

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет економіки та менеджменту

(повна назва факультету)

Управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

(повна назва кафедри)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня

магістр

(назва освітнього ступеня)

на тему: Впровадження інновацій на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу(на прикладі ГРК «Avalon Palace»)

Виконав(ла): студент(ка) VI курсу, групи БРМ-61
спеціальності 241-готельно-ресторанна справа

(шифр і назва спеціальності)

	(підпис)	Оливко В. Й. (прізвище та ініціали)
Керівник	(підпис)	Дудкін П.Д. (прізвище та ініціали)
Нормоконтроль	(підпис)	Стойко І. І. (прізвище та ініціали)
Завідувач кафедри	(підпис)	Шерстюк Р. П. (прізвище та ініціали)
Рецензент	(підпис)	Галушак М. П. (прізвище та ініціали)

Тернопіль
2024

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет економіки та менеджменту

(повна назва факультету)

Кафедра Управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

(повна назва кафедри)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Шерстюк Р. П.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

« »

2024 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття освітнього ступеня

Магістр

(назва освітнього ступеня)

за спеціальністю

241 “Готельно-ресторанна справа”

(шифр і назва спеціальності)

студенту

Оливку Василю Йосиповичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Впровадження інновацій на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу (на прикладі ГРК «Avalon Palace»)

Керівник роботи Дудкін Павло Дмитрович к.е.н, доцент

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

Затверджені наказом ректора від 05.11.2024 р. №4/7-1063

2. Термін подання студентом завершеної роботи 11.12.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи Матеріали фінансово-господарської діяльності ГРК «Avalon Palace»,

наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріали спеціалізованих видань.

4. Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

Анотація. Вступ. Теоретичні аспекти інноваційного розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Аналізування стану інноваційної діяльності суб'єкта готельно-ресторанного бізнесу.

Забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства. Охорона праці та безпека у надзвичайних ситуаціях. Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень, слайдів)

Ілюстративні матеріали за змістом кваліфікаційної роботи магістра у кількості 19 од.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Охорона праці			
Безпека у надзвичайних ситуаціях			

7. Дата видачі завдання 25.01.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Теоретико-методичний розділ	20.02.2024	
2	Аналітично-розрахунковий розділ	20.04.2024	
3	Проектно-рекомендаційний розділ	20.06.2024	
4	Охорона праці та безпека у надзвичайних ситуаціях	01.08.2024	
5	Висновки	01.09.2024	
6	Бібліографія	05.10.2024	
7	Анотація, вступ, зміст	10.11.2024	
8	Графічна частина (ілюстративні матеріали)	10.12.2024	

Студент

(підпис)

Оливко В. Й.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Дудкін П. Д.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на тему “Впровадження інновацій на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу (на прикладі ГРК «Avalon Palace»)” базується на вивченні та аналізі процесу імплементації інновацій у готельно-ресторанній сфері. На прикладі ГРК «Avalon Palace» розглянуто основні засади стратегічного управління та розвитку, які мають за мету підвищення конкурентоспроможності фірми та максимального задоволення потреб споживача.

У дослідженні наведено огляд літературних джерел, здійснено аналізування різноманітних підходів до розв’язання проблем впровадження інновацій у готельно-ресторанному бізнесі. Зазначено основні тенденції та фактори впливу на відбір інноваційних проєктів, а також визначено пріоритетні напрямки дослідження.

Кваліфікаційна робота визначається актуальністю теми в розрізі сучасних викликів, що стоять перед готельно-ресторанним бізнесом та здійснює обґрунтування необхідності досліджень з метою підвищення ефективності управління та розвитку ГРК «Avalon Palace».

Методологічною базою дослідження є аналіз різних літературних джерел, огляд дефініцій у готельно-ресторанній сфері, а також застосування емпіричних методів, зокрема, анкетування та інтерв’ювання, які необхідні для збору даних, що характеризують інноваційний процес у ГРК «Avalon Palace».

Загальний висновок та перспективи майбутніх досліджень вказують на необхідність інноваційного розвитку готельно-ресторанного бізнесу та потребу покращення діяльності ГРК «Avalon Palace».

Ключові слова: інновації, готельно-ресторанний бізнес, впровадження інноваційних проєктів, стратегічне управління, ГРК «Avalon Palace».

ANNOTATION

Qualification work on the topic: Implementation of innovations in hotel and restaurant businesses ("Avalon Palace" complex as a case study) is based on the study and analysis of the process of implementing innovations in the hospitality sector. Using the example of the complex "Avalon Palace", the main principles of strategic management and development aimed at increasing the company's competitiveness and maximizing customer satisfaction are considered.

The study provides an overview of the literature, analyzes various approaches to solving the problems of innovation implementation in the hospitality business. The main trends and factors influencing the selection of innovative projects are identified, and priority research areas are determined.

The qualification work is determined by the relevance of the topic in the context of modern challenges facing the hospitality business and provides a justification for the need for research to improve the efficiency of management and development of the complex "Avalon Palace".

The methodological basis of the research is the analysis of various literary sources, a review of definitions in the hospitality sector, as well as the application of empirical methods, in particular, questionnaires and interviews, which are necessary for collecting data characterizing the innovation process in the complex "Avalon Palace".

The general conclusion and prospects for future research indicate the need for innovative development of the hospitality business and the need to improve the performance of the complex "Avalon Palace".

Keywords: innovations, hospitality industry, implementation of innovative projects, strategic management, complex "Avalon Palace".

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	11
1.1. Теоретичні засади інновацій в готельно-ресторанній сфері	11
1.2. Характеристика інновацій в готельно-ресторанному бізнесі	18
1.3. Процес планування інноваційної діяльності суб'єктів готельно- ресторанної сфери.....	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗУВАННЯ СТАНУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	32
2.1. Характеристика господарської діяльності готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace»	32
2.2. SWOT-аналіз та PEST-аналіз ГРК «Avalon Palace»	37
2.3. Аналізування ринку та розрахунок показників оцінки конкурентів готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace»	41
РОЗДІЛ 3. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	48
3.1. Формування стратегії інвестування ГРК «Avalon Palace»	48
3.2. Розробка інвестпроекту «Доступні кредити 5-7-9 %» для зведення об'єктів ГРК «Avalon Palace»	57
3.3. Обґрунтування обсягів та економічної ефективності впровадження інноваційно-інвестиційного проекту	69
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ.....	78
4.1. Охорона праці в готельно-ресторанному бізнесі	78

4.2. Пожежна безпека в готельно-ресторанному комплексі.....	79
ВИСНОВКИ.....	82
ДОДАТКИ.....	88

ВСТУП

Інновації відіграють визначальну роль у сучасному готельно-ресторанному бізнесі. Саме завдяки постійному пошуку нових ідей та їх впровадженню підприємствам гастрономічної галузі вдається підвищити якість своїх послуг, розширити асортимент страв та напоїв, а також залучити нових клієнтів. Однак, незважаючи на очевидні переваги, процес інновацій не є простим та лінійним. Він вимагає комплексного підходу, гнучкості та здатності швидко адаптуватися до мінливих умов ринку.

Сутність дослідження процесу впровадження інноваційних проектів у готельно-ресторанному бізнесі обумовлена необхідністю підвищення конкурентоспроможності підприємств цієї галузі. Незважаючи на значний внесок багатьох вчених (Р. Акофф, Б. Андрушків, М. Армстронг, П. Друкер, П. Дудкін, А. Колот, Ф. Котлер, Л. Малюта, Л. Мельник, М. Мескон, М. Портер, М. Семикіна, Р. Шерстюк, Й. Шумпетер та ін.) у дослідження проблем управління інноваційною діяльністю, питання ефективного впровадження інновацій у готельно-ресторанній сфері залишається актуальним і потребує подальшого вивчення. Метою дослідження є не лише аналіз існуючих практик, а й розробка практичних рекомендацій, які допоможуть підприємствам галузі ефективно впроваджувати інновації та забезпечувати своє стале зростання.

Актуальність теми. Готельно-ресторанний бізнес є одним з найдинамічніших секторів сучасної економіки. Постійні зміни в смаках та уподобаннях споживачів, а також зростаюча конкуренція вимагають від підприємств галузі постійного розвитку та адаптації. Для того щоб задовольнити зростаючі вимоги споживачів та залишатися конкурентоспроможними, підприємства повинні постійно шукати нові рішення та впроваджувати інновації.

Розробка та впровадження інновацій є ключовими факторами успішного розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах. Інновації дозволяють не тільки вирішити поточні проблеми, а й створити нові

можливості для зростання та розвитку. Результати дослідження в цій галузі можуть бути використані для розробки ефективних стратегій інноваційного розвитку, які допоможуть підприємствам підвищити свою конкурентоспроможність та забезпечити стале зростання на ринку.

Об'єкт дослідження у кваліфікаційній роботі є процеси, пов'язані із стратегічним управлінням інноваційного розвитку ГРК «Avalon Palace».

Предметом дослідження є вивчення процесів впровадження інноваційних проектів у готельно-ресторанному бізнесі на прикладі конкретного закладу. Метою дослідження є аналіз інноваційних ідей та проектів, які можуть сприяти змінам у діяльності підприємства, поліпшенню якості обслуговування клієнтів, збільшенню прибутковості та зміцненню конкурентних позицій на ринку. Результати дослідження можуть бути використані для розробки рекомендацій щодо ефективного впровадження інновацій в інших готельно-ресторанних закладах.

Метою роботи є проведення комплексного дослідження процесів управління інноваційним розвитком у ГРК "Avalon Palace" з метою розробки ефективних стратегій для його подальшого розвитку.

Для досягнення мети дослідження передбачається виконання наступних завдань:

1. Провести глибокий аналіз сучасних трендів та інноваційних рішень у сфері готельно-ресторанного бізнесу, з особливим акцентом на світовому досвіді та кращих практиках.
2. Здійснити комплексне дослідження готельно-ресторанного підприємства "Avalon Palace" як об'єкта дослідження, включаючи аналіз його структури, функціонування, ресурсного забезпечення та конкурентного середовища.
3. Визначити потенційні напрямки інноваційної діяльності для готелю, з урахуванням його специфіки, потреб клієнтів та загальних трендів розвитку галузі.
4. Провести оцінку факторів, що впливають на успішність впровадження інновацій у готельному бізнесі, таких як фінансові ресурси, технологічна

оснащеність, кваліфікація персоналу, готовність клієнтів до нових послуг тощо.

5. Розробити детальний бізнес-план конкретного інноваційного проекту для готельно-ресторанного комплексу, включаючи опис концепції, визначення цілей, розрахунок економічної ефективності та розробку плану реалізації.
6. Здійснити оцінку ефективності обраного інноваційного проекту на всіх етапах його реалізації, використовуючи відповідні методи та інструменти.
7. Розробити комплексні рекомендації щодо вдосконалення системи управління інноваційним розвитком у готельно-ресторанному комплексі, включаючи стратегічні напрямки, організаційні зміни та механізми мотивації персоналу.

Результати досліджень та розробок, які висвітлені в кваліфікаційній роботі сприятимуть удосконаленню стратегічного управління інноваційним розвитком закладу, покращать позитивну динаміку основних фінансових показників підприємства та посилюватимуть його конкурентоспроможність.

Окремі положення роботи висвітлені в авторських тезах: Матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, академіка НАН Миколи Григоровича Чумаченка: «Управління бізнес-процесами підприємств у контексті індустрії 4.0», (Тернопіль, 11 жовтня 2024 року). [20], Додаток А.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Теоретичні засади інновацій в готельно-ресторанній сфері

У сучасному світі готельного та ресторанного бізнесу інновації відіграють вирішальну роль у забезпеченні конкурентоспроможності та сталого розвитку підприємств. Щоб успішно конкурувати на ринку та надавати високоякісні послуги, необхідно постійно вдосконалюватися та впроваджувати нові, креативні підходи у всі сфери діяльності. Інновації можуть бути спрямовані на поліпшення якості обслуговування клієнтів. Наприклад, використання сучасних технологій для прийому замовлень, вдосконалення процесів приготування страв та застосування штучного інтелекту для прогнозування потреб гостей можуть значно покращити загальний досвід відвідування закладу.

«Готельно-ресторанний бізнес є надзвичайно динамічним напрямком підприємницької діяльності. Пошук інноваційних продуктів у цій царині триває постійно. Зростання добробуту громадян в країнах, що динамічно розвиваються, спонукає усі сегменти бізнесу підвищувати свою конкурентоспроможність. Згідно із законами економічної теорії, зростання сукупного попиту призводить і до росту сукупної пропозиції. Невпинно зростає як пропозиція товарів, так і пропозиція послуг на ринку» [20, С.72]

Сьогоденна індустрія гостинності характеризується динамічним розвитком, який проявляється у кількох ключових тенденціях. По-перше, спостерігається стрімке зростання готельних мереж, що об'єднують різні заклади під єдиним брендом. По-друге, все ширше застосування сучасних інформаційних систем та технологій дозволяє оптимізувати управління готелями та підвищити якість послуг. Крім того, відбувається інтеграція готельного бізнесу з іншими

галузями економіки, що сприяє розширенню спектру послуг та підвищенню прибутковості. Сучасні готелі активно використовують нові підходи до управління, засновані на наукових дослідженнях. Паралельно з розвитком великих готельних мереж, спостерігається зростання кількості невеликих готелів, які спеціалізуються на обслуговуванні конкретних сегментів ринку. Цікавою тенденцією є поглиблення спеціалізації готельних послуг, їх диверсифікація та орієнтація на індивідуальні потреби клієнтів. Особлива увага приділяється екологічності готельних послуг, що відповідає сучасним трендам сталого розвитку.

Коли ми говоримо про інновації та інноваційну діяльність, зазвичай маємо на увазі процес перетворення наукових відкриттів та досліджень на практичні рішення. Однак поняття "інновація" набагато ширше. Воно охоплює не лише сферу науки та техніки, а й всі аспекти діяльності підприємства: від розробки нових продуктів та послуг до вдосконалення маркетингових стратегій та організаційних процесів. Інновація - це рушійна сила змін, яка дозволяє створювати нові цінності та задовольняти еволюційні потреби суспільства.

Йозеф Шумпетер став одним з перших економістів, хто систематично досліджував поняття "інновації". Він надавав інноваціям ключового значення для економічного розвитку, підкреслюючи, що інновація - це не просто незначні зміни, а радикальні перетворення, які ведуть до появи нових продуктів, технологій та ринків. За Шумпетером, інновація передбачає створення нових комбінацій ресурсів, таких як нові матеріали, компоненти, технологічні процеси, ринки збуту та форми організації виробництва. Іншими словами, інновація - це не просто вдосконалення існуючого, а створення чогось принципово нового.

Інноваційний розвиток у сфері готельно-ресторанного бізнесу є складним процесом, який залежить від взаємодії багатьох чинників. Ці чинники впливають на здатність підприємств впроваджувати нові ідеї, технології та підходи, що

дозволяють покращити якість послуг, підвищити ефективність роботи та задовольнити мінливі потреби клієнтів.

Інноваційний розвиток будь-якого підприємства, зокрема й у готельно-ресторанній сфері, залежить від комплексу взаємопов'язаних факторів. Серед них можна виділити такі ключові:

- **Стан ринку та конкурентоспроможність:** Рівень конкуренції на ринку, як внутрішньому, так і зовнішньому, визначає необхідність постійного вдосконалення продуктів та послуг, а отже, стимулює інноваційну діяльність.
- **Оточення:** Науково-технічний прогрес, законодавча база, політична та економічна стабільність створюють сприятливі або несприятливі умови для інновацій. Так, наприклад, розвинена інфраструктура та сприятливе законодавство можуть пришвидшити впровадження нових технологій.
- **Кадровий потенціал:** Наявність кваліфікованих фахівців, здатних генерувати нові ідеї та впроваджувати їх в життя, є одним з найважливіших факторів інноваційного розвитку.
- **Фінансові ресурси:** Для успішної реалізації інноваційних проектів необхідні значні фінансові інвестиції. Відсутність достатнього фінансування може стати серйозною перешкодою для розвитку.
- **Технологічна інфраструктура:** Наявність сучасних технологій та інфраструктури, що забезпечують підтримку інноваційних процесів, є необхідною умовою для їх успішного впровадження.

Світ постійно змінюється, і інновації є невід'ємною частиною цього процесу. Вони проникають у всі сфери людської діяльності, від виробництва до сфери послуг, і спрямовані на створення нових продуктів, процесів та рішень, які відповідають сучасним викликам та потребам.

Інновації можна класифікувати за різними критеріями. Одним з найпоширеніших є поділ за сферами застосування. Так, ми можемо виділити:

- Технологічні інновації: Спрямовані на розробку та впровадження нових технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн та інтернет речей, що дозволяють оптимізувати виробничі процеси та підвищити ефективність бізнесу.
- Гастрономічні інновації: Орієнтовані на створення нових кулінарних трендів та страв, які відповідають змінам у смаках споживачів та сприяють здоровому харчуванню.
- Соціальні інновації: Спрямовані на розробку нових моделей бізнесу та соціальних ініціатив, які сприяють вирішенню соціальних проблем та створенню більш справедливого суспільства.
- Медичні інновації: Орієнтовані на розробку нових методів діагностики та лікування захворювань, а також створення нових медичних технологій та пристроїв.
- Екологічні інновації: Спрямовані на розробку та впровадження екологічно чистих технологій, які мінімізують негативний вплив на довкілля.
- Фінансові інновації: Орієнтовані на створення нових фінансових інструментів та послуг, які підвищують ефективність фінансових ринків.
- Туристичні інновації: Спрямовані на використання нових технологій та розробку нових туристичних продуктів для задоволення потреб сучасних мандрівників.

