлю 85 метрів, фасад якого обладнано найбільшими сонячними батареями. Система охолодження та нагріву на ґрунтовій воді зменшує енергію, яка використовується в готелі для нагріву та охолодження.

У Великобританії перший еко-готель з'явився не так давно. Готель займає приблизно 20 га, 4 га яких віддано під парк, в якому планується вирощувати вербу. В комплексі, до якого входять 30 номерів в головній будівлі та 40 в

котеджах, є свій кінноспортивний центр, СПА-салон, в якому використовуються лише натуральні матеріали. Також в ході будівництва еко-готелю використовувалися інноваційні технології «зеленого» будівництва та енергозбереження.

Розглянемо ТОП-10 найбільш екологічних готелів світу (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

ТОП-10 найбільш екологічних готелів світу

Назва	Місце знаходження	Характеристика
1	2	3
Finca Rosa Blanca Coffee Plantation and Inn	Коста-Ріка	Еко-готель, який розташований у тропіках на органічній кавовій плантації. Будівля побудована з використанням інноваційних технологій та матеріалів з перероблених джерел, а також обладнана підземною електричною системою. М'якуш плодів кави з органічними відходами відправляється на переробку в компостні ями. Перероблена кавова целюлоза є добривом. На стіл гостям подають органічні овочі та фрукти, вирощені у власному саду. Для підтримки економіки регіону на плантації працюють лише місцеві жителі.
Parkroyal on Pickering	Сінгапур	Кожен четвертий рівень 16-ти поверхового «Королівського парку» є пишним садом з терасами, безліччю кристально прозорих каскадів і водоспадів. В інтер'єрі готелю використані натуральне дерево, галька, камінь та величезні скляні конструкції. Зелені конструкції займають 15 тис.м ² у готелі використовуються екотехнології: датчики світла, руху та дощу, системи енергозбереження та оборотного водопостачання, сонячні панелі та технологія збирання дощової води.
Feynan Ecolodge	Йорданія	Готель розташований на території національного заповіднику Дана, в якому збереглися сліди перебування людей кам'яної доби. В готелі 26 номерів, стіни та стелі яких є глиняними зі східним інтер'єром. В номерах відсутні розетки, електроенергію дає сонце, у темний час всі кімнати та територія освітлюються свічками ручної роботи.
Chateau Mcelly	Чехія	Це перший еко-готель в Чехії, який отримав знак Ecolable, ба «Кращий екологічний готель світу -2008» за версією World Travel Awards. П'ятизірковий еко-готель розташований в палаці «Шато Мцели» 17 ст. на пагорбі серед вікових дерев лісу Святого Георга. 23 номери готелю забезпечуються електроенергією із відновлюваних джерел, сміття сортується, стічні води фільтруються через власну систему очищення. Полив парку відбувається за рахунок зібраної дощової води. Страви які подають в ресторані готують з продуктів від місцевих постачальників.

1	2	3
Bardessono	США	Побудований в каліфорнійській деревні Напа, в ході будівництва приблизно 93% будівельних відходів одразу відправлялися на переробку. Сама будівля побудована із втомної сировини. Кімнати оздоблені з вторинної деревини, дах обладнаний світло відбивними матеріалами та сонячними батареями. Величезні вікна забезпечують природне освітлення. В лобі знаходиться вертикальний сад, поливи рослин відбувається крапельним зрошенням з метою економії води. Всі приміщення мають датчики, які включають та виключають опалення.
Sovena Fushi	Мальдиви	Розташований на приватному острові Кунфунаду. На острові діє політика «No news, no shoes», взуття здається при заселенні. В готелі немає пластику, як і на острові в цілому. Вода лише в скляних пляшках, пакети та сумки виготовлені з екологічних матеріалів. З 2008 року відходи переробляються на власному центрі переробки, в результаті переробки сміття отримують добрива та біогаз, із скла – будівельні матеріали.
Verde	ПАР	В ході будівництва готелю частину цементу замінили на особливо міцний пластик. Робота систем водопостачання, опалення та електрики керується а допомогою потужного серверу. Віконники вікон працюють, як сонячні батареї. Користуючись тренажерами гості виробляють енергію для роботи ліфтів. Зелень та овочі для ресторану вирощують методом гідропоніки, заощаджуючи третину води. Гості, які не включали кондиціонер та користувалися рушниками два дні отримують знижку.
Hacienda Tres Rios	Мексика	Розташований у джунглях у місці, де, з'єднуючись, впадають в океан 18 річок. Готель контролює використання природних ресурсів. Номери спроектовані так, щоб в них потрапляли сонячні промені. Спеціальний компресор, який охолоджується водою з глибокої криниці знижує енерговитрати на кондиціонування. В готелі не використовують пластик та питну воду, гостям подають опріснену морську. Частину прибутку витрачають на програму відновлення лісів, вже висаджено 80 тис. дерев.
Rixos Eskisehir	Туреччина	Природне освітлення в СПА-готелі забезпечується завдяки купольним дахам з zenітними вікнами. Основна будівля освітлюється за рахунок використання енергії сонця та вітру. Геотермальний насос допомагає опалювати кімнати. Усі відходи сортуються та відправляються на вторинну переробку.
Refuge du Gouter	Франція	Найбільший високогірний готель в Європі та один з найекологічніших, розташований на скелі. Каркас побудовано з деревини: ялина, біла ялиця та модрина. Фасад будівлі захищають листи з нержавіючої сталі. В готелі є вітряні генератори та сонячні панелі. Їхня енергія використовується ще й для розтоплення снігу. Отримана вода йде на господарські потреби.

На сьогодні 14 великих готельних мереж, починаючи із Маріот, Хілтон, Старвуд та Хайат, підтримують програму «Hotel Carbon Measurement Initiative», мета якої полягає у зменшенні об'ємів викидів вуглекислого газу у навколишнє середовище готелями.

Готельна мережа LaMeridien (бренд компанії Marriott International) до складу якої входять сотні готелів розташованих у 50 країнах світу, протягом останніх десяти років послідовно впроваджувала програму скорочення витрат електрики на 30% та води на 20%. Варто зазначити, що на підприємствах мережі, які безпосередньо мають дотик до дикої природи, в ході будівництва та оздоблення готелів практикується використання натуральних матеріалів [44].

Marriott International декларує та дотримується в роботі своїх готельних підприємств принципів бережливого та розумного відношення до використання ресурсів, мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище. Серед співробітників мережі проводиться постійна просвітницька діяльність, яка спрямована на ідею збереження природного балансу, недоторканості флори, фауни та природного ландшафту [44].

Мережа Marriott змогла зменшити свої витрати на гаряче водопостачання та каналізацію майже на 20% завдяки розміщенню в номерах готелів карток із закликом до гостей повторно використовувати постільну білизну та рушники.

Один із найяскравіших прикладів розвитку енергозберігаючих «зелених» технологій – готель JW Marriott у Сінгапурі. Навіс, що закриває майже 3 га прилеглої до готелю території, схожий на криву океанської хвилі. При цьому кути нахилу алюмінієвої структури розроблені таким чином, що потік повітря забезпечує охолодження території на 1-2 градуси без будь-яких систем кондиціонування. Проект розроблено таким чином, що дозволяє збирати дощову воду, також на ньому встановлено сонячні, завдяки яким висвітлюється фасад будівлі. Обмежити інфрачервоні хвилі, які зменшують кількість тепла, не обмежуючи при цьому проходження світла допомагає спектральне скло. Отже, не витрачаються кошти на охолодження, а номери залишаються прохолоднішими [10].

Готель Marina Bay Sands теж застосовує «зелені» технології. В готелі впроваджено інтелектуальну систему контролю за освітленням, обігрівом та водопостачанням, а також регенеративні двигуни для ліфтів, які вимагають на 40% менше енергії, ніж звичайні. Широко відомий готель – сад ParkRoyal має у своєму інженерному арсеналі датчики дощу, сонячні батареї та природне озеленення [10].

Загалом можна сказати, що еко-готелі набувають все більшої популярності в світі. Впроваджують нові технології ресурсозбереження в готелях, удосконалюються послуги для гостей еко-готелів.

1.3. Рівень розвитку послуг еко-готелів в Україні

В Україні еко-готелі лише починають набувати популярності та розвитку. Даний вид діяльності потребує значних фінансових інвестицій, оскільки будівництво еко-готелю потребує вкладання значних коштів. Проте, вже наразі в країні існують еко-готелі, які пропонують значний перелік еко-послуг для своїх гостей. Деякі еко-готелі мають різні сертифікати та ознаки екологічності послуг.

Екологізація готельної сфери є фактором який сприятиме залученню більшої кількості туристів до країни, адже все більше туристів прагнуть відпочивати в еко-готелях, вживати екологічну їжу, і взагалі мінімізувати шкідливий вплив на навколишнє середовище під час свого відпочинку. Саме такі види готелів як еко-готелі, зелені садиби, еко-бази для відпочинку мають значний шанс для розвитку на теренах України, передумовою для цього виступають наявні природні ресурси в країні.

Варто зазначити, що в Україні розвиток системи екологічно сертифікації розпочався нещодавно, а саме після підписання Україною угоди про асоціацію з ЄС, згідно до якої Україна має провести роботу адаптації системи технічного

регулювання до вимог міжнародних та європейських стандартів, які є єдиними та уніфікованими.

Основні види екологічної сертифікації та екологічного маркування в сфері готельних послуг в Україні подані на рис. 1.11.

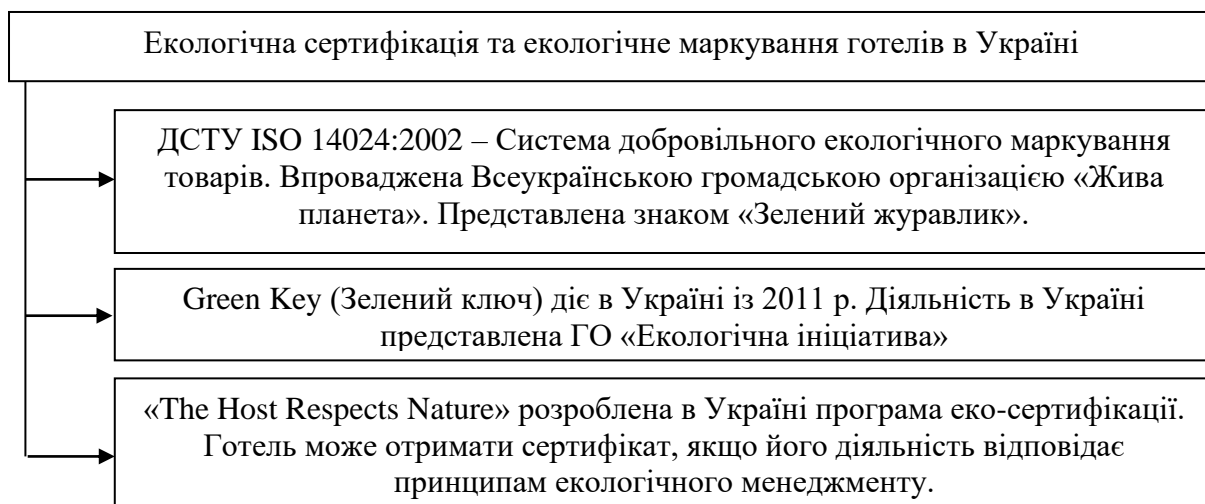


Рис. 1.11. Основні системи екологічної сертифікації та маркування готельних підприємств в Україні

Джерело: складено автором на основі [21]

Не дивлячись на існуючі можливості отримання еко-сертифікатів, в Україні сертифікат «Green Key» мають лише 7 готелів (рис. 1.12).

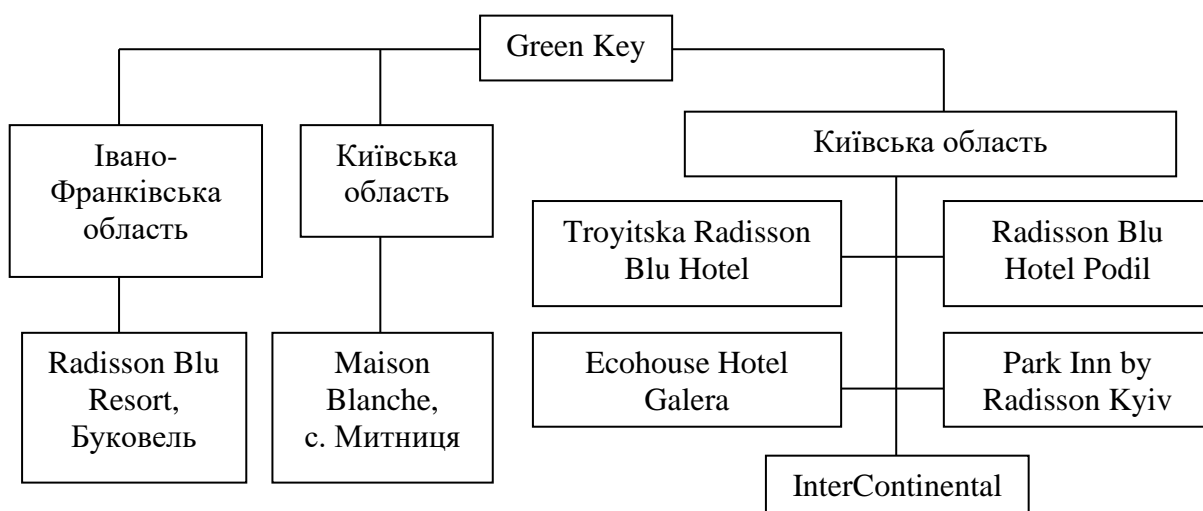


Рис. 1.12. Готелі України, які мають сертифікат Green Key

Джерело: складено автором на основі [9]

Як видно з рис. 1.12, серед готелів, які мають сертифікацію від Green Key в Україні, 4 із 7 це готелі міжнародної мережі Radisson Blu. В готелях цієї мережі значну увагу приділяють програмі «Відповідального бізнесу».

Проте, в Україні діють і не сертифіковані еко-готелі, які позиціонують себе, як еко-френдлі. Найбільш цікавими та популярними серед них є наступні.

Еко-готель «Бунгало» - розташований в с. Поляниця, Івано-Франківська область. Готель побудовано на теренах первісної природи та свіжого гірського повітря, з дикого зрубу за старовинними технологіями. Гостей готелю пригостять стравами автентичної карпатської кухні [12].

Сімейний еко-готель «Красна Поляна», ще один готель в с. Поляниця. Гостям пропонує не лише відпочинок на свіжому повітрі, а і можливість спробувати зануритися в карпатські чани та басейн з підігрівом. На території готелю діє лижна школа, також є можливість відвідати резиденцію Святого Миколая [12].

Перший в Україні бабл-готель GM Eco Bubble Hotel, с. Яблуниця – цей готель являє собою містечко, номери готелю мають форму напівсфер, та виглядають як бульбашки. Навколо готелю дикий гірський ліс. Під час відпочинку туристи можуть не лише насолоджуватися видом на гори, а й ходити по гірським стежкам, відпочивати в лісі та біля озера. Всі матеріали, які було використано під час будівництва номерів є екологічними.

Еко-готель «Ковчег», с. Вижниця, розташований на вершині гори Мегура. Всі номери побудовані з дерева, гірська джерельна вода просто тече з крану в номері. Чисте гірське повітря, смачні страви домашньої традиційної української, гуцульської, єврейської, румунської кухні. Натуральний мед та трав'яні і ягідні чаї [12].

Еко-готель «Вище Неба», с. Поляниця. Розташований в самому серці Карпат, дерев'яний екологічно чистий готель. Номери мають шикарний вид на гори. Оздоблення номерів з екологічної деревини. Широкий вибір СПА та масажних процедур [12].

Еко-готель «Слов'янка» в с. Славське, Львівська область. Розташований на березі річки Славка у підніжжя гори. Під час відпочинку у гостей є можливість ходи в ліс збирати гриби, ягоди, лікарські рослини. Будівля готелю виконана з соснового бруса, а номери оздоблені натуральною деревиною. Всі ліжка мають ортопедичні матраці [7].

Еко-готель «Friend House», розташований під м. Дніпро. Побудовано готель неподалік річки Орель у лісовій зоні, з екологічних біорозкладних матеріалів. Навіть світлотехніка та умивальник у ванній кімнаті кожного номера виконані з дерева. Частина приміщень має своєрідні стіни з великою кількістю вікон [18].

Еко-готельний комплекс – Заміський клуб «Шишкін» розташований в Чернігівській області, с. Снов'янка. Готель знаходиться в лісовій смузі. Територія готелю закрита та охороняється. Будівля з екологічної деревини, наявність СПА-процедур, смачна домашня кухня. На території готелю прокладена «Стежка здоров'я», прогулянка по якій дарує насолоду від природних красот [8].

