

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: Удосконалення організації відпочинку і розваг на підприємствах індустрії
гостинності (на прикладі готелю сімейного типу «Болгарія»)

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

(шифр і назва спеціальності)

		Мелешко Н. М.
	(підпис)	(прізвище та ініціали)
Керівник		Дудкін П. Д.
	(підпис)	(прізвище та ініціали)
Нормоконтроль		Стойко І. І.
	(підпис)	(прізвище та ініціали)
Завідувач кафедри		Шерстюк Р. П.
	(підпис)	(прізвище та ініціали)
Рецензент		Сороківська О. А.
	(підпис)	(прізвище та ініціали)

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.

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття освітнього ступеня Магістр

(назва освітнього ступеня)

за спеціальністю 241 “Готельно-ресторанна справа”

(шифр і назва спеціальності)

студенту Мелешко Наталія Мирославівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Удосконалення організації відпочинку і розваг на підприємствах індустрії гостинності (на прикладі готелю сімейного типу «Болгарія»)

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

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

Затверджені наказом ректора від 04.11.2024 р. №4/7-1059

2. Термін подання студентом завершеної роботи 11.12.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи Матеріали фінансово-господарської діяльності готелю сімейного типу «Болгарія», наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріали спеціалізованих видань.

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

Анотація. Вступ. Теоретико-методичні аспекти організації відпочинку і розваг в готельному бізнесі. Системний аналіз організації відпочинку в готелі сімейного типу «Болгарія».

Напрямки удосконалення організації відпочинку і розваг в закладі індустрії гостинності.

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 20 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

[illegible]

Студент

(підпис)

Мелешко Н. М.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Дудкін П. Д.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на тему “Удосконалення організації відпочинку і розваг на підприємствах індустрії гостинності (на прикладі готелю сімейного типу «Болгарія») базується на вивченні та аналізі підприємств, які надають різноманітні послуги у готельно-ресторанній сфері. На прикладі готелю сімейного типу «Болгарія» розглянуто основні засади управління та розвитку відпочинкових послуг, які мають за мету підвищення конкурентоспроможності суб’єкта підприємницької діяльності та максимального задоволення потреб споживача.

У дослідженні запропоновано огляд доступних літературних джерел, проведено аналізування різноманітних підходів, які використовуються для імплементації атракцій у готельно-ресторанному бізнесі. Зазначено основні тенденції та фактори впливу на відбір інноваційних рішень, а також визначено найбільш привабливі, з економічної точки зору, напрямки дослідження.

Кваліфікаційна робота характеризується актуальністю теми в розрізі викликів сьогодення, що стоять перед готельно-ресторанним бізнесом та здійснює обґрунтування важливості нових атракцій, як важливого чинника підвищення ефективності управління та розвитку готелю сімейного типу «Болгарія».

Методологічною базою під час здійснення дослідження є огляд різних монографічних джерел, огляд базових дефініцій у готельно-ресторанному бізнесі, а також використання економіко-статистичних методів, зокрема, анкетування та інтерв’ювання, які необхідні для збору даних, що характеризують інноваційні процеси у готелях сімейного типу.

Загальні висновки, які можуть бути зроблені в результаті майбутніх досліджень, демонструють необхідність інноваційного розвитку готельно-ресторанного бізнесу та потребує покращення діяльності готелів сімейного типу.

Ключові слова: інновації, готельно-ресторанний бізнес, впровадження інноваційних проектів, атракція, готель сімейного типу «Болгарія».

ANNOTATION

Qualification Paper: Improvement of leisure and entertainment organization in hospitality industry enterprises (family-owned "Bulgaria" hotel as a case study).

This qualification paper delves into the optimization of recreational and entertainment services within the hospitality industry, using the family-type hotel "Bulgaria" as a case study. By examining various enterprises that provide hospitality services, the study explores the fundamental principles of managing and developing leisure offerings. The primary objective is to enhance the business's competitiveness and maximize customer satisfaction.

The research involves a comprehensive review of relevant literature and an analysis of diverse approaches to implementing attractions in the hotel and restaurant industry. It identifies key trends and factors influencing the selection of innovative solutions, and pinpoints the most economically viable research avenues.

The paper underscores the timeliness of this research in addressing the contemporary challenges faced by the hospitality industry. It substantiates the significance of novel attractions as a crucial factor in elevating the management efficiency and development of the family-type hotel "Bulgaria."

Methodologically, the study relies on a review of various monographs, a comprehensive overview of fundamental concepts in the hospitality industry, and the application of economic and statistical methods such as surveys and interviews to gather data characterizing innovative processes in family-type hotels.

The overall conclusions drawn from this research highlight the imperative of innovative development within the hospitality industry, particularly for family-type hotels.

Keywords: innovation, hospitality industry, implementation of innovative projects, attraction, family-type hotel "Bulgaria".

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОЧИНКУ І РОЗВАГ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	11
1.1. Сутність та основні завдання відпочинку і розваг в індустрії гостинності	11
1.2. Роль відпочинку і розваг у задоволенні потреб споживачів	19
1.3. Сучасні тренди в індустрії гостинності.....	26
РОЗДІЛ 2. СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОЧИНКУ В ГОТЕЛІ СІМЕЙНОГО ТИПУ «БОЛГАРІЯ».....	36
2.1. Загальна характеристика готелю сімейного типу «Болгарія»	36
2.2. Аналіз можливостей обслуговування іноземних туристів в готелі сімейного типу «Болгарія».....	46
2.3. Оцінка результативності надання основних та додаткових послуг в готелі сімейного типу «Болгарія»	49
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОЧИНКУ І РОЗВАГ В ЗАКЛАДІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	53
3.1. Розробка стратегії інклюзивного сімейного готелю	53
3.2. Обґрунтування ефективності впровадження інвестиційних проектів в готелі сімейного типу «Болгарія».....	59

РОЗДІЛ 4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ОСНОВИ	
ОХОРОНИ ПРАЦІ	67
4.1. Організація проведення інструктажів з питань охорони праці	67
4.2. Пожежна безпека	69
 ВИСНОВКИ.....	 73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75
ДОДАТКИ.....	79

ВСТУП

Інновації відіграють одну із ключових ролей у сучасній готельно-ресторанній сфері. Постійний пошук інноваційних шляхів вирішення проблем, що виникають на підприємствах індустрії гостинності, дає можливість суттєво підвищити якість послуг, удосконалити, або здійснити реновацію існуючих інфраструктурних об'єктів, відшукати нестандартні шляхи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності. Однак, цей процес ніколи не відбувається лінійно, він потребує комплексного підходу для досягнення синергічного ефекту в мінливих ринкових умовах.

Сутність проблеми полягає в об'єктивній необхідності всесторонньо проаналізувати усі дефініції, ознайомитись із сучасним станом індустрії гостинності, позитивними та негативними тенденціями, які супроводжують процес впровадження інновацій, вплив на сталий розвиток готельно-ресторанних підприємств, незалежно від розмірів, форм власності та підпорядкування. Дослідження ставить за мету розробити рекомендації, які суб'єкти бізнесу та органи місцевого самоврядування зможуть використати в своїй поточній та перспективній діяльності.

Питанням із проблематики, пов'язаної з управлінням інноваційною діяльністю на різних рівнях (-макро, -мезо, -мікро) присвячені дослідження в найрізноманітніших аспектах, значної кількості українських та зарубіжних вчених, зокрема, 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.

Актуальність теми. Готельно-ресторанний бізнес є одним із найбільш динамічних секторів світової економіки. Сфера послуг в ринкових умовах приречена йти в ногу із часом, а деколи, навіть випереджувати його. Адже, як тільки з'являється якась інновація, і споживачеві вона до вподоби, продуценти послуг миттєво її підхоплюють, масштабують, і на цій хвилі стараються встигнути отримати прибутки.

Розробка, а особливо впровадження інновацій є складним і тернистим шляхом, адже потребує не тільки системних знань, а ще удачі та підприємницької інтуїції. Адже, часом виникають непередбачувані перешкоди, наприклад, пандемія COVID-19. Тоді довелося терміново вносити суттєві корективи в плани, змінювати стратегію і тактику. Відтак, основним завданням будь-якого дослідження є знайти варіанти найоптимальнішого, в кожній конкретній ситуації, управлінського рішення, яке забезпечить поступальний розвиток.

Об'єктом дослідження у кваліфікаційній роботі є процеси, пов'язані із організацією відпочинку і розваг у готелі сімейного типу «Болгарія».

Предметом дослідження є вивчення процесів впровадження інноваційних відпочинкових та розважальних проектів у готельно-ресторанному бізнесі на прикладі конкретного готельного комплексу. Метою дослідження є аналізування цікавих інноваційних ідей та проектів, які можуть покращити діяльність закладу, поліпшити якість обслуговування клієнтів, збільшити прибутковість та зміцнити конкурентні позиції на ринку. Результати дослідження можуть бути використані в практичній діяльності схожих за структурою готельно-ресторанних закладів.

Метою роботи є здійснення дослідження та аналізування інноваційних управлінських підходів у організації відпочинкових та розважальних заходів в готелі сімейного типу «Болгарія» та їх подальша трансформація.

Для досягнення мети та всебічної реалізації дослідження необхідно вирішити ряд таких завдань:

1. Проаналізувати основні дефініції, які використовуються в роботі.
2. Вивчити особливості конкретного підприємства як об'єкту дослідження.
3. Визначити потенційні інноваційні проекти, які можуть бути реалізовані.
4. Проаналізувати фактори успіху та потенційних ризиків впровадження інновацій.

5. Розробити конкретні інноваційні проекти для готельно-ресторанного підприємства.
6. Оцінити ефективність інноваційних пропозицій.
7. Розробити рекомендації та можливі стратегії інноваційного розвитку.

Результати дослідження та розробок, які розглянуті в кваліфікаційній роботі, за відповідних умов створять підґрунтя для подальшого розвитку, сприятимуть покращенню стратегічного управління розвитку закладу та посилюватимуть його конкурентоспроможність у мінливих ринкових умовах.

Окремі положення роботи розглянуті 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). [21], Додаток А.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОЧИНКУ І РОЗВАГ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Сутність та основні завдання відпочинку і розваг в індустрії гостинності

Ефективна організація дозвілля є одним з ключових чинників, що впливають на рівень задоволення клієнтів і конкурентоспроможність закладів сфери послуг, що в сучасному світі є одними з базових у забезпеченні високого рівня та якості життя громадян. Відпочинок і розваги є невід’ємною складовою індустрії гостинності, спрямованої на забезпечення приємного та незабутнього досвіду для клієнтів. Адже вони сприяють підвищенню лояльності своїх постійних клієнтів, які отримавши позитивні емоції, частіше повертаються до закладу. Пропонуючи унікальні пропозиції для організації дозвілля, заклади гостинності приваблюють нову аудиторію, залучають нових клієнтів. У результаті – це призводить до збільшення доходів, позаяк розважальні заходи та додаткові послуги сприяють готовності відвідувачів витратити більше своїх коштів.

Організація відпочинку та розваг у закладах гостинності є складним, але необхідним процесом, що вимагає креативності, професіоналізму та уваги до деталей. На думку Мальської М. П. «інтеграція інноваційних рішень та орієнтація на потреби клієнтів дозволяють створювати незабутні враження, підвищувати якість обслуговування та зміцнювати позиції закладу на ринку» [18]. Це, в свою чергу, вимагає посиленої уваги науковців та практиків до розуміння сутності категорій відпочинку та розваг та технологій управління даною сферою.

Зазначимо, що поняття «відпочинок» і «розваги» тісно пов’язані з людською діяльністю та потребами. Однак, незважаючи на їхню поширеність, чіткі і однозначні визначення цих понять досі залишаються предметом наукових

дискусій. Різні наукові дисципліни (психологія, соціологія, філософія) пропонують свої підходи до розуміння цих феноменів. В наукових дослідженнях з даної проблематики вирізняють такі базові підходи до їх сутнісного розуміння (рис. 1.1.)