Інновації, які виникають в інженерії, технологіях, економіці, управлінні чи соціальній сфері, не існують ізольовано. Вони тісно пов'язані між собою і взаємодіють. Впровадження нововведення в одній галузі часто вимагає відповідних змін в інших. Це пояснюється тим, що інновації за своєю природою є результатом синтезу знань з різних областей. Тобто, для створення чогось принципово нового, необхідно об'єднати ідеї та підходи з різних дисциплін.

Інновація – це результат наукової або дослідницької діяльності, який має документальне підтвердження. Це може бути новий винахід, вдосконалений продукт, більш ефективний технологічний процес або нова методика роботи.

Інновації не обмежуються лише технічними рішеннями, а можуть стосуватися також нових підходів в організації виробництва, маркетингу, управлінні та інших сферах діяльності. Крім того, інновації можуть включати в себе результати досліджень ринку, рекомендації щодо вдосконалення існуючих процесів та розробку нових стандартів.

Інновація – це не просто нова ідея або відкриття, а результат успішного впровадження цієї ідеї в практику. Тобто, інновація набуває своєї повної цінності тоді, коли вона починає використовуватися і приносити реальну користь. Це може бути новий продукт, технологія, метод організації виробництва або послуг, який відрізняється від існуючих своїми покращеними характеристиками або новими функціональними можливостями. Інновації можуть бути спрямовані на досягнення різних цілей: підвищення ефективності виробництва, поліпшення якості життя, захист довкілля тощо.

Інновації – це універсальний інструмент розвитку, який можна застосувати в будь-якій сфері людської діяльності: від науки і техніки до економіки, управління та соціальних відносин. Інновації відрізняються за своїми характеристиками, такими як сфера застосування, масштаб поширення та ступінь новизни.

Залежно від сфери, в якій впроваджується інновація, її можна віднести до науково-технічної, організаційно-економічної, соціально-культурної або національно-правової галузі. За масштабом поширення інновації поділяють на глобальні (що охоплюють весь світ), національні (поширені в межах однієї країни), регіональні (характерні для певного регіону), галузеві (типові для певної галузі промисловості) та локальні (застосовуються в межах окремого підприємства або організації).

Крім того, інновації можуть мати різний характер: еволюційний (поступове вдосконалення існуючих продуктів або процесів) або радикальний (створення принципово нових рішень).

Еволюційні інновації – це безперервний процес вдосконалення існуючих продуктів, технологій та процесів у сферах виробництва, продажу та споживання. Цей процес постійно розвивається під впливом соціальних потреб, економічних стимулів та технологічних можливостей. Частота появи нових інновацій залежить від накопиченого досвіду, знань та здатності компаній швидко реагувати на зміни ринку. Аналізуючи вподобання споживачів та ринкові сигнали, компанії можуть вдосконалювати свої продукти та технології, використовуючи при цьому сучасні інноваційні інструменти.

Щоб правильно класифікувати еволюційну інновацію, необхідно зрозуміти, що саме вона змінює і для чого вона потрібна. Класифікація дозволяє визначити місце інновації в загальній системі виробництва та її потенційний вплив на ринок.

Зазвичай, коли ми говоримо про інновації в наукових дослідженнях, їх поділяють на два основних типи: інновації продукту та інновації процесу. Цей поділ допомагає нам зрозуміти, на що саме спрямована інновація: на створення нового продукту або на вдосконалення способу його виробництва.

Щоб повністю описати весь шлях нової ідеї від її зародження до широкого впровадження, необхідно включити поняття "інноваційний цикл". Це дозволить нам детально розглянути кожен етап цього процесу: від первинної концепції до остаточного розповсюдження. Тільки так ми зможемо забезпечити, що на кожному етапі відбувається реальне оновлення та впровадження інновацій.

Інноваційний цикл – це процес, за допомогою якого нові ідеї перетворюються на продукти або послуги, які створюють цінність для споживачів та організацій. Він складається з кількох етапів, кожен з яких відіграє важливу роль у процесі інновацій (рис. 1.1.).



Рис. 1.1. Схема інноваційного циклу

Етапи інноваційного циклу:

1. **Ідея:** Перший етап інноваційного циклу - це генерація нових ідей. Ідеї можуть походити з різних джерел, таких як дослідження та розробки, спостереження за ринком, взаємодія з клієнтами або навіть випадковість.
2. **Розробка:** На цьому етапі ідеї перевіряються на їхню технічну та економічну доцільність. Якщо ідея визнана перспективною, розробляється прототип або мінімально життєздатний продукт (MVP).
3. **Тестування:** На цьому етапі продукт або послуга тестуються на ринку, щоб отримати відгук від споживачів. Це допомагає визначити, чи є попит на продукт та які його сильні та слабкі сторони.

4. **Комерціалізація:** Якщо тестування показує, що продукт або послуга має потенціал, він запускається на ринок. Це включає в себе маркетинг, продаж та підтримку продукту.

5. **Дифузія:** На цьому етапі продукт або послуга поширюється серед споживачів. Швидкість дифузії залежить від багатьох факторів, таких як ціна, якість, доступність та маркетингові зусилля.

6. **Прийняття:** На цьому етапі споживачі починають використовувати продукт або послугу на регулярній основі. Це призводить до зростання продажів та прибутків.

7. **Зрілість:** На цьому етапі продукт або послуга досягає свого піку популярності. Продажі та прибутки стабілізуються.

8. **Спад:** На цьому етапі попит на продукт або послугу починає знижуватися через появу нових конкурентів, зміну потреб споживачів або інші фактори.

9. **Виведення з ринку:** На цьому етапі продукт або послуга виводиться з ринку, якщо він більше не приносить прибутку або якщо його замінює новий продукт.

Інноваційний цикл є безперервним процесом, і організації повинні постійно шукати нові ідеї та вдосконалювати свої продукти та послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними.

1.2. Характеристика інновацій в готельно-ресторанному бізнесі

Інновації в готельно-ресторанному бізнесі – це постійний процес вдосконалення, спрямований на підвищення якості послуг, задоволення потреб гостей та посилення конкурентоспроможності закладів. Ці зміни стосуються всіх аспектів роботи готелів та ресторанів і включають в себе:

- Кулінарні експерименти та оновлення меню: Створення унікальних страв з використанням нестандартних інгредієнтів та сучасних кулінарних

технік. Це дозволяє закладам пропонувати гостям незабутні смакові враження та виділятися серед конкурентів.

- Впровадження технологій: Активне використання цифрових інструментів для автоматизації процесів бронювання номерів, замовлення їжі та обслуговування гостей. Це можуть бути онлайн-платформи, мобільні додатки, системи «розумний будинок» в номерах тощо.

- Адаптація до сучасних трендів: Створення атмосфери та меню, які відповідають актуальним соціокультурним тенденціям. Це включає в себе акцент на здоровому харчуванні, веганських та вегетаріанських стравах, а також врахування різноманітних культурних особливостей гостей.

- Сталий розвиток: Перехід на більш екологічні практики в управлінні готелем та рестораном. Це може бути використання енергозберігаючих технологій, сортування відходів, закупівля місцевих продуктів та мінімізація впливу на довкілля.

- Інновації в маркетингу та продажах: Застосування сучасних маркетингових інструментів для залучення нових гостей та утримання постійних клієнтів. Це включає в себе використання соціальних мереж, таргетовану рекламу, персоналізовані пропозиції та створення унікальних програм лояльності.

- Стратегічне управління інноваціями: Розробка довгострокових стратегій інноваційного розвитку та ефективне управління проектами, спрямованими на впровадження нових ідей.

Мета всіх цих змін – створити для гостей незабутній досвід перебування в готелі або відвідування ресторану, забезпечити високий рівень комфорту та задовольнити навіть найвибагливіші запити.

Інновації в готельно-ресторанному бізнесі є рушійною силою розвитку цієї галузі. Вони дозволяють закладам не лише виділятися на тлі конкурентів, а й створювати унікальний досвід для своїх гостей. Однак впровадження нових ідей та технологій вимагає ретельного планування, достатнього фінансування та

ефективного управління. Без цих компонентів навіть найперспективніші інновації можуть виявитися неефективними.

Інновації в готельно-ресторанному бізнесі – це широкий спектр змін, які можуть бути класифіковані за різними критеріями, що допомагає краще зрозуміти їхню природу та вплив на бізнес.

За характером змін:

- **Продуктові інновації:** Це створення нових товарів або послуг, які пропонуються гостями. Це можуть бути як нові страви в меню ресторану, так і унікальні пакети послуг для гостей готелю, такі як тематичні проживання або спа-програми.

- **Процесні інновації:** Зміни стосуються того, як надаються послуги. Це може бути впровадження нових технологій для обслуговування клієнтів, оптимізація робочих процесів, зміна організаційної структури тощо.

За цільовою аудиторією:

- **Інновації для клієнтів:** Спрямовані на поліпшення досвіду гостей. Це можуть бути нові концепції ресторанів, інтерактивні елементи в номерах готелю, персоналізовані пропозиції тощо.

- **Інновації для персоналу:** Спрямовані на підвищення ефективності роботи персоналу, їх мотивації та задоволеності. Це може бути впровадження нових систем навчання, використання технологій для автоматизації рутинних завдань тощо.

За об'єктом інновацій:

- **Гастрономічні інновації:** Зміни в кулінарії, які включають розробку нових страв, використання сезонних продуктів, експерименти зі смаками та подачею.

- **Технологічні інновації:** Використання новітніх технологій у всіх сферах діяльності готелю та ресторану, від систем бронювання до розумних будинків.

За ступенем змін:

- Інкрементальні інновації: Невеликі зміни, які поступово вдосконалюють існуючі продукти або процеси. Наприклад, додавання нової страви в меню або використання нової системи бронювання.

- Радикальні інновації: Революційні зміни, які кардинально змінюють бізнес-модель або пропонують абсолютно нові продукти або послуги. Наприклад, створення готелю без персоналу, де всі процеси автоматизовані.

За етапами впровадження:

- Планування: Розробка ідеї, аналіз ринку, визначення цілей та ресурсів.
- Впровадження: Реалізація планів, запуск нового продукту або процесу.
- Оцінка та вдосконалення: Аналіз результатів, внесення змін та оптимізація.

Чому важливо класифікувати інновації?

- Для розуміння: Класифікація допомагає систематизувати різноманітні інновації і краще зрозуміти їхню природу.
- Для планування: Завдяки класифікації можна визначити пріоритети для інноваційних проектів та розробити відповідні стратегії.
- Для оцінки: Класифікація дозволяє оцінити ефективність інновацій та визначити напрямки для подальшого розвитку.

Розуміння цих класифікацій допомагає підприємствам готельно-ресторанного бізнесу свідомо підходити до впровадження інновацій та досягати більш ефективних результатів.

Рівень інноваційності в готельно-ресторанному бізнесі безпосередньо залежить від загального стану економіки, зокрема від її фінансових можливостей та рівня розвитку технологій. Іншими словами, чим вищі темпи економічного зростання та чим більше інвестицій вкладається у нові технології, тим більше можливостей з'являється у готельно-ресторанному секторі для впровадження інноваційних рішень.

Для успішного розвитку інноваційної інфраструктури в готельно-ресторанному бізнесі необхідно враховувати такі ключові аспекти:

1. Технологічне оснащення: Впровадження сучасних технологій, які автоматизують процеси, підвищують ефективність роботи та покращують якість послуг.

2. Фінансові інструменти: Забезпечення достатнього фінансування для реалізації інноваційних проектів, а також розробка ефективних фінансових моделей.

3. Дизайн та архітектура: Створення сучасних та естетично привабливих інтер'єрів, які відповідають останнім трендам і створюють унікальну атмосферу.

4. Маркетинг та PR: Розробка та впровадження ефективних маркетингових стратегій, які дозволяють привернути увагу цільової аудиторії та сформувати позитивний імідж закладу.

5. Підготовка персоналу: Навчання та розвиток персоналу, щоб вони могли ефективно працювати з новими технологіями та надавати високоякісні послуги.

Розвиток промисловості в країнах з ринковою економікою, супроводжуваний технологічним прогресом та розширенням сфери послуг, створює сприятливе середовище для виникнення та розвитку інновацій. Це пов'язано зі збільшенням кількості підприємств, які надають консультаційні, сервісні та інформаційні послуги, необхідні для підтримки інноваційних процесів. У такому динамічному середовищі інноваційні інфраструктури відіграють важливу роль, сприяючи взаємодії науки та бізнесу та розвитку підприємництва в науково-технологічній сфері. Важливо зазначити, що розвиток інноваційної інфраструктури безпосередньо залежить від стану ринкової інфраструктури, яка забезпечує ефективний розподіл ресурсів та створення умов для конкуренції.

В контексті готельно-ресторанного бізнесу, інноваційна інфраструктура включає в себе комплекс заходів, спрямованих на забезпечення фінансової стабільності підприємств, створення сучасних технологічних умов та надання якісних послуг.

Інновації в готельно-ресторанному бізнесі – це не лише впровадження нових технологій та послуг, а й комплекс змін, що охоплюють усі сфери

управління підприємством. Від контролю якості до маркетингу – всі процеси можуть бути покращені за допомогою інноваційних підходів. Найбільш ефективною є стратегія, яка передбачає одночасне впровадження різних інноваційних рішень. Це можуть бути як нові продукти або технології, так і зміни в управлінні та маркетингу.

Сучасний споживач висуває все більш високі вимоги до якості обслуговування, тому готелі та ресторани змушені постійно шукати нові способи залучення клієнтів. Ті підприємства, які не приділяють достатньої уваги інноваціям, ризикують втратити свою конкурентоспроможність.

Інновації є рушійною силою розвитку готельно-ресторанної індустрії. Вони дозволяють компаніям не лише займати лідируючі позиції на ринку, але й відповідати міжнародним стандартам якості обслуговування.

Сьогодні наука активно працює над розробкою нових технологій, які могли б революціонізувати гастрономію. Вчені підкреслюють, що харчова промисловість повинна йти в ногу з іншими сферами економіки та активно впроваджувати інновації. У умовах жорсткої конкуренції готельно-ресторанний бізнес не є винятком. Для залучення та утримання клієнтів підприємствам необхідно використовувати сучасні технології, персоналізувати підхід до кожного гостя та розробляти оригінальні маркетингові стратегії. Саме такі інновації дозволяють компаніям досягти успіху на ринку.

Сучасні споживачі все більш вимогливі до якості обслуговування. Вони шукають не просто місце для ночівлі чи харчування, а незабутні враження та унікальний досвід. Інноваційні послуги дозволяють задовольнити ці потреби, створити персоналізований підхід до кожного клієнта та забезпечити максимальний комфорт. Таким чином, інновації допомагають побудувати довгострокові відносини з клієнтами та підвищити лояльність до бренду.

Дослідження ринку ресторанів, проведеним Національною асоціацією ресторанів (NRA) показало, що можливість замовляти страви на винос важлива для 72% відвідувачів ресторанів; 51% відвідувачів розраховують, що заклади харчування пропонуватимуть безплатний Wi-Fi; 46% гостей очікують, що вони

можуть зробити передзамовлення по телефону або на сайті; 79% відвідувачів дивляться меню закладу онлайн; 31% використовують Google Pay і Apple Pay для оплати послуг [19].

Цифрова революція кардинально змінила спосіб нашого життя, а одним із найяскравіших проявів цих змін стала економіка спільного використання. Сьогодні ми спостерігаємо стрімкий розвиток таких моделей, як спільне проживання, каршеринг, коворкінги, а також нові підходи до споживання товарів та продуктів харчування. Ці моделі, засновані на цифровізації та мережових інтеракціях, не тільки змінюють спосіб споживання, але й переосмислюють поняття власності та доступності ресурсів.

У таблиці 1.1 зібрано деякі ключові технології та інноваційні рішення, що трансформують сучасний готельно-ресторанний бізнес.

Таблиця 1.1

Смарт-технології та інноваційні рішення у сучасному готельно-ресторанному бізнесі

Технологічні та інноваційні рішення	Характеристика прояву
1	2
Культура та спектр доставки їжі на виніс, канали і способи доставки	Сучасні споживачі все частіше обирають замовлення їжі онлайн, висуваючи високі вимоги до швидкості доставки, індивідуального підходу та можливості відстеження замовлення. Саме тому сервіси доставки активно впроваджують інноваційні технології, такі як соціальні мережі, віртуальні помічники та інтеграцію з навігаційними системами автомобілів. Це дозволяє зробити процес замовлення максимально зручним і швидким. Наприклад, клієнти Pizza Hut в США можуть замовити піцу буквально за кілька секунд, використовуючи цифрові меню в своїх автомобілях.