В Україні індустрія еко-готелів розвивається поступово, але країна має значний потенціал для розвитку готелів такого типу. Будівництво готелів еко-формату та переорієнтування вже існуючих готелів дозволить вирішити багато завдання одночасно:

- забезпечить економію ресурсів на рівні готельного підприємства;
- буде сприяти розвитку туристичного кластеру та формуванню екологічної інфраструктури в певному регіоні;
- сприятиме покращенню економічних показників за рахунок впровадженню еко-технологій;
- забезпечить формуванню ринку екологічної продукції та послуг;
- просуватимуть ідею «екологічного» (зеленого) способу життя в суспільстві;
- підвищить імідж регіонів та країни.

Важливим у діяльності еко-готелів є те, що вони зменшують негативний вплив на навколишнє середовище. Але для того, щоб бути справжнім еко-готелем необхідно пройти серйозну сертифікацію та відповідати певним вимогам, що наразі є доволі дорогим у фінансовому плані для більшості готелів. Отже, для розбудови еко-готелів в Україні необхідно впроваджувати заходи на рівні держави з підтримки, фінансування та інвестування даного виду готельних підприємств.

Висновки до розділу 1

У підсумку, можна сказати, що для ефективної та вдалої діяльності на ринку готельних послуг готель повинен підтримувати та підвищувати свою конкурентоспроможність. Забезпечення конкурентоспроможності готельних підприємств відбувається завдяки таким факторам, які характеризують організацію, послуги, рівень обслуговування та маркетингову діяльність.

Одним з головних показників конкурентоспроможності готелю є його імідж, який формується завдяки уявленню гостей від перебування в готелі та рівня і якості наданих їм послуг в готелі. Важливим чинником підвищення конкурентоспроможності готелю є його персонал, рівень кваліфікації та доброзичливе ставлення до гостей.

Оцінку рівня конкурентоспроможності готелю в першу чергу необхідно проводити з метою визначення місця готельного підприємства на ринку, та рівня розвитку його конкурентів. Конкурентоспроможність оцінюють за допомогою кількісних, якісних, вартісних та натуральних параметрів.

В наш час, все більшої популярності в світі набувають еко-готелі, основна мета яких скорочення негативного впливу на навколишнє середовище за рахунок впровадження ресурсозберігаючих технологій, надання екологічних послуги гостям, будівництво та оздоблення номерів з екологічно чистих матеріалів.

Для отримання знаку екологічного готелю необхідно пройти процедуру сертифікації. Наразі в світі існують різні системи сертифікації еко-готелів, найбільш розповсюдженими є Green Key та LEED. Серед відомих готельних мереж тренд екологізації набуває все більшої популярності, зараз вже 14 великих світових готельних мереж підтримують програму зменшення викидів вуглекислого газу.

В Україні еко-готелі лише починають набувати популярність. На сьогодні сертифікат Green Key отримали 7 готелів серед яких 4 готелі належать міжнародної мережі Radisson Blu. Проте, існують готелі, які не пройшли екологічну сертифікацію, але мають ознаки еко-готелів, оскільки збудовані на природі, з екологічних матеріалів, пропонують гостям екологічно чисту їжу та різний спектр еко-послуг.

Варто наголосити, що Україна має значний потенціал, для розвитку еко-готелів, завдяки наявності рекреаційного природного фонду, розвитку у сфері виробництва екологічної будівельної продукції, екологічно чистих продуктів харчування, розробці водо- та енергозберігаючих технологій.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКО-ГОТЕЛЮ «СЛОВ'ЯНКА»

2.1. Загальні відомості та організація роботи еко-готелю «Слов'янка»

Еко-готель «Слов'янка» засновано у 2009 році, у смт. Славське. Готель розташований поблизу річки Славка, саме від якої і надано назву готелю. Готель знаходиться в самому центрі гірськолижного курорту Славське.

Готель носить звання еко-готелю, оскільки при його будівництві використовувалися лише природні матеріали.

Юридична та фізична адреса готелю: Львівська область, Сколевський район, смт. Славське, вул. Устияновича, 88.

Організаційно-правова форма: Товариство з обмеженою відповідальністю «Еко-готель «Слов'янка».

Скорочена назва: ТОВ «Еко-готель «Слов'янка».

Форма власності: недержавна власність.

Розмір статутного капіталу: 3000,00 грн.

Основний вид діяльності за КВЕД:

55.10. Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування.

Інші види діяльності:

68.20. Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна.

Електронна пошта ТОВ «Готель «Слов'янка»: slovyanks1@ukr.net

Сайт готелю: <https://slovyanka.com>

Телефон: 38 097 215 10 05.

Місце розташування еко-готелю «Слов'янка» вважається одним з найкращих гірськолижних курортів в Україні. Тут поєднується мальовнича природа та різноманітність розваг, що у купі утворює гарні умови для кращого відпочинку.

Еко-готель «Слов'янка» розташований на величезній доглянутій території. У період з весни до пізньої осені відвідувачі готелю можуть купатися в річці, загоряти, збирати гриби, ягоди, лікарські рослини та взагалі просто відпочивати насолоджуючись мальовничою природою та чистим повітрям. Взимку гості готелю знайдуть теж безліч розваг катаючись на лижах, сноубордах, санях, або просто можуть попаритися в лазні та зіграти в більярд.

Номерний фонд еко-готелю «Слов'янка»: 8 котеджів на 22 номери в яких одночасно можуть розміщуватися 123 гостя. Класність номерів еко-готелю «Слов'янка» подана на рис. 2.1.

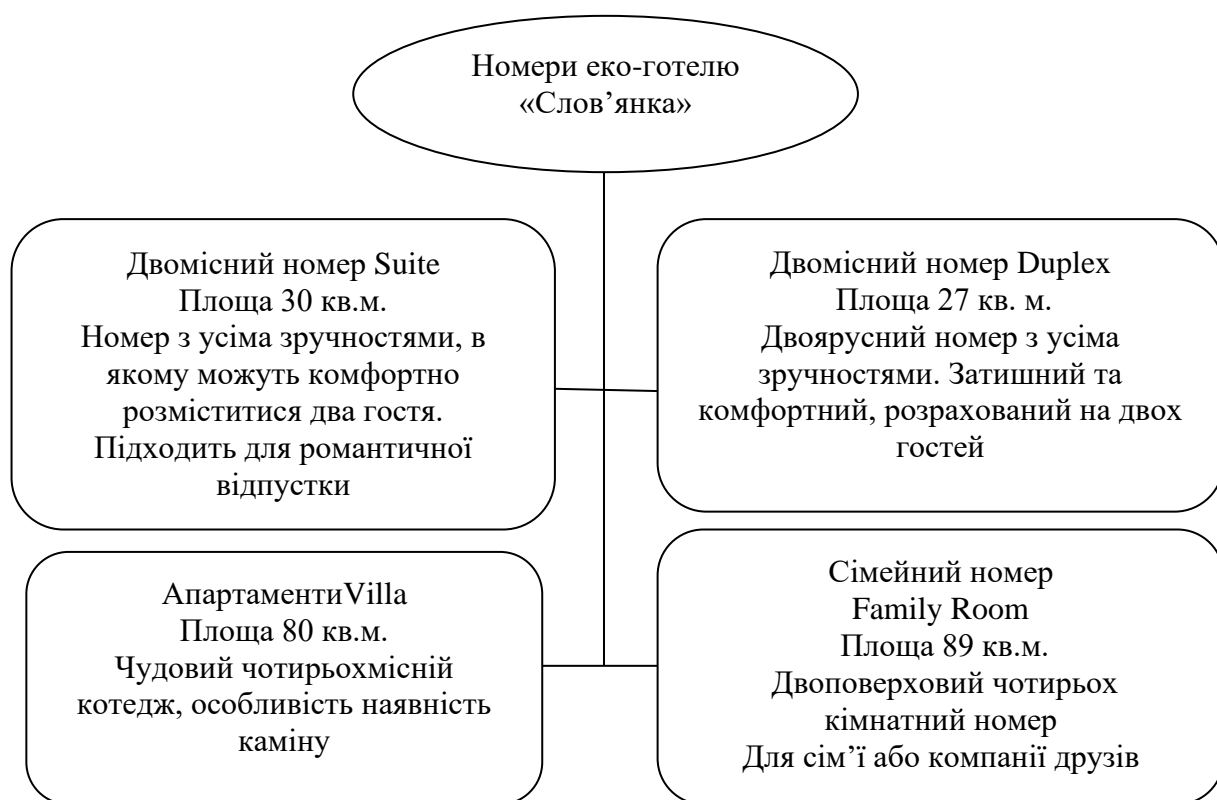


Рис. 2.1. Класність номерного фонду еко-готелю «Слов'янка»

Джерело: складено автором на основі [7]

Отже, еко-готель «Слов'янка» пропонує двомісні, чотирьохмісні та шестимісні номери для відпочинку гостей.

У табл. 2.1 подано коротку характеристику номерів еко-готелю «Слов'янка».

Таблиця 2.1

Коротка характеристика номерного фонду еко-готелю «Слов'янка»

Характерні ознаки	Двомісний номер Suite	Двомісний номер Duplex	Апартаменти Villa	Сімейний номер Family Room
Ліжко	1	1	3	3
Люди	2	2	4	6
Площа	30 кв.м.	27 кв.м.	80 кв.м.	89 кв.м.
Wifi	є на території	є на території	є на території	є на території
Супутникове TV	так	так	так	так
Сніданок	ні	ні	ні	ні
Додаткові місця	2 за додаткову плату	1 за додаткову плату	2 додаткові місця за додаткову плату на наявні ліжка	1 додаткове місце до 5 років

Джерело: складено автором на основі [7]

Розглянемо більш детально номери еко-готелю «Слов'янка».

Двомісний номер Suite – в готелі таких номерів 8. Це затишний номер з окремим входом, терасними меблями та балконом. Поділений візуально на дві зони: вітальню та спальню (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Двомісний номер Suite, еко-готель «Слов'янка»

Джерело: складено автором на основі [7]

Всі номери даного типу оздоблені двоспальними ліжками з ортопедичним матрацом. Також в номерах є шафа-купе, сейф, міні-холодильник, електричний чайник, диван, телевізор, журнальний столик. Ванна кімната оздоблена душовою кабіною, умивальником, санвузлом, феном. Гостям надаються набір косметики, махрові халати, тапки, рушники.

Двомісний номер Duplex – в готелі один номер з даної категорії. Це двоярусний номер, який має невелику терасу та окремий вхід. На першому поверсі розташовані: диван, шафа для одягу, дзеркало, сейф, холодильник, електричний чайник, телевізор, журнальний столик (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Двомісний номер Duplex, еко-готель «Слов'янка»

Джерело: складено автором на основі [7]

Ванна кімната розташована теж на першому поверсі, у ній встановлена душова кабіна, санвузол, умивальник. На другому поверсі розташовано двоспальне ліжко, яке має ортопедичний матрац. Гостям видаються махрові халати, тапки, набір косметики, рушники.

Апартаменти Villa – в готелі 3 номери з даної категорії. Це двоповерховий котедж, який має окремий вхід та терасу. На першому поверсі вітальня, яка оздоблена м'якими меблями, каміном, телевізором, міні-холодильником, сейфом, обіднім столом та стільцями, пуфом, журнальним столиком. Також є вішалка для одягу та багажне відділення (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Апартаменти Villa, еко-готель «Слов'янка»

Джерело: складено автором на основі [7]

На другому поверсі в кожній спальні двоспальне ліжко з ортопедичним матрацом, шафа купе та тумби. Ванні кімнати є на обох поверхах, на першому поверсі душ, санвузол, умивальник. На другому поверсі лише санвузол, біде та умивальник. Гостям надаються косметичні набори, халати, тапки, рушники.

Сімейний номер Family Room – в готелі 10 номерів даної категорії номерів. Двоповерховий номер з терасою. На першому поверсі розташована вітальня, яка оздоблена м'якими меблями, сейфом, електричним чайником, телевізором. Також ванна кімната в якій є душова кабіна, умивальник, унітаз (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Сімейний номер Family Room, еко-готель «Слов'янка»

Джерело: складено автором на основі [7]

Другій поверх номеру, на ньому 3 спальні кімнати, в кожній встановлені двоспальні ліжка з ортопедичними матрацами, шафи-купе та тумби. Ванна кімната на другому поверсі має біде, унітаз та умивальник. Всі гостям видаються косметичні набори, тапки, рушники та халати.

Варто зауважити, що еко-готель «Слов'янка» це цілий комплекс з розвинутою інфраструктурою. Всі гості готелю можуть безкоштовно користуватися стоянкою для автомобілів, відкритим басейном, відвідувати дитячі ігрові та спортивні майданчики, користуватися зручними лежачками та пляжними рушниками.

Послуги, які надаються гостям безкоштовно подані на рис. 2.6.



Рис. 2.6. Безкоштовні послуги для гостей еко-готелю «Слов'янка»

Джерело: складено автором на основі [7]

В табл. 2.2 подано прейскурант цін на основні послуги еко-готелю «Слов'янка» на сезон 2022 року.

Таблиця 2.2

Ціни на послуги еко-готелю «Слов'янка» на сезон 2022 року

Категорія номеру	К-ть основних місць	К-ть додаткових місць	За 1 добу, грн.					
			10.03.2022 – 09.05.2022		10.05.2022 – 30.06.2022		01.07.2022 – 29.08.2022	
			економ	вік-енд	економ	вік-енд	економ	вік-енд
			ПН-ЧТ	ПТ-НД святк.	ПН-ЧТ	ПТ-НД святк.	ПН-ЧТ	ПТ-НД святк.
Апартаменти Villa	4	2 дітей	2700	2900	2800	3000	2900	3100
Двомісний номер Suite Duplex	2	2 дітей	1000	1200	1550	1750	1650	1850
Сімейний номер Family Room	6	1 дитина	2000	2200	2800	3000	2900	3100
Додаткове місце (дитяче)	1 (до 10 років)	х	300	300	300	300	300	300
Додаткове місце	1 (від 10 років)	х	500	500	500	500	500	500

Джерело: складено автором на основі [7]

Варто зауважити, що на період військового стану при бронюванні номерів більше ніж на 30 днів діють знижки.

В готелі також діє програма лояльності для постійних клієнтів:

- картка комфорту (знижка 10%) – надається після третього відвідування;
- картка комфорту (знижка 15%) – надається після сьомого відвідування.

Всі знижки за картками діють після двох днів бронювання.

Додаткові послуги, які надаються в еко-готелі «Слов'янка» та їх коротка характеристика подані в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Додаткові послуги для гостей еко-готелю «Слов'янка»

Послуга	Характеристика
Лазня на дровах	Розрахована лазня на шість осіб, надаються рушники, шапочки, тапки та простирадла. Після того, як гості попарилися в лазні вони можуть пірнути до басейну з прохолодною водою та розслабитися в кімнаті відпочинку з чашечкою трав'яного чаю з медом
Басейн з підігрівом	Басейн 7 на 15 метрів, з терасою з навісом та лежачками. Плавання в басейні доступно з травня по вересень
Більярдна зала	Три столи для гри в більярд. Також працює бар з прохолодними напоями та закусками.
Настільний теніс	Стіл та інвентар для пінг-понгу. Влітку він встановлюється на вулиці, взимку в приміщенні.
Альтанка з мангалом	На території готелю розташовані альтанки з мангалами та дровами, їх гості можуть використовувати за окрему плату
Дитячий ігровий майданчик	Два дитячих майданчика, де діти можуть покататися на гойдалках, полазити на мотузках. Майданчики максимально безпечні та комфортні.
Вольєр з голубами	Це куточок в якому знаходяться спортивні голуби. Діти та і дорослі теж, дуже люблять за ними спостерігати
Конференц-зала	Знаходиться на верхньому залі ресторану. Тут можна проводити конференції, семінари, тренінги, презентації. В залі є все необхідне обладнання, проте можна привозити і своє обладнання
Прокат велосипедів	Власний пункт прокату велосипедів, для прогулянки в горах. Тут можна взяти як спортивний так і гірський велосипед
Спортивний майданчик	Обладнаний тренажерами спортивний майданчик для тих, хто не уявляє своє життя без спорту
Чани	Готель пропонує купання в чанах - це карпатське СПА, чани з відварами з лікарських трав

Джерело: складено автором на основі [7]

Також окремо варто зупинитися на пропонованих в готелі екскурсіях, їх маршрути подані на рис. 2.7.



Рис. 2.7. Екскурсійні маршрути, які пропонує еко-готель «Слов'янка»

Джерело: складено автором на основі [7]

На території готелю діє ресторан «Слов'янка» в якому пропонуються широкий вибір страв та напоїв традиційної національної української кухні, а також європейські страви.

Серед основних страв в ресторані можна скоштувати: телятину з грибами під зеленим соусом, телятину з овочами, ростбіф по-веллінгтонські, м'ясо по-угорські, курячу грудинку фаршировану гострим сиром. Або такі домашні страви, як: карпатські гриби тушковані в сметані, гуцульські голубці з томатною підливою, вареники з картоплею та грибним соусом, деруні з грибним соусом, вареники з вишнею та медом. Серед перших страв пропонується: бограч закарпатський, борщ український, подається із салом, суп-крем з гарбуза, суп-крем з броколі та лососем. В ресторані пропонується

широкий асортимент сніданків, салатів, риби, пасти, холодних закусок, гарячих сковорідок, м'яса, гарнірів, десертів, навіть пропонується дитяче меню (рис. 2.8).