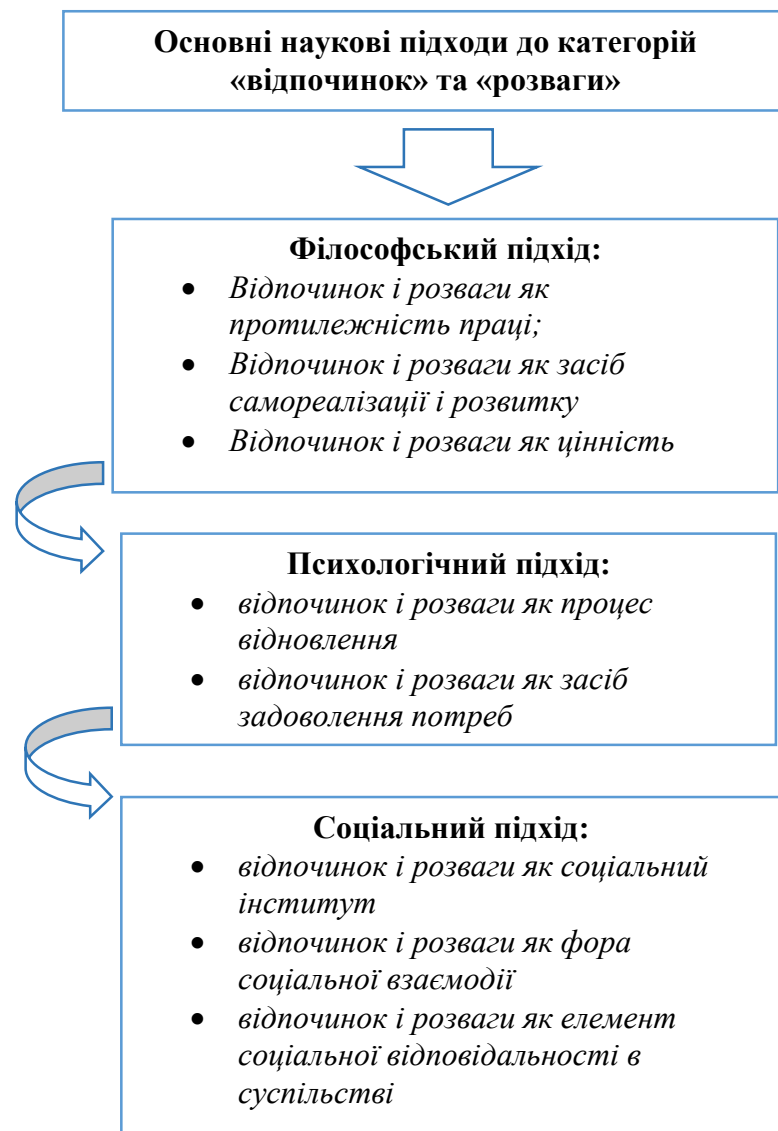


Рис 1.1. Основні наукові підходи до визначення категорій «відпочинок» і «розваги»

Примітка. Систематизовано автором

Так, філософський підхід розглядає відпочинок як протилежність праці:, як час, вільний від трудової діяльності, що дозволяє відновити сили та енергію. Сучасні філософи розглядають відпочинок як засіб самореалізації, можливість для особистісного зростання, розвитку творчих здібностей та самопізнання. Розваги, як форма дозвілля, у спеціальній науковій літературі трактуються як різноманітні види діяльності, що приносять задоволення і відволікають від повсякденних проблем.

Якщо розглядати відпочинок як протилежність праці, то цей погляд на відпочинок має давню історію і пов'язаний з поділом людського життя на працю та дозвілля. Відпочинок розглядається як пасивний стан, протилежний активній трудовій діяльності. Головна мета відпочинку – відновити фізичні та психічні сили для подальшої роботи. Проте сучасні науковці критикують цю концепцію за її однобічність, зазначаючи, що відпочинок не обов'язково має бути пасивним, а може включати різноманітні активні дії, які приносять задоволення.

Беручи за основу дослідження підхід до відпочинку як засобу самореалізації, слід наголосити, що відпочинок розглядається як час для саморозвитку, творчості та самопізнання. Це можливість займатися хобі, вивчати нові речі, спілкуватися з цікавими людьми, тобто уможливлювати розвиток особистості.

Згідно сучасних наукових філософських підходів та економічних законів, відпочинок в сучасному суспільстві є цінністю, він розглядається не просто як протилежність праці, а як самостійна цінність, яка сприяє повноцінному життю.

Розваги як форма дозвілля, що забезпечується закладам гостинності, орієнтуються, перед усім, на задоволення та насолода отримання насолоди, адже дозволяють відволіктися від проблем і негативних емоцій. Різноманітні форми розваг – індивідуальні (читання, музика) або колективні (кіно, спорт), активні або пасивні, виконують безпосередню соціальну функцію, сприяють соціальній інтеграції, дозволяють людям спілкуватися і знаходити спільні інтереси.

Сучасне розуміння відпочинку та розваг відображає зміни у суспільстві, Серед яких: індивідуалізація, адже кожна людина має свої уявлення про

відпочинок, які залежать від особистісних особливостей, інтересів та цінностей; технологізація, так як розвиток технологій відкриває нові можливості для організації дозвілля (онлайн-ігри, віртуальна реальність); сприяння та промоція здорового способу життя, через повсякденне зростання інтересу до активних видів відпочинку, що сприяють збереженню здоров'я; посилення соціальної відповідальності сфери гостинності, що має підтримувати тенденцію до вибору екологічно чистих і соціально відповідальних видів відпочинку.

Згідно психологічного підходу відпочинок та розваги розглядаються як базовий засіб відновлення, як необхідна умова для підтримання психічного здоров'я, зниження рівня стресу та підвищення ефективності. Це особливо актуалізується в умовах соціальної та психологічної напруги в нашому суспільстві, зумовлені війною з росією.

У даному контексті акцентується увага на тому, що відпочинок є необхідним процесом відновлення внутрішньої рівноваги організму – гомеостазу. Під час роботи та виконання завдань витрачається багато енергії, як фізичної, так і психічної. Відпочинок дозволяє організму відновити ресурси та повернутися до оптимального стану. На ролі відпочинку для людини наголошують також фахівці в сфері громадського та ментального здоров'я. До прикладу, сон – одна з найважливіших форм відпочинку; під час сну відбувається відновлення нервової системи, обробка інформації, отриманої протягом дня. Недостатня кількість сну призводить до зниження концентрації уваги, погіршення пам'яті та емоційної нестабільності.

Важлива взаємодія також таких явищ як відпочинок і стрес (природна реакція організму на зовнішні подразники). В той час, як хронічний стрес може призвести до виснаження нервової системи, то відпочинок допомагає знизити рівень стресу, відновити емоційну рівновагу та підвищити стійкість до стресових ситуацій. Парадоксально, але фізична активність також може бути формою відпочинку. Регулярні фізичні вправи допомагають зняти напругу, покращують кровообіг та підвищують рівень ендорфінів – гормонів щастя.

Згідно психологічного підходу відпочинок і розваги задовольняють різноманітні психологічні потреби людини: потребу в спілкуванні, досягненнях, нових враженнях тощо. В основі цього теоретико-методологічна база – закладена пірамідою потреб А. Маслоу, який розробив теорію ієрархії потреб, згідно з якою люди прагнуть задовольнити різні потреби: фізіологічні, безпеки, соціальні, поваги та самоактуалізації.

Відпочинок і розваги можуть задовольняти різні рівні піраміди потреб Маслоу (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

**Місце відпочинку і розваг в задоволенні потреб
(за пірамідою А. Маслоу)**

№ з/п	Вид потреби	Змістове наповнення
1	Соціальні потреби	Спілкування, приналежність до групи, дружба – все це можна задовольнити під час розваг
2	Потреба в повазі	Досягнення у хобі, спорті або інших видах діяльності підвищують самооцінку і дають відчуття власної значущості
3	Потреба в самоактуалізації	Творчість, саморозвиток, нові враження – все це допомагає людині реалізувати свій потенціал.
4	Потреба в нових враженнях	Людам властиво прагнути новизни і різноманітності. Розваги дозволяють вийти за межі рутини і отримати нові емоції
5	Потреба в досягненнях	Ігри, спорт, різноманітні змагання дозволяють відчувати радість перемоги і задоволення від досягнення цілей
6	Потреба у відволіканні	Розваги допомагають відволіктися від проблем і негативних емоцій.

Примітка. Наведено за [29]

Сучасні наукові дослідження виокремлюють сутність відпочинку як соціального інституту, що регулює вільний час людей і впливає на їхню поведінку; одночасно наголошують, що розваги є важливим елементом соціальної взаємодії, що сприяє зміцненню соціальних зв'язків.

У даному контексті наголосимо, що відпочинок не є простою відсутністю роботи, а регулюється цілим рядом соціальних норм, правил та очікувань. Суспільство визначає, які види діяльності вважаються прийнятними для відпочинку, а які ні, в який час і в якому оточенні люди можуть відпочивати.

Відпочинок часто пов'язаний з певними соціальними ролями. Наприклад, батьки відпочивають по-іншому, ніж підлітки, а люди з різним соціальним статусом мають різні можливості для відпочинку.

У сучасному динамічному суспільстві, соціальні зміни безпосередньо впливають на форми і зміст відпочинку. До прикладу, розвиток технологій призвів до появи нових видів відпочинку, а зміна гендерних ролей змінила розподіл домашніх обов'язків і, відповідно, можливості для відпочинку.

При організації туризму, відпочинку та розваг важливо враховувати, що соціальні нерівності, різний соціальний статус, особливі потреби людей (наприклад, ветеранів війни, людей з обмеженими можливостями, дітей з особливими потребами та ін.) впливають на доступ до різних видів відпочинку. Люди з різним рівнем доходів, освіти та соціального статусу мають різні можливості для відпочинку. Це в свою чергу вимагає дотримання підходів інклюзивності та безбар'єрності в організації закладами гостинності відпочинку та розваг.

У продовження вище вказаного, слід розглядати розваги як форму соціальної взаємодії, адже вони почасти є важливим елементом соціальної взаємодії, сприяють зміцненню соціальних зв'язків, створенню нових знайомств і підтримці дружніх відносин. Розваги часто пов'язані з приналежністю до певних соціальних груп, так як люди з спільними інтересами об'єднуються для спільного проведення часу.

Розваги можуть слугувати засобом соціального контролю, опираючись на те, що в умовах демократичної правової держави суспільство через різні інститути (сім'я, школа, релігія) формує певні норми суспільного життя і відповідно, норми поведінки під час відпочинку. Слід також наголосити, що суспільні та соціальні зміни впливають на форми і зміст розваг. Найяскравіше це

проявляється в умовах цифровізації суспільного життя, наприклад, розвиток соціальних мереж безпосередньо змінив способи спілкування і організації дозвілля.

Порівняльні характеристики відпочинку та розваг згідно соціального підходу можемо вказати в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

**Порівняльні характеристики відпочинку та розваг
згідно соціального підходу**

Організаційний аспект	Відпочинок як соціальний інститут	Розваги як форма соціальної взаємодії
Основна характеристика	Регулювання вільного часу	Сприяння соціальній взаємодії
Зв'язки	Соціальні норми, соціальні ролі, соціальні нерівності	Соціальні групи, Соціальні зв'язки, Соціальний контроль
Форма організації	Вихідні дні, свята, відпустки	Фестивалі, спортивні змагання, вечірки, івенти
Особливі суспільні вимоги	Необхідність дотримання інклюзії та безбар'єрного доступу до всіх форм відпочинку	Необхідність дотримання інклюзії та безбар'єрного доступу до всіх видів розваг

Примітка. Сформовано автором

У контексті організації сфери гостинності та готельно-ресторанного бізнесу доцільно враховувати сучасні тенденції розвитку відпочинку та розваг. Перед усім, індивідуалізацію та персоналізований досвід. Це проявляється у виборі споживачами нестандартних маршрутів, екзотичних локацій, а також у бажанні створювати власні унікальні плани відпочинку. Зростає попит на нішеві продукти та послуги, які задовольняють специфічні інтереси та потреби, до прикладу – тематичні тури, майстер-класи, екстремальні види спорту тощо.

Завдяки розвитку інформаційно-комунікативних технологій, програмних продуктів, соціальних мереж, мобільних додатків та ін., споживачі послуг, надаваних організаціями сфери гостинності, можуть легко формувати індивідуальні плани, складати власні маршрути, бронювати житло та транспорт,

не вдаючись до допомоги туристичних агентств, знаходити цікаві місця та спілкуватися з іншими мандрівниками в режимі реального часу.