Продовження табл. 1.1

1	2
Зростання числа споживачів за онлайн-замовленнями	Глобальний ринок доставки їжі демонструє стрімке зростання, за даними дослідження Research And Markets, його обсяг збільшується майже на 10% щороку. Україна не залишається осторонь цих тенденцій, і за останні п'ять років сегмент доставки їжі в нашій країні зріс на 35%. Такий значний приріст пов'язаний, зокрема, із введенням карантинних обмежень, що стимулювало попит на доставку їжі.
Інтеграція з готельним та ресторанним програмним забезпеченням	Завдяки інтеграції програмного забезпечення, замовлення на доставку автоматично передаються в систему обліку закладу. Це дозволяє ресторанам отримувати всі дані про продажі з різних онлайн-платформ (таких як GrubHub, Uber Eats та інших) в одному місці, прямо на планшети. Таким чином, персонал ресторану оперативно отримує інформацію про нові замовлення і може ефективніше їх обробляти.
Використання робототехніки в готелях і ресторанах	Роботизація стрімко змінює обличчя готельно-ресторанного бізнесу. Вже сьогодні багато закладів активно впроваджують автоматизовані системи, такі як хмарні системи обліку, мобільні додатки для офіціантів та цифрові меню на кухнях. Наступним кроком стане широке використання штучного інтелекту, який дозволить ще більше автоматизувати процеси. Роботи вже сьогодні виконують різноманітні завдання як у залі, так і на кухні. Наприклад, роботизовані руки готують бургери, а автоматичні лінії виробництва – салати. Роботи на рецепції та в холах. Реєстрація гостей, надання базової інформації про готель, консьєрж-сервіс, бронювання столів в ресторанах, замовлення трансферу, доставка багажу у номери гостей. Хоча в Україні такі технології поки що не настільки поширені, як за кордоном, їх потенціал для розвитку готельно-ресторанного бізнесу очевидний.

Продовження табл. 1.1

1	2
Соціальні мережі	У новій реальності готелі, ресторани повинні активно працювати над своїм онлайн-іміджем. Ці функції можуть покладатись на шеф-кухарів, адміністраторів, маркетологів. Це означає постійну присутність у соціальних мережах, створення якісного контенту для онлайн-платформ та забезпечення зручного онлайн-замовлення. Такий підхід не тільки допоможе подолати труднощі, пов'язані зі змінами на ринку, але й сприятиме зростанню прибутку.
Віртуальні ресторани	Сфера ресторанного бізнесу активно розвивається, і однією з найцікавіших тенденцій є поява «віртуальних» ресторанів. Такі заклади не мають власного залу для відвідувачів і зосереджені виключно на доставці їжі. Це дозволяє значно знизити витрати і, як наслідок, зробити доставку більш доступною для клієнтів. Інноваційним рішенням в цій галузі є створення спеціальних «хабів» для віртуальних ресторанів. У таких хабах кухні різних закладів розміщуються під одним дахом, а замовлення доставляються клієнтам за допомогою автономних автомобілів.
QR-код на чеку клієнта	Технології стрімко змінюють сферу гостинності. Одним з яскравих прикладів є використання QR-кодів. Ця інновація дозволяє готелям та ресторанам зробити обслуговування клієнтів більш зручним та ефективним. За допомогою QR-кодів можна не лише оплачувати рахунки, але й взаємодіяти з закладом на більш глибокому рівні, отримуючи персоналізовані пропозиції та знижки.
Розпізнавання облич	Світ стає все розумнішим, і готелі, точки самообслуговування та паркінги не виняток. Завдяки інноваційним технологіям, такі заклади можуть запропонувати своїм відвідувачам безліч зручностей. Наприклад, автоматизована реєстрація в готелі, інтерактивні кіоски для самообслуговування та системи автоматичного розпізнавання номерів автомобілів на паркінгах. Це не тільки економить час, але й робить перебування в таких місцях більш комфортним.

Джерело: [8, 17, 21]

1.3. Процес планування інноваційної діяльності суб'єктів готельно-ресторанної сфери

У будь-якому бізнесі інновації – це рушійна сила розвитку, а у готельно-ресторанному бізнесі, який є надзвичайно динамічним, впровадження нових ідей та технологій дозволяє підприємствам не тільки підвищити свою конкурентоспроможність, але й забезпечити стійкий розвиток на довгострокову перспективу.

Створення інноваційного плану для підприємства готельно-ресторанного бізнесу є невід'ємною частиною стратегічного розвитку. Оскільки ринок постійно змінюється, а конкуренція зростає, такі заклади повинні постійно адаптуватися і впроваджувати нові ідеї. Саме інновації дозволяють забезпечити високу якість послуг і досягти успіху в цій галузі.

Систематичне планування інноваційної діяльності є ключовим фактором успіху для підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Саме завдяки чіткому плануванню можна створити умови для впровадження нових ідей, підвищення якості послуг та ефективності роботи.

Сучасна економіка вимагає від підприємств зміщення фокусу з виробництва на продаж. Сьогодні недостатньо просто виробляти якісні товари чи послуги – їх ще потрібно ефективно продати. Це означає, що компанії повинні постійно шукати нові підходи до залучення клієнтів, оптимізувати використання ресурсів та розробляти інноваційні продукти, які відповідатимуть потребам сучасного ринку.

Системи управління інноваціями відіграють ключову роль у розвитку сучасних компаній. Саме завдяки таким системам вдається перетворити ідеї в реальні продукти та послуги, які дозволяють компаніям виділитися на ринку та здобути конкурентну перевагу.

Найефективніші інновації часто виникають на стику виробництва та творчості. Тому, щоб стимулювати процес генерації нових ідей, компанії зазвичай залучають до нього всіх співробітників. Це може бути реалізовано через

спеціальні опитування, де працівники можуть висловлювати свої пропозиції щодо вдосконалення виробничих процесів, продуктів або послуг. Для зручності аналізу отриманих даних варто розробити структуровані форми, які допоможуть класифікувати ідеї за різними критеріями, такими як потенційна ефективність, відповідність стратегії компанії та необхідні ресурси для реалізації. Крім того, для стимулювання творчого мислення можна використовувати різноманітні методи генерації ідей, такі як мозкові штурми, синектика, метод Дельфі та інші. Важливо, щоб процес пошуку нових ідей був відкритим і доступним для всіх співробітників, а також щоб існувала система мотивації за пропозиції, які будуть успішно реалізовані.

Інноваційні проєкти мають не тільки технічний, але й виражений інвестиційний вимір. Для їх успішної реалізації необхідно розробити детальний фінансовий план та визначити довгострокову стратегію розвитку, яка враховуватиме всі можливі ризики та перспективи. Саме на цьому аспекті ми будемо акцентувати увагу в третьому розділі кваліфікаційної роботи.

Інновації в компанії можуть стосуватися різних аспектів діяльності: від створення нових ідей та технологій до вдосконалення організаційних процесів. Основні напрямки інноваційної діяльності включають:

- Інтелектуальна власність: розробка нових продуктів, технологій та рішень.
- Матеріально-технічна база: впровадження нових матеріалів, обладнання та технологій.
- Інфраструктура: створення сприятливих умов для інноваційної діяльності.
- Технічні рішення: розробка нових продуктів та послуг.
- Управління компанією: вдосконалення організаційних процесів.

Розглянемо детальніше, як зазначені вище напрямки інноваційної діяльності можуть бути застосовані на практиці у готельному та ресторанному бізнесі.

Одним із ключових напрямків інновацій у готельному та ресторанному бізнесі є розвиток людського капіталу. Підвищення кваліфікації персоналу через спеціальні курси, онлайн-тренінги та створення сприятливої корпоративної

культури безпосередньо впливає на якість обслуговування клієнтів та загальний імідж закладу.

Матеріали та технології. Сучасні тренди в індустрії гостинності спрямовані на створення унікальних та екологічно чистих закладів. Приготування страв та напоїв з натуральної сировини. Використання нестандартних архітектурних рішень, натуральних матеріалів та інноваційних технологій дозволяє готелям та ресторанам відповідати цим трендам та задовольняти потреби сучасних споживачів.

Розвиток інфраструктури готельного бізнесу вимагає тісної співпраці з державними органами та науковими установами. Спільні проекти можуть спрямовуватися на створення сучасної інфраструктури, яка відповідає потребам як гостей готелів, так і місцевого населення. Важливим моментом є також наявність транспортного сполучення, перукарських салонів, фітнес-клубів, інтернету.

Технологічний. Сучасні тренди в індустрії гостинності спрямовані на створення унікального досвіду для гостей. Інноваційні технології, такі як QR-коди для інтерактивних меню, віртуальна реальність для презентації номерів та страв, а також персоніфікований сервіс, дозволяють готелям та ресторанам виділитися серед конкурентів. Крім того, все більшої популярності набувають концепції «відкритої кухні» та кейтеринг, які дозволяють гостям спостерігати за процесом приготування їжі та отримувати індивідуальні кулінарні рішення.

Організація та управління. Оптимізація організаційних процесів є одним із ключових напрямків інновацій в готельному бізнесі. Завдяки впровадженню систем автоматичного управління та сучасних контрольованих вимірювальних приладів, готелі можуть значно підвищити ефективність роботи всіх служб, від прийому гостей до обслуговування номерів. Автоматизація рутинних операцій дозволяє персоналу зосередитися на більш складних завданнях та підвищити якість обслуговування.

Після того, як компанія визначить конкретний напрямок для інновацій, наступним кроком стане розробка детального плану впровадження. Цей план має

чітко окреслювати завдання та цілі, які необхідно досягти в результаті інноваційних проектів. Важливо, щоб цілі були конкретними, вимірними, досяжними, актуальними та обмеженими у часі (SMART). Для візуалізації та структурування цілей часто використовується метод «дерева цілей», який дозволяє представити їх у вигляді ієрархічної структури. Перед затвердженням плану необхідно ретельно проаналізувати кілька потенційних варіантів його реалізації та обрати найкращий.

Після визначення напрямків інноваційної діяльності, наступним кроком є розробка довгострокового плану, який забезпечить послідовне впровадження інновацій та досягнення стратегічних цілей компанії. Інноваційна політика має стати невід'ємною частиною загальної стратегії підприємства, сприяючи її розвитку та адаптації до мінливих умов ринку.

Третій етап передбачає детальне планування ресурсного забезпечення інноваційного проекту. На цьому етапі здійснюється розрахунок необхідних матеріальних, фінансових та інших ресурсів, які будуть залучені до реалізації проекту. Тобто, чітко визначається, які саме матеріали, сировина, обладнання та фінанси потрібні для успішного завершення проекту.

На четвертому етапі проводиться детальний аналіз інноваційної стратегії компанії за допомогою методу бенчмаркінгу. Бенчмаркінг передбачає порівняння власних досягнень з найкращими практиками інших компаній у галузі. Такий аналіз дозволяє виявити сильні та слабкі сторони підприємства, визначити напрямки для вдосконалення та встановити нові амбітні цілі. Завдяки бенчмаркінгу компанії можуть покращити якість своїх продуктів і послуг, підвищити ефективність роботи та зміцнити свою позицію на ринку.

Створення ефективного плану інноваційної діяльності в готельному бізнесі та сфері громадського харчування є складним і тривалим процесом, який вимагає значних інвестицій. На першому етапі формулюється основна ідея інновації, для чого залучаються безпосередні учасники виробничого процесу. Далі визначається конкретний напрям інновацій, який відповідає поставленим цілям і завданням. Завершальним етапом є розробка детального інвестиційного плану.

Ретельно сплановане впровадження інновацій у готельному та ресторанному бізнесі може значно підвищити якість обслуговування клієнтів та фінансові результати підприємства. Комплексний підхід до інновацій дозволяє досягти синергетичного ефекту та збільшити прибуток.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗУВАННЯ СТАНУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

2.1. Характеристика господарської діяльності готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace»

Розташований за адресою проспект Степана Бандери 2, у самому серці Тернополя, готельно-ресторанний комплекс "Avalon Palace" є не лише популярним місцем відпочинку, а й прикладом успішного інноваційного менеджменту в умовах малого бізнесу. Завдяки вдалому поєднанню традицій гостинності та сучасних технологій, заклад постійно розвивається та пропонує своїм гостям нові, інноваційні сервіси (рис. 2.1).

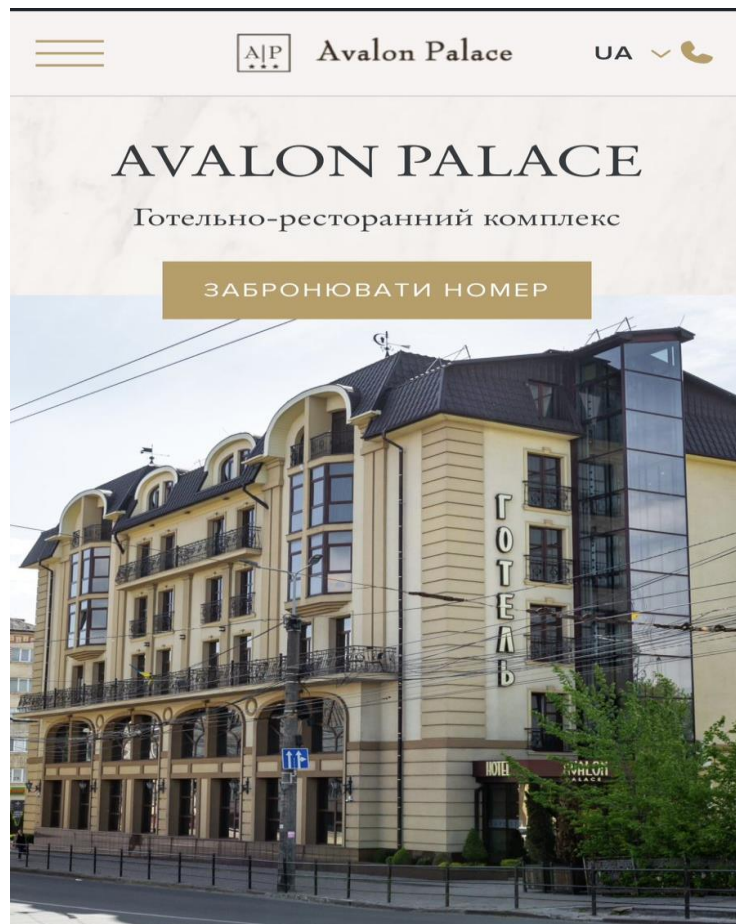


Рис. 2.1. Вигляд фасаду готелю

Примітка: Фото із відкритих джерел

Готель пропонує 64 номери різних категорій, обладнаних за останніми технологічними стандартами. Кожен гість може насолодитися комфортом кондиціонерів, швидкісним Інтернетом та зручностями сучасного телебачення. Таке поєднання класичного гостинності та інноваційних технологій створює атмосферу комфорту та затишку (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Зображення інтер'єру одного із номерів

Примітка: Фото із відкритих джерел

Команда професіоналів готелю має багаторічний досвід організації міжнародних конференцій та форумів. Ми пропонуємо нашим клієнтам індивідуальний підхід та комплексне обслуговування, яке включає в себе підбір оптимального формату заходу, розробку програми, організацію харчування та проживання учасників. Наші конференц-зали, обладнані за останніми технологічними стандартами, готові прийняти заходи будь-якого масштабу (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Зображення великого конференц-залу ГРК "Avalon Palace"

Примітка: Фото із відкритих джерел

Заклад постійно шукає нові рішення для того, щоб зробити усі заходи більш ефективними та продуктивними. Конференц-зали, площею 300 м² та 75 м², оснащені сучасним обладнанням, що дозволяє використовувати інтерактивні технології та створювати динамічну атмосферу. Крім того, може бути запропоновано широкий спектр додаткових послуг, таких як кейтеринг, технічна підтримка та організація дозвілля для учасників.

Банкетний ресторан "Avalon Palace" - це місце, де кулінарні інновації зустрічаються з індивідуальними потребами кожного гостя. Різноманітне меню, що постійно оновлюється, пропонує широкий вибір страв, включаючи вегетаріанські, веганські та безглютенові опції. Заклад прагне задовольнити найвибагливіші смаки та створити незабутні враження для кожного відвідувача. (рис. 2.4). Меню ресторану демонструє інноваційний підхід до харчування, пропонуючи широкий вибір страв, розроблених з урахуванням сучасних тенденцій здорового харчування. Спеціальні веганські та вегетаріанські позиції в меню – це не лише відповідь на запити гостей, але й відображення прихильності до сталого розвитку та інклюзивності.



Рис 2.4. Зображення інтер'єру бенкетного ресторану "Avalon Palace"

Примітка: Фото із загальнодоступних джерел

Ресторан є прикладом інноваційного підходу до харчування, оскільки дбає про кожного гостя, незалежно від його харчових потреб. Пропонується широкий вибір страв, включаючи спеціальні варіанти для людей з алергією на глютен, лактозу, сою, арахіс та інші алергени. Мета закладу – створити інклюзивну атмосферу, де кожен гість зможе насолодитися смачною їжею, спеціально підбраною для нього.

SPA-центр "Avalon Palace" – це місце, де можна не тільки розслабитися, але й оздоровитися (рис. 2.5). Різноманітність парних – турецький хамам, римська парна, фінська сауна та гуцульська парна – дозволяє підібрати оптимальний режим для кожного гостя. Комплексний підхід до відпочинку допоможе зняти стрес, зміцнити здоров'я та покращити загальне самопочуття.