Рис. 2.8. Приклад страв з меню ресторану «Слов'янка»

Джерело: [7]

Також пропонується широкий вибір алкогольних напоїв: джин, коньяк, бренді, ігристі вина, шампанське, віскі, ром, текіла, білі вина, червоні вина, закарпатські вина, настоянки, лікери, вермут, пиво, міцні домашні настоянки, алкогольні коктейлі. Серед безалкогольних напоїв пропонуються: натуральні напої власного приготування, газовані напої, соки, кава, чай, коктейлі безалкогольні, коктейлі молочні.

Розташований ресторан на другому поверсі будівлі, інтер'єр зроблено в аутентичному стилі (рис. 2.9).



Рис. 2.9. Ресторан «Слов'янка», еко-готель «Слов'янка»

Джерело: [7]

Ресторан має два зали, в кожному з яких можуть розташуватися від 80 до 100 гостей. Саме у ресторані зранку для гостей накривають сніданок.

Цікавим моментом є те, що зал «Кам'яниця» вирубаний у скелі гори, на схилі якої знаходиться ресторан. Гості також можуть розташуватися на свіжому повітрі на терасі, тут встановлені плетені меблі і можна вживати їжу та відпочивати і милуватися чудовими мальовничими краєвидами. Пропонується банкетне меню, отже в ресторані можна проводити весілля, ювілей та інші святкові заходи. Також на території ресторану є бар, де можна приємно провести час та випити напої з легкими закусками.

Отже, еко-готель «Слов'янка» пропонує відпочинок в готелі з натуральної деревини на свіжому чистому повітрі Карпат, смачну їжу, розваги, та цілий комплекс додаткових послуг.

2.2. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища еко-готелю «Слов'янка»

Для початку проаналізуємо стан внутрішнього середовища еко-готелю «Слов'янка». Розглянемо структуру номерного фонду готелю, яка подана на рис. 2.10.

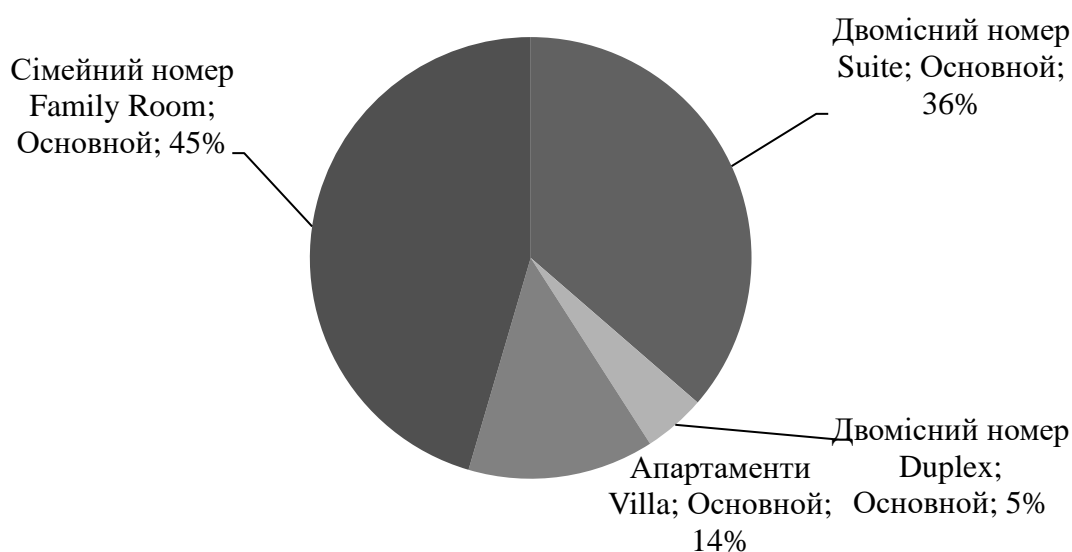


Рис. 2.10. Структура номерного фонду еко-готелю «Слов'янка»

Джерело: складено автором на основі [7]

Найбільшу вагу у структурі номерного фонду еко-готелю «Слов'янка» становлять номери класу сімейний номер Family Room – 45%, апартаменти Villa – 14%, двомісні номери Suite – 36% та двомісний номер Duplex – 5%.

Розглянемо доходи еко-готелю «Слов'янка» від кожного класу номерів у період 2019-2021 рр. (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

**Дохід від кожного класу номерів еко-готелю «Слов'янка»
у 2019-2021 рр., тис. грн.**

Клас номеру	2019	2020	2021	Відхилення 2020 від 2019		Відхилення 2021 від 2020	
				+/-	%	+/-	%
Двомісний номер Suite	2899,5	1496,9	2422,3	-1402,6	-48,38	925,4	61,82
Двомісний номер Duplex	375,9	203,2	362,3	-172,7	-45,94	159,1	78,3
Апартаменти Villa	1216,6	510,0	1235,4	-706,6	-58,08	725,4	142,2
Сімейний номер Family Room	2756,8	2040,0	3710,7	-716,8	26,0	1670,7	81,9
Разом	7248,8	4250,1	7730,7	-2998,7	-41,37	3480,6	81,9

Джерело: розраховано автором на основі внутрішніх даних готелю

Отже, у 2020 р. порівняно із 2019 р. загальний дохід від здачі номерів скоротився на 41,37% або на 2998,7 тис. грн., це сталося в результаті пандемічних обмежень (рис. 2.11).

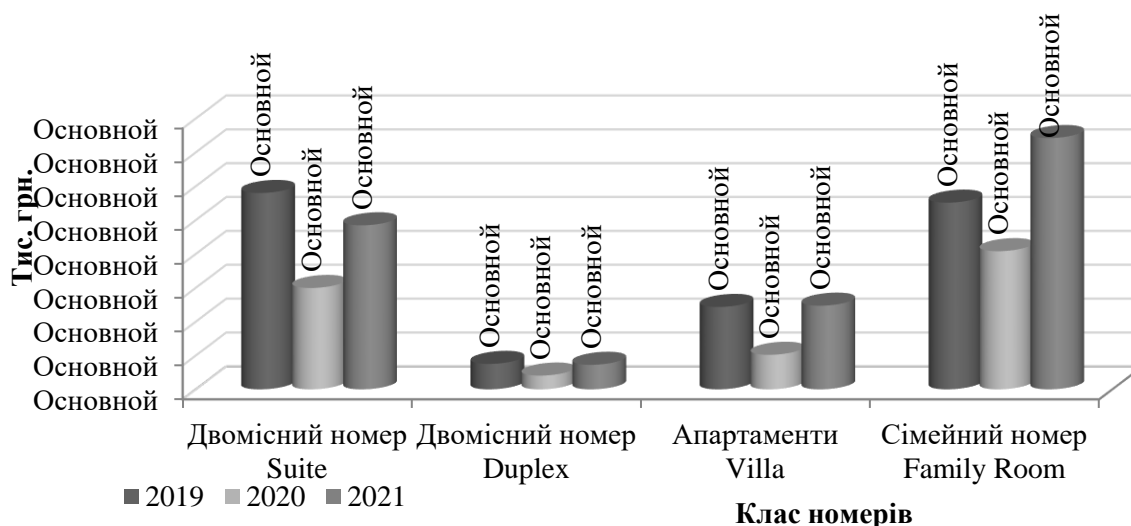


Рис. 2.11. Дохід від кожного класу номерів еко-готелю «Слов'янка» у 2019-2021 рр.

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних готелю

У 2021 р. порівняно із 2020 р. загальний дохід від здачі номерів зріс на 81,9% або на 3480,6 тис. грн. та у 2021 р. дорівнював 7730,7 тис. грн. На рис. 2.12 подано структуру доходів від кожного класу номерів еко-готелю у 2021 р.

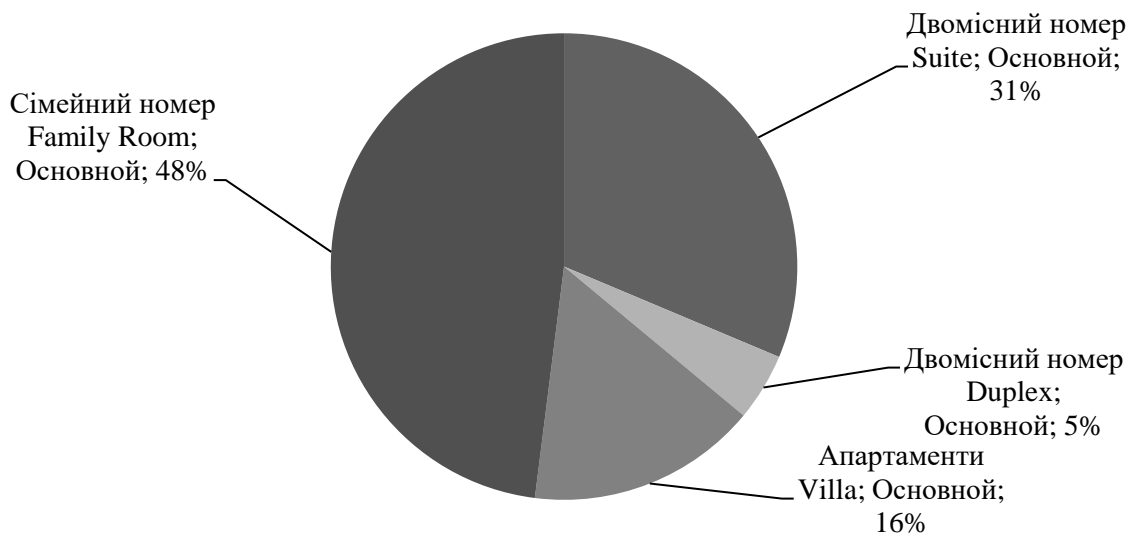


Рис. 2.12. Дохід від здачі номерів еко-готелю «Слов'янка» за класами номерів у 2021 р., тис. грн., %

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних готелю

Отже, найбільшу вагу у структурі доходів від здачі номерів еко-готелю «Слов'янка» у 2021 р. займають номери класу сімейний номер Family Room – 48 % або 3710,7 тис. грн. Двомісні номери Suite займають – 31% або 2422,3 тис. грн. апартаменти Villa – 16% або 1235,4 тис. грн. та двомісний номер Duplex – 5% або 362,3 тис. грн.

Проаналізуємо загальний дохід еко-готелю «Слов'янка» у 2019-2021 рр. (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Загальний дохід еко-готелю «Слов'янка» у 2019-2021 рр., тис. грн.

Вид послуг	2019	2020	2021	Відхилення 2020 від 2019		Відхилення 2021 від 2020	
				+/-	%	+/-	%
Основні послуги	7248,8	4250,1	7730,7	-2998,7	-41,37	3480,6	81,9
Додаткові послуги	1025,4	371,4	1128,7	-654,0	-63,8	757,3	В 2 р.
Разом	8274,2	4621,5	8859,4	-3652,7	-44,15	4237,9	91,7

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних готелю

Як видно із табл. 2.5 загальний дохід еко-готелю «Слов'янка» від наданих основних та додаткових послуг у 2020 р. порівняно із 2019 р. характеризується зменшенням на 44,15% або на 3652,7 тис. грн., що є наслідком пандемічних обмежень. У 2021 р. порівняно із 2020 р. ситуація значно покращується, так загальний дохід готелю зріс на 91,7% або на 4237,9 тис. грн., та у 2021 р. він дорівнює 8859,4 тис. грн. Дохід від додаткових послуг у 2020 р. порівняно із 2019 р. характеризується зменшенням на 63,8% або на 654,0 тис. грн., у 2021 р. порівняно із 2020 р. він зріс в 2 рази або на 757,3 тис. грн. і дорівнює 1128,7 тис. грн. На рис. 2.13 подано структуру загального доходу еко-готелю «Слов'янка» у 2019-2021 рр.

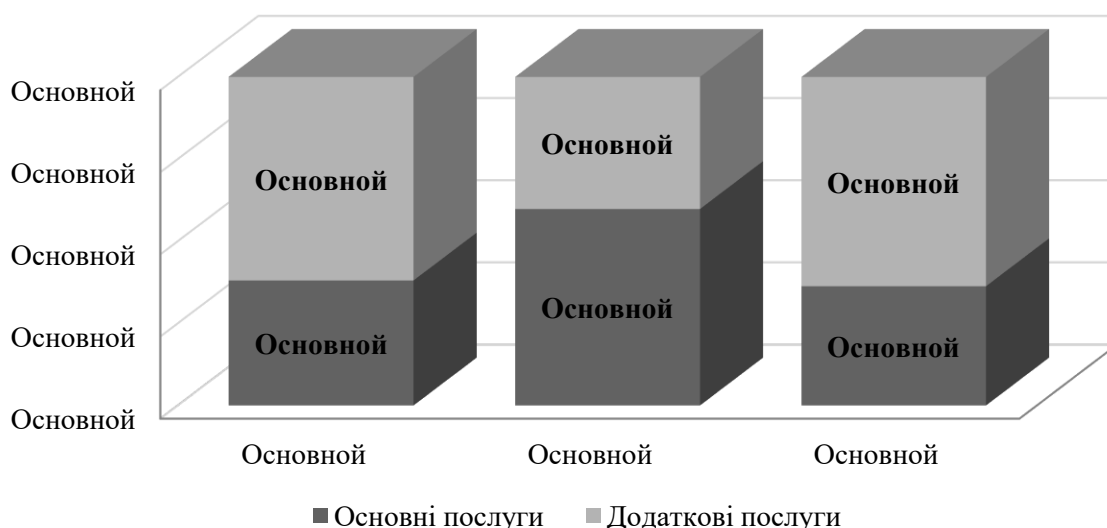


Рис. 2.13. Структура загального доходу еко-готелю «Слов'янка» за видами послуг у 2019-2021 рр., %

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних готелю

Отже, у 2019 р. основні послуги у структурі загального доходу готелю становлять 87,61%, додаткові – 12,39%. У 2020 р. основні послуги у структурі загального доходу займають 91,96%, додаткові 8,04%. У 2021 р. додаткові послуги становлять – 87,26%, додаткові – 12,74%.

Далі проведемо аналіз виробничої програми еко-готелю «Слов'янка» у 2019-2021 рр. (табл. 2.6). Виробнича програма – це об'єм послуг в

натуральному та вартісному вираженні. Від об'єму послуг залежить багато економічних показників діяльності готелю.

Таблиця 2.6

Аналіз виробничої програми еко-готелю «Слов'янка» у 2019-2021 рр.

Показник	2019	2020	2021	Відхилення 2020 від 2019		Відхилення 2021 від 2020	
				+/-	%	+/-	%
Одночасна місткість, місць	123	123	123	0	0	0	0
Кількість днів в періоді	365	276	365	-89	-24,4	89	32,2
Максимальна пропускна здатність, номеро-ночей	44895	33948	44895	-10947	-24,4	10947	32,2
Кількість простоїв, номеро-ночей	12	14	11	2	16,67	3	21,43
Можлива пропускна здатність, номеро-ночей	44883	33934	44884	-10949	-24,4	10950	32,3
Кількість оплачених номеро-ночей	25119	9602	27828	-15517	-61,77	18226	189,8
Кількість оплачених номерів	8030	2815	6878	-5215	-64,94	4063	144,3
Кількість гостей	4042	1215	4345	-2827	-69,94	3130	В 2,5 р.
Середній час проживання гостя, днів	6,2	7,9	6,4	1,7	27,42	-1,5	-18,9
Коефіцієнт завантаження	56%	28,3%	62%	-27,7	x	33,7	x
Виручка від експлуатації номерного фонду, тис. грн.	7248,8	4250,1	7730,7	-2998,7	-41,37	3480,6	81,9
Середня вартість номеру, грн.	902,7	1509,8	1123,4	607,1	67,25	-386,4	-25,6
Витрати готелю, тис. грн.	5089,6	3142,2	5176,9	-1947,4	-38,26	2034,7	64,75
Середні витрати на 1 номеро-ніч, грн.	633,8	1116,2	752,7	482,4	76,11	-363,5	-32,6

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних готелю

* у 2020 р. готель не працював в наслідок карантину (із 12.03.2022р по 10.06.2022 р.)

За проведеним аналізом виробничої програми ко-готелю «Слов'янка» у 2019-2021 рр. визначено, що максимальна пропускна потужність готелю у 2019р. та у 2021 р. становила 44895 номеро-ночей. У 2020 р. вона дорівнювала 33948 номеро-ночей. Кількість простоїв номеро-ночей з приводу ремонту готелю, у 2019 р. становила 12 номеро-ночей, у 2020 р. – 14 номеро-ночей, у 2021 р. – 11 номеро-ночей.

У 2020 р. порівняно із 2019 р. кількість оплачених номер-ночей зменшилась на 61,77%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вона характеризується зростанням на 189,8%. Кількість оплачених номерів у 2020 р. порівняно із

2019р. зменшилась на 64,94%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вона зросла на 144,3% та становить 6878 номерів. Кількість гостей готелю у 2020 р. порівняно із 2019 р. скоротилась на 69,94%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вона зросла в 2,5 рази та становить 4345 гостей.