Надання послуг відпочинку та розваг закладами сфери гостинності повинно, за нашим переконанням, орієнтуватись на різні сегменти ринку. Зокрема, для молоді – сучасні цифрові технології та пристрої відкривають нові можливості для розваг; віртуальна та доповнена реальність дозволяє зануритися в інші світи, а доповнена реальність – зробити реальний світ більш інтерактивним. Онлайн-платформи, що використовуються в менеджменті сфери організації відпочинку та розваг орієнтуються на проведення вебінарів, онлайн-екскурсій або концертів.

Сучасним трендом в сфері гостинності є інтернет речей, масове використання smart-пристроїв, таких як фітнес-трекери та розумні годинники, що допомагають відстежувати фізичну активність, сон та інші показники здоров'я, що сприяє більш свідомому підходу до відпочинку. Це посилюється також тим, що замість пасивного відпочинку люди все частіше обирають активні види: піші тури, велосипедні прогулянки, йога, фітнес-тури. Зростає також інтерес до здорового харчування під час відпочинку, саме тому туристи та рекреанти шукають готелі та ресторани, які пропонують здорові та свіжі продукти. Туристи все більше замислюються про вплив своєї подорожі на довкілля і обирають екологічно чисті види відпочинку, такі як екотуризм, агротуризм, сільський зелений туризм та ін. В цьому контексті прослідковується тенденція підтримки туристами та рекреантами місцевої економіки, які, перебуваючи на відпочинку, споживають переважно товари місцевого виробництва, які були створені за принципами крафтового виробництва.

В сучасних умовах також популярності набирає велнес-туризм, який поєднує відпочинок з оздоровленням, до прикладу – спа-процедури, аюрведичні програми, масажі, програми спеціальної реабілітації тощо. В умовах війни цей вид туризму є надзвичайно корисним для ветеранів війни, членів їх сімей, людей, які постраждали від воєнних дій, внутрішньо переміщених осіб. Популярністю користуються соціальні проекти, які дозволяють туристам взяти участь у

волонтерських програмах, допомогти місцевим громадам. На нашу думку, це може бути одним із напрямків повоєнного відновлення економіки територіальних громад та регіонів.

1.2. Роль відпочинку і розваг у задоволенні потреб споживачів

Заклади гостинності, такі як готелі, ресторани, курортні комплекси та інші, відіграють важливу роль у створенні умов для відпочинку та розваг своїх гостей. Ефективна організація дозвілля є одним з ключових чинників, що впливають на рівень задоволення клієнтів і конкурентоспроможність закладу. Так як відпочинок і розваги є невід'ємною складовою індустрії гостинності, спрямованої на забезпечення приємного та незабутнього досвіду для відвідувачів закладів сфери гостинності.

Слід наголосити, що в умовах війни та соціальної напруженості, зумовлених ними, значення відпочинку зростає, адже він допомагає людям відновити психологічний баланс, покращити фізичне здоров'я і зменшити рівень стресу. Особливо важливо враховувати потреби окремих категорій громадян. Для ветеранів та їхніх сімей необхідними є спеціальні програми реабілітації, як-от арт-терапія, групові активності чи велнес-процедури. Для внутрішньо переміщених осіб (ВПО) широко практикується в територіальних громадах та окремих населених пунктах організація просторів для соціалізації, розваг для дітей та підтримки сімейного відпочинку. Для людей з обмеженими можливостями необхідним є забезпечення інклюзивного середовища, доступних розваг і спеціалізованих послуг.

Такі заходи не лише сприяють розвитку закладів, але й допомагають зміцнити їх соціальну відповідальність.

Відпочинок і розваги відіграють важливу роль у житті сучасної людини, задовольняючи широкий спектр її потреб. Ці потреби можна розглядати з різних точок зору: фізіологічної, психологічної, соціальної та культурної (табл. 1.3.)

Таблиця 1.3

**Класифікація потреб споживачів, що забезпечуються закладами
сфери гостинності**

№ з/п	Вид потреб	Змістове наповнення
1	Фізіологічні потреби	• Відновлення сил: Відпочинок дозволяє організму відновити енергетичні ресурси, необхідні для виконання повсякденних завдань. • Здоров'я та фізична форма: Активні види відпочинку сприяють зміцненню здоров'я, покращують фізичну форму та підвищують імунітет.
2	Психологічні потреби	• Зняття стресу: Відпочинок допомагає знизити рівень стресу, який є невід'ємною частиною сучасного життя. • Підвищення настрою: Розваги дозволяють відчувати позитивні емоції, підвищити самооцінку та впевненість у собі. • Саморозвиток: Відпочинок може бути направлений на саморозвиток, набуття нових знань і навичок. • Креативність: Заняття творчістю під час відпочинку стимулюють уяву та розвивають креативність.
3	Соціальні потреби	• Спілкування: Відпочинок часто пов'язаний з спілкуванням з друзями, родиною або новими людьми. • Приналежність до групи: Спільні інтереси об'єднують людей в групи, де вони можуть відчувати себе частиною чогось більшого. • Соціальний статус: Вибір видів відпочинку може відображати соціальний статус людини та її прагнення до певного соціального кола.
4	Культурні потреби	• Збереження культурних традицій: Відпочинок може бути пов'язаний зі збереженням культурних традицій і звичаїв. • Ознайомлення з іншими культурами: Подорожі та відпочинок в інших країнах дозволяють познайомитися з різноманітністю культур. • Естетичні потреби: Відвідування музеїв, театрів, концертів задовольняє естетичні потреби людини
5	Естетичні потреби	• Мистецтво: Відвідування музеїв, театрів, концертів, виставок дозволяє насолодитися творами мистецтва і отримати естетичну насолоду. • Природа: Контакт з природою, милування пейзажами, спостереження за тваринами задовольняє нашу потребу в естетичному сприйнятті світу. • Дизайн: Оточення себе красивими речами, створення затишного інтер'єру – це також прояв наших естетичних потреб.

Примітка. Систематизовано автором

Ці послуги відіграють важливу роль у підтримці фізичного здоров'я людей. Організм людини – це складна система, яка потребує регулярного відновлення. Саме тому основними потребами у відпочинку є відновлення сил.

Досвід свідчить, що найважливішим компонентом відпочинку є сон. Під час сну організм відновлює свої сили, відбувається регенерація клітин, закріплюються спогади. Недосипання призводить до зниження імунітету, погіршення концентрації уваги та пам'яті, а також розвитку хронічних захворювань. Відпочинок допомагає зняти м'язову напругу, яка накопичується протягом дня. Релаксаційні практики, такі як медитація, йога або просто відпочинок на природі, сприяють зниженню рівня стресу і відновленню нервової системи, і на них має орієнтуватись організація діяльності закладів туризму, рекреації та сфери гостинності.

Активні види відпочинку, такі як спорт, танці, піші прогулянки, не лише покращують фізичну форму, але й сприяють виробленню ендорфінів – гормонів щастя. Регулярні фізичні навантаження зміцнюють серцево-судинну систему, підвищують імунітет і допомагають підтримувати оптимальну вагу. Також зазначимо, що відпочинок часто пов'язаний зі зміною раціону харчування. Багато людей віддають перевагу здоровій їжі під час відпустки або вихідних, що дозволяє організму отримати необхідні вітаміни та мінерали, що сприяє зміцненню здоров'я. Контакт з природою має позитивний вплив на фізичне та психічне здоров'я; свіже повітря, сонячне світло і зелені рослини допомагають зняти стрес, поліпшити настрій і підвищити імунітет, тобто – досягнути базової цілі відпочинку.

Відпочинок та розваги відіграють ключову роль у нашому психологічному благополуччі. Вони допомагають людині відновити сили, зняти стрес, підвищити настрій та розвиватися як особистості.

Робота, навчання, особисті проблеми – все це може призводити до емоційного напруження; стрес – невід'ємна частина сучасного життя. Відпочинок допомагає знизити рівень стресу завдяки релаксаційним практикам, таким як медитація, йога, дихальні вправи допомагають заспокоїти розум і тіло,

знизити рівень кортизолу (гормону стресу); контакту з природою, який має заспокійливий ефект, адже прогулянки в парку, відпочинок на березі водойми допомагають відволіктися від проблем і відновити внутрішню рівновагу. Заняття хобі, улюбленою справою дозволяє відволіктися від негативних думок і переживань, зняти стресові переживання та напругу.

Відпочинок та розваги є потужним інструментом для покращення настрою. Позитивні емоції, які ми отримуємо під час відпочинку, сприяють виробленню ендорфінів – гормонів щастя. Це досягається через спілкування з друзями та рідними, адже нові знайомства допомагають відчувати себе потрібним і щасливим. Розваги, перегляд комедій, прослуховування улюбленої музики, відвідування концертів та фестивалів – все це піднімає настрій і дарує позитивні емоції. Заняття активними видами відпочинку, спортом, освоєння нових навичок дають відчуття досягнення і підвищують самооцінку.

Відпочинок – це прекрасна можливість для саморозвитку, адже заняття новими видами діяльності, вивчення іноземних мов, читання книг сприяють розширенню кругозору і особистісного зростання. В даному контексті заклади індустрії гостинності мають створювати для своїх відвідувачів можливості щодо: занять творчістю, такі як малювання, музика, література, що допомагають виразити свої емоції і розвинути уяву; відвідування курсів, майстер-класів, лекцій, отримання нових знань і навичок. Відпочинкові та ознайомчі подорожі як складова відпочинку та розваг розширюють світогляд, дозволяють туристам та рекреантам познайомитися з іншими культурами і людьми.

Окремі види відпочинку та розваг, що надаються закладам гостинності, сприяють розвитку креативності завдяки: відволіканню від буденності, адже коли ми відпочиваємо, наш мозок стає більш відкритим для нових ідей. Заняття музикою, живописом, літературою сприяють розвитку творчих здібностей.

Відпочинок та розваги відіграють не лише фізіологічну та психологічну роль, але й задовольняють важливі соціальні потреби людини. Серед базових, спілкування – одна з найважливіших людських потреб. Відпочинок часто створює ідеальні умови для спілкування з близькими людьми та нових

знайомств. Соціальні заходи (вечірки, посиденьки, святкування) – це прекрасні можливості провести час з друзями та родиною, поділитися новинами та емоціями. Спільні заняття спортом, танцями, хобі дозволяють познайомитися з новими людьми, які мають схожі інтереси. Подорожі відкривають безліч можливостей для спілкування з людьми різних культур, обміну досвідом та поглядами на світ.

Згідно філософського трактування, люди – соціальні істоти, і відчуття приналежності до групи є важливим для нашого психологічного благополуччя. Відпочинок допомагає задовольнити цю потребу, адже об'єднання людей, які мають спільні інтереси (спорт, музика, хобі), створює відчуття спільності та підтримки. Сьогодні соціальні мережі стали важливою платформою для спілкування та створення онлайн-спільнот за інтересами. Культурні заходи, відвідування концертів, фестивалів, виставок дозволяє відчувати себе частиною більшої спільноти.

Вибір видів відпочинку часто пов'язаний з нашим бажанням підтримувати або підвищити свій соціальний статус. Подорожі в екзотичні країни, відпочинок у престижних готелях можуть свідчити про високий соціальний статус, є своєрідною демонстрацією успіху. Вибір видів відпочинку може сигналізувати про належність до певної соціальної групи (наприклад, любителі екстремальних видів спорту, інтелектуали).

Відпочинок та розваги дозволяють задовольняти культурні потреби людей, адже культура є невід'ємною частиною життя людини, формує її ідентичність та світогляд.

Відпочинок часто пов'язаний з відродженням і збереженням культурних традицій – найціннішим спадком наших предків, який передається з покоління в покоління. Заклади гостинності, посилюючи свої ринкові позиції, закладає в свою політику створення для своїх відвідувачів можливостей: відзначання народних свят (Різдвяних свят, Великодня, днів Ангела та ін.) – це можливість зберегти звичаї, обряди та традиційні ремесла, фольклор. Заняття традиційними ремеслами (гончарство, ткацтво, різьба по дереву), які можна організувати на

базі інфраструктури закладів гостинності, допомагає зберегти народні промисли. Також є можливість збагатити культурний досвід, відвідати музеї, галереї, історичні пам'ятки, познайомитися з місцевою кухнею. Розуміння інших культур допомагає туристам та рекреантам стати більш толерантними і відкритими до нового.