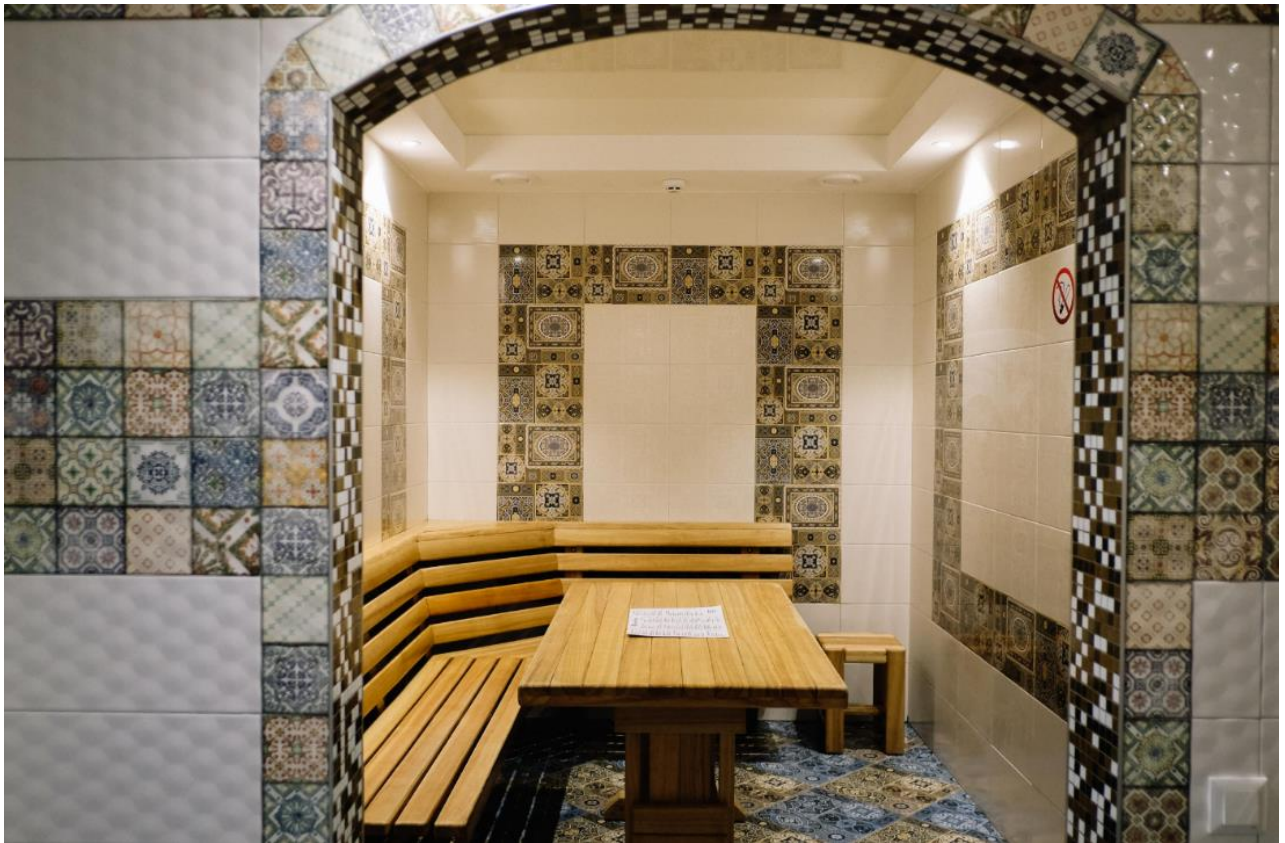


Рис. 2.5. Зображення сауни «Avalon Palace»

Примітка: Фото із загальнодоступних джерел

Для забезпечення максимального комфорту гостей, пропонується гнучка система бронювання SPA-процедур. Для підтвердження бронювання може знадобитися попередня оплата або гарантія. Необхідно врахувати, що при скасуванні бронювання менш ніж за 4 години до початку сеансу авансовий внесок не повертається. Плани можуть змінюватися, тому заклад готовий обговорити будь-які нестандартні ситуації індивідуально.

Для активного відпочинку та релаксації пропонується басейн з протитечією, який ідеально підходить для плавання та аквааеробіки. А для тих, хто віддає перевагу спокійному відпочинку, у є басейн з теплою водою та спеціальна зона для шийного масажу, що допоможе зняти напругу після насиченого дня.

2.2. SWOT-аналіз та PEST-аналіз ГПК «Avalon Palace»

Прийняття ефективних управлінських рішень в готельному бізнесі неможливе без глибокого розуміння зовнішнього середовища. PEST-аналіз дозволяє зібрати всю необхідну інформацію для проведення комплексного аналізу та прийняття обґрунтованих рішень.

Проведення PEST-аналізу є стратегічним інструментом, який дозволяє готелям не просто адаптуватися до змін, а активно формувати майбутнє. Завдяки глибокому розумінню зовнішнього середовища, готелі можуть створювати інноваційні продукти та послуги, які задовольняють потреби сучасних мандрівників та забезпечують стійкий розвиток бізнесу.

Проведення PEST-аналізу є ключовим етапом стратегічного планування готельного бізнесу. Він дозволяє готелям отримати комплексне уявлення про зовнішнє середовище, виявити нові можливості, оцінити ризики та розробити інноваційні стратегії, які забезпечать успішний розвиток бізнесу в довгостроковій перспективі.

Розглянемо детальний PEST-аналіз ГПК «Avalon Palace» (табл. 2.1).

Аналіз SWOT для розробки стратегії готелю

- **Внутрішній аналіз:** оцінка ресурсів, компетенцій, конкурентних переваг та недоліків готелю.
- **Зовнішній аналіз:** дослідження ринку, конкурентного середовища, економічних, політичних та соціальних факторів, які можуть вплинути на діяльність готелю.
- **Формування матриці SWOT:** систематизація результатів аналізу для визначення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз.
- **Розробка стратегії:** використання даних SWOT-аналізу для розробки стратегії розвитку готелю, яка дозволить максимально використовувати сильні сторони, мінімізувати слабкі сторони, скористатися можливостями та уникнути загроз.

Таблиця 2.1

PEST-аналіз ГРК «Avalon Palace»

ПОЛІТИЧНІ ФАКТОРИ	ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ
☐ Нормативно-правова база туристичної індустрії та сфери послуг ☐ Податкове навантаження на готельний бізнес ☐ Державний контроль над діяльністю готелів ☐ Рівень бюрократичних бар'єрів та корупційних ризиків ☐ Політична стабільність країни	☐ Економічне середовище для ведення бізнесу ☐ Валютні коливання та їх вплив на бізнес ☐ Інфляційні процеси та їх вплив на витрати і доходи компаній ☐ Інвестиційний клімат в країні ☐ Купівельна спроможність населення як фактор попиту
СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ФАКТОРИ	ТЕХНОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ
☐ Демографічна структура населення регіону ☐ Етнічний та культурний склад місцевих жителів ☐ Природний рух населення (народжуваність, смертність) ☐ Культурні особливості та традиції місцевого населення ☐ Сезонність попиту на готельні послуги ☐ Загальні тенденції розвитку туристичної індустрії	☐ Впровадження інноваційних технологій у всі сфери діяльності готелю ☐ Автоматизація процесів управління та обслуговування гостей ☐ Цифровізація будівництва та експлуатації готельних об'єктів ☐ Використання даних для персоналізації послуг та підвищення задоволеності гостей ☐ Розвиток цифрових каналів продажів та бронювання

Детальний SWOT-аналіз ГРК «Avalon Palace» можна розглянути у таблиці, наведеній нижче (табл. 2.2).

SWOT-аналіз ГРК «Avalon Palace»

СИЛЬНІ СТОРОНИ	СЛАБКІ СТОРОНИ
☐ Розташування у центральній частині міста - зручне місцеположення в центрі міста. ☐ Зручне онлайн-бронювання - легка онлайн-резервування номерів. ☐ Досвідчений та кваліфікований персонал - професійний сервіс. ☐ Репутація готелю - добре ім'я серед гостей. ☐ Матеріальні активи - фінансова стабільність та ресурси. ☐ Різноманітність додаткових послуг - широкий спектр додаткових послуг. ☐ Власний трансфер - зручне перевезення для гостей. ☐ Хороше співвідношення ціни та якості - доступні ціни за високий рівень сервісу. ☐ Наявність високого рівня безпеки - гарантована безпека гостей.	☐ Висока ціна на продукти та послуги: Завищені ціни. ☐ Обмеженість бюджету: Недостатнє фінансування. ☐ Не пристосованість для відвідувачів з обмеженими фізичними можливостями: Відсутність доступності.
МОЖЛИВОСТІ	ЗАГРОЗИ
☐ розвиток сайту та соціальних мереж для залучення більшої кількості гостей: Посилення цифрової присутності. ☐ розширення мережі партнерів та співпраці з туроператорами, бізнес компаніями, що забезпечить більш широкий спектр пропонованих послуг: Розширення кола партнерів. ☐ введення нових технологій, що полегшить надання послуг: Цифрова трансформація. ☐ залучати більше любителів внутрішнього туризму: Фокус на внутрішньому ринку. ☐ здійснення реконструкції та реновації готелю: Модернізація готелю. ☐ Покращення звукоізоляції в номерах: Збільшення комфорту. ☐ Збільшення прямих продаж: Збільшення прямих бронювань.	☐ конкуренція з боку інших готелів: жорстка конкуренція на ринку ☐ політична та економічна нестабільність в країні, що може призвести до зменшення потоку туристів: нестабільна ситуація в країні ☐ зміна очікувань та вимог туристів щодо надання послуг: мінливі потреби клієнтів ☐ низька платоспроможність потенційних клієнтів: обмежений платіжний попит

Отримані результати дослідження вказують на те, що готель має всі передумови для посилення своїх позицій серед конкурентів у місті Тернополі. Зважаючи на потенційні загрози, необхідно розробити детальний план маркетингових заходів, спрямованих на збільшення потоку туристів, особливо в період пікового навантаження.

Проаналізувавши локацію ГРК «Avalon Palace», можемо відмітити, що розташування готелів поблизу пам'яток культури вирізняє декілька вагомих переваг, а саме:

- Розташування готелю в самому центрі міста забезпечує нашим гостям не лише комфорт та зручність, але й унікальну можливість зануритися в атмосферу міста та створити незабутні спогади. Близькість до історичних та культурних пам'яток дозволяє оптимізувати час, витрачений на подорожі, та повністю насолодитися всіма гранями міста.

- Зручне розташування готелю поблизу культурних пам'яток не лише дозволяє туристам заощадити на транспорті, але й сприяє розвитку міста як популярного туристичного напрямку.

- Таке розміщення готелів підвищує доступність визначних місць, роблячи подорож більш приємною та комфортною. Це, в свою чергу, сприяє зростанню іміджу міста як культурного центру, залучаючи все більше туристів.

Розташування готелів поблизу культурних пам'яток є вигідним не лише для туристів, але й для міста в цілому. Таке розташування підвищує туристичний потенціал міста, роблячи його більш привабливим для відвідувачів.

З іншого боку, детальне знання туристичних інтересів допомагає готелям розробляти індивідуальні пропозиції, залучати інвестиції та ефективно конкурувати на ринку. Завдяки такому підходу, готелі можуть створювати спеціальні пакети послуг, які відповідають потребам різних категорій туристів, та встановлювати оптимальні ціни.

2.3. Аналізування ринку та розрахунок показників оцінки конкурентів готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace»

Аналіз динаміки потоків туристів та наданих туристам послуг демонструють наступну динаміку на теренах Тернопілля у 2021 – 2023 р.р. (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Динаміка туристичних потоків та обсягів наданих туристичних послуг у регіоні (місті) за 2021-2023 рр.

Показники	Одиниці виміру	2021	2022	2023
1. Загальний туристичний потік, зокрема:	осіб	55324	52468	18731
1.1. Чисельність внутрішніх туристів	осіб	48054	43583	17711
1.2. Чисельність іноземних туристів	осіб	7270	8885	1020
2. Середньостатистичний час перебування туриста	людино-днів	2.4	2.28	2.04
4. Середньостатистичні витрати на 1-го туриста	грн.	2640	2004	2160

Можна зробити висновок, що загальний обсяг туристичного потоку в місті Тернопіль зменшувався у період з 2021 по 2023 року, однак значно зменшився у 2023 році через повномасштабну війну в Україні. Загальні середньостатистичні показники (щодо кількості внутрішніх туристів, кількості іноземних туристів, часу перебування туристів у місті, витрати на 1-го туриста) зменшилися у 2022 році у порівнянні з 2021 роком. А у 2023 році зменшилися в рази. Якщо на початку повномасштабного вторгнення росії рух транзитних туристів (біженців) залишався досить значним, то в 2023 та 2024 пішов на спад. Слід додати, що середньостатистичний час перебування туриста

також зменшився у 2023 році через вищезазначені причини. Проте середньостатистичні витрати в гривнях на 1-го туриста зросли через зростання інфляції.

Загальна кількість готельних закладів у місті Тернопіль за досліджуваний період не зменшилась, хоча акценти бронювання змістились на користь приватних помешкань, які створюють досить потужну конкуренцію для готелів. Зокрема на такій платформі як <https://doba.ua/ukr/ternopol>. Ціни на проживання є значно нижчими, ніж в готелях, а інфраструктурне забезпечення практично нічим не відрізняється.

Аналіз макроекономічних чинників з точки зору аналізування готелю дає можливість виявити потенційні загрози та слабкі місця, які можуть впливати на готельну індустрію в цілому.

Глибоке дослідження макросередовища дає змогу готелю отримати повне уявлення про ринок готельних послуг. Це включає в себе аналіз конкурентів, як-от інших готелів у регіоні, великих мережевих брендів, а також альтернативних варіантів розміщення, таких як апартаменти чи гостьові будинки. Такий аналіз дозволяє готелю чітко визначити свої конкурентні переваги та розробити унікальну пропозицію, яка зацікавить більше клієнтів.

Аналіз макросередовища готелю не обмежується лише дослідженням конкурентів та ринку. Важливим аспектом є також оцінка впливу технологічних інновацій на галузь гостинності. Сучасні технології, такі як онлайн-платформи бронювання, мобільні додатки та автоматизовані системи управління, революціонізують готельний бізнес. Готелі, які вчасно адаптуються до нових технологій, можуть значно покращити якість своїх послуг, підвищити ефективність роботи та залучити нових клієнтів.

Зростаюча свідомість суспільства щодо екологічних проблем створює як виклики, так і нові можливості для готельного бізнесу. Аналізуючи зовнішнє середовище, готелі можуть виявити актуальні екологічні тренди та зрозуміти, які саме екологічні стандарти очікують від них клієнти. Впровадження екологічних

ініціатив не лише сприяє збереженню довкілля, але й дозволяє готелю позиціонувати себе як соціально відповідальну компанію, що приваблює все більше екологічно свідомих туристів.

Щоб залишатися конкурентоспроможним на ринку готельних послуг, необхідно постійно відстежувати зміни у зовнішньому середовищі. Аналіз макросередовища допомагає готелю виявляти нові можливості для розвитку, а також потенційні загрози. Завдяки цьому готель може своєчасно реагувати на зміни ринкових умов, впроваджувати інновації та підтримувати свою позицію на ринку.

Для більш глибокого розуміння діяльності підприємства необхідно розглянути вплив зовнішніх чинників, які формують макросередовище (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Вплив факторів макросередовища на готельно-ресторанний бізнес

Фактор макросередовища	Вплив на готельно-ресторанний бізнес	Характер змін
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Економічний	Рівень безробіття, інфляція, ставки податків, валютні курси, доходи населення	Зміна попиту на послуги, зміна цін на продукти харчування та напої, зміна витрат на енергоносії
Соціокультурний	Демографічні зміни, рівень освіти, стиль життя, культурні цінності, етичні норми	Зміна структури попиту, виникнення нових трендів у харчуванні та відпочинку, зміна вимог до якості обслуговування
Політико-правовий	Законодавство про туризм, податкова політика, трудове законодавство, екологічні норми	Зміна умов ведення бізнесу, зміна вимог до безпеки та якості послуг, зміна витрат на ліцензування та дозволи

Продовження табл. 2.4

1	2	3
Технологічний	Нові технології в готельному бізнесі (системи бронювання, управління готелем), розвиток інтернету, мобільні технології	Зміна способів взаємодії з клієнтами, автоматизація процесів, поява нових каналів збуту
Природний	Кліматичні зміни, природні катаклізми, доступність природних ресурсів	Зміна сезону туристичної активності, необхідність адаптації до нових кліматичних умов, зміна вартості продуктів харчування

Практично усі чинники за різного сценарію подій можуть мати як позитивний, так і негативний вплив. За останні 5 років найбільше вплинули на готельно-ресторанний бізнес пандемія, і, звичайно, повномасштабне вторгнення російських військ. Вплив цих чинників, однозначно – негативний. Проте, культурні традиції та цінності, стиль життя, віра в перемогу, рівень освіти, прагнення до самовдосконалення підтримують і створюють позитивне тло не тільки в цій галузі, а й, в цілому, в суспільстві. А сталий етнічний та культурний склад населення (соціокультурні фактори) лише посилюють позитивний вплив.

Негативний вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу мають також інфляційні очікування, некомпетентність чиновників на різних щаблях влади, рівень корупції, не зовсім зрозумілі відносини з сусідніми країнами, такими, як Польща, Словаччина, Угорщина, особливо в транзитній сфері, рівень народжуваності та смертності, значні міграційні процеси.

Головними конкурентами ГРК «Avalon Palace» є «Тернопіль Готель» та «Камелот». Інформацію щодо відгуків про них та оцінку споживачами цих готелів можна знайти на сайтах «Booking» та «Google».

Для здійснення детальної порівняльної характеристики щодо конкурентів згрупуємо в табл. 2.5, 2.6, 2.7.