Середній час проживання гостей в еко-готелі «Слов'янка» становить від 6,2 дні у 2019 р. до 7,9 дні у 2020 р. Коефіцієнт завантаження у 2019 р. дорівнював 56%, у 2020 р. – 28,3%, у 2021 р. – 62%. Середня вартість номеру у 2019 р. становила 902,7 грн., у 2021 р. – 1123,4 грн. Середні витрати на 1 номеро-ніч у 2019 р. становили 633,8 грн., у 2021 р. – 752,7 грн. Витрати готелю у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшились на 38,26%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. витрати зросли на 64,75% та становлять 5176,9 тис. грн.

Розглянемо організаційну структуру еко-готелю «Слов'янка» (рис. 2.14).

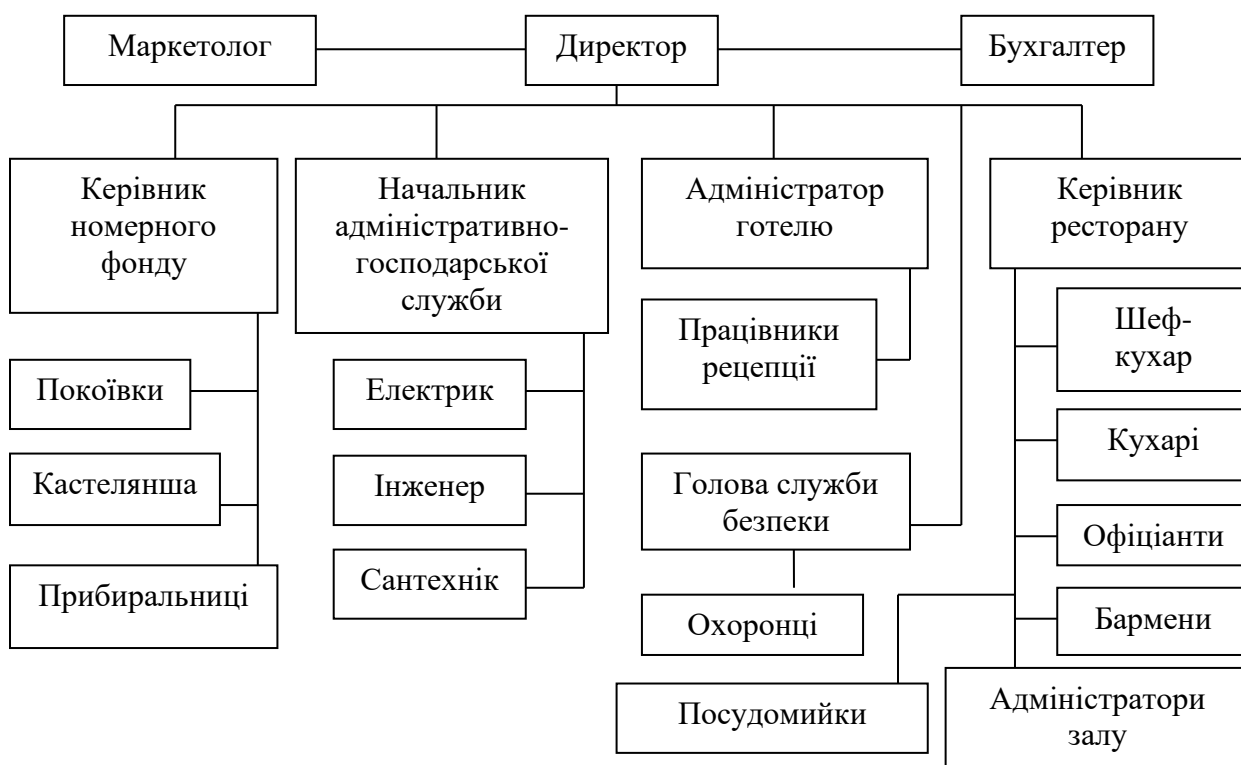


Рис. 2.14. Організаційна структура еко-готелю «Слов'янка»

Джерело: складено автором на основі даних готелю

Організаційна структура еко-готелю «Слов'янка» є лінійно-функціональною. Керує еко-готелем «Слов'янка» директор, безпосередньо в

його підпорядкуванні знаходяться: маркетолог, бухгалтер, керівник номерного фонду, начальник адміністративно-господарської служби, голова служби безпеки готелю, адміністратор готелю та керівник ресторану.

До обов'язків директора належить управління готелем. Планування його діяльності, затвердження наказів, підписання угод, розробка стратегії роботи готелю. Маркетолог поводить аналіз ринку готельних послуг, вивчає конкурентне становище готелю на ринку, розробляє рекламні заходи для готелю. Бухгалтер веде всю фінансову та облікову звітність готелю.

У підпорядкуванні керівника номерного фонду знаходяться прибиральниці, покоївки та кастелянша. Начальник адміністративно-господарської служби керує інженером, електриком та сантехніком. Керівник ресторану керує рестораном, формує меню ресторану, формує списки необхідних продуктів для ресторану. В його підпорядкуванні знаходяться: адміністратори залу, шеф-кухар, кухарі, бармени, офіціанти, посудомийки. Адміністратор готелю керує працівниками на рецепції. У підпорядкуванні голови служби безпеки знаходяться охоронці готелю. У табл. 2.7 подано штатний розпис еко-готелю «Слов'янка».

Таблиця 2.7

Штатний розпис еко-готелю «Слов'янка» на 2021 рік

Посада	Кількість працівників	Заробітна плата за 1 місяць, грн.
1	2	3
Директор	1	20600,00
Маркетолог	1	8600,00
Бухгалтер	1	9200,00
Керівник номерного фонду	1	7800,00
Начальник адміністративно-господарського відділу	1	7800,00
Керівник ресторану	1	8200,00
Адміністратор готелю	2	7600,00
Голова служби безпеки	1	8400,00
Покоївка	3	5800,00
Прибиральниця	3	5100,00
Кастелянша	1	4800,00
Інженер	1	6200,00
Сантехнік	1	6500,00
Електрик	1	6500,00

Продовження табл. 2.7

1	2	3
Працівник рецепції	3	6500,00
Охоронець	4	6200,00
Посудомийка	2	5600,00
Шеф-кухар	1	7500,00
Кухар	2	6800,00
Бармен	2	6500,00
Офіціант	4	6500,00
Адміністратор залу	2	7200,00
Разом	39	x

Джерело: складено автором на основі даних готелю

Як видно із штатного розпису еко-готелю «Слов'янка» (табл. 2.7) станом на 2021 р. у готелі працювало 39 осіб. Проаналізуємо використання трудових ресурсів еко-готелю «Слов'янка» у період 2019-2021 рр. (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

**Аналіз використання трудових ресурсів еко-готелю «Слов'янка»
у 2019-2021 рр.**

Показник	2019	2020	2021	Відхилення 2020 від 2019		Відхилення 2021 від 2020	
				+/-	%	+/-	%
Середня чисельність персоналу, осіб	37	37	39	0	0	2	5,4
Дохід від реалізації послуг, тис. грн.	8274,2	4621,5	8859,4	-3652,7	-44,15	4237,9	91,7
Кількість обслугованих клієнтів, осіб	4042	1215	4345	-2827	-69,94	3130	В 2,5 р.
Продуктивність праці у вартісному виразі, тис. грн. / ос.	223,63	124,9	227,16	-101,73	-45,5	102,26	81,9
Продуктивність праці у натуральному виразі, клієнтів / ос.	109	33	111	-76	-69,72	78	В 2,3 р.

Джерело: розраховано автором на основі внутрішніх даних готелю

За проведеним у табл. 2.8 аналізом використання трудових ресурсів еко-готелю «Слов'янка» бачимо, що продуктивність праці у вартісному виразі у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшилась на 101,73 тис. грн./ ос. або на 45,5 %, таке зниження сталося в результаті пандемічних обмежень. У 2021 р. порівняно

із 2020 р. продуктивність праці у вартісному виразі зросла на 102,26 тис. грн. / ос. або на 81,9%. Продуктивність праці у натуральному виразі має наступні значення, у 2019 р. на кожного працівника припадає 109 клієнтів, у 2020 р. – 33 клієнти, у 2021 р. 111 клієнтів. Загалом, можна сказати, що у 2021 р. продуктивність праці в еко-готелі «Слов'янка» у вартісному та натуральному виразах характеризується зростанням.

Далі проведемо аналіз основних економічних показників готелю у період 2019-2021 рр. (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

**Аналіз основних економічних показників діяльності еко-готелю
«Слов'янка» у 2019-2021 рр.**

Показники	2019	2020	2021	Відхилення 2020 від 2019		Відхилення 2021 від 2020	
				+/-	%	+/-	%
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	8274,2	4621,5	8859,4	-3652,7	-44,15	4237,9	91,7
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	5957,4	3185,6	6195,3	-2771,8	-46,53	3009,7	94,48
Собівартість у відсотках до виручки, %	72,0	68,9	69,9	-3,1	x	1,0	x
Валовий прибуток, тис. грн.	2316,8	1435,9	2664,1	-880,9	-38,02	1228,2	85,53
Інші операційні доходи, тис. грн.	215,6	85,2	274,2	-130,4	-60,48	189,0	В 2,2 р.
Адміністративні витрати, тис. грн.	621,5	521,6	648,3	-99,9	-16,07	126,7	24,3
Витрати на збут, тис. грн.	84,6	21,8	80,2	-62,8	-74,23	58,4	В 2,7 р.
Інші операційні витрати, тис. грн.	56,9	45,3	66,8	-11,6	-20,38	21,5	47,46
Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток / збиток, тис. грн.	1769,4	932,4	2143,0	-837,0	-47,3	1210,6	129,84
Інші доходи	125,6	28,3	62,3	-97,3	-77,47	34,0	120,14
Інші витрати	44,7	49,7	59,4	5,0	11,18	9,7	19,51
Фінансовий результат до оподаткування прибуток / збиток, тис. грн.	1850,3	911,0	2145,9	-939,3	-50,76	1234,9	135,55
Податок на прибуток, тис. грн.	336,2	164,0	398,3	-172,2	-51,22	234,3	142,86
Чистий прибуток / збиток, тис. грн.	1514,1	747,0	1747,6	-767,1	-50,66	1000,6	133,95

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності готелю

За даними в табл. 2.9 бачимо, що чистий дохід еко-готелю «Слов'янка» у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 44,15%, у 2021 р. порівняно із 2020 р він зріс на 91,7% та становить 8274,2 тис. грн. На рис. 2.15 подано формування основних економічних показників готелю у період 2019-2021 рр.

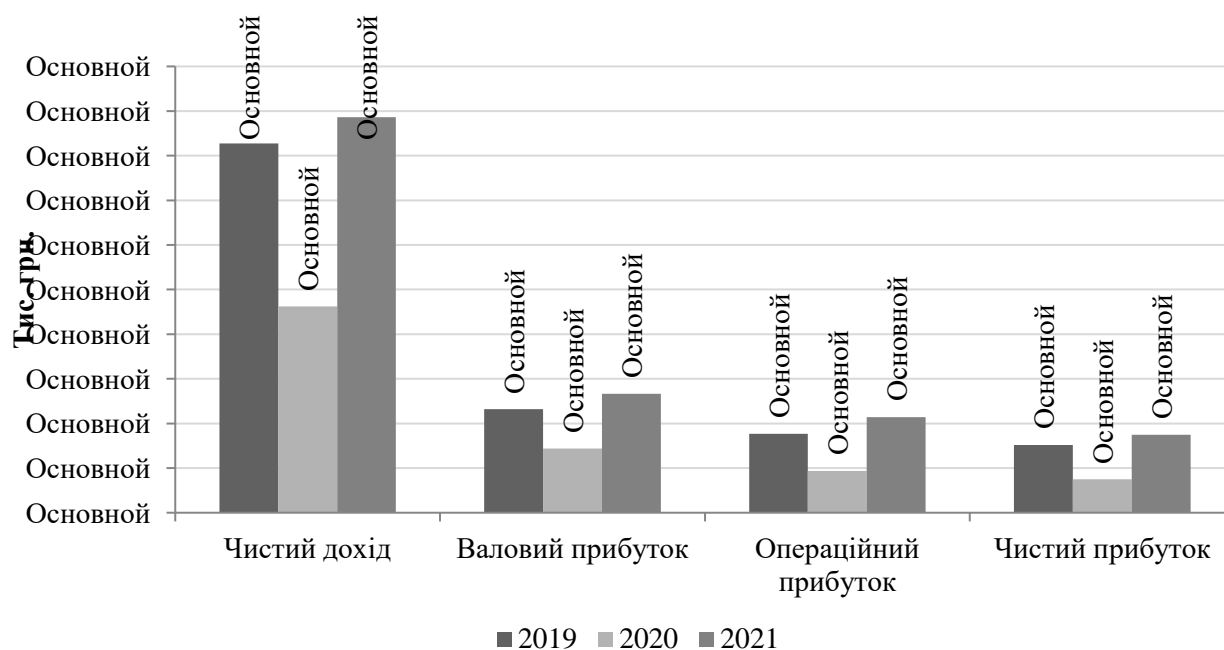


Рис. 2.15. Формування основних економічних показників еко-готелю «Слов'янка» у 2019-2021 рр., тис. грн.

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності готелю

Собівартість наданих послуг у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшилась на 46,53%. У 2021 р. порівняно із 2020 р. вона характеризується зростанням на 94,48%. У загальній структурі чистого доходу собівартість наданих послуг у 2019 р. становила 72,0%, у 2020 р. – 68,9%, у 2021 р. – 69,9%.

Валовий прибуток готелю у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 38,02% або на 880,9 тис. грн., у 2021 р. порівняно із 2020 р. він характеризується зростанням на 85,53% або на 1228,2 тис. грн., так у 2021 р. він становить 2664,1 тис. грн. Інші операційні доходи готелю у 2021 р. порівняно із 2020 р. зросли у 2,2 рази та у 2021 р. дорівнюють 274,2 тис. грн.

Адміністративні витрати у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшились на 16,07%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вони зросли на 24,3% та становлять 648,3

тис. грн. Витрати на збут у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшилися на 74,23%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вони зросли в 2,7 рази. Інші операційні витрати у 2021 р. порівняно із 2020 р. зросли на 47,46%.

Фінансовий результат від операційної діяльності у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 47,3% або на 837,0 тис. грн., у 2021 р. порівняно із 2020 р. він зріс на 129,84% або на 1210,6 тис. грн., так у 2021 р. він становив 2143,0 тис. грн. Інші доходи готелю у 2021 р. порівняно із 2020 р. зросли на 120,14%. Інші витрати у 2021 р. порівняно із 2020 р. зросли на 120,14%. Прибуток до оподаткування становив у 2020 р. 911,0 тис. грн., та був менше на 939,3 тис. грн. або на 50,76% ніж у 2019 р. У 2021 р. порівняно із 2020 р. він зріс на 135,55% або на 1234,9 тис. грн. та становив 2145, тис. грн. Чистий прибуток у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 50,66% або на 767,1 тис. грн., у 2021р. порівняно із 2020 р. він зріс на 133,95% або на 1000,6 тис. грн., так у 2021 р. чистий прибуток готелю становив 1747,6 тис. грн. Загалом, проведений аналіз основних економічних показників еко-готелю «Слов'янка» у показав, що підприємство є прибутковим та нарощує свої доходи та прибутки.

Проведемо аналіз показників рентабельності досліджуваного еко-готелю «Слов'янка» у 2019-2021 рр. (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

**Аналіз показників рентабельності еко-готелю «Слов'янка»
у 2019-2021 рр.**

Показник	2019	2020	2021	Відхилення (+/-)	
				2020 від 2019	2021 від 2020
Рентабельність продажу, %	18,3	16,16	19,73	-2,14	3,57
Рентабельність послуг, %	25,41	23,44	28,21	-2,01	4,77
Рентабельність активів, %	23,41	11,39	26,28	-12,02	14,89
Рентабельність власного капіталу, %	61,41	29,05	65,49	-32,36	36,44

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності готелю

Отже, як видно із табл. 2.10 видно, що у 2020 р. порівняно із 2019 р. всі досліджувані показники рентабельності характеризуються зменшенням, що є

наслідком зниження суми чистого прибутку готелю у 2020 р. в результаті пандемічних обмежень. У 2021 р. показник рентабельності продажу дорівнює 19,73%, тобто кожна гривня чистого доходу готелю принесла 0,1973 грн. чистого прибутку. Рентабельність послуг у 2021 р. становить 28,21%, тобто на кожну гривню собівартості припадає 0,2821 грн. чистого прибутку. Рентабельність активів у 2021 р. становить 26,28%, отже на кожну гривню активів готелю припадає 0,2628 грн. чистого прибутку. Рентабельність власного капіталу готелю 2021 р. становить 65,49%, тобто кожна гривня власного капіталу утворила 0,6549 грн. чистого прибутку. Отже, як бачимо, еко-готель «Слов'янка» є рентабельним, показники його рентабельності зростають.