Розуміння потреб споживачів у відпочинку і розвагах є важливим для маркетологів, що працюють в сфері гостинності. Виходячи з цих потреб, розробляються нові продукти та послуги, створюються ефективні маркетингові кампанії. При цьому необхідно орієнтуватись на основні тенденції в маркетингу відпочинку та розваг: 1) персоналізацію і створення індивідуальних пропозицій для кожного клієнта; 2) фокусування на створенні унікального досвіду для клієнтів; 3) акцентування на соціальній відповідальності бізнесу, екологічно чистих та соціальних проектах; 4) повноцінне використання цифрових технологій для взаємодії з клієнтами та створення нових продуктів.

Сучасний маркетинг відпочинку та розваг переживає бурхливий розвиток, оскільки споживачі стають все більш вимогливими та шукають індивідуальних, автентичних та відповідальних заходів. Основні тенденції, які формують профіль сектору маркетингу відпочинку та розваг, можемо представити в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Профіль сектору маркетингу відпочинку та розваг

№ з/п	Складова профілю	Змістове наповнення
1	2	3
1	Персоналізація	• Індивідуальні пропозиції: Компанії все частіше створюють персоналізовані пропозиції, враховуючи вподобання, історію пошуків та покупки кожного клієнта. Це може бути підбір турів, рекомендації закладів харчування, розробка індивідуальних маршрутів. • Дані та аналітика: Завдяки великим даним та інструментам аналітики, компанії можуть створювати детальні профілі клієнтів, передбачати їхні потреби та пропонувати релевантні продукти. • Персоналізація контенту: Маркетологи створюють персоналізований контент для різних сегментів аудиторії, використовуючи таргетовану рекламу, email-маркетинг та інші інструменти.

Продовження табл. 1.4

1	2	3
2	Фокусування на досвіді	• Емоції та спогади: Сучасні споживачі шукають не просто продукт або послугу, а емоції та незабутні враження. Компанії фокусуються на створенні унікальних досвідів, які залишаться в пам'яті клієнтів надовго. • Автентичність: Клієнти все більше цінують автентичність та справжність. Компанії прагнуть створювати продукти та послуги, які відображають місцеву культуру та традиції. • Інтерактивність: Інтерактивні елементи, такі як віртуальна реальність, доповнена реальність, гейміфікація, дозволяють залучити клієнтів та зробити їх учасниками створення досвіду.
3	Соціальна відповідальність	• Екологічність: Свідомість споживачів щодо екологічних проблем зростає. Компанії пропонують екологічно чисті продукти та послуги, підтримують екологічні ініціативи. • Соціальні проекти: Багато компаній беруть участь у соціальних проектах, допомагаючи місцевим громадам та захищаючи навколишнє середовище. • Справедлива торгівля: Підтримка справедливої торгівлі та використання місцевих продуктів є важливим аспектом соціальної відповідальності
4	Технології	• Цифрова трансформація: Технології змінюють спосіб, яким ми плануємо та бронюємо поїздки, відпочинок та розваги. Мобільні додатки, онлайн-платформи, чат-боти спрощують процес бронювання та управління подорожжю. • Дані та аналітика: Великі дані дозволяють компаніям краще розуміти своїх клієнтів, оптимізувати маркетингові кампанії та підвищувати ефективність бізнесу. • Інновації: Компанії інвестують у розробку нових технологій, таких як штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальність, для створення унікальних продуктів та послуг

Примітка. Склади́ковано автором

Таким чином, організація відпочинку та розваг у закладах гостинності є складним, але необхідним процесом, що вимагає креативності, професіоналізму та уваги до деталей. Врахування потреб різних категорій громадян, особливо в умовах війни, допомагає забезпечити комфортний простір для відновлення та соціалізації. Інтеграція інноваційних рішень та орієнтація на потреби клієнтів дозволяють створювати незабутні враження, підвищувати якість обслуговування та зміцнювати позиції закладу на ринку.

1.3. Сучасні тренди в індустрії гостинності

Індустрія гостинності постійно розвивається, відповідаючи на мінливі потреби сучасних мандрівників. Нові технології, зміна клієнтських очікувань та глобальні події (наприклад, пандемія COVID-19, війна росії проти України) сприяють появі інноваційних підходів та сервісів. Розглянемо детальніше сучасні тренди в цій галузі.

Інноваційні підходи та технології в індустрії гостинності слід розглядати з точки зору персоналізації послуг, а саме, формування індивідуальних пропозицій, коли готелі та туристичні агентства використовуючи дані про клієнтів, для створення персоналізованих пропозицій, починаючи від підбору номерів до рекомендацій щодо ресторанів та розваг. Для цього використовуються чат-боти та віртуальні помічники. За допомогою чат-ботів та віртуальних помічників гості можуть отримати відповіді на свої запитання в будь-який час доби, забронювати послуги та отримати рекомендації.

Сучасна індустрія гостинності активно впроваджує нові технології та підходи, щоб задовольнити зростаючі вимоги клієнтів та підвищити рівень обслуговування. Персоналізація стала одним з ключових трендів в індустрії гостинності і реалізується через такий інструментарій:

- підбір номерів, за спеціальними алгоритмами аналізують історію бронювань клієнта, його переваги та уподобання, щоб запропонувати оптимальний варіант розміщення. Наприклад, для сімей з дітьми можуть бути запропоновані номери зі з'єднаними кімнатами або додатковими послугами для дітей;
- рекомендації щодо ресторанів та розваг, що здійснюється за допомогою даних про попередні бронювання та відгуки клієнтів, готелі можуть рекомендувати ресторани, бари та інші заклади, які відповідають інтересам гостя;
- спеціальні пропозиції, індивідуальні знижки, подарунки або бонуси можуть бути запропоновані клієнтам з нагоди дня народження, ювілею або інших особливих подій.

Як інноваційний інструментарій організації сфери гостинності розглядається максимальне використання чат-ботів та віртуальних помічників. Це передбачає:

- підтримку клієнтів 24/7, чат-боти дозволяють гостям отримати відповіді на свої запитання в будь-який час доби, незалежно від того, чи є на рецепції жива людина.
- бронювання послуг, так як гості можуть використовувати чат-ботів для бронювання ресторанів, спа-процедур, екскурсій та інших послуг.
- здійснення персоналізованих рекомендацій (чат-боти можуть аналізувати історію пошуків гостя і пропонувати йому персоналізовані рекомендації).

Після пандемії COVID-19 безконтактні технології стали невід'ємною частиною сучасного готельного бізнесу, серед них найбільш ефективними є:

1. Мобільні ключі, коли замість традиційних ключів гості використовують свої смартфони як електронні ключі для доступу до номера. Спеціальний додаток готелю генерує цифровий ключ, який синхронізується з замком на дверях номера. Перевагою є зручність: Гостям не потрібно носити з собою фізичний ключ. З точки зору безпеки, ризик втрати ключа зводиться до нуля. А з точки зору гнучкості є можливість дистанційного відкриття дверей для персоналу обслуговування. Можуть використовуватись також додаткові функції. Деякі системи мобільних ключів дозволяють гостям керувати освітленням, температурою в номері та іншими функціями за допомогою смартфона.

2. Безконтактні платежі – гості можуть оплачувати послуги за допомогою мобільних додатків або смарт-годинників. Гості можуть оплачувати послуги в готелі за допомогою мобільних додатків. Спеціальні додатки готелів або мобільні гаманці (Apple Pay, Google Pay) дозволяють оплачувати рахунки без готівки. В деяких готелях інтегрують свої системи оплати зі смарт-годинниками. Також може бути варіант RFID-браслетів, коли гостям видаються браслети, які містять інформацію про їхній рахунок. Безсумнівною перевагою таких способів оплати є: швидкість, безпека та зручність

3. Автоматизація процесів та інші інновації дозволяють зменшити контакт між гостями та персоналом, оптимізувати чисельність персоналу та прискорити обслуговування гостей; мінімізувати людський фактор і зменшити кількість помилок в обслуговуванні; пришвидшити період отримання послуг без зайвих формальностей.

Автоматизація процесів в сфері туризму та гостинності може реалізовуватись за допомогою наступного функціоналу (табл. 1.5.)

Таблиця 1.5

Функціонал автоматизації процесів в сфері туризму та гостинності

№ з/п	Вид діяльності	Зміст діяльності
1	Системи самореєстрації.	Гості можуть самостійно зареєструватися в готелі за допомогою спеціальних терміналів або мобільних додатків, що дозволяє скоротити черги на рецепції
2	Роботи-порт'є:	Деякі готелі використовують роботів для виконання простих завдань, таких як доставка багажу або інформаційних матеріалів.
3	Інтернет речей (IoT):	Розумні пристрої в номерах (термостати, освітлення, штори) дозволяють гостям керувати середовищем за допомогою смартфона або голосових команд Розумні номери. Гості можуть керувати освітленням, температурою, шторами та іншими пристроями в номері за допомогою смартфона або голосових команд. Автоматизація процесів. Системи IoT можуть автоматизувати такі процеси, як прибирання номерів, обслуговування басейну та контроль енергоспоживання. За допомогою IoT готелі можуть створювати персоналізовані профілі гостей і автоматично налаштовувати середовище в номері відповідно до їхніх вподобань.
4	Міні-бари автоматичним поповненням	Системи автоматичного контролю запасів дозволяють поповнювати міні-бари без участі персоналу.

Примітка. Систематизовано автором

Сучасні готелі та туристичні компанії активно використовують технології для створення незабутніх вражень для своїх гостей. Дві з найпопулярніших технологій у цій галузі – це віртуальна та доповнена реальність (VR і AR), а також Інтернет речей (IoT).

Віртуальна та доповнена реальність (VR і AR) у готельному бізнесі має такі переваги: підвищення рівня залучення, створення ефекту присутності, що дозволяє гостям відчувати себе ніби вони вже знаходяться в готелі; віртуальні тури допомагають гостям уявити себе в номері і збільшують ймовірність якісного бронювання; зменшення кількості відмов, адже гості, які можуть віртуально ознайомитися з готелем перед приїздом, рідше відмовляються від бронювання. Елементи віртуальної та доповненої реальності (VR і AR) у готельному бізнесі показані в (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

**Елементи віртуальної та доповненої реальності (VR і AR)
у готельному бізнесі**

№ з/п	Елемент VR і AR	Наповнення
1	Віртуальні тури:	За допомогою VR-шоломів гості можуть зробити віртуальну прогулянку по номеру, ресторану або навіть місту, де розташований готель. Це дозволяє їм оцінити розміри кімнат, інтер'єр, а також ознайомитися з навколишньою інфраструктурою ще до приїзду.
2	Інтерактивні презентації	VR може бути використана для створення інтерактивних презентацій про готель, його послуги та місцеві визначні пам'ятки
3	Доповнена реальність	AR може бути використана для надання додаткової інформації про готель або місцевість. Наприклад, гості можуть направити камеру смартфона на певний об'єкт і отримати детальну інформацію про нього.

Примітка. Систематизовано автором

Інтернет речей (IoT) у готелях дозволяє створити розумне середовище в готелі, де всі пристрої пов'язані між собою і можуть керуватися дистанційно. Це сприяє підвищенню комфорту гостей, створенню в номері атмосфери для гостей, яка їм найбільше подобається; а також дозволяє зменшити витрати на персонал і

підвищити продуктивність; та оптимізувати енергоспоживання і зменшити вплив на навколишнє середовище.

Екологічність та сталість в індустрії гостинності є їх пріоритетом. Адже свідоме ставлення до довкілля стає все більш важливим для сучасних споживачів, у тому числі й для мандрівників. Тому все більше готелів приєднуються до глобального руху за сталий розвиток, впроваджуючи екологічні практики та технології. Багато готелів пропонують програми з сортування сміття, збереження води та енергії.

Екологічні матеріали та технології передбачають використання екологічно чистих матеріалів та енергозберігаючих технологій – це один з ключових аспектів сталого розвитку в готельному бізнесі. Все частіше готелі використовують натуральні матеріали, такі як дерево, бамбук, натуральний камінь, які є біорозкладними та менш шкідливими для довкілля. Готелі обирають меблі та текстиль з натуральних матеріалів, таких як бавовна, льон, які є більш екологічними та довговічними. Встановлення світлодіодних ламп та систем автоматичного регулювання освітлення допомагає зменшити споживання електроенергії.

Деякі готелі встановлюють сонячні панелі для виробництва електроенергії, що дозволяє зменшити залежність від традиційних джерел енергії. Справжнім трендом стає встановлення систем збору дощової води для поливу рослин та інших технічних потреб дозволяє заощадити воду та зменшити навантаження на водопровідні системи. Зростання цін на воду та водовідведення, а також на енергоносії заставляє суб'єкти підприємницької діяльності запроваджувати інноваційні рішення в цій царині.