Таблиця 2.5

Порівняльна характеристика основних конкурентів

№ п/п	Характеристика	Назва готельно-ресторанного закладу		
		«Avalon Palace»	«Тернопіль Готель»	«Камелот»
1.	Форма власності	приватна	приватна	приватна
2.	Місце розташування	Просп. Степана Бандери, 2	Вул. Замкова, 14	Вул. Об'їзна, 6
3.	Категорія готелю	3-х зірковий		4-х зірковий
4.	Кількість номерів	60	120	32
5.	Цільовий сегмент споживачів	Бізнес-туристи, сімейні подорожі, фанати wellness туризму		
6.	Характеристика номерного фонду			
6.1	Люкс	+	+	-
6.2	Напівлюкс	+	+	+
6.3	Стандарт Сімейний	+	+	+
6.4	Стандарт Плюс	+	+	+
6.5	Стандарт	+	+	+
6.6	Бізнес	+	-	-
6.7	Стандарт Бізнес	+	-	-
6.8	Одномісний бюджет	-	+	-
6.9	Двомісний бюджет	-	+	-
6.10	Економ	-	-	+
7	Інфраструктура з надання послуг	Бар Інтернет Конференц-зал Автостоянка Ресторан Розміщення з тваринами Басейн для сауни Оздоровчий спа-центр Фінська сауна Хамам Римська парна, Гуцульська парна Електро-генератор	Бізнес-центр Інтернет Конференц-зал Перукарня /Салон краси Автостоянка Пральня Ресторан Спортивні розваги Розміщення з тваринами Електро-генератор	Бар Бізнес-центр Інтернет Конференц-зала Автостоянка Пральня Оздоровчий спа-центр Масаж Фінська сауна Розміщення з тваринами Електро-генератор
8	Дизайн інтер'єру номерного фонду	Мінімалізм	Класичний стиль	Класичний стиль
9	Рівень цін	Від помірних до високих цін	Від помірних до високих цін	Від помірних до високих цін
10	Рівень сервісу	Високий	Високий	Високий
11	Мови обслуговування	UA, ENG, PL	UA, ENG, PL	UA, ENG

Таблиця 2.6

Вихідні дані для оцінки конкурентів готелю

Показники	Готельні підприємства		
	«Avalon Palace»	«Тернопіль Готель»	«Камелот»
Середня ціна номеру, грн.	1665	1700	1600
Категорія засобу розміщення (1-5 балів)	3	3	4
Локація (1-5 балів)	4	5	4
Наявність додаткових послуг (1-5 балів)	5	3	3
Якість обслуговування (1-5 балів)	5	4	4
Імідж (1-5 балів)	5	3	5

Таблиця 2.7

Оцінка конкурентів готелю в балах

Показники	Коефіцієнт вагомості	Готельні підприємства		
		«Avalon Palace»	«Тернопіль Готель»	«Камелот»
Середня ціна номеру, грн.	0.1	0.4	0.3	0.5
Категорія засобу розміщення	0.3	0.9	0.9	1.2
Локація	0.2	0.8	1.0	0.8
Наявність додаткових послуг	0.08	0.4	0.24	0.24
Якість обслуговування	0.3	1.5	1.2	1.2
Імідж	0.02	0.1	0.06	0.1
Результат: якість	1.0	4.1	3.7	4.04

Оцінка конкурентів готелю в балах має декілька важливих цілей:

1. Глибоке розуміння конкурентного середовища є ключовим для успішного функціонування будь-якого готелю. Аналіз конкурентів дозволяє точно визначити, хто є прямими суперниками, які пропонують схожі послуги та орієнтовані на ту саму цільову аудиторію. Таке розуміння є необхідним для розробки ефективної стратегії, яка дозволить готелю виділитися серед

конкурентів та залучити більше клієнтів.

2. Визначаючи сильні та слабкі сторони конкурентів, готель може чітко усвідомити свої власні переваги. Це дозволяє зосередитися на розвиткові саме тих аспектів діяльності, які відрізняють готель від конкурентів і роблять його більш привабливим для клієнтів. Крім того, розуміння слабких місць конкурентів надає готелю можливість заповнити існуючі прогалини на ринку та запропонувати клієнтам унікальні послуги.

3. Досліджуючи стратегії своїх конкурентів, готель має можливість вивчати їхні успішні підходи та запозичати найкращі практики. Аналізуючи, як конкуренти встановлюють ціни, проводять маркетингові кампанії, обслуговують гостей та розробляють нові продукти, готель може визначити, які стратегії є найбільш ефективними в даній галузі та адаптувати їх до своїх потреб.

4. Постійний аналіз конкурентів дозволяє готелю бути в курсі всіх змін, що відбуваються на ринку. Це можуть бути як поява нових гравців, так і зміна стратегій діючих конкурентів, або ж зміни в потребах клієнтів. Такий моніторинг є необхідним для того, щоб готель міг своєчасно адаптуватися до нових умов і залишатися конкурентоспроможним.

Порівняння готелю з його основними конкурентами є ефективним інструментом для оцінки власної конкурентоспроможності. Аналіз інтегральних показників дозволяє виявити сильні та слабкі сторони готелю та визначити напрямки для вдосконалення. Чим ближче готель до показників лідерів ринку, тим вищий його потенціал. Тому при розробці стратегії розвитку готелю необхідно використовувати метод бенчмаркінгу, тобто систематичного порівняння власної діяльності з діяльністю найкращих компаній галузі.

РОЗДІЛ 3.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Формування стратегії інвестування ГРК «Avalon Palace»

Одноосібним засновником бізнесу є Оливко Василь Йосипович. Займає посаду директора компанії. Для успішного ведення бізнесової діяльності зареєстровано фізичну особу підприємця (ФОП). З метою оптимізування податкових навантажень, обрано спрощену систему оподаткування, третю групу ЄП із ставкою 3% від доходу та сплатою ПДВ, зареєстровано платником ПДВ.

Метою бізнесу є отримання прибутку від якісного, надійного та швидкого зведення будівель і споруд усіх рівнів і призначення з використанням цільно-каркасного способу будівництва.

До основних видів діяльності ФОП належить будівництво і реконструкція комерційної нерухомості, будівництво і ремонт житлових будівель та проведення ремонтних робіт «під ключ». ФОП може бути як підрядником так і замовником різних проектів в сфері будівництва.

ФОП може надавати весь спектр будівельних послуг, які задовольняють потреби замовників у швидкому та якісному спорудженні об'єктів житлового та нежитлового будівництва для фізичних та юридичних осіб з використанням швидкокомонтажних систем опалубок для цільно-каркасного будівництва, а саме:

- будівництво житлових і нежитлових будівель;
- інші спеціалізовані будівельні роботи;
- будівництво інших споруд;
- знесення;
- інші будівельно-монтажні роботи;
- каналізація, відведення й очищення стічних вод;

- роботи із завершення будівництва;
- будівництво трубопроводів;
- організація будівництва будівель;
- будівництво доріг і автострад.

Ціль проекту. Придбання систем швидкокомонтажних будівельних опалубок «PERI» (Німеччина) для досягнення зазначеної вище мети.

ФОП є власником систем опалубок, що дозволяють виконувати замовлення до 1000 м³ лиття бетону в місяць, але розуміючи, що ринкова ніша, у якій ведеться бізнес, має ємність більшу у 4-5 разів, є бажання наростити власні потужності до 3-4 тис. м³/міс., водночас, збільшити прибуток та своєчасно повернути кредит.

Сильні сторони бізнесу:

- висока якість та унікальність послуг;
- добре вивчений ринок та потреби споживачів;
- накопичений власником досвід;
- підібрана професійна команда;
- персональний підхід до кожного замовника;
- нижчі ціни порівняно з конкурентами;
- високий ступінь дотримання договірних зобов'язань.

Ключі успіху. Постійне прагнення тримати бізнес на високому рівні і робити його привабливим для клієнтів. Прагнення здобути репутацію фірми з порівняно низькими цінами на послуги, але при цьому якість послуг залишатиметься високою. Це безсумнівно, дозволяє завойовувати довіру замовників. Фірма виконує комплексну реалізацію проектів, тому може запропонувати клієнтам значне зменшення фінансових та часових ресурсів на будівництво. Фірма може розпочати реалізацію проекту на будь-якому його етапі і повністю його завершити.

При цьому не прагнучи стати найбільшим гравцем на регіональному ринку будівельної галузі. Але прагне бути компанією, яка враховує індивідуальні

потреби кожного клієнта. Прагнемо отримати визнання нашої компанії як новатора своєї галузі і завжди знаходити можливості впровадження інноваційних ідей та рішень.

Інше, що допоможе компанії виділитися на ринку – це високий професіоналізм. Є впевненість, що клієнти, які звернуться до фірми, залишаться задоволеними, оскільки послуги і фірмові залізобетонні конструкції є одними з найбільш високоякісних на ринку.

Мета і стратегія реалізації інноваційно-інвестиційного проекту. Надання якісних послуг на різних сегментах будівельного ринку з використанням сучасних будівельних конструкцій та технологій.

Цінність пропозиції. Оскільки попит споживачів на будівельні послуги зростає, існує необхідність його задоволення. Пропозиції фірми створюють таку можливість.

Об'єкти, що знаходяться у власності компанії.

ФОП Оливко В.Й. має у власності виробничу базу, яка знаходиться за адресою: м. Тернопіль, вул. Микулинецька, 25А, де розташовані:

- власне виробниче приміщення із прилеглою земельною ділянкою;
- склади;
- адміністративна будівля;
- гараж;
- транспортні засоби;
- обладнання.

Бізнес-завдання, що вирішуються під час реалізації проекту.

Чому необхідно придбати систему швидкокомонтажної опалубки?

Під час виконання будівельно-монтажних робіт регулярно виникає потреба у здійсненні операцій із монтажу кріпильного обладнання опалубки, встановлення металевих арматурних конструкцій різної конфігурації і складності для заливання бетону на великих площах одночасно. Відсутність

достатньої кількості опалубок тягне за собою додаткові логістичні витрати, витрати на оренду, додаткові затрати робочого часу.

ФОП володіє обсягом систем опалубок, що дозволяють виконувати замовлення до 1000 м³ лиття бетону в місяць. Дослідження ринку показали, що ринкова ніша, зведення житлових і нежитлових об'єктів може мати ємність більшу у 4-5 разів. Відповідно, виникає потреба у нарощуванні власних потужностей до 3-4 тис. м³/міс.

Які переваги з'являться у компанії після придбання системи опалубки?

Після придбання нової системи опалубки зросте обсяг прибутку, що дасть можливість своєчасно повернути інвестиційні ресурси. Компанія стає більш мобільною і спектр вирішуваних завдань збільшується. Також потенційно підвищується рівень професіоналізму і коефіцієнт матеріальної забезпеченості (збільшення кількості та якості використовуваного обладнання).

Яким чином планується придбати систему опалубок?

Загальна вартість закупівлі становитиме 3 680 000,00 грн., з яких залучені кредитні ресурси – 2 570 000,00 грн. і власні кошти ФОП – 1 110 000,00 грн., що становить 30% від загальної потреби.

Даним бізнес-планом передбачено термін кредитування 3 роки, з щомісячним платежем за кредитом близько 80 тис. грн. (з урахуванням відсотків). Придбання, доставка і введення в експлуатацію системи опалубки «PERI» планується у квітні-травні 2025 року.

Відповідність технічним стандартам та вимогам безпечності обладнання.

Системи опалубки «PERI» відповідають не тільки державним, а й світовим екологічним стандартам та тенденціям до захисту навколишнього середовища, а також стандартам якості ISO 9000, які використовуються для житлового та нежитлового будівництва згідно ДБН Б.2.2-12:2018, класу об'єктів CC1, CC2.

Обслуговування систем опалубки «PERI» під час експлуатації

Гарантійний термін за умов належної експлуатації, згідно із

рекомендаціями виробника становить 3-5 років. Система опалубки потребує допоміжних регламентних робіт після кожного виробничого циклу.

Послуги компанії: На підприємстві в даний час надаються такі послуги з використанням швидкокомонтажних опалубок:

1. Підготовка будівельного майданчика для монтажу опалубки.
2. Підготовка та укладка арматурних конструкцій.
3. Монтаж/демонтаж опалубки для заливання бетонної суміші.
4. Заливання бетонної суміші.

Фірма може виконувати комплексну реалізацію проектів, тому може запропонувати клієнтам значне зменшення фінансових та часових ресурсів на будівництво. Фірма може розпочати реалізацію проекту на будь-якому його етапі і повністю його завершити.

Фірма може надавати весь спектр будівельних послуг, які задовольняють потреби замовників у швидкому та якісному спорудженні об'єктів житлового та нежитлового будівництва для фізичних та юридичних осіб з використанням швидкокомонтажних систем опалубок для цільно-каркасного способу будівництва, а саме:

- будівництво житлових і нежитлових будівель;
- інші спеціалізовані будівельні роботи;
- будівництво інших споруд;
- знесення;
- інші будівельно-монтажні роботи;
- роботи із завершення будівництва;
- будівництво трубопроводів;
- будівництво доріг і автострад;
- підготовка дозвільних і технічних документів;
- прокладка мереж інженерних комунікацій (водопровід, каналізація, теплотраса, тощо);
- капітальний ремонт будівель і їх реконструкція;

- контроль технічного виконання всіх етапів робіт;
- виконання опоряджувальних робіт;
- виготовлення та реалізація залізобетонних виробів.

Позиціонування послуг і продуктів компанії

Наші послуги на ринку ми позиціонуємо як високоякісні, які включають повний спектр операцій від оформлення дозвільної та технічної документації до повної здачі об'єкта під ключ.

При цьому ми постійно намагаємося приділяти максимум уваги вимогам і потребам кожного клієнта. Ми докладаємо достатньо зусиль, щоб асоціюватися у клієнтів з високою якістю і відмінним сервісом.

Досягти високих показників в діяльності ФОП планує завдяки:

- розширенню спектру пропонованих послуг;
- поліпшення якості послуг;
- скороченню витрат;
- скороченню термінів будівництва об'єктів.

Більшу частину вищевказаних завдань допоможе вирішити реалізація проекту з придбання системи опалубок «PERI». Що додатково дасть можливість розширити сфери своєї діяльності і поступово вивести бізнес на новий рівень.

За час роботи нашої компанії партнерами та замовниками стали підприємства та приватні особи Тернопільської області. Деякі з них наведені у таблиці 3.1.

Середньомісячний грошовий потік на розрахунковому рахунку – 917 558 грн. Це є позитивною ознакою активності новоствореного бізнесу.

Як будь який бізнес, підприємство піддається певним ризикам, властивим будівельній галузі. Найважливішим є вміння підприємця передбачати всі можливі види ризику та вживати превентивні заходи для їх усунення чи нейтралізації. За неможливості уникнення ризикованих ситуацій компанія має розроблені сценарії для вживання страхових та компенсуючих заходів.

Таблиця 3.1.

Обсяг виручки від реалізації з 01.07 по 31.12.2023 року

№ з/п	Назва замовника	Обсяг замовлень, з ПДВ, грн.
1	ТОВ «Сервіс-Агрозахід»	131318,00
2	ТОВ «Бучачагрохлібпром»	818900,00
3	Приватне Агропромислове Підприємство «Агроінвест»	759950,00
4	Фермерське господарство «Бучинський»	162000,00
5	Агрокомпанія "Дружба"	50000,00
6	Торгова група "Арс-Кераміка"	50000,00
7	Інші замовники	247912,00
8	Всього виручка від реалізації, з ПДВ	2220080,00

Грошовий потік згідно виписок із розрахункового рахунку ФОП за період з 01.07 по 31.12.2023 року становлять:

Показники за 3,4 квартали 2023 року	Сума, грн.
Всього по рахунку	5 505 346,94
По дебету рахунку	2 776 178,94
По кредиту рахунку	2 729 168,00

Виходячи з ймовірнісної суті виникнення небажаної ризикованої ситуації, будуємо діяльність таким чином, щоб зменшити всі втрати і збитки у майбутньому. Для проведення аналізу ризиків і розробки сценаріїв дій у ризикованій ситуації розроблено матрицю основних ризиків проекту, таблиця 3.2.

Таблиця 3.2.

Основні ризики проекту купівлі комплекту опалубки

Можливі ризики	Наслідки ризику	Заходи попередження ризику
Невихід на рівень точки беззбитковості (відмова замовників від наших послуг)	Закриття бізнесу і втрата усіх капіталовкладень	Ми сформуємо рекламну кампанію, яка максимально сфокусується на професійності наших послуг Розроблена дворівнева система знижок постійним клієнтам для збільшення їхньої лояльності
Вихід з ладу опалубки	Додаткові витрати на ремонт	Підбираючи опалубку ми обґрунтували технічні і якісні характеристики опалубки і отримали схвальні відгуки від компаній, що використовують таке ж обладнання понад 5 років. Фірма постачальник ТОВ «Пері Україна» надає гарантію на термін від 1 року

Результати проведеного SWOT-аналізу зведено у таблицю 3.3.

За результатами проведеного SWOT-аналізу слід відмітити, що даний аналіз дещо відрізняється від загальної характеристики будівельної галузі. ФОП Оливко Василь Йосипович має ряд слабких сторін та загроз.

Таблиця 3.3.

SWOT-аналіз ФОП Оливко В.Й.

Зовнішнє середовище	Можливості	Загрози
	- помірне зростання ринку будівельної галузі - буде можливим обслуговування кількох замовників одночасно - можливість розширення асортименту послуг для задоволення потреб споживачів - партнерство з постійними постачальниками якісної сировини та матеріалів	- підвищення курсу іноземної валюти, що може призвести до зростання цін на будівельні матеріали - завищені вимоги споживачів до послуг - нестабільна політична ситуація в країні - недосконале законодавство - локдаун, у зв'язку пандемією, на державному рівні - невихід на роботу працівників, у зв'язку з пандемією - військові дії
Внутрішнє середовище	Сильні сторони	Слабкі сторони
	- унікальність послуги - накопичений власником досвід - підібрана професійна команда - висока якість надання послуг - конкурентні ціни - досконало вивчений ринок та потреби покупців - високий ступінь дотримання договірних зобов'язань із споживачами - висока репутація серед замовників	- менша інвестиційна привабливість у зв'язку з тим, що ФОП працює менше 1 року і розглядається як стартап - відсутність електронної CRM-системи - пасивний маркетинг - недостатня кількість елементів систем опалубок для лиття бетону - виникнення черги замовлень - надто малі обсяги діяльності, щодо впливу на ринкову ситуацію

Проблемою бізнесу є відсутність кредитної історії, але компанія має позитивну тенденцію – зростання виручки від реалізації, про що свідчить розширення обсягів надання будівельних послуг. Сильними сторонами є те, що даний суб'єкт господарювання має високу якість продукції та дещо нижчі ціни порівняно з конкурентами.