Далі проаналізуємо зовнішнє середовище еко-готелю «Слов'янка», для цього спочатку проведемо аналіз впливу факторів макросередовища на діяльність готелю (табл. 2.11). Оцінку впливу факторів проведемо за шкалою від -10 балів до +10 балів. Отже, -10 – найбільш негативний вплив, +10 найбільш позитивний вплив.

Таблиця 2.11

Аналіз факторів макросередовища еко-готелю «Слов'янка»

Сфера макросередовища	Назва фактора	Оцінка впливу факторів
1	2	3
1. Політично-правова	1.1. Зростання податкового навантаження	-8
	1.2. Стабільна політична ситуація в країні	+9
	1.3. Введення нових податків та зборів	-7
Разом		-6
2. Економічна	2.1 Зменшення доходів населення	-5
	2.2. Зниження курсу національної валюти	-5
	2.3. Зростання інфляції	-5
	2.4. Кризові явища в економіці	-6
Разом		-26
3. Екологічна	3.1. Стан навколишнього середовища	+9
	3.2. Забрудненість повітря	-6
	3.3. Якість та екологічність продуктів харчування	+8
Разом		+11
4. Соціально-демографічна	4.1 Зростання якості життя	+9
	4.2. Підвищення рівня купівельної спроможності населення	+7

Продовження табл. 2.11

1	2	3
	4.3. Демографічне зростання	+7
	4.4. Покращення рівня освіти та здоров'я населення	+8
Разом		+31
5. Технологічна	5.1. Зростання рівня НТП	+7
	5.2. Розвиток та впровадження сучасних інформаційних технологій в роботу готелів	+8
	5.3. Підвищення якості послуг та продукції	+8
Разом		+23
6. Міжнародна	6.1. Обмеження пересування населення	-10
	6.2. Конфлікти в країнах та регіонах	-9
	6.3. Візові обмеження	-7
	6.4. Укладання угод з різними країнами світу	+6
Разом		-20
Загальний вплив факторів макросередовища		+13

Джерело: складено автором на основі проведеного аналізу

Таким чином, із проведеного аналізу впливу макросередовища на діяльність еко-готелю «Слов'янка» визначено, що вони здійснюють на нього більш позитивний, ніж негативний вплив. Загальний вплив факторів дорівнює +13 балів. Найбільший позитивний вплив на діяльність еко-готелю «Слов'янка» здійснюють фактори соціально-демографічної сфери +31 бал, серед них найбільший вплив здійснює зростання якості життя. Фактори технологічної сфери теж здійснюють позитивний вплив на готель +23 бали. Найбільший вплив роблять розвиток та впровадження сучасних інформаційних технологій в роботу готелів і підвищення якості послуг та продукції. Фактори екологічної сфери теж здійснюють позитивний вплив, за даною категорією отримано +11 балів.

Негативний вплив на діяльність еко-готелю «Слов'янка» здійснюють фактори економічної сфери -26 балів. Найбільш негативно впливають кризові явища в економіці. Фактори міжнародного середовища теж здійснюють негативний вплив за даною категорією отримано -20 балів, найбільш негативний вплив роблять обмеження пересування та конфлікти в країнах та регіонах. Негативний вплив здійснюють і фактори політично-правової сфери -6 балів. Отже, можна сказати, що на діяльність роботи еко-готелю «Слов'янка»

фактори макросередовища здійснюють, як негативний так і позитивний вплив, підприємство певною мірою є залежним від цілого спектру різних факторів макросередовища.

Далі проведемо бальну оцінку рівня конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» за 10-ю шкалою серед основних його конкурентів на ринку готельних послуг (табл. 2.12). Оцінка здійснювалася серед готелів, які розташовані теж в смт. Славське.

Таблиця 2.12

Бальна оцінка конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» на ринку готельних послуг серед основних конкурентів

Показники	«Слов'янка»	«Перлина Карпат»	«Шале Фільварок»	«Двір княжої корони»
Місце розташування	10	10	10	10
Відомість на ринку готельних послуг регіону	8	7	7	8
Середній рівень завантаженості	6	6	7	8
Популярність серед населення	7	6	7	7
Рівень професіоналізму персоналу	8	6	9	8
Якість основних послуг	8	7	9	8
Асортимент додаткових послуг	9	8	9	9
Якість рекламних засобів	6	8	8	8
Екологічність	9	6	7	5
Цінова політика	7	8	6	6
Загальна оцінка	78	72	79	77

Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження

За проведеною оцінкою конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» серед його основних конкурентів, готелів, які розташовані безпосередньої в смт. Славське, визначено, що найбільшу кількість балів отримав готель «Шале Фільварок» - 79 балів, еко-готель «Слов'янка» отримав - 78 балів, готель «Двір княжої корони» - 77 балів, та готель «Перлина Карпат» - 72 бали. На рис. 2.16 відображено багатокутник конкурентоспроможності досліджуваних готелів.

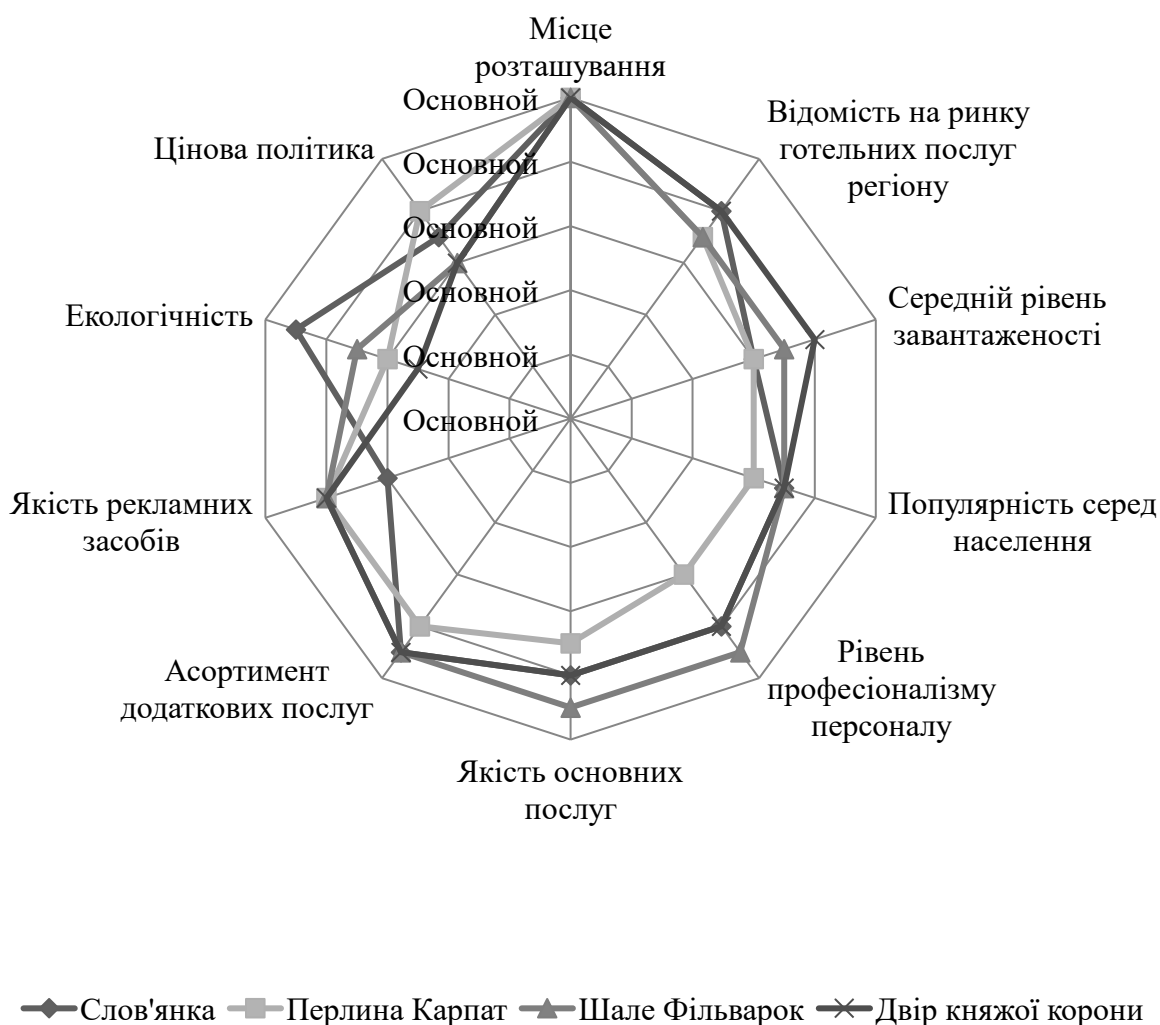


Рис. 2.16. Багатокутник конкурентоспроможності досліджуваних готелів
Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження

Готель «Шале Фільварок» випереджає еко-готель «Слов'янка» за такими показниками, як: середній рівень завантаженості, рівень професіоналізму персоналу, якість основних послуг, якість рекламних послуг.

Саме ці аспекти в діяльності еко-готелю «Слов'янка» необхідно покращувати, для підвищення рівня конкурентоспроможності готелю на ринку готельних послуг.

Проведемо SWOT - аналіз діяльності еко-готелю «Слов'янка» за допомогою якого визначимо його сильні сторони та можливості, слабкі сторони та загрози, і сформуємо напрями їх подолання (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

SWOT – аналіз еко-готелю «Слов’янка»

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
	1. Достатньо висока якість надання послуг 2. Вдале місце розташування 3. Гнучкі конкурентоспроможні тарифи 4. Значний досвід управління у вищого керівництва готелю	1. Залежність від ринку споживачів 2. Низька зацікавленість персоналу у результатах труда 3. Слабка маркетингова діяльність
Можливості (O)	SO	WO
1. Зростання чисельності клієнтів 2. Можливість розширення асортименту надання послуг 3. Підвищення кваліфікації працівників 4. Розвиток інформаційних технологій	1. Можливість збільшення доходів за рахунок надання нових видів додаткових послуг гостям готелю. 2. Підвищення репутації готелю та чисельності клієнтів завдяки підвищенню кваліфікації працівників	1. Проведення тренінгів для персоналу для підвищення якості обслуговування. 2. Розробка мотиваційної програми для персоналу для підвищення рівня зацікавленості в роботі. 3. Розробка маркетингових заходів.
Загрози (T)	ST	WT
1. Поява нових конкурентів 2. Зниження доходів населення 3. Економічна нестабільність 4. Підвищення вартості енергоносіїв 5. Військові дії на території країни	1. Впровадження нових умов обслуговування гостей, надання нових видів послуг. 2. Проведення активної рекламної діяльності. 3. Економія витрат завдяки впровадженню енергозберігаючих технологій	1. Проведення більш глибоких маркетингових досліджень, для покращення роботи готелю. 2. Розробка маркетингової стратегії, для зниження впливу основних конкурентів.

Джерело: складено автором на основі проведеного аналізу

Отже, проведений SWOT - аналіз діяльності еко-готелю «Слов’янка» дозволив визначити основні сильні сторони та можливості готелю, та його слабкі сторони і загрози. В результаті чого запропоновано заходи щодо їх усунення, серед яких основними є:

- впровадження нових додаткових послуг для клієнтів еко-готелю «Слов’янка»;
- впровадження нових умов обслуговування гостей в готелі;

- проведення поглиблених маркетингових досліджень на ринку готельних послуг та розробка маркетингової стратегії для готелю, для підвищення його конкурентоспроможності;

- впровадження енергозберігаючих технологій, для економії витрат готелю;

- проведення активної рекламної компанії;

- проведення тренінгів для персоналу та розробка мотиваційної програми для підвищення якості обслуговування клієнтів та рівня зацікавленості персоналу в роботі.

Отже, всі запропоновані заходи будуть сприяти підвищенню ефективності роботи еко-готелю «Слов'янка» та зростанню його конкурентоспроможності на ринку готельних послуг.

Висновки до розділу 2

Досліджуваний в роботі еко-готель «Слов'янка», засновано у 2009 році в смт. Славське. Готель побудовано із екологічних природних матеріалів. Для гостей готелю пропонується 8 котеджів на 22 номери, в яких можуть розташуватися одночасно 23 гостя. Еко-готель «Слов'янка» пропонує двомісні, чотирьохмісні та шестимісні номери. Всі номери оздоблені м'якими меблями, столиками, двомісними ліжками з ортопедичними матрацами, сейфом, шафою-купе, електричним чайником, санвузлом, душовою кабіною. Всім гостям під час перебування видаються рушники, халати, тапки та косметичні набори.

Гостям надається цілий перелік безкоштовних послуг. Серед додаткових послуг також: лазня на дровах, басейн з підігрівом, більярдна зала, настільний теніс, альтанка з мангалом, дитячий ігрової майданчик, вольєр з голубами, конференц-зала, прокат велосипедів, спортивний майданчик, купання в чанах, екскурсійні маршрути та ресторан з баром.

Проведений аналіз доходу еко-готелю «Слов'янка» від кожного класу номерів показав що у 2021 р. було отримано від здачі сімейних номерів Family Room – 48% від загального доходу, та від двомісних номерів Suite – 31%. Дохід від основних послуг готелю у 2021 р. у структурі загальних доходів еко-готелю «Слов'янка» дорівнював 87,26%, дохід від додаткових послуг – 12,74%. Аналіз виробничої програми еко-готелю «Слов'янка» показав, що у 2021 р. коефіцієнт завантаженості готелю становив 62%, кількість обслугованих гостей становила 4345 осіб. Середня вартість номеру у 2021 р. дорівнювала 1123,4 грн., середні витрати на 1 номеро-ніч дорівнювали 752,7 грн.

Організаційна структура управління еко-готелю «Слов'янка» є лінійно-функціональною, станом на 2021 р. в готелі працювало 39 працівників.

Аналіз основних економічних показників діяльності еко-готелю «Слов'янка» показав, що чистий дохід готелю у 2021 р. становить 8859,4 тис. грн. та порівняно із 2020 р. він зріс на 4237,9 тис. грн. або на 91,7%. Валовий прибуток у 2021 р порівняно із 2020 р. зріс на 85,53%, операційний прибуток на 129,84%, чистий прибуток зріс на 133,95% та у 2021 р. дорівнює 1747,6 тис. грн. Показники рентабельності готелю характеризуються зростанням, підприємство протягом досліджуваного періоду є рентабельним та прибутковим.

Дослідження впливу факторів макросередовища показало, що вони здійснюють на нього більш позитивний ніж негативний вплив. Бальна оцінка рівня конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» серед його основних конкурентів показала, що готель посідає друге місце. Його головний конкурент випереджає готель за такими показниками, як: середній рівень завантаженості, рівень професіоналізму персоналу, якість основних послуг, якість рекламних послуг. На основі проведеного SWOT – аналізу визначено основні напрямки, для покращення роботи готелю, основними серед них є: впровадження нових послуг для клієнтів, розробка маркетингової стратегії, підвищення якості обслуговування клієнтів, розробка системи мотивації для персоналу, використання енергозберігаючих технологій в роботу готелю.

РОЗДІЛ 3

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКО-ГОТЕЛЮ «СЛОВ'ЯНКА» НА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАСАДАХ В ГЛОБАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

3.1. Визначення рівня використання мережі Інтернет в системі маркетингового просування еко-готелю «Слов'янка»

Просування готельних послуг через Інтернет, є одним з важливіших заходів в системі маркетингу для готелю, оскільки сьогодні більш людей шукають інформацію за допомогою мережі Інтернет. Для просування готельних послуг наразі використовують наступні інструменти: контекстну рекламу, власний сайт, соціальні мережі, розміщення банерної реклами тощо.

Проаналізуємо систему просування готельних послуг еко-готелю «Слов'янка».

Еко-готель «Слов'янка» має власний сайт в мережі Інтернет, головна сторінка якого подана на рис. 3.1.