Багато готелів розробляють та впроваджують різноманітні програми збереження навколишнього середовища, спрямовані на зменшення негативного впливу на природу, зокрема: впровадження систем роздільного збору сміття дозволяє зменшити кількість відходів, що потрапляють на звалища, та збільшити кількість матеріалів, що підлягають переробці; встановлення економних сантехнічних приладів, використання систем рециркуляції води для басейнів та

ландшафтного дизайну – все це спрямоване на зменшення споживання води. Багато готелів відмовляються від використання пластикових пакетів, трубочок, стаканчиків та інших одноразових предметів, замінюючи їх на екологічні альтернативи. Впровадження програм енергозбереження, енергоефективних технологій, таких як датчики руху, які вимикають світло в порожніх приміщеннях, дозволяє зменшити споживання електроенергії.

Готелі інформують гостей про екологічні ініціативи та закликають їх долучатися до збереження навколишнього середовища. Перевагами екологічних ініціатив для готелів є:

- поліпшення іміджу – екологічно відповідальні готелі приваблюють свідомих споживачів, які готові платити більше за послуги, що не шкодять довкіллю.
- зменшення витрат – економія на енергоресурсах та відходах дозволяє знизити операційні витрати готелю.
- сприяння сталого розвитку – вклад у збереження навколишнього середовища – це відповідальний підхід до бізнесу, який сприяє сталому розвитку.

Усі вище перераховані зміни в сфері гостинності формують певні зрушення в очікуваннях клієнтів, адже сучасний мандрівник став більш вимогливим та свідомим, його очікування від подорожей значно змінилися за останні роки (рис.1.2.)

Характеризуючи бажання туристів отримання унікального досвіду, зазначимо, що клієнти все частіше відмовляються від стандартних туристичних маршрутів на користь індивідуальних програм, розроблених спеціально для них. Мандрівники шукають можливість зануритися в місцеву культуру, спробувати місцеву кухню та познайомитися з місцевими жителями.. Зростає інтерес до незвичайних локацій, нестандартних місць для відпочинку, таких як еко-села, ферми.

Сучасним трендом є підтримка місцевих громад, адже клієнти хочуть, щоб їхні подорожі мали позитивний вплив на місцеві громади. Вони підтримують готелі, які співпрацюють з місцевими підприємствами та проектами, зокрема в

частині розвитку місцевої економіки, організації культурних заходів, підтримки локальної культурної, історичної та етнічної самобутності.

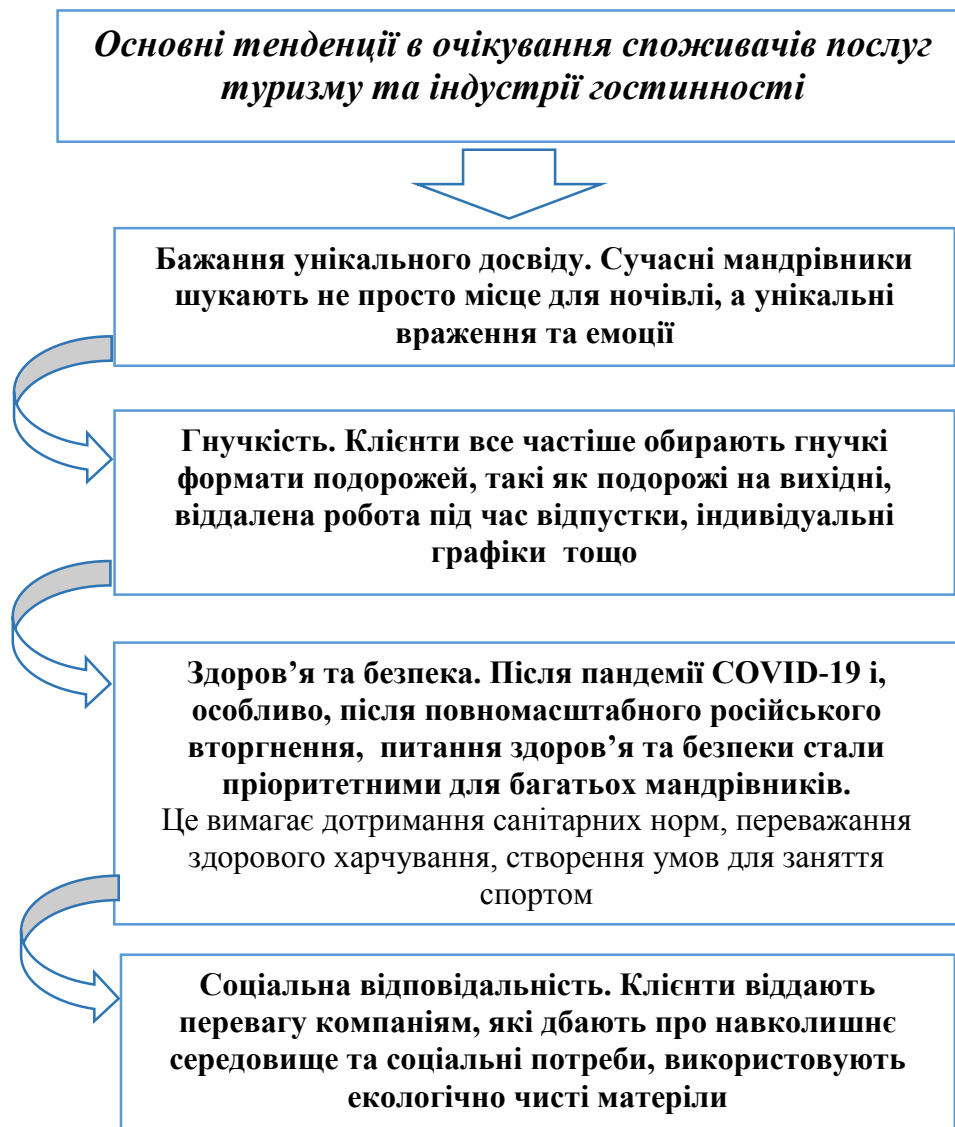


Рис. 1.2. Основні тенденції в очікуванні споживачів послуг туризму та індустрії гостинності

Примітка. Сформовано автором

Сучасні тренди створюють як виклики, так і можливості для індустрії гостинності. З одного боку, готелі та туристичні агентства повинні постійно інвестувати в нові технології та адаптуватися до мінливих потреб клієнтів. З іншого боку, ці зміни відкривають нові можливості для розвитку та зростання.

Індустрія гостинності переживає бурхливий розвиток, що зумовлено як глобалізацією та зростанням попиту на подорожі, так і швидким розвитком технологій.

Ключові виклики та можливості розвитку індустрії гостинності можна представити в табл. 1.7.

Таблиця 1.7

Ключові виклики та можливості розвитку індустрії гостинності

Ключові виклики	Можливості для розвитку
• Конкуренція. Ринок гостинності стає все більш насиченим. З'являються нові гравці, а існуючі постійно шукають нові способи залучення клієнтів. Це вимагає від компаній постійної інновації та пошуку унікальних пропозицій. • Технологічні зміни. Швидкий розвиток технологій, таких як штучний інтелект, віртуальна реальність, блокчейн, створює як нові можливості, так і виклики. Компаніям необхідно вкладати значні кошти в освоєння нових технологій та адаптацію своїх бізнес-процесів. • Зміна клієнтських очікувань. Потреби клієнтів постійно змінюються. Сучасні мандрівники шукають індивідуальних підходів, гнучких та персоналізованих послуг, а також екологічно чистих рішень. • Економічна нестабільність. Економічні кризи, пандемії та інші глобальні події можуть значно вплинути на попит на туристичні послуги.	• Персоналізація. Завдяки великим даним та аналітиці, компанії можуть створювати індивідуальні пропозиції для кожного клієнта, підвищуючи його лояльність та готовність платити більше. • Нові ринки. Розвиток технологій відкриває нові ринки та сегменти клієнтів. Наприклад, зростає популярність еко-туризму, медичного туризму та інших нішевих напрямків. • Збільшення ефективності. Автоматизація процесів, використання роботів та штучного інтелекту дозволяють оптимізувати витрати та підвищити продуктивність. • Створення унікального досвіду. Завдяки новим технологіям, готелі можуть створювати унікальні та незабутні враження для своїх гостей, використовуючи віртуальну реальність, інтерактивні елементи та інші інновації. • Екологічність та сталість. Свідоме ставлення до довкілля стає все більш важливим для клієнтів. Впровадження екологічних ініціатив дозволяє залучити нових клієнтів та зміцнити репутацію компанії.

Примітка. Класифіковано автором

Перед сферою гостинності стоїть надважливе завдання – адаптуватися до нових очікувань клієнтів. Сучасні мандрівники шукають не просто місце для ночівлі, а й унікальні враження та комфорт. Саме тому індустрія гостинності постійно розвивається, пропонуючи нові сервіси та продукти, які задовольняють ці потреби:

1. Мікро-готелі та апартаменти – невеликі за розміром готелі або апартаменти, які часто мають індивідуальний дизайн та атмосферу. Вони пропонують меншу кількість номерів порівняно з великими готелями, що дозволяє забезпечити більш персоналізований сервіс. Співробітники таких закладів часто знають гостей особисто і можуть запропонувати персоналізовані рекомендації та індивідуальний підхід. Мікро-готелі та апартаменти часто створюють атмосферу домашнього затишку, що особливо привабливо для тривалих подорожей. Кожен мікро-готель має свою унікальність, особливу історію та дизайн, що робить проживання в ньому незабутнім.

2. Смарт-подорожі – індивідуально складені подорожі, які враховують інтереси та вподобання кожного клієнта. Туристичні агентства або спеціальні онлайн-сервіси допомагають скласти персоналізований маршрут, враховуючи бажання клієнта щодо активного відпочинку, культурного дозвілля, гастрономічних задоволень тощо. Бронювання локальних екскурсій та активностей: Клієнти можуть забронювати екскурсії з місцевими гідами, заняття екстремальними видами спорту, дегустації місцевих продуктів тощо.

3. Мобільні додатки для мандрівників, що допомагають орієнтуватися на місцевості, знаходити цікаві місця та бронювати послуги.

4. Прокат автомобілів та велосипедів, як спосіб задоволення зростаючого попиту на альтернативні способи пересування під час подорожей.

Прокат автомобілів та велосипедів мають такі переваги: гнучкість пересування, прокат автомобіля або велосипеда дозволяє скласти власний маршрут і не бути прив'язаним до громадського транспорту; дослідження віддалених місць, з власним транспортом можна дістатися до місць, куди не ходять автобуси або поїзди; екологічність. прокат велосипеда – це екологічно чистий вид транспорту.

Онлайн-платформи для бронювання та планування подорожей передбачають: пошук та бронювання готелів, авіаквитків, екскурсій; все це можна зробити в одному місці, не переходячи з одного сайту на інший; платформи дозволяють порівняти ціни різних пропозицій і обрати найкращий

варіант; на платформах можна знайти відгуки інших мандрівників про готелі, ресторани та інші туристичні об'єкти. Переваги онлайн-платформ мають такі переваги: зручність – весь процес бронювання можна здійснити онлайн, не виходячи з дому; економія часу – порівняння цін і вибір найкращого варіанту займає мінімум часу; доступність інформації – платформи надають велику кількість інформації про різні туристичні напрямки.

Адаптування до змін, створює передумови для успішної роботи компаній сфери гостинності в сучасних умовах, для цього необхідно: постійно вчитися та розвиватися, слідкувати за останніми тенденціями в індустрії, відвідувати конференції та тренінги; інвестувати та впроваджувати нові технології для автоматизації процесів, аналізу даних та створення персоналізованих пропозицій; будувати довгострокові відносини з клієнтами, опираючись на індивідуальний підхід, збирати відгуки та реагувати на них; співпрацювати з партнерами та іншими компаніями в галузі гостинності з метою створення спільних продуктів та розширення своєї цільової аудиторії.

РОЗДІЛ 2.

СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОЧИНКУ В ГОТЕЛІ СІМЕЙНОГО ТИПУ «БОЛГАРІЯ»

2.1. Загальна характеристика готелю сімейного типу «Болгарія»

Досліджуване підприємство – готель сімейного типу «Болгарія» є доволі новим закладом у м. Тернопіль, ФОП був зареєстрованим у 2013 році. У 2017 році поновив свою реєстрацію (Додаток Б). Шлях до становлення на ринку готельних послуг був досить тернистим. Офіційній реєстрації передував процес зведення готелю. Для процесу будівництва залучались власні та кредитні кошти, проте наполеглива праця принесла свої плоди і бізнес почав розвиватись і приносити прибутки.