Для підвищення ефективності діяльності в даному бізнесі необхідно

більше уваги приділяти стратегії збільшення обсягів фінансування, а також стратегії врахування якості будівництва та якості будівельних матеріалів. Стратегія якості будівництва повинна базуватися на системі екологічного забезпечення, використання сучасних технологій та матеріалів, відповідати нормам стандартизації та успішному залученню професійного кадрового потенціалу. Підвищення якості надання послуг дозволить збільшити продуктивність праці на підприємстві, забезпечить ефективне використання основних фондів, економію сировини, матеріалів, палива та енергії, що в свою чергу сприятиме підвищенню конкурентоспроможності бізнесу в цілому.

3.2. Розробка інвестпроекту «Доступні кредити 5-7-9 %» для зведення об'єктів ГРК «Avalon Palace»

Від інших галузей будівництво відрізняється своєю продукцією (будівлі, споруди), яка є нерухомою, великогабаритною, таким чином створюється більшість основних виробничих і невиробничих фондів. Галузь будівництва тісно пов'язана з усіма галузями господарства і є споживачем їх продукції, а саме – у будівництві використовується 10% продукції машинобудування, 20% прокату чорного металу, 40% лісоматеріалів та 5% виробів хімічної промисловості (фарби, лаки, пластмаси). Будівельні матеріали, конструкції, без яких не можливе будівництво, є важливою складовою вантажообігу транспорту, де транспортні витрати в собівартості будівництва можуть становити до 25%.

Розвиток та стан будівельної галузі проаналізовано із використанням даних сайту Держстату України (<http://www.ukrstat.gov.ua>).

Обсяг ринку виготовлення виробів із бетону, гіпсу та цементу 32,94 млрд. грн у 2020 році в цілому в Україні. Індекс зростання будівельної продукції в країні становить 105,6% до попереднього року, а на Тернопільщині – 102,2%, (табл. 3.4). Індекс будівельної продукції демонструє зміни у

щомісячних обсягах доданої вартості, створеної в секції «F», за КВЕД. Частка внеску будівельних підприємств у створення валового внутрішнього продукту безпосередньо визначається обсягом робіт, виконаних працівниками, зайнятими у цій галузі, та кількістю відпрацьованих ними людино-годин.

Таблиця 3.4.

Індекси будівельної продукції за видами у 2011-2020 роках (у % до попереднього року)					
Роки	Будівництво, усього	Будівлі	У тому числі		Інженерні споруди
			житлові	нежитлові	
2011	120,0	114,9	101,7	122,1	124,4
2012	92,7	93,9	93,5	94,1	91,7
2013	89,0	96,6	111,3	90,0	82,8
2014	79,6	79,6	103,5	66,3	79,7
2015	87,5	91,7	98,9	85,8	83,7
2016	117,5	120,8	117,8	123,7	114,0
2017	126,4	121,5	116,3	126,1	131,7
2018	108,6	103,5	100,9	105,7	113,6
2019	123,6	119,1	104,8	130,3	127,7
2020	105,6	93,7	83,5	100,3	115,6

Із даних таблиці видно, що у 2020 році індекс будівельної продукції зменшився зі 123,6% до 105,6%. Це відбулося у зв'язку із початком пандемії та впровадженням локдауну та карантинних заходів у країні.

Виробництво продукції (конструкції будівельні з деревини) у січні-лютому 2021 року становив 106,1% до попереднього року. Що свідчить про кореляцію з індексом будівельної продукції.

Аналізування обсягів виробленої будівельної продукції у сусідніх з Тернопільщиною регіонах здійснено у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5.

Обсяг виробленої будівельної продукції за видами по сусідніх з
Тернопільщиною регіонах у січні 2024 року (млн. грн.)

Регіони	Будівництво, усього	Будівлі	у тому числі		Інженерні споруди
			житлові	нежитлові	
Україна	7209,5	4159,3	1898,7	2260,6	3050,2
Волинська	62,7	26,6	12,8	13,8	36,1
Івано- Франківська	91,6	60,7	38,0	22,7	30,9
Львівська	516,1	384,6	218,6	166,0	131,5
Рівненська	136,4	91,0	15,7	75,3	45,4
Тернопільська	78,6	63,4	56,8	6,6	15,2
Хмельницька	285,8	68,0	41,6	26,4	217,8
Чернівецька	37,5	-	18,7	-	-

Як бачимо із даних таблиці, Львівська, Хмельницька та Рівненська області мають у 2-6 разів більший потенціал і можуть розглядатися як додаткові ринки для розширення географії надання наших послуг.

Важливим показником активності росту та розвитку будівельної галузі є індекс цін на будівельно-монтажні роботи. Для більш точного прогнозування доцільно враховувати саме цей показник. Він характеризує зміну цін протягом певного періоду часу в будівництві (під час виконання будівельно-монтажних робіт). За даними сайту Держстату індекс цін будівництва в Україні у січні-лютому 2024 склав 106,7 %, а за 2023 рік – 109,7 %, табл. 2.5. Для проектних розрахунків, ми приймемо за розрахункову величину показник попереднього року.

Таблиця 3.6.

**Зведена таблиця індексів цін на будівельно-монтажні роботи за
останні роки (%)**

Місяці \ Роки	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
січень	102,8	99,3	100,8	102,6	101,9	102,8	103,7
лютий	104,5	100,1	101,2	108,0	100,1	100,5	102,9
березень	107,8	100,9	102,1	102,0	101,0	99,7	
квітень	101,8	102,4	101,3	101,2	100,4	100,7	
травень	100,9	101,5	100,5	100,3	99,8	100,1	
червень	100,5	100,9	100,8	100,5	99,0	99,7	
липень	100,3	100,4	100,9	100,7	100,3	100,8	
серпень	99,8	99,8	101,1	100,1	99,4	101,3	
вересень	101,2	101,0	101,7	101,3	100,5	101,9	
жовтень	100,9	101,1	101,4	101,3	99,2	100,2	
листопад	100,3	100,9	101,6	100,6	99,8	101,4	
грудень	100,2	101,2	101,3	99,4	99,2	100,2	
За рік	122,8	109,9	115,7	119,3	100,6	109,7	106,7

Значення індексу надаються у відсотках відносно попереднього місяця.

У розрізі всіх категорій будівельно-монтажних робіт індекс цін за січень-лютий 2024 року зведено в табл. 3.7.

Як бачимо із наведених даних, темпи зростання цін на промислові споруди є найбільшими і становлять 115,4%, а найменшими темпами – транспортні споруди – 102,9% за два місяці 2024 року. Отже, пошук замовників в майбутньому слід спрямовувати на сегменти ринку з вищими цінами.

Таблиця 3.7.

Індекс цін за всіма категоріями за січень-лютий 2024 року

Рік 2024	січень	лютий	За рік
Усього	103,7	102,9	106,7
Будівлі:	103,2	101,6	104,9
житлові	102,8	100,9	103,7
нежитлові	103,5	102,0	105,6
Інженерні споруди:	104,3	104,5	109,0
транспортні споруди	101,8	101,1	102,9
трубопроводи, комунікації, ЛЕП	103,1	101,2	104,3
промислові споруди	106,2	108,7	115,4
інші	104,5	103,7	108,4

Конкурентним перевагами фірми на ринку є – незмінна турбота про клієнта. Детальний аналіз конкурентів, показав, що їхнє ставлення до клієнтів не настільки досконале, як це здається на перший погляд, і задовольняються зовсім не всі їхні потреби, табл. 3.8. Ми ж плануємо постійно підвищувати якість сервісу і максимально повно задовольняти потреби замовників.

Основні переваги полягають в наданні високопрофесійних послуг в сфері будівництва, з використанням інноваційних технологій, які в більшій мірі спрямовані на ефективність та економію ресурсів, що дасть можливість нам стати найбільш високотехнологічним виконавцем в реалізації проектів замовників.

Додатковою перевагою є максимально короткі терміни обслуговування споживача.

У цілому, не дивлячись на велику кількість різних будівельних компаній, конкуренцію в Тернопільській області можна вважати середньою.

Таблиця 3.8.

Аналіз основних конкурентів

Назва підприємства	Перелік послуг	Примітка
ТОВ "Тердобробуд"	– монолітно-каркасне будівництво; – послуги спецтехніки; – заливка бетонних доріг; – монтаж-зварювальні роботи; – монтаж сендвіч-панелей та металопрофілю.	Працює на ринку будівельних послуг 14 років; Штат 24 працівники; Основний вид діяльності: Будівництво житлових і нежитлових будівель
ТзОВ Будівельна компанія "Монолітбуд"	– промислове будівництво – бетонні роботи – виготовлення та монтаж металоконструкцій – монтаж обладнання – інфраструктура та комунікації – елеватори та зерносховища – овочесховища та фруктосховища – свинокомплекси та корівники	Працює на ринку будівельних послуг 9 років; Штат 15 працівників; має у штаті сертифікованого інженера-кошторисника; Основний вид діяльності: Будівництво житлових і нежитлових будівель
ТОВ "Тербудкомплект"	– розрахунок та виготовлення металоконструкцій – монтаж металевих та залізобетонних конструкцій – монолітно-каркасне будівництво – сендвіч-панелі, інші огорожуючі конструкції та їх монтаж – виготовлення композитних касет та добірних елементів – промислові підлоги	Працює на ринку будівельних послуг 6 років; Основний вид діяльності: Оптова торгівля деревиною, будівельними матеріалами та санітарно-технічним обладнанням

Питома вага будівельних підприємств на ринку залишається стабільною і є підстави вважати, що подібна ситуація буде зберігатися в майбутньому. На сьогодні в галузі спостерігається помірне зростання.

Проаналізувавши інформацію щодо роботи підприємств регіону ми прийшли до висновку, що вони працюють стабільно, в той час, коли доходи населення мають тенденцію до зростання. Можна також припустити, що помірне зростання галузі, дозволить з більшою точністю прогнозувати потоки грошових коштів і з меншими ризиками можна буде вкладати додаткові кошти в розширення спектру послуг компанії.

Маркетингова орієнтація проекту – задоволення потреб партнерів, споживачів у литті бетонних конструкцій, перш за все, швидко та якісно.

На сьогодні ринок надання будівельних послуг користується величезним попитом не тільки на первинному ринку, а й вторинному. Високий попит виправданий тим, що у нашому регіоні залишилося багато будівель, які потребують не тільки капітального ремонту, але і навіть демонтажу. У великих містах затребуваним є будівництво бізнес-центрів та торгово-розважальних центрів. Варто зазначити, що замовники не бажають будувати і ремонтувати приміщення своїми силами, саме тому потребують послуг будівельних компаній з розвиненою інфраструктурою і висококваліфікованими працівниками. Особливою нішею є власники квартир в новобудовах. Вони шукають досвідчених будівельників, яким можна довірити не тільки планування будівництва але, звичайно, його реалізацію. Щоб розвиватися в даній галузі, компанія повинна стежити за інноваціями в товарах і технологіях на будівельному ринку. Однією з переваг новітніх технологій лиття бетону є використання швидкокомонтажних будівельних опалубок.

За дослідженнями, на ринку України, в основному, представлені системи опалубок компаній: «PERI» – Німеччина, «Doka» – Австрія, «Variant» – Україна, Ulma (Ульма констракшн) – США, з представництвом «УЛЬМА Опалубка Україна», «Robud» – Німеччина, більшість елементів і комплектуючих підходять до опалубки Peri без втрат функціональності та якості виконаних робіт.

Покладаючись на дослідження ринку систем опалубок та власний досвід, обрано системи опалубок «PERI». Переваги систем опалубок «PERI» перед іншими представниками на ринку:

- інноваційні технології «PERI», легкі та надійні конструкційні елементи;
- уникнення непередбачених витрат на очищення та ремонт;
- скорочення часу на підготовку обладнання до повернення;
- зниження витрат на логістику;
- зведення до мінімуму ризиків по техніці безпеки;
- тенденції ринку та новаторство в будівельній галузі;
- діючі стандарти та норми експлуатації в Україні;
- довгострокові сервісні гарантії.

Наша компанія має потребу у закупівлі системи опалубки «PERI», зокрема, елементів опалубки (ЕО), витратних матеріалів для комплекту опалубки та деталей індивідуального виготовлення. Для здійснення закупівлі ЕО ФОП Оливко В. Й. провів попередні перемовини щодо підписання угоди з постачальником ТОВ «Пері Україна» (www.peri.ua). У проекті договору поставки ЕО становить 2 570 000 грн. з ПДВ.

Специфікація закупівлі включає елементи для лиття стін, колон, перекриттів, підйомно-переставних консолей та комплектуючих наведених на рис. 3.1.

Одноосібним засновником бізнесу є Оливко Василь Йосипович. Займає посаду директора компанії.

Оливко В.Й. народився у 1970 році, здобув вищу технічну освіту. У професійній кар'єрі займав посади заступника директора, а згодом – директора. Також, Василь Йосипович має не тільки досвід управління будівельною компанією, а й готельно-ресторанним комплексом, оскільки на протязі багатьох років працює в цій сфері.

Власний досвід керівної роботи дозволяє директору професійно підбирати управлінський персонал та робітників. Спостереження та аналіз за роботою працівників сприяє стимулюванню добросовісних працюючих як матеріально, так і просуванням кваліфікаційними та кар'єрними щаблями.



TRIO, Рамна опалубка



Система SKYDECK, опалубка для горизонтального перекриття



TRIO, Опалубка для колон



Комплектуючі для будівельних робіт

Рис. 3.1. Елементи опалубки, витратні матеріали для комплекту опалубки

З метою покращення ділового мікроклімату всередині компанії, завжди прагне створити у співробітників відчуття єдиної командної роботи і взаємовиручки заснованих на принципі колегіальності. Щоб підвищувати рівень кваліфікації працюючих, задіюються новітні ефективні програми навчання та тренінги.

Головною стратегією роботи з персоналом є коректне налагодження відносин з усіма співробітниками та співробітників між собою.

Протягом 2-3-го року діяльності, в процесі розвитку бізнесу та збільшення штату працівників, передбачається перехід до перерозподілу обов'язків та делегування повноважень директора працівникам.

Для роботи із опалубками для лиття бетону задіяні робітники 2-5 розряду кваліфікації «Бетоняр», які знають оптимальні способи встановлення і правила розбирання опалубки для простих та складних залізобетонних конструкцій.

Спеціалістами компанії «PERI» проводяться безкоштовні тренінги, основною ціллю яких є практичні рекомендації для щоденної роботи,

необхідні знання про нові технічні рішення і можливості, а також про останні інженерні розробки в галузі монолітного будівництва. У 2025-2026 роках ФОП Оливко В. Й. заплановано ряд семінарів від провідних фахівців компанії PERI і запрошених експертів, які продемонструють та розкажуть про актуальні та найбільш важливі питання, що виникають під час роботи з опалубками.

Окрім директора, у адміністративно-управлінській ланці передбачено посаду бухгалтера та виконроба, а у склад робітників залучено 10 осіб. табл. 3.9, 3.10

Таблиця 3.9

Організаційна структура

Посада	Завдання та обов'язки
Директор	Розроблення стратегії компанії, пошук нових клієнтів, укладання договорів, вирішення спірних питань.
Бухгалтер	Ведення обліку, розрахунків доходів та витрат за прийнятою на підприємстві формою бухгалтерського обліку з додержанням методологічних засад бухгалтерського обліку та з урахуванням особливостей діяльності підприємства й технології оброблення даних.
Виконроб	Здійснювати повний контроль за всіма операціями з опалубкою та литтям бетону, відповідати за своєчасність обслуговування усіх допоміжних механізмів та технічного обслуговування елементів опалубки.
Робітник 3-5 розряди	Здійснювати встановлення і розбирання опалубки для простих та складних залізобетонних конструкцій.

Щоб обслуговувати закуплений комплект опалубки буде потреба додатково залучити ще одного виконроба та 10 робітників.

Таблиця 3.10

Кадрові потреби та витрати

Посада	Кількість, чол	Щомісячна заробітна плата	Загальни й ФЗП	ФЗП на «руки»
Директор	1	15000,00	15000,00	12075,00
Бухгалтер	1	14000,00	14000,00	11270,00
Виконроб	2	13000,00	26000,00	20930,00
Робітники	20	11000,00	220000,00	177100,00
Всього, на місяць			275000,00	221375,00
Загальна чисельність постійного персоналу, осіб.				24
Загальні витрати на персонал на місяць				275 000,00
в т. ч. відрахування з ФЗП				53 625,00

Виконроби безпосередньо на будівництві здійснюють повний контроль за всіма операціями з опалубкою та литтям бетону, слідкують за якістю залізобетонних конструкцій. Виконроби відповідають за своєчасність обслуговування усіх допоміжних механізмів та технічного обслуговування елементів опалубки і відповідно, за мінімізацію аварійних зупинок процесів лиття бетону за рахунок виходу з ладу обладнання та інструменту.

Відповідальність за пошук нових клієнтів і укладання договорів несе директор, а також відповідає за розроблення стратегії компанії, вирішення спірних питань.