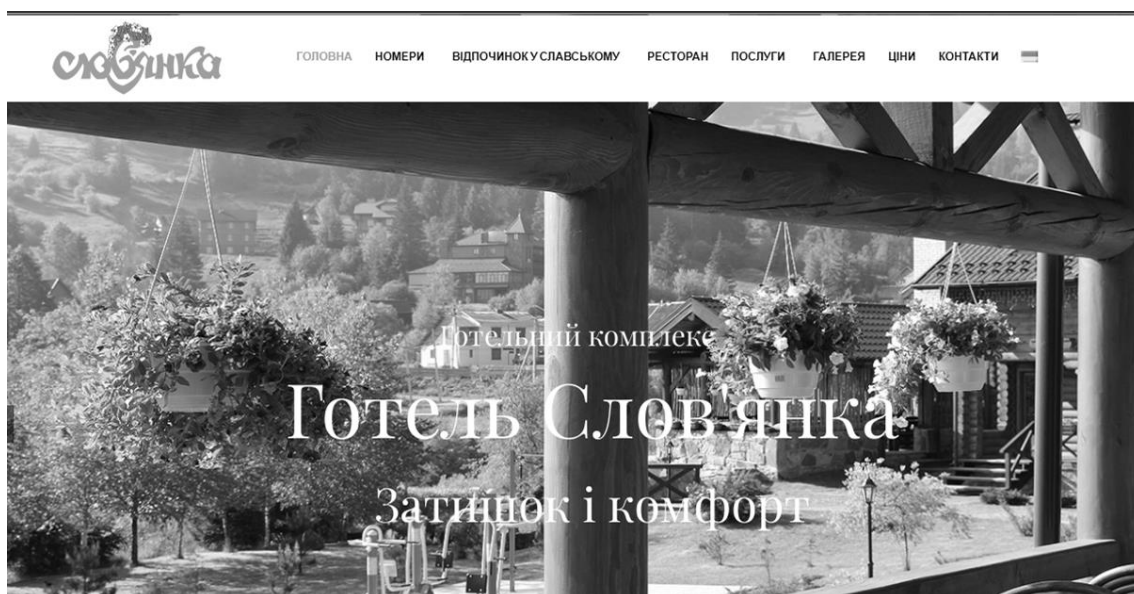


Рис. 3.1. Головна сторінка сайту еко-готелю «Слов'янка»

Джерело: [7]

Як видно з рис. 3.1, головна сторінка сайту, має такі розділи, як:

- номери – надано інформацію про номері готелю, їх облаштування, вартість їх замовлення, надані фото номерів;
- відпочинок в Славському – тут подана інформація про переваги відпочинку в с. Славське та короткий опис відпочинку в різні пори року;
- ресторан – в даному розділі подано інформацію про ресторан «Слов'янка», який функціонує на території готельного-комплексу, опис меню ресторану;
- послуги – тут розміщена коротка інформація про додаткові послуги еко-готелю «Слов'янка», є фотографії;
- галерея – в галереї розміщені фото території готелю, фото номерів, фото лазні та є навіть відео «Зйомка з повітря»;
- ціни – тут вказана вартість бронювання номерів еко-готелю «Слов'янка»;
- контакти – в даному розділі вказана адреса і контактні телефони еко-готелю «Слов'янка».

На сайті еко-готелю «Слов'янка» є кнопка «забронювати» натиснувши на яку відкривається форма для он-лайн бронювання номера в готелі.

Варто зауважити, що не дивлячись на те, що розділи на сайті еко-готелю «Слов'янка» мають інформативне наповнення, шрифт яким воно написано є погано читабельним та нечітким. Також, оформлення сайту є неясковим, не привертає увагу та не викликає бажання одразу замовляти послуги готелю.

Окремо варто підкреслити, що емблема еко-готелю «Слов'янка» не яскравою, не кидається в очі та не запам'ятовується. Вона виконана неясковому голубому кольорі, який не привертає до себе увагу. Проте, саме емблема товарного знаку, є одним з головних показників, для запам'ятання компанії клієнтами.

Еко-готель «Слов'янка» має власні сторінки в соціальних мережах Facebook та Instagram (рис. 3.2 та 3.3).



Рис. 3.2. Сторінка еко-готелю «Слов'янка» в соціальній мережі Facebook
Джерело: [30]

На сторінці є кнопка «Зв'язатися». Надано перелік питань, які цікавлять майбутніх гостей готелю. Надано короткий опис еко-готелю «Слов'янка». Станом на травень 2022 року на сторінку еко-готелю «Слов'янка» в Facebook підписано 11826 осіб, це середній показник. Сторінка наповнена кольоровими фото та відео, надано короткий опис.

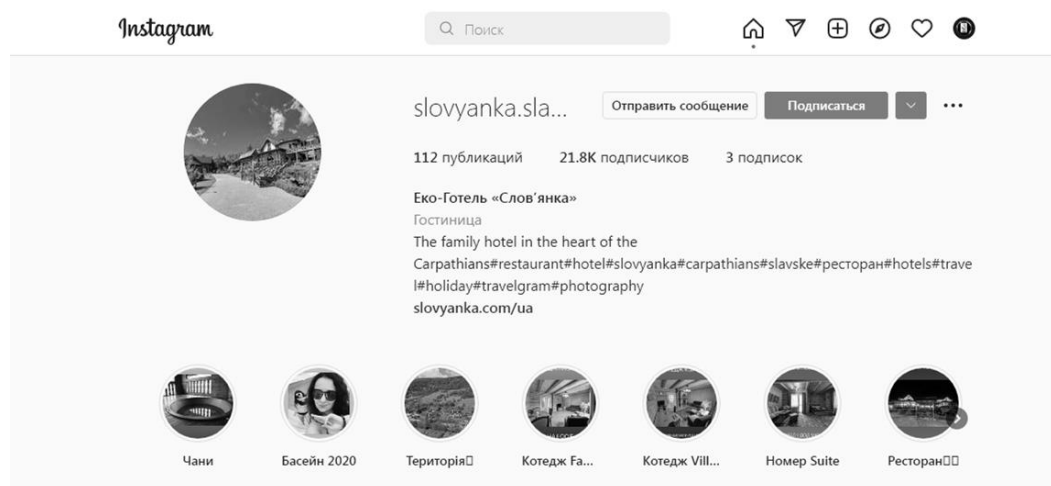


Рис. 3.3. Оформлення сторінки еко-готелю «Слов'янка» в Instagram
Джерело: [31]

На сторінці в соціальній мережі Instagram еко-готелю «Слов'янка» (Додаток В), викладено 112 публікації фото з описом надаваних послуг та перевагами відпочинку у еко-готелі «Слов'янка». Станом на травень 2022 року на сторінку підписано 21,8 тис. осіб. На сторінці в актуальному розташовані

такі підрозділи: чани, басейн, територія, котеджі, ресторан, більярд, лазня, про нас.

В табл. 3.1 надана оцінка Інтернет-контенту еко-готелю «Слов'янка».

Таблиця 3.1

Оцінка Інтернет-контенту еко-готелю «Слов'янка»

№	Критерії	Короткий опис	Оцінка
1	2	3	4
1	Дизайн сайту	Дизайн сайту є неясним, емблема не привертає увагу. Інформація подана нечитабельним шрифтом. Проте інформативне наповнення є повним. На сайт розміщено багато фото	3
2	Зміна мови користування на сайті та їхня загальна кількість	На сайті є дві мови: українська та російська	4
3	Форма для зворотного зв'язку із готелем або вікно для онлайн виклику	Відсутня	0
4	Прив'язаність сайту до соціальних мереж	Сайт не має прив'язки до соціальних сторінок еко-готелю	0
5	Наявність мапи сайту	Наявна	5
6	Наявність на сайті контактних даних, адреси чи пошти	Вказана адреса та телефони, відсутність посилань на соціальні мережі	4
7	Наявність мобільного додатку	Відсутня	0
8	Характеристика послуг та номерів	Всі номери та додаткові послуги мають детальний опис	5
9	Галерея	В галереї наявні фото території готелю, номерів, лазні, більярду	5
10	Характеристика готелю, об'єм корисної інформації для гостя	Наявна повна інформація стосовно розташування еко-готелю, номерів, переваг відпочинку, додаткових послуг	4
11	Наявність на сайті відеоматеріалів	На сайті є одне відео	1
12	Огляд новин	На сайті подані новини стосовно знижок та акцій	2
13	Наявність гостьової книги відгуків	Є форма для того, щоб користувач залишив відгук	5
14	Аналіз відгуків у гостьовій книзі; на скільки позитивні відгуки переважають негативні	Переважає більшість відгуків є позитивною	5
15	Інформація про акції готелю	Інформація подана, але досить вузько	2

Продовження табл. 3.1

1	2	3	4
16	Опис основних і додаткових послуг	Інформація надана в повному обсязі	5
17	Наявність розсилки на e-mail споживачів	Відсутня	0
18	Інформація про співпрацю або партнерів	Відсутня	0
20	Зручність сайту	Навігація сайту потребує удосконалення	3
21	Рівень подання інформації	Подання інформації є зрозумілим	4
Загальна оцінка			57

Джерело: складено автором

За проведеною оцінкою рівня Інтернет-контенту за 21 показником на основі 5-ти бальної оцінки, визначено, що еко-готель «Слов'янка» отримав із 105 можливих лише 57 балів. Так, на сайті еко-готелю «Слов'янка» відсутні: форма для зворотного зв'язку із готелем або вікно для он-лайн виклику, наявність мобільного додатку, розсилки на e-mail, інформація про співпрацю і партнерів. Таким чином, необхідно покращувати сайт еко-готелю «Слов'янка».

Проведемо аналіз використання інструментів Інтернет-маркетингу в еко-готелі «Слов'янка» (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Аналіз використання інструментів Інтернет-маркетингу в еко-готелі «Слов'янка»

Інструмент	Використання в системі просування
Розміщення банерної реклами в Інтернеті	Іноді використовується
Розміщення контекстної реклами в Інтернеті	Не використовується
Розміщення інформації про готель на маркет-плейсах	Не розміщується
Використання таргетингової реклами	Не використовується
Відео реклама в Youtube	Не використовується
Реклама у блогерів в Instagram	Не використовується
Розсилка пропозицій готелю на електронну пошту по базі клієнтів готелю	Використовується
Власний сайт	Використовується
Сторінки в соціальних мережах	Використовуються

Джерело: складено автором

Аналіз використання Інтернет-маркетингу в системі просування еко-готелю «Слов'янка» показав, що його використання є дуже слабким. Основні методи просування еко-готелю «Слов'янка» - це власний веб-сайт, сторінки в соціальних мережах, розсилка пропозицій на електронну пошту наявним в базі клієнтам, іноді використання банерної реклами в Інтернеті.

Отже, у підсумку можна сказати, еко-готель «Слов'янка» потребує покращення системи Інтернет-маркетингу.

3.2. Підвищення конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» на основі маркетингових заходів в глобальній мережі Інтернет

Реклама готелю в мережі Інтернет є уже важливою, багато людей наразі шукають інформацію в Інтернеті. Інструменти Інтернет-реклами необхідно обирати враховуючи специфіку, цілі та завдання компанії (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Інструменти Інтернет-реклами відповідно до цілей

Джерело: [24, с. 188]

Головна ціль просування еко-готелю «Слов'янка» полягає у донесенні рекламного повідомлення до максимальної чисельності цільових споживачів, а також створення позитивного іміджу та підвищення конкурентоспроможності. Окрім головної цілі, формулюються ще ряд інших цілей просування (рис. 3.5).

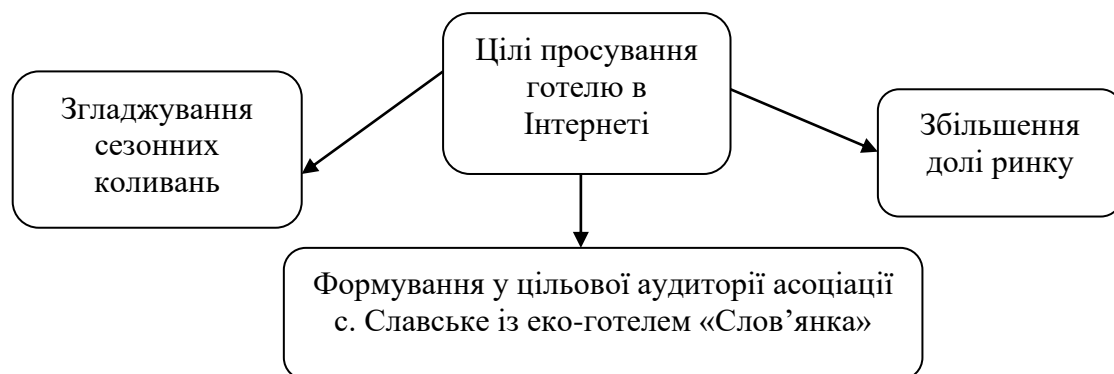


Рис. 3.5. Цілі просування в Інтернеті еко-готелю «Слов'янка»

Джерело: складено автором

Для ефективного просування еко-готелю «Слов'янка» в Інтернеті пропонуємо використання наступних заходів (рис. 3.6).

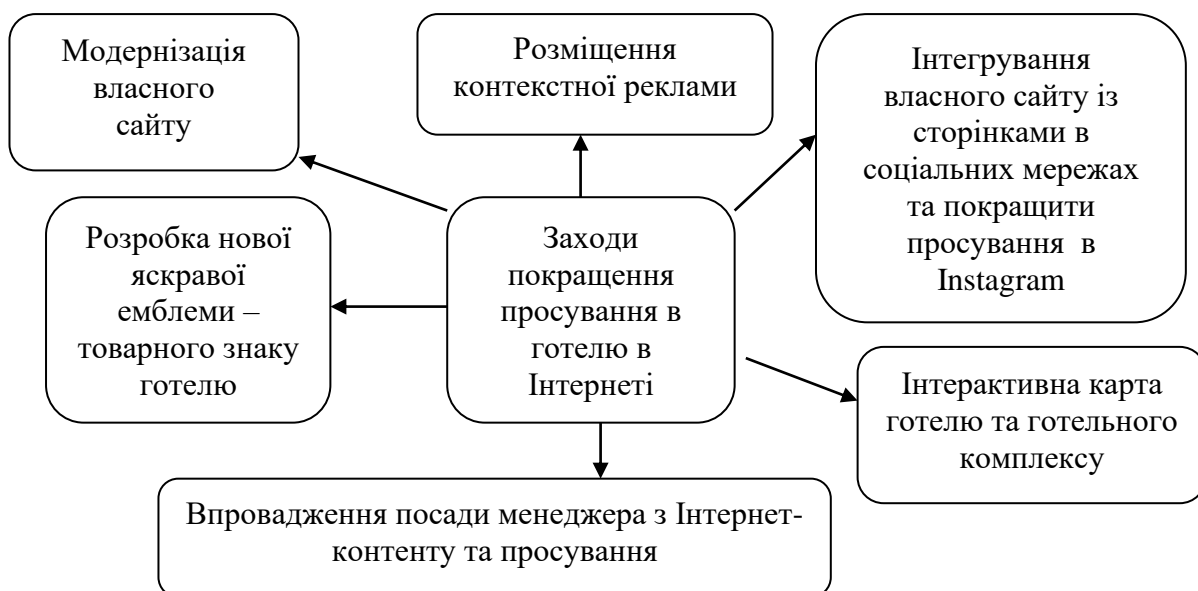


Рис. 3.6. Заходи Інтернет-маркетингу з метою підвищення конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка»

Джерело: складено автором

Таким чином, по-перше пропонуємо модернізуватися власний сайт еко-готелю «Слов'янка». Зауважимо, що сторінка сайту еко-готелю «Слов'янка» не оптимізована під мобільні пристрої – занадто маленький шрифт та дуже близько розташовані інтерактивні елементи, що робить сайт незручним для перегляду на мобільних пристроях. Пропонуємо наступні структурні елементи сайту для еко-готелю «Слов'янка»: розробити інтерфейс сайту для перегляду на мобільних пристроях, змінити шрифт, яким написана інформація на сайті на більш читабельний, покращити оформлення сайту, додати йому більш яскравого вигляду. Додати на сайті еко-готелю англійську мову, що зробить зручним використання сайту зарубіжними користувачами.

Наступною пропозицією є інтегрування сайту еко-готелю «Слов'янка» із сторінками в соціальних мережах. Для чого розмістити кнопки з посиланням на сторінки в соціальних мережах Facebook та Instagram, що дозволить користувачу швидко переходити на них.

Варто відмітити, що для кращого просування еко-готелю «Слов'янка» в мережі Instagram, яка є найбільш популярною серед користувачів на сьогодні, необхідно:

- постійно розміщувати на сторінці в Instagram нової, актуальної інформації, що є запорукою успіху просування готельного бізнесу в соціальних мережах;
- активно та якісно наповнювати паблік – у пропорції 50/50 потрібно публікувати в слався новини та пропозиції, цікавий контент;
- крім новин, фото, відео, корисно було б проводити різні опитування;
- для більш ефективного просування необхідно частіше використовувати розважальний контент у формі різних конкурсів та акцій. Так, наприклад, можна провести акцію з подарунком від еко-готелю «Слов'янка»;
- під кожним постом в соціальній мережі варто використовувати хеш-тегі, які відповідають діяльності готелю;
- постійно розширювати базу фоловерів та підключати їх до взаємодії, що є одним з головних факторів успішного Інтернет-маркетингу;

- з метою залучення нових фоловерів, варто розповсюджувати контент користувачів соціальних мереж, коментувати цікаві матеріали, які пов'язані зі сферою діяльності готелю;

- відповідати на питання в директ та коментарі під розміщеними в соціальній мережі фото, що створює ефект присутності.

Наступною пропозицією є покращення емблеми – товарного знаку еко-готелю «Слов'янка». Товарний знак – є важливою ланкою у системі маркетингу готелю. Використання торгового знаку в рекламі готельних послуг має широкі перспективи та потребує певних знань та навичок.