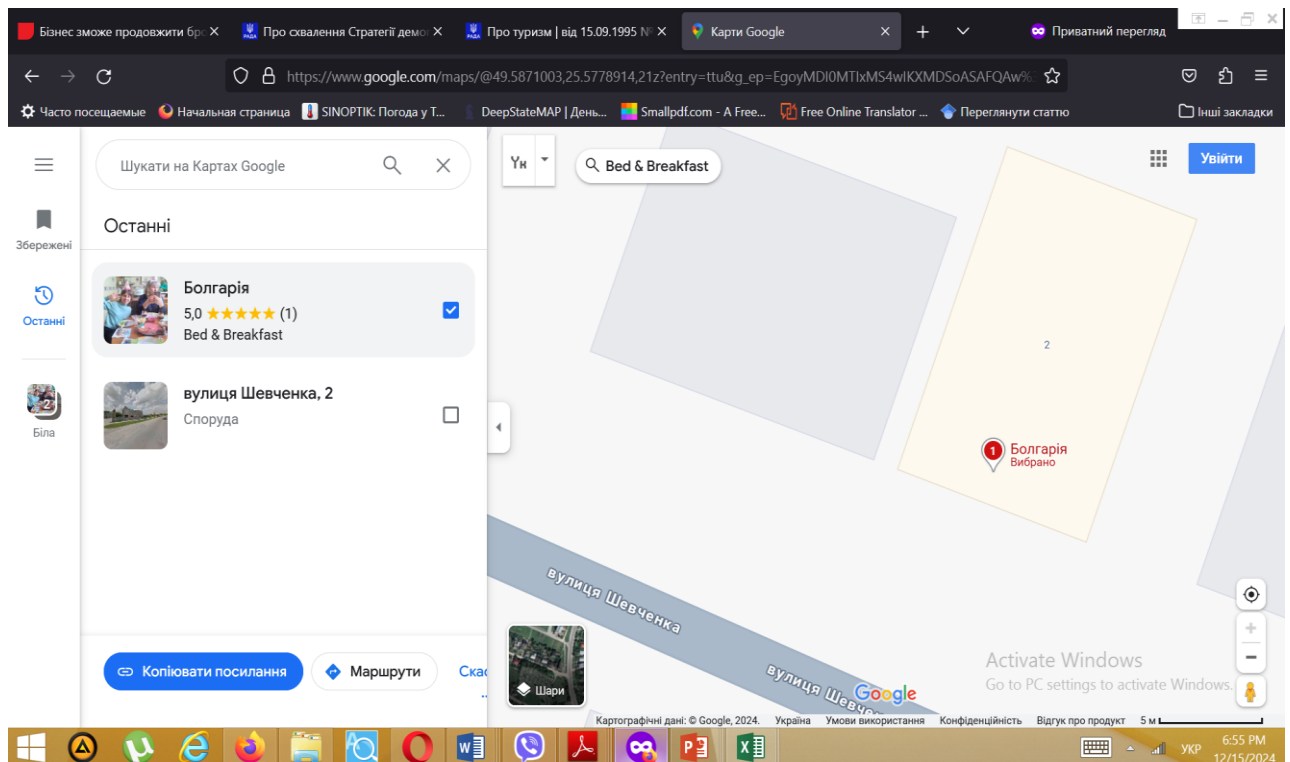


Рис. 2.1. Скрін з Google maps локації готелю сімейного типу «Болгарія»

Вигідне розташування, близькість водойми, лісового масиву –

створюють певні стартові конкурентні переваги, які за відповідних вкладень праці і капіталу можуть принести позитивний результат.

За організаційно-правовою формою заклад зареєстрований як діяльність фізичної особи – підприємця, за юридичною адресою: 47707, Тернопільська область, Тернопільський район, с. Біла, вулиця Шевченка, 2.

Туристична галузь в Україні сьогодні відіграє все більш важливу роль в економіці та соціальному житті країни. Як зазначено в статті 4 Закону України «Про туризм» [9], туристична діяльність є різноманітною та охоплює широкий спектр напрямків, що задовольняють потреби різних категорій відпочивальників. Відповідно до цього закону, «туризм може бути дитячим, молодіжним, сімейним, культурно-пізнавальним, лікувально-оздоровчим, спортивним, релігійним, екологічним (зеленим)» [9]. Така різноманітність видів туризму свідчить про потенціал галузі та потребу в подальшому розвитку туристичної інфраструктури та сервісу.

Аналіз туристичного ринку України виявив значний потенціал сегмента сімейного відпочинку. Однак, готельна індустрія стикається з проблемою забезпечення якісного догляду за дітьми через недостатню кількість кваліфікованого персоналу. Для успішної організації сімейного відпочинку необхідно враховувати інтереси всіх членів сім'ї, створюючи комфортні умови та пропонуючи різноманітні види активностей для дітей різного віку.

Для задоволення потреб сімей з дітьми, сучасні готелі повинні створювати спеціальні зони, де маленькі гості зможуть весело провести час. Наявність ігрових кімнат, обладнаних безпечними іграшками та розважальними комплексами, дитячих басейнів з різними зонами для плавання та дитячих майданчиків на свіжому повітрі є обов'язковою умовою для успішного сімейного відпочинку. Крім того, важливо організовувати розважальні програми з аніматорами, майстер-класи та тематичні вечори для дітей різного віку.

Аналіз українського ринку готельного господарства свідчить про значний дефіцит закладів, які б повністю задовольняли потреби сімей з дітьми. Попит на якісний сімейний відпочинок значно перевищує пропозицію. Інвестування в

розвиток готелів сімейного типу є перспективним напрямком, який дозволить заповнити цю нішу та залучити нових клієнтів. Створення спеціалізованих готелів, де кожен член сім'ї зможе знайти заняття до душі, потребує комплексного підходу, що включає в себе не лише наявність дитячих зон та анімаційних програм, а й розробку спеціальних меню, організацію екскурсій та інших видів дозвілля.

Готельна індустрія відіграє ключову роль у розвитку туризму в Україні, забезпечуючи мандрівникам комфортне проживання та необхідні послуги. З огляду на важливість інституту сім'ї в суспільстві, готельні підприємства мають особливу відповідальність перед сімейними туристами. Створення умов для комфортного сімейного відпочинку – це не лише бізнес, а й соціальна місія. Готелі можуть стати місцем, де сім'ї зможуть зміцнити свої стосунки та створити незабутні спогади.

Глобальний досвід свідчить про те, що зміцнення інституту сім'ї є одним з пріоритетних завдань державної політики. Для ефективного вирішення проблем сучасної сім'ї необхідне комплексне законодавче забезпечення, яке створюватиме сприятливі умови для її розвитку. Держава повинна зосередитися на підтримці репродуктивної функції сім'ї, забезпеченні якісної освіти та виховання дітей, сприянні зайнятості молоді та жінок, а також на профілактиці соціальних проблем, таких як дитяча бездоглядність та злочинність.

«З метою забезпечення соціального благополуччя українців та зміцнення суспільства була розроблена стратегія демографічного розвитку. Ця стратегія спрямована на вирішення таких актуальних проблем, як зниження народжуваності, старіння населення та зростання кількості соціальних сиріт. Важливим аспектом стратегії є відродження традиційних сімейних цінностей та формування відповідального батьківства» [27].

Сімейні традиції – це не просто звичаї, а цінний спадок, який передається з покоління в покоління. Вони формують ідентичність сім'ї, створюють відчуття єдності та належності. Спільні ритуали, такі як сімейні вечери, святкування днів народження, спільні поїздки, допомагають зміцнити емоційний зв'язок між

членами сім'ї, створити незабутні спогади та сформувати позитивний образ сім'ї в свідомості дітей. У сучасному світі, де індивідуалізм часто переважає над колективізмом, сімейні традиції набувають особливого значення. Вони допомагають зберегти людські цінності, такі як любов, взаємодопомога, повага до старших. Спільний відпочинок, як одна з таких традицій, дозволяє сім'ям проводити час разом, відпочивати та зміцнювати свої стосунки.

Готель сімейного типу «Болгарія» розташований в селі Біла, на відстані 4 км від міста Тернопіль. Гостям пропонується проживання в триповерховому будинку з елементами українського і європейського стилів. Зручні номери готелю мають все необхідне обладнання, яке забезпечує комфорт, таке як кондиціонери, телевізори, душові кабінки. Клієнтам надається безкоштовне користування Wi-Fi. У закладі дбають про деталі, щоб гості могли насолоджуватися максимальним комфортом та відчувати себе як вдома. Готель сімейного типу з анімацією для дітей і великою, білосніжною терасою в стилі *Прованс* (фр. Provence) для проведення літніх вечорів.

До послуг пропонуються затишні світлі номери з індивідуальним дизайном і різними рівнями комфортності. На території готелю є дитячий майданчик, зона барбекю і паркінг. Для дітей надають послуги аніматорів. Є можливість замовити дитяче, дієтичне та комплексне харчування (українська кухня). В цілях безпеки в холі та коридорах готелю ведеться відеоспостереження.

У будинку є ліфт. Зайвий шум не буде вас турбувати, так як номери - звуконепроникні. У номерах хороша звукоізоляція. Індивідуальна реєстрація передбачає заселення і від'їзд в зручний для вас час. Їжа та напої подаються в номер (за запитом).



Рис. 2.2. 4-х місний готель, вид зовні



Рис. 2.3. 4-х місний готель, вид з двору



Рис. 2.4. Сходова готелю



Рис. 2.5. Ванна кімната



Рис. 2.6. Кухня, вид 1



Рис. 2.7. Кухня, вид 2



Рис. 2.8. Мансарда



Рис. 2.9. Готель вид з подвір'я

Для комфорту гостей у ванній кімнаті передбачені необхідні зручності, є фен, туалетно-косметичні засоби. У розпорядження гостей надається електрочайник та мультиварка. Для осіб, які страждають на алергію, передбачені спеціальні номери.

Спектр послуг, який пропонується гостям включає:

SPA

- чан
- джакузі
- міні-басейн
- баня на дровах
- відпочинкова кімната (платний міні-бар, холодильник, чайник та чай, міні кухня, телевізор).

На відкритому повітрі пропонується:

- шатро для вечірок
- садові меблі
- сад
- тераса
- барбекю
- місце вогню
- лежачи

BBQ включає:

- дрова
- шампури
- сітка для мангалу
- захисні рукавиці для вогню
- інші аксесуари

Розміщення гостей передбачає такі зручності:

- номер з балконом чи без балкону
- кухня-студія з розкладним диваном та необхідною технікою
- кондиціонер

- тепла підлога
- артезіанська вода
- ліс поруч з віллою.

Оскільки готель позиціонує себе, як сімейний, то відповідно надає цілий спектр сімейних послуг та розваг:

- прогулянки у лісі
- годувальний столик
- надувний дитячий басейн
- великий батут
- дитячі іграшки
- ігрова приставка

Інші додаткові послуги, які надаються в сімейному готелі з використанням інфраструктурного обладнання, яким укомплектовано будівлю:

- цілодобова охорона
- датчики диму
- відеоспостереження в зонах загального користування
- вогнегасники

Слід відзначити, що без цього обладнання неможливо безпечно експлуатувати об'єкт. Наявність такого забезпечення є обов'язковою умовою, яка ставиться з точки зору техніки безпеки.

Крім, вищезазначеного готель пропонує для мешканців готелю безкоштовну приватну паркінг з цілодобовим відеонаглядом (до 10-ти авто), бездротовий доступ до інтернету по всій території готельного комплексу, онлайн телебачення в номерах.

Додатковою опцією може бути розміщення з домашніми тваринами, яке дозволено у спеціально облаштованих номерах. За це може стягуватись додаткова плата.