Для успішного ведення бізнесової діяльності зареєстровано «ФОП Оливко Василь Йосипович». Обрано спрощену систему оподаткування, третю групу ЄП із ставкою 3% від доходу та сплатою ПДВ, зареєстровано платником ПДВ (табл. 3.11, 3.12). Ліміт доходу за цим видом оподаткування встановлений на законодавчому рівні у 2024 році – 8 285 700 грн. на рік.

Таблиця 3.11

Організаційно-правова форма підприємства

Організаційно-правова форма підприємства	Індивідуальний підприємець (ФОП, ЄП 3 група)
Підстави для вибору такої організаційно-правової форми	Оптимізування величини податків для даного виду бізнесу, можливість вести облік без залучення послуг бухгалтера, подання звітності один раз у квартал, не потрібно слідкувати за сплатою інших видів податків
Власник	Оливко Василь Йосипович
Посада на підприємстві	директор
Професійна кваліфікація	35 років
Досвід роботи за профілем	30 років

Контрагентами й клієнтами можуть бути звичайні фізичні особи, платники єдиного податку, ФОП і юридичні особи на загальній системі оподаткування, іноземні компанії й фізичні особи, комунальні підприємства. Отримувати дохід можна в гривні й у валюті, готівкою й безготівково. Декларація з єдиного податку подається один раз у квартал. Доходом вважається вся виручка, яку отримали готівкою і на розрахунковий рахунок.

Таблиця 3.12

Встановлена законодавством відповідальність і страхування

Підприємство обкладається такими податками:	3% від доходу + ПДВ
На працівників поширюється дія таких норм:	Потрібні допуски для здійснення робіт на висоті
Підприємству будуть потрібні такі ліцензії:	Ліцензія для здійснення будівельної діяльності
Підприємству будуть потрібні такі страхові послуги:	Загальне страхування, добровільне страхування будівельно-монтажних робіт
Інша встановлена законодавством відповідальність підприємства:	-

3.3. Обґрунтування обсягів та економічної ефективності впровадження інноваційно-інвестиційного проекту

Адміністрація і виробничий персонал компанії працює за графіком 8 годин на день 6 днів в тиждень, що в середньому становить 25 днів на місяць. Наявні виробничі площі та системи опалубок дозволяють виконувати замовлення до 1000 м³ лиття бетону в місяць.

За 6 місяців роботи компанія отримала виручку від реалізації послуг обсягом 2 220 080,00 грн. згідно поданої податкової декларації платника єдиного податку ФОП. Згідно цих даних, ми передбачаємо, що річні показники зростуть у 2 рази порівняно з першим півріччям. Річна виручка від реалізації становитиме 4 440 160,00 грн.

Чистий прибуток за перше півріччя новоствореного бізнесу становить – 727 557,22 грн., а за рік – 1 455 114,43 грн. Середньомісячний прибуток протягом першого року становитиме – 121 259,54 грн., що є достатнім для продовження успішного ведення господарської діяльності ФОП та реінвестування його частини у розвиток справи.

Рентабельність бізнесу за чистим прибутком становить 32,77%, що є середнім показником для будівельної галузі, що пов'язано з невисокими цінами встановленими нижче від рівня цін конкурентів.

За другий рік виручка від реалізації зросте до 5 455 358,18 грн. завдяки індексу росту бізнесу на 12%, а у третьому – до 6 702 671,28 грн. Також, зростання виручки відбувається через зростання індексу цін на будівельно-монтажні роботи, який у попередньому році становив 9,7%. Відповідно, чистий прибуток за другий рік – 1 787 811,80 грн., а за третій – 2 196 577,09 грн. Середньомісячна величина прибутку протягом другого року становитиме 148 984,32 грн., а третього – 183 048,09 грн.

Основні показники діяльності зведені в таблицю 3.13.

Для придбання систем опалубки, кошти у сумі 2 570 000 грн. можуть бути накопичені тільки через 19-20 місяців роботи.

Але ми прагнемо залучити інвестиції швидше.

Планові фінансово-господарські показники розвитку бізнесу,
на 3 роки

Таблиця 3.13.

№ з/п	Показники	Обсяг, грн.			
		за 6 місяців (факт)	за 1 рік	за 2 рік	за 3 рік
-	Індекс цін на будівельно-монтажні роботи	1,000	1,000	1,097	1,097
-	Індекс росту бізнесу за роками	1,000	1,000	1,120	1,120
1	Виручка від реалізації, грн.	2 220 080,00	4 440 160,00	5 455 358,18	6 702 671,28
2	Податок 3% (р.1х3%), грн.	66 602,40	133 204,80	163 660,75	201 080,14
3	ПДВ 20%, кредитове (з продажу), грн.	370 013,33	740 026,67	909 226,36	1 117 111,88
4	ПДВ 20%, дебетове (з приходу), грн.	295 270,64	590 541,28	725 562,64	891 455,28
5	Чиста виручка від реалізації (р.1-р.2-р.3+р.4), грн.	2 078 734,91	4 157 469,81	5 108 033,71	6 275 934,54
6	Сукупні витрати на ведення бізнесу, грн.	1 351 177,69	2 702 355,38	3 320 221,91	4 079 357,45
7	Чистий прибуток, грн.	727 557,22	1 455 114,43	1 787 811,80	2 196 577,09
8	Рентабельність бізнесу за чистим прибутком, %	32,77	32,77	32,77	32,77
9	Середній чистий прибуток за 1 місяць	121 259,54	121 259,54	148 984,32	183 048,09

Для реалізації проекту необхідне фінансування в обсязі 2 570 000 грн. Цільове призначення коштів – придбання швидкокомонтажної системи опалубки «PERI». Планується їх отримати у вигляді кредиту. Наведені нижче розрахунки показують, що компанія може собі дозволити придбати системи опалубки на умовах кредитування в 7% річних з терміном кредитування 36 місяців. Отримання кредиту і, відповідно, придбання і введення в експлуатацію систем опалубок заплановано на квітень-травень 2025 року.

Таблиця 3.14

Основні вихідні дані для фінансових розрахунків

Назва показника	Од. вим.	Величина
Загальні		
Грошова одиниця проекту		грн.
Горизонт розрахунку	років	3
Курс долара США	дол./грн.	43
Індекс цін на будівельно-монтажні роботи	%	109,7%
Частка власної участі	%	30%
Кількість робочих днів	д./міс.	25
Тривалість робочого дня	год/д.	8
Ставки податків		
Податок на доходи фізичних осіб	%	18%
Єдиний соціальний внесок	%	22%
ПДВ	%	20
Податок на прибуток	%	18
Військовий збір	%	1,5
Параметри кредиту		
Ставка за кредитом (річних)	%	7
Власний внесок	%	30
Комісія при видачі (як стартапу)	%	1,5
Термін кредитування	років	3

Важливим є правильне обґрунтування виробничих можливостей ФОП і встановлення, при яких обсягах надання послуг бізнес буде рентабельним, а при яких – буде збитковим.

З цією метою розраховані:

а) беззбитковий обсяг продажів, при якому забезпечується повне повернення витрат бізнесу;

б) зона безпеки бізнесу (запас фінансової стійкості).

Усі розрахунки зведені в таблицю 3.15.

Таблиця 3.15

Розрахунок точки беззбитковості, грн.

№ п/п	Показники		Проект, за 1 рік
1	Виручка від реалізації		6 236 204,72
2	Витрати всього у т. ч.		4 053 533,07
3	змінні		2 860 172,93
4	постійні		1 193 360,14
5	Прибуток		2 182 671,65
6	Поріг рентабельності		1 835 938,67
7	Запас фінансової стійкості	у грн.	4 400 266,05
		у %	70,56
8	Рентабельність послуг за чистим прибутком, %		32,77

За даними із таблиці 3.15 виконана побудова графіка точки беззбитковості на рисунку 3.2.

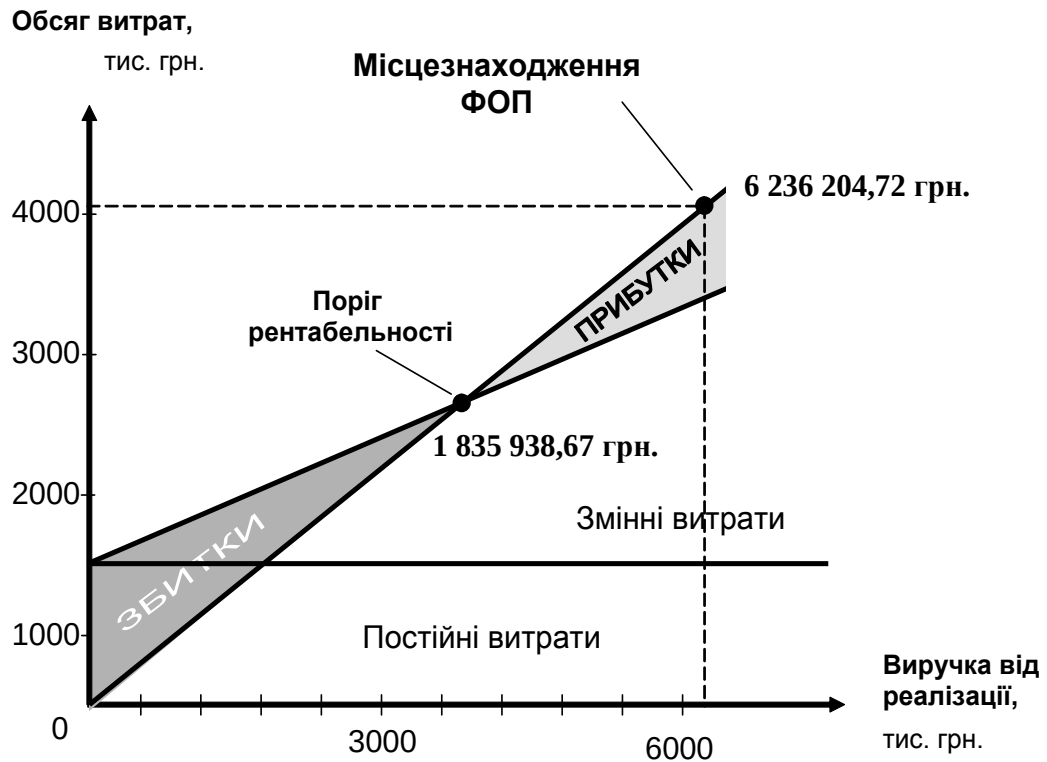


Рис. 3.2. Побудова графіку точки беззбитковості.

Витрати на закупівлю і обслуговування опалубки за 3 роки зведені в таблицю 3.16, а основні фінансово-господарські показники розвитку бізнесу на 3 роки із врахуванням експлуатації системи опалубок «PERI» – у таблицю 3.17

Таблиця 3.16.

Витрати на закупівлю і обслуговування опалубки за 3 роки

Показники витрат	1 рік	2 рік	3 рік
<i>Індекс цін на будівельно-монтажні роботи</i>	<i>1,000</i>	<i>1,097</i>	<i>1,097</i>
Капітальні витрати:			
Вартість опалубки за рік (всього платежів за кредитом/3 роки), грн.	965 099,67	965 099,67	965 099,67
Поточні витрати на обслуговування опалубки:			
ФЗП персоналу задіяного в обслуговуванні системи опалубок, грн.	1 476 000,00	1 619 172,00	1 776 231,68
Інструмент, МПП, робочий одяг, транспортування та ін., грн.	96 000,00	105 312,00	115 527,26
Вартість володіння опалубкою за рік, грн.	2 537 099,67	2 689 583,67	2 856 858,61

Таблиця 3.17.

Фінансово-господарські показники розвитку бізнесу на 3 роки
із врахуванням експлуатації системи опалубок «PERI»

Показники	1 рік	2 рік	3 рік
Індекс цін на будівельно-монтажні роботи	1,000	1,097	1,097
Індекс росту бізнесу за роками (приймасмо 12%)	1,000	1,120	1,120
Виручка від реалізації, грн.	6 660 240,00	8 183 037,274	10 054 006,92
Податок 3%, грн.	199 807,20	245 491,12	301 620,21
ПДВ 20%, кредитове (з продажу), грн.	1 110 040,00	1 363 839,55	1 675 667,82
ПДВ 20%, дебетове (з приходу), грн.	885 811,92	1 088 343,96	1 337 182,92
Чиста виручка від реалізації, грн.	6 236 204,72	7 662 050,57	9 413 901,81
Витрати на ведення бізнесу, грн.	4 053 533,07	4 980 332,87	6 119 036,18
Чистий прибуток, грн.	2 182 671,65	2 681 717,70	3 294 865,63
Рентабельність бізнесу за чистим прибутком, %	32,77	32,77	32,77
Середній чистий прибуток за 1 місяць	181 889,30	223 476,47	274 572,14

Вихідні дані для здійснення розрахунку повернення кредиту на придбання елементів опалубки та відсотків за кредит зведені у табл. 3.18.

Таблиця 3.18

№	Показники	Значення
1	Річна ставка відсотків, %	7
2	Комісійні виплати при видачі кредиту 1,5%	38 550,00
3	Періодичність нарахування (погашення) відсотків, місяців	1
4	Термін повернення кредиту, 3 років (36 міс.)	36 міс.
5	Сума кредиту, грн.	2 570 000,00
6	Щомісячна виплата кредиту з 1-го місяця, за умови повернення всієї суми в кінці 3-го року, грн.	79354,14
7	Загальна сума сплачених відсотків за 36 міс., грн.	286 749,00
8	Вартість відсотків та комісії за видачу кредиту, грн. (р.2+р.7)	325 299,00

Графік повернення кредиту і відсотків за кредит наведений в табл. 3.19.

Як видно із таблиці сума сплачених відсотків становить 286 749,00 грн., а загальний платіж за кредитом – 2 856 749,04 грн.

Таблиця 3.19

Графік повернення кредиту і відсотків за кредит, 36 міс.

№ з/п	Платіж	Основний борг	Відсоток	Залишок
1	2	3	4	5
1	79354,14	64362,47	14991,67	2505637,53
2	79354,14	64737,92	14616,22	2440899,61
3	79354,14	65115,56	14238,58	2375784,05
4	79354,14	65495,40	13858,74	2310288,65
5	79354,14	65877,46	13476,68	2244411,20
6	79354,14	65877,74	13092,40	2178149,46
7	79354,14	66648,27	12705,87	2111501,19

Продовження табл. 3.19

1	2	3	4	5
8	79354,14	67037,05	12317,09	2044464,14
9	79354,14	67428,10	11926,04	1977036,04
10	79354,14	67821,43	11532,71	1909214,61
11	79354,14	68217,05	11137,09	1840997,56
12	79354,14	68614,99	10739,15	1772382,57
1 рік	952249,68	797617,44	154632,24	1772382,57
2 рік	952249,68	855277,27	96972,41	917105,32
3 рік	952249,68	917105,31	35144,35	0,00
Σ	2856749,04	2570000,02	286749,00	

Із проведених розрахунків можна зробити такі висновки:

а) обсяг надання послуг при якому досягається покриття всіх витрат підприємства – 1 835 938,67 грн.

б) зона безпеки підприємства, тобто, виручка перевищує поріг рентабельності на 4 400 266,05 грн., або на 70,56 %. Отже, бізнес займає стійке становище.

в) рентабельність товарної продукції становить 32,77 %, що дозволить бізнесу впевнено розширюватися.

РОЗДІЛ 4.

ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

4.1. Охорона праці в готельно-ресторанному бізнесі

Готельно-ресторанна галузь — одна з найбільш інтенсивних і динамічних галузей економіки, де охорона праці відіграє важливу роль у забезпеченні безпеки гостей і персоналу, а також у запобіганні нещасним випадкам і професійним захворюванням. Організація ефективної системи охорони праці є обов'язковою умовою для підприємств готельно-ресторанного бізнесу, які прагнуть досягти високого рівня якості послуг і підтримувати свою репутацію.

Однією з основних цілей охорони праці в готельно-ресторанному бізнесі є забезпечення безпеки і здоров'я працівників при виконанні ними своїх обов'язків. Це досягається шляхом виявлення та оцінки потенційних ризиків, пов'язаних з конкретними видами діяльності, і вжиття відповідних заходів для їх запобігання та контролю. Розробка та впровадження процедур і стандартів безпеки, а також навчання персоналу з питань охорони праці є невід'ємною частиною цього процесу.

Основні аспекти охорони праці в готельно-ресторанному бізнесі включають наступні напрямки:

1. Ідентифікація ризиків: Перш за все, необхідно проаналізувати робочі процеси та виявити потенційні небезпеки, які можуть виникнути під час роботи в готельно-ресторанному бізнесі. Це можуть бути такі фактори, як ризик пожежі, нещасні випадки, контакт з харчовими алергенами, робоче навантаження на спину та скелетні м'язи від підняття важких предметів, тощо.

2. Вжиття заходів для зменшення ризиків: Після визначення ризиків слід розробити та впровадити відповідні заходи щодо їх зменшення. Це може включати встановлення систем пожежної безпеки, використання засобів індивідуального захисту, навчання персоналу безпечним методам роботи, розробку та впровадження правил використання хімічних речовин, організацію

правильного підйому важких предметів, забезпечення ергономічним обладнанням та меблями.

3. Навчання та інформування персоналу: Одним з найважливіших аспектів охорони праці є навчання працівників правилам безпеки та виконання ними своїх обов'язків відповідно до встановлених процедур. Це може включати регулярні тренінги з безпеки, інструктажі та брифінги, а також створення культури безпеки серед усього персоналу.