На етапі розробки нового дизайну торгового знаку для еко-готелю «Слов'янка» важливими завданнями є оцінка візуального оформлення товарного знаку, як «обличчя» готелю, обрана концепція та роль зорового сприйняття. Оформлення повинно відповідати потенційній аудиторії готелю.

Для ефективного використання товарного знаку в просуванні еко-готелю «Слов'янка» необхідно:

- розміщувати новий товарний знак на різні засобах реклами – буклетах та проспектах готелю, зовнішньої рекламі, сувенірній продукції та інших рекламних засобах;

- використовувати товарний знак в якості елемента фірмового стилю, а саме: розміщувати його на одязі персоналу еко-готелю «Слов'янка», столовій та постільній білизні, візитівках, сувенірах тощо.

Розміщення на сайт еко-готелю «Слов'янка» інтерактивної карти готелю та готельного комплексу. Це дозволить привернути увагу відвідувачів сайт та потенційних клієнтів. Завдяки інтерактивній карті, відвідувачі сайту зможуть ознайомитись з інфраструктурою та послугами готелю – це захоплююча презентація, не залишить нікого байдужим. Приклад інтерактивної карти для готелів подано на рис. 3.7.

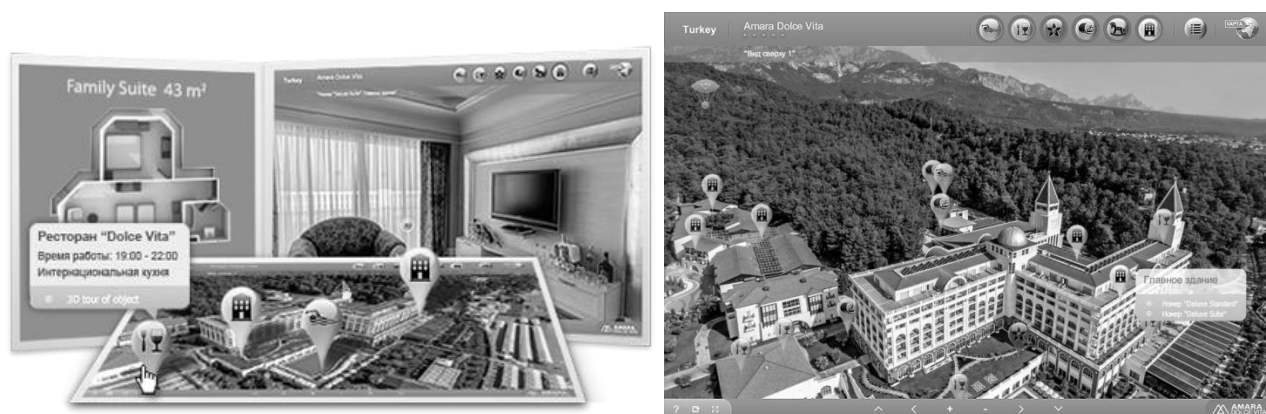


Рис. 3.7. Приклад інтерактивної карти для еко-готелю «Слов'янка»

Джерело: [40]

Інтерактивна карта – це віртуальні 3D – тури, завдяки яким відвідувачі сайту можуть здійснити віртуальну прогулянку та прогулятися по готелю та його номерах, ознайомитися з додатковими послугами готелю. Ефект присутності дозволяє визначити кількість та формат об'єктів інфраструктури і зрозуміти розміри готелю, номерів, його території. Отримати повне уявлення дозволяють плани поверхів та номерів готелю, дізнатися точний їх розмір, що дозволить уникнути неприємних сюрпризів при заселенні в готель.

За допомогою використання інтерактивної карти, під час віртуального туру, можна привертати увагу відвідувача сайту до готелю показуючи під час перегляду рекламу додаткових послуг еко-готелю «Слов'янка», рекламу акційних пропозицій, знижок, або ресторану, та його меню.

Використання контекстної реклами – даний вид реклами має на увазі використання показу оголошень у відповідь на запит користувача, важливим елементом рекламної компанії є сайт готелю. Таким чином, для еко-готелю «Слов'янка» використання контекстної реклами є доцільною для просування готелю в Інтернеті.

За допомогою пошукового просування на основі використання контекстної реклами веб-сайту еко-готелю «Слов'янка» можна досягнути таких цілей:

1. Збільшити охоптя аудиторії.

2. Відвідуваність сайту.
3. Зростання конверсії.
4. Мінімізація витрат на просування.

Даний спосіб потрібен для проведення акцій, просування готелю та підвищення бронювання номерів в готелі (рис. 3.7).



Рис. 3.7. Ключові завдання контекстної реклами

Джерело: складено автором

Розміщувати контекстну рекламу для еко-готелю «Слов'янка» пропонуємо за допомогою Google – AdWords, та обрати плату за кліки по оголошеннях, в даному випадку використовується плата за клік, це підходить тим рекламодавцям, які прагнуть збільшити кількість відвідувачів свого веб-сайту. Бюджет витрат на день рекламодавець встановлює самостійно.

Таким чином, пропонуємо налаштувати контекстну рекламу для еко-готелю «Слов'янка» для підвищення його конкурентоспроможності та залучення відвідувачів на веб-сайт готелю. Рекламну компанію пропонується запускати за самими популярними запитам.

Для розрахунку рекламної компанії було обрано найбільш популярні слова для запитів, що будуть ефективними для просування еко-готелю «Слов'янка» (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Розрахунок бюджету рекламної компанії для еко-готелю «Слов'яка»

Фрази, які пропонується вживати	Кількість показів на місяць (прогноз)	Кількість переходів на місяць	Прогноз CTR (за обраною позицією)	Середня вартість кліку	Бюджет, грн.
1	2	3	4	5	6
Еко-готель	369	10	2,71	5,3	53,0
Відпочинок в еко-готелі	321	12	3,74	5,6	67,2
Готель у Карпатах	328	11	3,35	6,4	70,4
Готель у Славському	486	15	3,08	6,4	96,0
Кращій еко-готель	7214	201	2,78	12,6	2532,6
Кращій готель у Славському	2180	22	1,01	13,8	303,6
Готель в еко-місці	3215	68	2,11	11,2	761,6
Готелі Славського	1863	24	1,29	9,4	225,6
Готель для відпочинку на природі	2196	21	0,96	8,6	180,6
Славське еко-готелі	4896	87	1,78	11,6	1009,2
Україні еко-готелі	5147	62	1,2	10,4	644,8
Забронювати еко-готель	6589	65	0,98	11,9	773,5
Західна Україна еко-готелі	3869	29	0,75	10,9	316,1
Еко-готель вартість	4213	36	0,85	10,2	367,2
Відпочинок в Карпатах	369	14	3,79	8,6	120,4
Готелі Карпат	286	6	2,1	8,2	49,2
Готелі Західної України	563	21	3,73	9,3	195,3
Еко-готелі Львівська область	852	18	2,11	12,1	217,8
Готелі Львівської області	963	16	1,66	11,8	188,8
Кращі готелі Львівської області	1893	32	1,69	6,4	204,8

Продовження табл. 3.3

Забронювати готель в Славському	1456	41	2,82	5,2	213,2
Львівська область еко відпочинок	7590	258	3,4	12,3	3173,4
Кращій еко-готель Львівської області	6592	162	2,46	14,2	2300,4
Котеджний еко-готель	1123	32	2,85	9,1	291,2
Готель в котеджах на природі	1020	28	2,75	8,7	243,6
Разом	65593	1291	x	x	14599,5

Джерело: складено автором

Отже, прогнозний бюджет на контекстну рекламу для просування еко-готелю «Слов'янка» в мережі Інтернет на місяць буде дорівнювати 14599,5 грн.

Розрахуємо прогнозні зростання об'ємів продажів готельних послуг від застосування контекстної реклами для еко-готелю «Слов'янка» на рік за формулою:

$$Op = 12 \times [Pv \times (K / 100)] \times Tsv, \quad (3.1)$$

де Op – об'єм продажів від запровадження заходу;

Pv – прогнозне відвідування сайту (кількість переходів);

K – конверсія;

Tsv – середня номеру готелю

$$12 \times [1291 \times (2,238 / 100)] \times 2500 = 866,78 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, завдяки використанню контекстної реклами, дохід еко-готелю «Слов'янка» зросте на 866,78 тис. грн.. Порівняно з доходом еко-готелю «Слов'янка» у 2021 р. зростання буде на 10,2%.

Наступною пропозицією є провадження еко-готелі «Слов'янка» посади менеджера з Інтернет-контенту та просування. Пропонуємо найняти двох працівників.

До основних обов'язків менеджерів з Інтернет-контенту та просування буде ходити наступне:

1. Розробка концепції власного сайту еко-готелю «Слов'янка».
2. Внесення пропозицій щодо модернізації сайту еко-готелю «Слов'янка».
3. Просування сайту в мережі Інтернет.
4. Розробка, ведення та оптимізація рекламних компаній в Інтернеті.
5. Впровадження та використання інструментів аналітики відвідування сайту та сторінок в соціальних мережах.
6. Аналіз проектів:
 - дослідження потреб ринку, відвідувачів сайту, цільової аудиторії;
 - моніторинг сайту;
 - складання звітів щодо ефективності маркетингової політики;
 - виявлення сильних та слабких сторін впроваджених проектів та розробка пропозицій щодо їх удосконалення;
 - аналіз основних характеристик сайту еко-готелю «Слов'янка», а саме: навігації, зручності інтерфейсу, відповідності цільової аудиторії тощо;
 - дослідження веб-ресурсів конкурентів, що мають схожу тематику та діють на одному ринку з еко-готелем «Слов'янка».
7. Робота з контентом:
 - наповнення сайту та сторінок в соціальних мережах якісним контентом;
 - контроль за актуальністю наповнення веб-сайту та соціальних сторінок еко-готелю «Слов'янка» та достовірністю інформації, яка розміщена;
 - дотримання основної концепції сайту, внесення пропозицій щодо розробки концепції та змісту сайту;
 - контроль за дотриманням відвідувачів правил сайту та сторінок в соціальних мережах та етичних правил поведінки, які прийняті у мережі Інтернет;

- аналіз сайтів конкурентів;
- аналіз інформації, отриманої від відвідувачів сайту, розробка та впровадження нових сервісів, що підвищують ефективність роботи сайту;
- PR/реклама, просування сайту: оформлення сайту разом із веб-майстром та вивчення механізму роботи пошукових систем мережі Інтернет;
- SMM (соціальний маркетинг): просування сайту у соціальних мережах, опрацювання стратегії просування, пошук та подальший аналіз відгуків про еко-готель «Слов'янка» та якості надаваним їм послуг, нівелювання негативу по відношенню до продуктів та здійснення комунікацій із цільовою аудиторією;
- розміщення інформації про продукти на пріоритетних майданчиках;
- залучення цільової аудиторії.

8. SERM (репутаційний маркетинг):

- написання позитивних відгуків про еко-готель «Слов'янка»;
- написання та розміщення прес-релізів та статей на сторонніх веб-ресурсах;
- просування позитивних відгуків про еко-готель «Слов'янка» на перші сторінки ключових пошукових систем в мережі Інтернет;
- розміщення інформації про еко-готель «Слов'янка» на порталах онлайн бронювання Booking.com, TripAdvisor тощо.

Розрахунок витрат на впровадження посади менеджера з Інтернет-контенту та просування для еко-готелю «Слов'янка» подано в табл. 3.4.

Заробітна плата одного працівника на місяць буде становити 8700,0 грн.

Планується взяти двох працівників на посаду менеджера з Інтернет-контенту та просування.

Отже, витрати на заробітну плату для еко-готелю «Слов'янка» на двох працівників на місяць будуть становити, з урахуванням ЄСВ – 21228,0 грн.

Загальні витрати на рік на заробітну плату менеджерів з Інтернет-контенту для еко-готелю «Слов'янка» будуть дорівнювати – 254736,0 грн.

Таблиця 3.4

Розрахунок витрат на впровадження посади менеджера з Інтернет-контенту для еко-готелю «Слов'янка»

Посада	Кількість працівників	Заробітна плата на місяць, грн.	Витрати на місяць, грн.	Витрати на рік, грн.
Менеджер з Інтернет-контенту та просування	2	8700,0	17400,0	208800,0
Витрати на ЄСВ (22%)	2	1914,0	3828,0	45936,0
Разом витрати	x	x	21228,0	254736,0

Джерело: розраховано автором

Розрахуємо витрати та рівень зростання доходу від запропонованих заходів щодо підвищення конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» в мережі Інтернет (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Розрахунок витрат та доходу від запропонованих заходів щодо підвищення конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» в мережі Інтернет

Назва заходу	Витрати, грн.	Зростання доходу, %
Модернізація сайту	17000,0	8,0
Розробка нового товарного знаку	10500,0	5,0
Інтерактивна карта сайту	21000,0	7,0
Заходи щодо покращення просування готелю в соціальних мережах	45000,0	10,0
Контекстна реклама	175194,0	15,0
Впровадження посади менеджера з Інтернет-контенту та просування	254736,0	12,0
Разом	523430,0	57,0

Джерело: розраховано автором

Отже, запропоновані заходи щодо підвищення конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» в мережі Інтернет, дозволять не лише підвищити конкурентоспроможність еко-готелю серед його конкурентів, але і будуть сприяти зростанню його доходу. Так, за прогнозом витрати на впровадження всіх запропонованих заходів будуть становити 523430,0 грн., зростання доходу еко-готелю від запропонованих заходів планується на рівні 57,0%.

Витрати на всі запропоновані заходи будуть покриватися із суми нерозподіленого прибутку еко-готелю «Слов'янка».

Таким чином, вважаємо, що запропоновані заходи є доцільними та ефективними, і можуть бути впроваджені в систему маркетингового просування еко-готелю «Слов'янка».

Висновки до розділу 3

Аналіз просування еко-готелю «Слов'янка» в мережі Інтернет показав, що готель має власний веб-сайт на якому подана інформація щодо послуг та умов проживання в еко-готелі «Слов'янка», також є кнопка «забронювати». Еко-готель «Слов'янка» має сторінки в соціальних мережах Facebook та Instagram, на яких подана інформація про еко-готель, його адресу, номери та додаткові послуги.

Проведена оцінка Інтернет-контенту еко-готелю «Слов'янка» показала, що на веб-сайті готелю відсутні: форма для зворотного зв'язку із готелем або вікно для он-лайн виклику, наявність мобільного додатку, розсилки на e-mail, інформація про співпрацю і партнерів.

Аналіз використання інструментів Інтернет-маркетингу еко-готелем «Слов'янка» показав, що його використання є дуже слабким. Основні методи просування еко-готелю «Слов'янка» - це власний веб-сайт, сторінки в соціальних мережах, розсилка пропозицій на електронну пошту наявним в базі клієнтам, іноді використання банерної реклами в Інтернеті.

Основними цілями в просуванні еко-готелю «Слов'янка» в мережі Інтернет є: донесення повідомлення до максимальної чисельності цільових споживачів, створення позитивного іміджу готелю, підвищення конкурентоспроможності готелю на ринку, згладжування сезонних коливань, збільшення долі ринку, формування у цільової аудиторії асоціації с. Славське із еко-готелем «Слов'янка».

Для досягнення вказаних цілей запропоновано наступні заходи: модернізувати власний сайт еко-готелю «Слов'янка», зробити сайт зручним для перегляду на мобільних пристроях, шрифт читабельним тощо. Інтегрувати сайт еко-готелю «Слов'янка» із сторінками в соціальних мережах, що дозволить користувачам легко переходити та читати всю інформацію щодо готелю. Покращити заходи просування еко-готелю «Слов'янка» в соціальній мережі Instagram, наповнюючи цікавим контентом, використовуючи хеш-теги, проводячи опитування та конкурси тощо.

Розробити нову яскраву емблему – товарний знак для еко-готелю «Слов'янка» та розміщувати його на всіх засобах реклами та в якості елементу фірмового стилю на одязі персоналу, столові та постільній білизні, сувенірах тощо.

Створити та розмістити інтерактивну карту еко-готелю «Слов'янка» на власному сайті, що дозволить користувачам у форматі 3D – туру, здійснити віртуальну прогулянку та прогулятися по готелю та його номерах, ознайомитися з додатковими послугами готелю.

Впровадити використання контекстної реклами для веб-сайту еко-готелю «Слов'янка» за допомогою Google – AdWords. Рекламну компанію пропонується запускати за самими популярними запитами.

Запровадити посаду менеджера з Інтернет-контенту та просування, та взяти на неї двох працівників. До їх обов'язків буде входити: розробка концепції сайту та внесення пропозицій щодо його модернізації, просування сайту в мережі Інтернет, проведення аналізу проєктів, робота з контентом, репутаційний маркетинг.

За прогнозним розрахунком витрати на всі запропоновані заходи, щодо підвищення конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» в мережі Інтернет будуть становити 523430,0 грн. на рік, зростання доходу прогнозується на рівні 57%. Отже, запропоновані заходи є ефективними та можуть впроваджувати в діяльність.

ВИСНОВКИ

В ході написання роботи було проведено дослідження еко-готелю «Слов'янка» та визначення рівня використання мережі Інтернет в просуванні готелю на ринку і зроблено наступні висновки.