Приміщення готелю, в якому надаються послуги має такі технічні параметри (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Технічні параметри готелю сімейного типу «Болгарія»

№п/п	Назва показника	Одиниці вимірювання	Кількість
1.	Загальна площа приміщення	м ²	180.48
2.	Площа забудови	м ²	129.6
3.	Житлова площа	м ²	-
4.	Поверховість	-	1 пов.
5.	Висота будівлі	м	до 10 м
6.	Будівельний об'єм	м ³	586.07
	в т. ч. нижче 0.000	м ³	117.02
7.	Ступінь вогнестійкості	II	-

Сформовано на основі [20]

Готель сімейного типу містить цокольне приміщення один поверх і мансардне приміщення. Облаштований внутрішній дворик критого типу з мангальним комплексом. Це створює вишукану і затишну атмосферу для тих, хто обирає проживання в даному готелі.

Будь-яка притомна компанія хоче мати об'єктивну інформацію щодо її становища на ринку. Для цього існує ряд інструментів. Одним із них є SWOT-аналіз, як метод аналізу, що дозволяє компаніям сформувати один із варіантів уявлення про свою поточну ситуацію. Аббревіатура SWOT розшифровується як:

- Strengths (Сильні сторони) – внутрішні фактори, які надають компанії конкурентні переваги.
- Weaknesses (Слабкі сторони) – внутрішні фактори, які обмежують діяльність компанії.
- Opportunities (Можливості) – зовнішні фактори, які можуть сприяти розвитку компанії.
- Threats (Загрози) – зовнішні фактори, які можуть негативно вплинути на діяльність компанії.

Проводячи SWOT-аналіз, компанії можуть ідентифікувати свої сильні сторони, які можна використовувати для досягнення конкурентних переваг, а також визначити слабкі сторони, які необхідно усунути або мінімізувати. Крім того, SWOT-аналіз дозволяє виявити нові можливості для розвитку та розробити стратегії для нейтралізації загроз.

Здійснимо SWOT-аналіз готелю сімейного типу «Болгарія» для оцінки впливу зовнішнього та внутрішнього середовища щодо можливостей, загроз, сильних та слабких сторін (рис. 2.10)

Сильні сторони	Слабкі сторони
Достатньо вигідне розташування Високий освітній рівень Висока кваліфікація персоналу Розуміння необхідності застосування інновацій Постійне навчання персоналу	Відсутність власного сайту Відсутність ґрунтовних маркетингових досліджень Низький рівень делегування повноважень Низький рівень співпраці з постачальниками
Можливості	Загрози
Пошук нових видів послуг Освоєння нових локацій Укладення угод про співробітництво Розширення асортименту послуг	Розширення військових дій Зростання рівня інфляції Зростання рівня цін Погіршення криміногенної ситуації

Рис. 2.10. SWOT-аналіз готелю сімейного типу «Болгарія»

Сьогоднішній ринок готельно-ресторанних послуг характеризується високим рівнем насиченості. Швидке зростання кількості закладів призвело до посилення конкуренції. У таких умовах компаніям стає все складніше виділитися серед конкурентів та залучити клієнтів. Більшість закладів пропонують схожі послуги, що ускладнює позиціонування на ринку. Тому, щоб досягти успіху, підприємства повинні постійно адаптуватися до мінливих умов ринку, розширювати спектр своїх пропозицій, встановлювати конкурентоспроможні ціни та впроваджувати інновації.

2.2. Аналіз можливостей обслуговування іноземних туристів в готелі сімейного типу «Болгарія»

Однією із потенційних опцій, яка може стати пріоритетною у майбутньому є обслуговування іноземних туристів.

Розміщення іноземних туристів у готелі здійснюється за терміном прибуття, тур вказаний у документах, в межах терміну дії візи.

Інакше, якщо відсутня поважна причина в одного чи декількох туристів, то їм може бути відмовлено в подальшому обслуговуванні, а компенсації за решту невикористаних туро-днів немає. Реєстрація іноземних туристів у готелі проводиться у відповідності до Правил перебування іноземних громадян у країні.

Іноземні туристи розміщуються, зазвичай, в одно-двомісних номерах, відповідно до умов договору. Керівнику групи надається одномісне розміщення чи двомісне (за відсутності одномісних) номерів. Розміщення в одному номері іноземних туристів із різних груп, можливе тільки з дозволу самих туристів. Гідам-перекладачам, як правило, надається одномісний номер.

Номери готелю, у якому планується розміщення іноземних туристів, мають забезпечуватися буклетами даного готелю, фірмовою поштою, конвертами, переліком додаткових послуг, довідником телефонної служби, пам'яткою протипожежної безпеки, національною й англійською мовами.

Якість підготовки номерів, справність і комплектність устаткування, наявність рекламно-інформаційного матеріалу, туалетного приладдя обов'язково перевіряються адміністратором перед заїздом кожної групи. Готовність номерного фонду необхідно забезпечити щонайменше як за 2 години до заїзду групи.

Заселення іноземних туристів в невідготовлені номери не допускаються. Відповідальність за якість підготовки номерів покладається на адміністрацію готелю.

Адміністрація готелю зобов'язана сумлінно стежити за підтриманням чистоти в номерах і місцях загального користування. Контроль за прибиранням номерів повинен відбуватись щодня, навіть у випадку відсутності туристів.

У номери в яких немає в наявності телевізора, холодильника або іншої побутової техніки (якщо це не передбачено в прайсах на проживання), ці прилади можуть надаватися, на прохання туристів, за відповідну додаткову плату.

Зміна постільної білизни іноземним туристам відбувається в номерах вищої категорії щодня, за іншими категоріями - раз в три дня. Використані рушники мають змінюватися щодня, незалежно від категорії номерів. У тримісних номерах рекомендується використовувати рушники різної кольорової гами.

Кожному іноземному туристові, як під час заїзду в готель, і, відповідно, при від'їзді з готелю, необхідно забезпечити доставку багажу з транспортного засобу в номер, і навпаки. Дані про кількість місць перенесеного багажу мають підтверджуватись гідом-перекладачем у спеціальному журналі. Рознесення багажу групам туристів у відповідні номери має тривати не більше 30 хв.

Відповідальність за організаційну роботу, яка пов'язана із своєчасністю доставки багажу під час заїзду та виїзду туристів, як правило, доручається адміністрації готелю. Якщо в адміністратора під час поселення чи виселення туристів є інші поточні питання, які одномоментно необхідно вирішувати, то цю роботу можна на договірних умовах доручити іншій юридичній чи фізичній особі, яка буде нести за це відповідальність. Трансфер багажу у готелі, а також його навантаження і вивантаження з транспорту потрібно здійснювати акуратно, з дотриманням правил безпечного поводження з ним.

Адміністрація готелю безпосередньо несе відповідальність перед туристами за збереженість їх багажу, починаючи від моменту його прийому від водія, і на протязі всього часу проживання туристів у готелі, і навіть за умови повного завантаження багажу для трансферу.

Додаткові послуги, за згоди туристів, можуть надаватися з метою створення максимальних зручностей туристам, котрі мешкають у готелі. Оскільки в готелі «Болгарія» можуть надаватись додаткові послуги, то передбачено таким чином забезпечувати функціонування інфраструктурного обладнання, та надання самих послуг, щоб це не створювало незручностей для споживачів та зводило до мінімуму власне процедуру оформлення замовлення послуги.

Якщо адміністратор готелю, з якихось причин, не може забезпечити надання якісних послуг, або здійснення їх відбудуватиметься у неповному обсязі, то він своєчасно має звернутись до фізичних чи юридичних осіб, з якими є попередні домовленості щодо гарантійного чи післягарантійного обслуговування техніки чи обладнання, яка виключатиме випадки повторного звернення туристів з одними й тими ж питаннями.

У готелі організований цілодобовий продаж мінеральної води, соків, кондитерських і тютюнових виробів, чаю, кави, інших супутніх товарів, сувенірної продукції. Реалізація таких товарів передбачена в Переліку видів господарської діяльності фізичних осіб підприємців, що належать до другої групи платників єдиного податку, згідно КВЕД ДК 009:2010 (КВЕД 2005) (Додаток Б).

Якщо, з часом, кількість найманих працівників у готелі буде більше десяти осіб, а доходи перевищуватимуть 834 мінімальних зарплати (наприклад, у 2025 році це становитиме 6 672 000 грн.), то ФОП може перейти для оподаткування на третю групу, яка може мати більше десяти найманих працівників, а гранична сума доходу для юридичних чи фізичних осіб цієї групи становитиме з 1 січня 2025 року – $1167 \cdot 8000 \text{ грн.} = 9\,336\,000 \text{ грн.}$

У випадку, коли є прохання туристів, а у наявності вільні місця, то може бути запропоноване додатково одномісне розміщення туриста в двомісному номері, і навіть номерах вищої категорії за умови доплати туристом різниці вартості.

Якщо відбувається ситуація, згідно з якою, заздалегідь заявлене і оплачене подорожуючими обслуговування має бути надано, іноземним туристам мусить бути запропонована рівноцінна послуга.

Внутрішня інформація, і реклама у готелі включають всі аспекти, пов'язані з перебуванням подорожуючих, зокрема:

- Чіткий графік роботи всіх служб, доброзичливе ставлення до споживачів;
- Перелік усіх видів додаткових послуг;
- Правила користування кабельним телебаченням, електроприладами, ліфтом;
- Інформація щодо роботи довідкової служби;
- Порядок замовлення автотранспортних засобів, якщо інший порядок не передбачений внутрішніми правилами готелю;
- Інформація щодо організації медичної допомоги;
- Інформація щодо можливості обміну валюти.

2.3. Оцінка результативності надання основних та додаткових послуг в готелі сімейного типу «Болгарія»

Основними послугами, які надаються в готельному бізнесі є проживання та харчування. При цьому проживання (або використовується дефініція розміщення) є визначальною послугою щодо належності суб'єкта підприємницької діяльності до готельного бізнесу. Оформлення прибуття в готель та вибуття з нього відбувається цілодобово, за виключенням технологічних перерв. Проживаючи в готелі «Болгарія», Гість може розраховувати не лише на комфортний номер, але й на цілий комплекс додаткових послуг, які входять у вартість проживання: регулярна зміна постільної білизни та рушників, набір засобів особистої гігієни, можливість

користування телевізором та іншими приладами, а також щоденне прибирання номера.

Стандартна схема, яка застосовується у більшості готелів щодо харчування, у нас є, скоріш за усе, опцією. Харчування гостей відбувається на їхній смак, а їхньою ініціативою. Наявність гостьової кухні дає можливість самому приготувати їжу, або замовити доставку у спеціалізованих мережах. За бажанням гості можуть скористатись послугами їдальні, ресторанами, барами або кафе, які працюють неподалік або у співробітничують з готелем. Надання готельних послуг харчування може також відбуватись з доставкою в номер.

Додаткові види окремих сервісних послуг, які надаються в готелі з метою приваблення клієнтів деколи застосовують, як бонус. Це може стосуватись і додаткових послуг. Наприклад, клієнти, які з року в рік відвідують готель, можуть бути запрошеними на товариське барбекю, або отримати знижки на пакет додаткових послуг. Це можуть бути розважальні, побутові, для сімей, бізнес чи VIP-послуги, в тому числі часто у вигляді бонусів. Приваблюючі додаткові види послуг, які надаються в готелях, здатні заповнити сезони низького попиту, збільшити дохід і покращити імідж.

Гості можуть скористатися широким спектром додаткових послуг, що покликані зробити їхнє перебування ще комфортнішим. Для підтримання особистого стилю пропонуємо послуги з ремонту одягу та взуття, прання та хімчистки. Для релаксації та відновлення сил доступні сауна, баня та басейн. Активні гості можуть провести час у більйардній або спортивному залі. Цікавими додатковими послугами можуть стати майстер-класи для дітей та дорослих, пов'язані з приготуванням окремих страв, або з народними ремеслами, прогулянками до лісу, збором грибів, ягід, рибальством, прогулянками на човнах. Для зручності гостей надаються послуги з продажу сувенірів, доставки квітів та бронювання квитків. Бізнес-клієнтам пропонується оренда конференц-залів та послуги перекладачів.

Звичайно, послуги готельного комплексу чи послуги міні готелю – це будуть два абсолютно різних списки. Очевидно, що середні та крупні об'єкти

мають більші можливості та бюджет. Вони здатні надати своїм клієнтам суттєво більш значні та об'ємні послуги готельного сервісу, не втрачаючи рентабельності. Невеликі об'єкти не здатні організувати повне побутове обслуговування гостей і надавати їм всі основні, додаткові й супутні послуги в готелі. Проте будь-яка точка розміщення має визначити свою власну цільову аудиторію, їх ключові потреби і запити, і прагнути до максимального їх задоволення. Також, список і рівень якості додаткових послуг має відповідати вимогам присвоєної категорії, або як кажуть інакше – кількості зірок.