4. Моніторинг та оцінка: Постійний моніторинг та оцінка ефективності заходів з охорони здоров'я та безпеки є важливим кроком у забезпеченні безпеки в індустрії гостинності. Проведення регулярних аудитів, оцінка результатів, збір статистичних даних про нещасні випадки та впровадження необхідних коригувальних заходів допоможуть забезпечити постійне вдосконалення системи охорони праці.

Охорона праці в готельно-ресторанному бізнесі має першорядне значення, оскільки здоров'я і безпека працівників та якість обслуговування гостей мають першочергове значення. Правильно розроблені процедури, впровадження безпечних практик та свідоме ставлення до безпеки на робочому місці сприяють покращенню якості роботи та досягненню успіху у готельно-ресторанній галузі.

4.2. Пожежна безпека в готельно-ресторанному комплексі

Пожежна безпека в готельно-ресторанних комплексах України є надзвичайно важливою та невід'ємною складовою частиною діяльності цього сектору. Зважаючи на велику кількість гостей та персоналу, а також на наявність високоризикових чинників, пов'язаних зі споживанням їжі, роботою з пальними матеріалами та електрикою, забезпечення безпеки від пожеж стає пріоритетним завданням для готельних та ресторанних установ.

Україна має встановлену систему законодавчих актів та нормативно-технічних документів, що регулюють питання пожежної безпеки в готельно-

ресторанній галузі. Один із основних нормативних документів є "Правила пожежної безпеки в Україні", які визначають вимоги до організації пожежної безпеки в готельних та ресторанных комплексах. До вимог цих правил входить проведення регулярних оглядів, перевірок систем пожежної сигналізації та пожежогасіння, навчання персоналу правилам пожежної безпеки, створення планів евакуації та багато іншого.

Готельно-ресторанні комплекси повинні мати добре розроблені та реалізовані плани пожежної безпеки. Ці плани повинні включати ідентифікацію можливих ризиків, розміщення пожежних сигналізаційних систем та вогнегасників, встановлення систем автоматичної пожежної сигналізації та протипожежних систем, а також регулярну перевірку і технічне обслуговування цих систем. Також, готельно-ресторанні комплекси повинні мати детальний план евакуації, який включає в себе маршрути евакуації, місця збору та ролі відповідальних осіб.

Велике значення в пожежній безпеці готельно-ресторанних комплексів має також навчання персоналу. Усі працівники повинні бути ознайомлені з основними правилами пожежної безпеки, вміти використовувати вогнегасники та інші засоби пожежогасіння, знати процедури евакуації та реагування у випадку пожежі. Персонал також повинен регулярно проходити навчання та тренування, щоб бути готовими до дій у надзвичайних ситуаціях.

Крім того, важливо зазначити, що встановлення пожежної безпеки в готельно-ресторанніх комплексах не є одноразовим заходом. Це постійний процес, який вимагає регулярного оновлення та покращення систем та процедур. Важливо також відслідковувати та впроваджувати нові технології та інновації, які сприяють покращенню пожежної безпеки.

Загальний успіх у пожежній безпеці в готельно-ресторанній галузі залежить від усіх учасників процесу, включаючи урядові органи, власників готелів та ресторанів, керівників, персонал та гостей. Тільки спільними зусиллями можна забезпечити найвищий рівень пожежної безпеки та зберегти життя та майно.

Висновуючи, пожежна безпека в готельно-ресторанних комплексах України є важливим аспектом їх діяльності. Розроблення та виконання комплексних планів пожежної безпеки, навчання персоналу та використання сучасних технологій допомагають забезпечити безпеку для гостей, працівників та майна. Регулярне оновлення та покращення систем пожежної безпеки важливо для забезпечення найвищого рівня захисту від пожеж та надійності в готельно-ресторанній галузі.

ВИСНОВКИ

Інноваційний розвиток – запорука поступального сталого зростання будь-якої структури. Особливо це відчутно у сфері послуг, де інновації розповсюджуються з карколомною швидкістю, адже навідміну від виробничої сфери, коли необхідно пройти весь інноваційний цикл в повному обсязі, індустрія гостинності є в рази мобільнішою. Обмін інформаційними ресурсами, і доведення послуги до кінцевого споживача відбувається набагато швидше, але й негативний результат також може бути більш болючим.

У кваліфікаційній роботі магістра досліджено основні дефініції, які використовуються для теоретичного обґрунтування теми та розроблено ряд практичних рекомендацій, спрямованих на отримання прибутків не тільки від основної діяльності, але й від диверсифікованого бізнесу, який на перший погляд не є основним. Основні теоретико-практичні результати дослідження на прикладі ГРК «Avalon Palace» дають можливість зробити ряд висновків.

Моніторинг конкурентного середовища; а також діагностика споживачів готельно-ресторанних послуг свідчить про забезпечення формування попиту та конкурентних переваг в порівнянні з основними конкурентами із схожою інфраструктурою. Застосування багаторівневого контролю за дотриманням термінів та якості послуг, запровадження систем контролю основних логістичних ланцюгів створюють передумови для успішної реалізації як поточних планів, так і стратегічних завдань.

На основі аналізу щодо управління процесами в готельно-ресторанному комплексі «Avalon Palace» після проведення SWOT-аналізу та PEST-аналізу визначено, що з комплекс демонструє високий рівень якості обслуговування гостей, активно взаємодіє з місцевою спільнотою та бере участь у благодійних заходах. Ці досягнення свідчать про соціальну відповідальність комплексу та його потенціал для подальшого розвитку в напрямку сталого розвитку. З іншого боку, аналіз виявив також певні напрямки, які потребують вдосконалення,

зокрема, пов'язані з окремими екологічними аспектами діяльності.

Незважаючи на наявні позитивні практики, готельно-ресторанний комплекс "Avalon Palace" стикається з певними перешкодами на шляху до сталого розвитку. Зокрема, відсутність ефективної системи управління відходами. Для їх вирішення рекомендується впровадження удосконалення процесів управління відходами та раціональне використання усіх ресурсів. Крім того, важливим є залучення персоналу до процесу змін та створення такої корпоративної культури, яка сприятиме сталому розвитку.

Розроблений інноваційно-інвестиційний проект в рамках державної програми 5-7-9 створює реальні можливості отримати прибутки за рахунок економії затрат на будівництво об'єктів для власного готельно-ресторанного бізнесу, а також працюючи на булівництві об'єктів для сторонніх замовників. Це диверсифікація бізнесу, яка безумовно може принести додаткові прибутки. Розрахунки показують, що проект є прибутковим.

Обсяг надання послуг при якому досягається покриття всіх витрат підприємства – 1 835 938,67 грн. Зона безпеки підприємства, тобто, виручка перевищує поріг рентабельності на 4 400 266,05 грн., або на 70,56 %. Отже, бізнес займає стійке становище. Рентабельність товарної продукції становить 32,77 %, що дозволить бізнесу впевнено розширюватися.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрушків Б. М., Мельник Л. М., Малюта Л. Я. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства : навч. посіб. Тернопіль : ТНТУ, 2010. 238 с.
2. Бурий С.А. Інноваційний потенціал у сфері готельно–ресторанного бізнесу та туризму / С. А. Бурий *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 5. Т.2. С. 201–205
3. Бутенко А.Ю. Інновації у ресторанному бізнесі / А.Ю. Бутенко, Р.О. Бліщ : Матеріали IV Міжнародної науково–практичної конференції *Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг*. 2016. С. 303–306.
4. Владимир О.М., Дудкіна О.П., Дудкін П.Д., Шерстюк Р.П. Вплив пандемії COVID-19 на розвиток туризму в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2021. Вип. 2 (25). С. 641-652. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21srpsiv.pdf>
5. Влащенко Н.М. Інноваційні технології в готельному господарстві: конспект лекцій 2016. 89 с. URL: http://tourlib.net/books_ukr/vlaschenko.pdf
6. Галасюк К.А. Оцінка інноваційного потенціалу підприємств готельного господарства : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 / Галасюк Катерина Артурівна. Одеса, 2016. 304 с.
7. Дудкін П.Д., Дудкіна О.П. Логістична та інфраструктурна складові DESTINATION в індустрії гостинності. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2020. Вип. 1 (22). С. 57-65. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2020/20dpdvig.pdf>
8. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.

9. Закон України "Про туризм" (ВР України, Закон № 324/95-ВР від 15 вересня 1995 р. (із змінами та доповненнями) URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

10. Інновації: аспекти управління, виробництва, сфери обслуговування»: матеріали VIII-ої Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України М. Г. Чумаченка (Тернопіль, 28 березня 2019 року) / МОН України, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя [та ін.]. Тернопіль: 2019. 93 с. <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/27904>

11. Кирич Н. Б., Андрушків Б. М., Погайдак О. Б. Інноваційна діяльність підприємств та організацій як метод стабілізації економіки регіонів України. Вісник економічної науки України. 2009. № 1 (15). С. 23–25.

12. Клапчук М.В., Біян В.І., Брухлій Б.В. Інноваційні технології в ресторанному господарстві. *Карпатський край*. 2015. № 1(2). С. 92–99.

13. Коваленко Н.О. Інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності в Україні / Н. О. Коваленко . *Європейські перспективи*. 2015. Вип. 7. С. 174.

14. Ковтуненко Ю.В. Особливості бізнес-планування інноваційних проектів. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2017. № 4 (32). С. 53–59.

15. Король, С. Я. Характеристика основної діяльності готелю. *Стратегія розвитку туристичної індустрії та громадського харчування*. Праці міжнар. наук.-пр. конф.: К.: КДТЕУ. 2020. С.124 – 128.

16. Малюта Л. Я. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства : навчальний посібник. Тернопіль : ФОП Паляниця В. А., 2016. 232 с.

17. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика : навчальний посібник. / Мальська М.П., Пандяк І.Г. К.: Центр учбової літератури, 2009. 472 с.

18. Маркетингова товарна політика: навч. посібник / Є.Крикавський, І. Дейнега, Р. Патора. 2-ге вид. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2015. 276 с.
19. Звітність ГРК «Avalon Palace».
20. Мелешко Н. М., Оливко В. Й. Формування окремих аспектів бізнес-стратегії сучасного міні-готелю. Наука, інновації, бізнес: проблеми, перспективи і сьогочасні тренди розвитку: матеріали дванадцятої всеукраїнської науково-практичної конференції, Тернопіль, 11.10.2024, ФОП Паляниця В. А., 2024. С. 72. [Електронний ресурс]. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/46483>
21. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: URL: http://tourlib.net/books_ukr/nechauk22.htm.
22. Островська Г. Напрями розвитку управління інноваційними ідеями на підприємстві [Електронний ресурс] / Галина Островська, Людмила Малюта, Оксана Гладчук . *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 2 (27). С.131-143. URL : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22ohyinp.pdf>
23. Постова В. В., Лук'янець А. В. Особливості формування та підтримка іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Підприємництво та інновації*. 2020. №. 14. С. 63–67.
24. Руденко В.П. Основи готельної справи. URL: http://pidruchniki.com/1584072023997/turizm/osnovi_gotelnoyi_spravi.
25. Стратегія розвитку: інвестиційний вимір: монографія / за ред. д-ра Гуткевич С. О. Харків: Діса плюс, 2016. 162 с.
26. Стручок В.С. Безпека в надзвичайних ситуаціях. Методичний посібник для здобувачів освітнього ступеня «магістр» всіх спеціальностей денної та заочної (дистанційної) форм навчання / В.С.Стручок. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2022. 156 с.
27. Технології та інновації, які змінюють ресторанний бізнес. URL: <https://sfii.gov.ua/tehnologii-ta-innovacii-yaki-zminjuyut-restorannijbiznes/>

28. Україна 2030 – країна з розвинутою цифровою економікою. Український інститут майбутнього. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>

29. Управління інноваційною діяльністю : [монографія] / Г. В. Верещагіна, Н. М. Омеласенко, Т. Є. Сігаєва та ін. ; під заг. ред. О. М. Ястремської та Г. В. Верещагіної. Харк. нац. екон. ун-т. Х. : ІНЖЕК, 2010. 402 с.

ДОДАТКИ

Міністерство освіти і науки України
 Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
 Хмельницький національний університет
 Державний університет «Житомирська політехніка»
 Львівський державний університет фізичної культури
 імені Івана Боберського
 Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
 Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
 Запорізький національний університет
 Криворізький національний університет
 ПрАТ «Тернопіль-готель»
 Тернопільське обласне закрите акціонерне товариство по туризму та
 екскурсіях «Тернопільтурист»
 ГУ Пенсійного фонду України в Тернопільській області
 Національний заповідник «Замки Тернопілля»
 Академія соціального управління



МАТЕРІАЛИ

XII Всеукраїнської науково-практичної конференції
 пам'яті почесного професора Тернопільського
 національного технічного університету
 імені Івана Пулюя,
 академіка НАН України
 Миколи Григоровича Чумаченка:
**«УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВ У
 КОНТЕКСТІ ІНДУСТРІЇ 4.0»**

11 жовтня 2024 року

Тернопіль

Матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, академіка НАН Миколи Григоровича Чумаченка: «Управління бізнес-процесами підприємств у контексті індустрії 4.0» (Тернопіль, 11 жовтня 2024 року)

Коваленко А.С., Владимир О.М. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СФЕРІ NORESA: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	49
Ковбаса В.Р. РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	51
Козловський А.В. ВПЛИВ ЧИННИКІВ ІНДУСТРІЇ 4.0 НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА.....	53
Комішник В.І., Кравчук О.Ю. СИНЕРГІЗМ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ.....	55
Костенко Б.В. ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ОРГАНУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	57
Костецький В.З., Таванець Н.С. ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0 В ЛОГІСТИЧНІЙ СФЕРІ.....	58
Кужда Т.І. РОЛЬ ПРОЦЕСУ ОРГАНІЗУВАННЯ У ПРОВЕДЕННІ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	60
Леоненко К.П., Юрик Н.Є. РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	62
Летун О.О. КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	63
Луцків І.В., Котовська І.В. ІМІДЖМЕЙКІНГ ЯК ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ІНСТРУМЕНТ ОСОБИСТІСНОГО ЗРОСТАННЯ.....	65
Любка В.С., Стадник В.В. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ НА ОСНОВІ ПРИНЦИПІВ TQM.....	67
Лямін А.Ю. ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ У СФЕРІ ОХОРОНИ ТА ЗАХИСТУ ДЕРЖАВНОГО КОРДОНУ.....	69
Мацарська В.Б., Празднікова О.М., ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ МІСТА КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ	70
Мелешко Н.М., Оливко В.Й. ФОРМУВАННЯ ОКРЕМИХ АСПЕКТІВ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ СУЧАСНОГО МІНІ-ГОТЕЛЮ.....	72

УДК 330.3

Мелешко Н.М., Оливко В.Й.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ФОРМУВАННЯ ОКРЕМИХ АСПЕКТІВ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ СУЧАСНОГО МІНІ-ГОТЕЛЮ

Meleshko N., Olyvko V.

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

FORMATION OF SPECIFIC ASPECTS OF THE BUSINESS STRATEGY FOR A MODERN MINI-HOTEL

Готельно-ресторанний бізнес є надзвичайно динамічним напрямком підприємницької діяльності. Пошук інноваційних продуктів у цій царині триває постійно. Зростання добробуту громадян в країнах, що динамічно розвиваються, спонукає усі сегменти бізнесу підвищувати свою конкурентоспроможність. Згідно із законами економічної теорії, зростання сукупного попиту призводить і до росту сукупної пропозиції. Невпинно зростає як пропозиція товарів, так і пропозиція послуг на ринку.

Оскільки готельно-ресторанний бізнес поєднує у собі елементи виробництва готової продукції, і, одночасно, послуг споживачам, то існує надзвичайно широкий спектр можливостей з удосконалення системи організації та ведення підприємницької діяльності.

Смаки і уподобання споживачів змінюються під впливом багатьох факторів. Для того, щоб знайти свого споживача, підприємцям доводиться шукати такі засоби комунікації, які б формували і доводили свої переваги в порівнянні із конкурентами на ринку.

Поряд із традиційними для даного виду бізнесу засобами просування реклами, такими як білборди, сітілайти, світлові вивіски, сайти в Інтернеті, починають використовуватись елементи доповненої реальності, штучний інтелект та інші прямі і опосередковані можливості приваблення клієнтів. Окремі публікації розкривають переваги міні-готелів перед мережевими.

Великі мережеві структури в готельно-ресторанному бізнесі мають свої сильні сторони, які забезпечуються можливістю запропонувати стандартизовані послуги з їх частковою диверсифікацією в залежності від сезону, смаків і уподобань споживачів, а головне, вмісту їх гаманця. Натомість, невеликі готельні комплекси перебувають у постійному «стресовому» стані. Їм доводиться переконувати споживачів, що саме їх послуги є більш диверсифікованими та привабливішими, ніж у мережевих структурах.

Відповідно, відрізняються і бізнес-стратегії невеликих готельно-ресторанних комплексів від крупних гравців на ринку. Перш за все, це пов'язано із обмеженими фінансовими ресурсами для розвитку. Залучити кредитні ресурси для фізичної особи підприємця (ФОП) виявляється досить проблематичним, оскільки банки мають дуже обмежені ресурси для венчурного кредитування і не хочуть ризикувати. Відсутність попередньої кредитної історії є достатньо суттєвим стримуючим фактором. Єдиним реальним джерелом залучення коштів може бути мікрокредитування, але розміри таких кредитів є недостатніми, і можуть бути використані лише на якісь поточні витрати.

Ще однією із бізнес-стратегій може бути кредитування за програмою 5-7-9, але, знову ж таки, вимоги банків для отримання таких кредитів є специфічними, і потребують підготовки та подачі ґрунтовно розробленого бізнес-плану з відповідними розрахунками.