1. Для ефективності своєї діяльності готельне підприємство повинно підтримувати та підвищувати свою конкурентоспроможність. Забезпечення конкурентоспроможності готелів забезпечуються завдяки покращенню його організації, надаваних послуг, рівня обслуговування та маркетингової діяльності.

Важливим чинником підвищення конкурентоспроможності готелю є його персонал, рівень кваліфікації та доброзичливе ставлення до гостей. Конкурентоспроможність оцінюють за допомогою кількісних, якісних, вартісних та натуральних параметрів.

2. Світі на сьогодні все більшої популярності набувають еко-готелі – голова мета яких скорочення негативного впливу на навколишнє середовище за рахунок впровадженню ресурсозберігаючих технологій, надання екологічних послуги гостям, будівництво та оздоблення номерів з екологічно чистих матеріалів. Існують різні системи сертифікації еко-готелів, а тренд екологізації набуває серед готельних мереж все більшої популярності.

3. В Україні станом на 2022 рік екологічний сертифікат Green Key отримали 7 готелів серед яких 4 готелі належать міжнародної мережі Radisson Blu. Проте, існують готелі які не проходили сертифікацію, але мають ознаки еко-готелю, вони збудовані з екологічних матеріалів, пропонують екологічну їжу та різні еко-послуги гостям.

4. Досліджуваний в роботі еко-готель «Слов'янка» засновано у 2009 р. в смт. Славське, готель побудовано із екологічних будівельних матеріалів. Для розміщення гостям пропонується 8 котеджів на 22 номери. Номери обладнані всіма зручностями, під час перебування в еко-готелі «Слов'янка» гостям надається цілий перелік додаткових послуг.

5. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища еко-готелю «Слов'янка» показав, що чистий дохід готелю у 2021 р. становить 8859,4 тис., чистий прибуток у 2021 р. дорівнює 1747,6 тис. грн. Показники рентабельності готелю характеризуються зростанням. Фактори зовнішнього середовища здійснюють більш негативний вплив на роботу еко-готелю «Слов'янка». Бальна оцінка рівня конкурентоспроможності еко-готелю «Слов'янка» серед його основних конкурентів показала, що готель посідає друге місце та поступаєс головному конкуренту за певними параметрами. Проведення SWOT – аналізу дозволило визначити напрями покращення роботи еко-готелю «Слов'янка»: впровадження нових послуг для клієнтів, розробка маркетингової стратегії, підвищення якості обслуговування клієнтів, розробка системи мотивації для персоналу, використання енергозберігаючих технологій в роботу готелю.

6. Проведена оцінка Інтернет-контенту еко-готелю «Слов'янка» показала, що на веб-сайті готелю відсутні: форма для зворотного зв'язку із готелем або вікно для он-лайн виклику, наявність мобільного додатку, розсилки на e-mail, інформація про співпрацю і партнерів. Аналіз використання інструментів Інтернет-маркетингу еко-готелем «Слов'янка» показав, що його використання є дуже слабким

7. Для покращення системи просування еко-готелю «Слов'янка» вмережі Інтернет з метою підвищення його конкурентоспроможності запропоновано наступні заходи: модернізувати власний сайт еко-готелю; інтегрувати сайт еко-готелю «Слов'янка» із сторінками в соціальних мережах; покращити заходи просування еко-готелю «Слов'янка» в соціальній мережі Instagram; розробити нову яскраву емблему – товарний знак для еко-готелю «Слов'янка»; створити та розмістити інтерактивну карту еко-готелю «Слов'янка» на власному сайті; впровадити використання контекстної реклами; апровадити посаду менеджера з Інтернет-контенту та просування, та взяти на неї двох працівників.

Загальні витрати на всі запропоновані заходи будуть становити – 523430,0 грн., зростання доходу еко-готелю «Слов'янка» прогнозується на рівні 57%.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Боженко Л. І. Управління якістю, основи стандартизації та сертифікації продукції. Навчальний посібник / Л. І. Боженко, О. Й. Гутта. - Львів, 2013. – 204 с.
2. Бойко Н. Рынок гостиничных услуг / Н. Бойко // Коммерческое строительство. – 2011. – № 1-2. – С. 34-35.
3. Гаврилюк С.П. Конкуентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посіб. / С.П. Гаврилюк. – К.: КНТЕУ, 2013. – 180 с.
4. Герасименко В.Г. Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві / В.Г. Герасименко, Г.К. Бедрадіна // Экономика Крыма. – 2014. – № 1(30). – 2010. – С. 178-183.
5. Герасимчук З. В. Класифікація факторів розвитку регіонального ринку готельних послуг /З. В. Герасимчук, С. В. Сидорук //Економічні реформи. – 2011. –№ 2.
6. Гладуняк Ю. В. Державне регулювання розвитку готельного господарства: проблеми та перспективи / Ю. В. Гладуняк // Наук. вісн. Нац. ун-ту держ. податкової служби України (економіка, право). – 2009. – № 3. – С. 29–36.
7. Готель «Слов'янка». Офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://slovyanka.com/ru/>
8. Готель Шишкін. Офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.shishkinn.com/>
9. Еко-тренд в сфері гостинності: економічні та соціальні аспекти. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/abramova.htm
10. «Зелені» технології в індустрії гостинності. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.frontdesk.ru/article/zelenye-tehnologii-v-industrii-gostepriimstva>

11. Ковешніков В.С. Організація готельно-ресторанної справи: навч. посіб. / В.С. Ковешніков, М.П. Мальська, Х.Й. Роглев. - К.: Кондор, 2015. - 752 с.
12. Кращі еко-готелі України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.0352.ua/news/3219560/krasi-ekogoteli-ukraini>
13. Круль Г. Основи готельної справи: навч. посібн., 2-ге вид. /Г. Круль. – К. : Центрнавч. літ-ри, 2017. – 368с.
14. Лук'янова Л. Г. Уніфіковані технології готельних послуг : навч. посібник / Л. Г. Лук'янова, І. М. Мінич, Т. Т. Дорошенко ; за ред. В. К. Федорченка. – К. : Вища школа, 2017. – 258 с.
15. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Навч. посіб. 2-ге вид. / М. П. Мальська, Пандяк І.Г. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 472 с.
16. Мілінчук О.В. Переваги екологічної сертифікації готелів в Україні / О.В. Мілінчук // Менеджмент в інноваційному розвитку економіки: проблеми та перспективи. – 2014. – С. 322-323.
17. Мунін Г. Б. Управління сучасним готельним комплексом : навч. посіб. / Г. Б. Мунін, А. О. Змійов, Г. О. Зінов'єв, Є. В. Самарцев, О. О. Гаца; за ред. С. І. Дорогунцова. – К. : Ліра-К, 2014. – 156 с.
18. Незвичний еко-готель біля Дніпра. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://prohotelia.com/2012/07/friend-house/>
19. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – К. : ЦУЛ, 2012. – 344 с.
20. Папирян Г. А. Менеджмент в індустрії гостеприимства / Г. А. Папирян. – М. : Экономика, 2010. – 207с.
21. Процеси екологізації готельних підприємств України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/melnyk13.htm
22. Ремеслова О. Л. Методичний підхід щодо оцінки задоволеності споживачів готельним продуктом /О. Л. Ремеслова //ТоргівляіринокУкраїни :тем. зб. наук. праць. – 2011. –Вип. 26, т. 1. – С. 212-216.

23. Роглев Х.И. Основи готельного менеджменту: Навч.посіб. - К.: Кондор, 2009. - 408 с.

24. Сақун Л.В., Разуванов В.М. Маркетинг в туризме: учеб-метод. пособие / Л.В. Сақун, .М. Разуванов. - Минск: РИПО. 2014. - 268 с.

25. Свелеба Н.А., Бігус М.М. Актуальні проблеми туристичного бізнесу в умовах динамічних змін ринкового середовища/ Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 19.8. – с.122-126.

26. Свіда І.В. Регіональні механізми розвитку готельного бізнесу в умовах ринкової економіки :автореф. дис. На здобуття наук. Ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» /І. В. Свіда. – Ужгород. – 2011. – 22с.

27. Скибінський С.В. Маркетинг готельних послуг / С.В. Скибінський, Л.О. Іванова, О.Ф. Моргун. – Львів:Видавництво Львівської комерційної академії. 2009. – 246 с.

28. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах. Підручник. - К.: Альтерпрес, 2013. - 447 с.

29. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учеб. пособие. - М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2013.-304 с.

30. Сторінка еко-готелю «Слов'янка» в соціальній мережі Facebook. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.facebook.com/slovyanka.slavske/>

31. Сторінка еко-готелю «Слов'янка» в соціальній мережі Instagram. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.instagram.com/slovyanka.slavske/>

32. Татаринцева А. С. Управління підприємствами туристичної сфери з використанням сучасних інформаційних технологій / А. С. Татаринцева, О. М. Олійник //Вісн. Запорізького нац. ун-ту. — 2015. — № 1(9). —С.148–154.

33. ТОП-10 найбільш екологічних готелів світу. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://recyclemag.ru/article/10-luchshih-ekootelej-mira>

34. Туріянська М.М. Методики оцінки конкурентних переваг туристичного підприємства /М.М. Туріянська // Вісник ДІТБ. – 2015. – №15. – С. 87-95.

35. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посіб / Г. Б. Мунін. [та ін.] ; за ред. чл.-кор. НАН України, д.е.н., проф. С. І. Дорогунцева. – К. : Ліра, 2011. – 520 с.

36. Школа І. М., Ореховська Т. М., Козьменко І. Д. Менеджмент туристичної індустрії. - Чернівці: Книги-XXI, 2015. — 596 с.

37. Що таке еко-готелі і чому вони набирають популярність. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.biletik.aero/handbook/blog/oteli/chto-takoe-eko-oteli-i-pochemu-oni-nabirayut-populyarnost/>

38. CSTC. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://certifications.controlunion.com/ru/certification-programs/certification-programs/gstc-globalnyy-sovet-po-ustoychivomu-turizmu>

39. Green Key. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.greenkey.global/>

40. Hotelia Global. Інтерактивна карта. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.hoteliaglobal.com/solutions/hotel/>

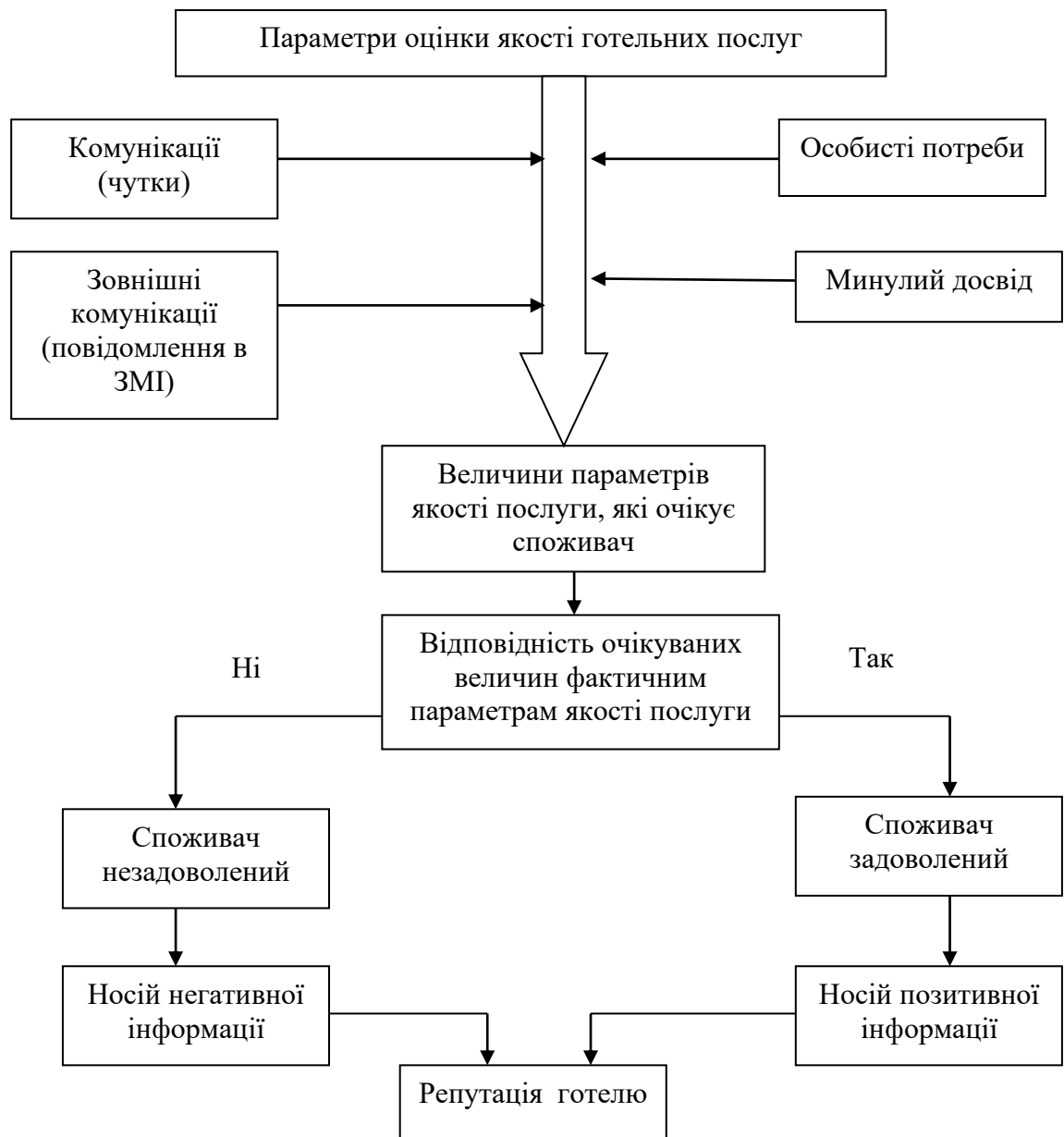
41. ISO 14001. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.iso.org/ru/iso-14001-environmental-management.html>

42. LEED. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://hpb-s.com/news/leed-certification/#:~:text=LEED>

43. Libra Hospitality. Тренди готельних технологій 2021. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.librahospitality.com/company/news/trendy-gostinichnykh-tekhnologiy-2021/>

44. Marriott International. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.marriott.com/marriott/aboutmarriott.mi>

Додатки



Процес оцінки якості готельної послуги споживачем

Джерело: складено автором на основі [15, с. 362]

Класифікація еко-готелів

Класифікаційна ознака	Різновид еко-готелів
Наявність еко-сертифіката	- Сертифіковані - Несертифіковані
Наявність еко-технологій	- Еко-готелі повного циклу - Еко-готелі, які мають екологічні технології ресурсозбереження - Еко-готелі, які не мають еко-технологій
Місце розташування	- Розташовані в заповідних зонах та національних парках - Розташовані в курортних зонах - Розташовані у селах - Розташовані в містах
Тип будівлі	- Будівлі, які виконані у стилі сучасної або класичної архітектури - Традиційні оселі: хата, шале, хатинка, намет, курінь, іглу, чум, вігвам, юрта - Екзотичні будівлі - Кемпінги: наметові містечка, літні дерев'яні домівки
Екологічна обстановка	- Використовують екологічно сертифіковані матеріали та речовини у будівництві, обробці, меблях, побутових засобах - Частково використовують екологічні матеріали - Екологічні матеріали не використовуються
Концепція харчування	- Ті, що мають власні сади, пасіки, плодоовочеве, фермерське господарство - Ті, що використовують екологічно чисті продукти харчування не власного виробництва - Ті, що використовують продукти харчування та послуг фабрикат масового виробництва
Організація дозвілля з екологічним напрямом	- Ті, що пропонують відвідування заповідних місць, екологічних маршрутів та стежок, спостереження за птахами та тваринами, спелеотуризм, велосипедні маршрути - Ті, що пропонують як дозвілля традиційні народні промисли: полювання, риболовля, збирання, традиційне рукоділля - Ті, що пропонують класичну анімацію, яка не пов'язана з екологією - Ті, що не мають анімаційних програм
Наявність оздоровчих ресурсів та інфраструктури	- Ті, що мають унікальні оздоровчі ресурси: мінеральні, термальні води, лікувальні грязі - Ті, що мають Wellness & SPA зону, спеціалізовані програми омолодження та оздоровлення, майданчики для йоги - Ті, що мають стандартний набір оздоровчих послуг (лазня, спортзал, басейн, спортивні майданчики)
Наявність інформаційних технологій	- Ті, що мають інноваційні засоби зв'язку, «розумні» інформаційні технології, новітнє обладнання, в т.ч. яке дозволяє економити енергоресурси - Ті, що мають стандартний набір послуг зв'язку та обладнання - Ті, що не мають інформаційних технологій за принциповою позицією дотримання природного формату відпочинку
«Зелена пропаганда»	- Ті, що активно просувають «зелені» - Ті, що просувають «зелені» ідеї час від часу - Ті, що не мають програм екологічного виховання

Джерело: систематизовано автором на основі власних досліджень