Під час планування бізнесу важливим є не тільки знати, які послуги можуть надаватись в готелі, але, що є суттєвим, на якій основі, платній чи безоплатній їх надавати клієнтам. Звичайно, безоплатна послуга є умовно такою, бо все одно за неї або вже хтось заплатив, або вартість її буде включена в платні послуги. Загальний доступ до багатьох видів послуг, зокрема інтернету, стає масовим, хоча ще десять років тому, про це можна було тільки мріяти.

Обов'язкові основні безкоштовні послуги в готелях на території України, закріплені на законодавчому рівні. Це пробудження у визначний час, доставка кореспонденції, яка приходить на адресу готелю до тих, хто там проживає, виклик невідкладної допомоги, користування медичною аптечкою, можливість набрати кип'яток, скористатись елементарними побутовими послугами, а також набором посуду. Можуть надаватись, за рішенням власника, також інші безоплатні послуги.

В умовах зростання конкуренції готелі стараються запропонувати ексклюзивні безкоштовні послуги своїм користувачам. Наприклад в багатьох закладах встановлюють кулери з водою, екологічно чистий разовий посуд, безкоштовне вимірювання тиску, діагностика зору, навіть подекуди можливість поміряти рівень цукру в крові. Після завершення війни є сподівання на зростання загального рівня послуг до європейських та світових стандартів.

Не є хорошим тоном брати оплату за дріб'язкові консультації щодо транспорту, проведення масових заходів, святкувань в громадах, про місця розташування конкретних об'єктів та іншої інформації. Адже, опосередковано,

готель створює інформаційне позитивне тло, куди і сам хоче потрапити з інших джерел, розраховуючи на позитивний імідж.

РОЗДІЛ 3.

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДПОЧИНКУ І РОЗВАГ В ЗАКЛАДІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

3.1. Розробка стратегії інклюзивного сімейного готелю

Інклюзивність – це не просто модний тренд, а цінність, яка може перетворити сімейний готель на особливе місце для всіх гостей. Створивши атмосферу, де кожен відчувається бажаним і комфортно, це дасть можливість не тільки збільшити кількість клієнтів, але й зміцнити репутацію закладу.

Основними принципами інклюзивного готелю мають бути: універсальний дизайн, завдяки створенню простору, який буде зручним для всіх, незалежно від віку, фізичних можливостей чи інших особливостей; різноманітність, за рахунок можливості представлення різних культур, традицій та стилів життя у всіх аспектах роботи готелю; повага до індивідуальності, шляхом створення атмосфери, де кожен гість відчувається почутим і зрозумілим; доступність, з можливістю забезпечення рівного доступу до всіх послуг і зручностей готелю.

Розробка стратегії для сімейного готелю повинна враховувати аналіз поточних умов з точки зору оцінки інфраструктури, перш за все, які будівельні модифікації потрібні для забезпечення безбар'єрного доступу. По друге, необхідно чітко проаналізувати спектр послуг, які можна адаптувати для гостей з особливими потребами. По-третє, дослідити цільові аудиторії, та які саме групи гостей є бажання залучити, та які їхні потреби та очікування.

Розробка інклюзивних послуг повинна містити:

- Програми для дітей через створення різноманітних заходів, які б враховували інтереси дітей з різними потребами.
- Спеціальні меню, шляхом їх розробки з урахуванням різних дієт (вегетаріанська, веганська, безглютенова тощо).
- Доступні розваги, за допомогою організації заходів, які будуть цікавими для всіх членів сім'ї, незалежно від віку та фізичних можливостей.

- Інформаційні матеріали про місцеві визначні пам'ятки, доступні для людей з обмеженими можливостями.

Особливу увагу необхідно приділяти навчанню персоналу, регулярно проводити тренінги, навчання персоналу навичкам спілкування з гостями з різними потребами, наданню першої допомоги тощо, створенням інклюзивної культури, формуванням в колективі атмосфери поваги та толерантності до всіх. Для цього необхідно обов'язково залучати кваліфікованих психологів та осіб, які знають як правильно вирішувати складні конфліктні ситуації.

Важливим елементом є маркетингові комунікації, зокрема, створення позитивного іміджу, акцентування уваги на інклюзивності готелю у всіх маркетингових матеріалах. Співпраця з організаціями, неприбутковими, недержавними, а також з асоціаціями, які представляють інтереси людей з особливими потребами безпосередньо покращує комунікації всередині колективу. Якщо є позитивні відгуки гостей, постійне заохочення гостей залишати відгуки про свій досвід перебування в готелі – це також є надзвичайно позитивною практикою.

Не слід забувати про необхідність постійної оцінки та вдосконалення всіх навиків, а також обов'язково регулярно збирати відгуки від гостей та персоналу для виявлення сильних і слабких сторін. З певною періодичністю потрібно вносити необхідні зміни в послуги та інфраструктуру готелю.

Прикладами інклюзивних ініціатив може бути надання кімнат для людей з обмеженими можливостями, а також обладнання кімнат спеціальними поручнями, душовими кабінами, пандусами тощо. Проведення тематичних вечорів, зокрема організація вечорів з національною кухнею, майстер-класів з ремесел – є елементом який скрашує буденність, вносить неповторний колорит, тощо. Особливо вітається створення дитячих куточків, обладнання ігрових зон з різноманітними розвиваючими іграшками, а також надання інформації різними мовами, переклад меню, інформаційних матеріалів тощо на кілька мов. Це є, одночасно, і ознакою інклюзивності, толерантності і елементом освітньої компоненти.

Окремої уваги заслуговує інклюзивність для ветеранів, учасників бойових дій, поранених бійців, особливо в період їх реабілітації. Це потребує, безумовно, адаптації готелю для потреб реабілітації. Це надзвичайно актуальна тема, особливо в контексті сучасної української реальності. Спрямування готелю на інклюзивність для ветеранів – це не просто благородна ініціатива, а й розумний бізнес-хід, який дозволить залучити нову аудиторію та зміцнити репутацію закладу.

Пропонуємо застосовувати такі основні аспекти адаптації готелю:

1. Фізична доступність:

- Безбар'єрне середовище: пандуси, широкі двері, ліфти, адаптовані санвузли.
- Спеціальне обладнання: поручні, кнопки виклику, інвалідні візки для оренди.
- Тихі зони: окремі зони для відпочинку, де можна усамітнитися та відновити сили.

2. Психологічна підтримка:

- Співпраця з фахівцями: залучення психологів, реабілітологів для проведення індивідуальних та групових занять.
- Програми адаптації: розробка спеціальних програм, спрямованих на відновлення психологічного здоров'я та соціальної адаптації.
- Створення спільноти: організація заходів, які дозволять ветеранам спілкуватися між собою та знаходити однодумців.

3. Медична допомога:

- Партнерство з медичними закладами: укладання договорів про співпрацю з медичними центрами для надання необхідних медичних послуг.
- Консультації фахівців: забезпечення можливості отримання консультацій лікарів різних спеціальностей.
- Адаптоване харчування: розробка спеціального меню для людей з обмеженнями в харчуванні.

4. Розваги та активний відпочинок:

- Адаптовані види спорту: організація занять з адаптивних видів спорту (плавання, йога, фітнес).

- Культурні заходи: проведення концертів, виставок, майстер-класів.

- Екскурсії: організація екскурсій з урахуванням фізичних можливостей учасників.

5. Інформаційна підтримка:

- Доступність інформації: надання інформації про доступні послуги та зручності в готелі.

- Мультимедійні матеріали: використання аудіо- та відеоматеріалів для людей з вадами зору.

- Переклад інформації: переклад важливої інформації на мову жестових знаків або інші альтернативні форми комунікації.

6. Маркетинг та комунікації:

- Співпраця з ветеранськими організаціями: співпраця з ветеранськими організаціями для просування послуг готелю серед цільової аудиторії.

- Спеціальні пропозиції: розробка спеціальних пакетів послуг для ветеранів.

- Створення позитивного іміджу: активне використання соціальних мереж та інших каналів комунікації для поширення інформації про інклюзивні ініціативи готелю.

7. Приклади додаткових послуг:

- Програми реабілітації з використанням тварин: каністерапія, іпотерапія.

- Надання технічних засобів реабілітації: наприклад, колісних крісел, ходунків.

- Організація зустрічей з психологами та соціальними працівниками.

- Проведення тренінгів з працевлаштування та підприємництва.

Важливо розуміти, що створення інклюзивного середовища для ветеранів – це тривалий процес, який вимагає постійного вдосконалення. Необхідно

регулярно здійснювати зворотний зв'язок від гостей, аналізувати його та вносити необхідні зміни.

Важливим елементом з точки зору вибору правильної стратегії розвитку сімейного готелю на засадах інклюзивності є фінансова підтримка інклюзивних проектів для ветеранів. Створення інклюзивного середовища для ветеранів у готелях – це шляхетна ініціатива, яка потребує значних фінансових інвестицій. На щастя, існує декілька джерел фінансування, які можуть підтримати реалізацію таких проектів як на державному, так і на місцевому рівні.

Державна підтримка базується, в першу чергу, на державних програмах. В Україні та багатьох інших країнах діють державні програми, спрямовані на підтримку ветеранів та людей з інклюзією. Ці програми можуть передбачати гранти, субсидії або податкові пільги для бізнесу, який реалізує інклюзивні проекти.

До них відносяться Фонди соціально-економічного розвитку. Існують державні фонди, які надають фінансову підтримку проектам, спрямованим на соціальний розвиток регіонів, Програми міжнародної технічної допомоги в особі Міжнародних організацій та фондів, які можуть надавати гранти на реалізацію інклюзивних проектів. А також, на місцевому рівні - місцеві бюджети можуть виділяти кошти на підтримку соціальних проектів, зокрема, на створення інклюзивного середовища. Багато регіонів мають власні фонди, які надають гранти на розвиток соціального підприємництва та інклюзії. Окремим напрямком у формуванні стратегії може виступати партнерство з місцевим бізнесом, зокрема співпраця з місцевим бізнесом може забезпечити додаткове фінансування проекту.

Іншими джерелами фінансування можуть бути благодійні фонди, які підтримують проекти, спрямовані на допомогу ветеранам, а також великі компанії з програмами корпоративної соціальної відповідальності, які можуть фінансувати соціальні проекти.

На окрему увагу заслуговує збір коштів через краудфандингові платформи і може бути ефективним інструментом для фінансування невеликих проектів.

Ключовими моментами під час пошуку фінансування є розробка детального бізнес-плану. Чіткий і детальний бізнес-план підвищить шанси отримання фінансування. Не мало важливим ретельне вивчення всіх доступних програм фінансування та вибір тих, які найбільш відповідають обраному проекту. Обов'язковими елементами стратегії є також співпраця з іншими організаціями, які працюють у сфері інклюзії, і може збільшити шанси на успіх. Наприклад, це може бути тернопільська фірма «Форвард Орто», яка має величезний досвід у питаннях протезування, реабілітації. Володіє різноманітними інноваційними технологіями, пов'язаними з інклюзією.

І, звичайно, має бути якісно підготовлена заявка на грант, з чіткою структурою, аргументацією та відповідати всім вимогам конкурсів.

Приклади проектів, які можуть бути фінансовані:

- Реконструкція приміщень готелю для забезпечення безбар'єрного доступу: встановлення пандусів, обладнання санвузлів для людей з інвалідністю.
- Навчання персоналу готелю навичкам роботи з людьми з особливими потребами: проведення тренінгів, семінарів.
- Розробка спеціальних програм реабілітації для ветеранів: організація занять з психологами, фізіотерапевтами.
- Створення мережі підтримки для ветеранів: створення спільнот, клубів за інтересами.

Важливо розуміти, що пошук фінансування – це тривалий і трудомісткий процес. Необхідно бути готовим до того, що не всі заявки будуть успішними. Однак, наполегливість і системний підхід дозволять знайти необхідні ресурси для реалізації проекту.

3.2. Обґрунтування ефективності впровадження інвестиційних проектів в готелі сімейного типу «Болгарія».

Розрахунок ефективності інвестиційних проектів є одним із основних елементів в обґрунтуванні прийняття стратегічних рішень щодо вибору найкращих напрямків вкладення коштів та використання ресурсів. Цей процес передбачає глибоке дослідження та оцінку того, наскільки ефективно інвестиції допоможуть досягти бажаних результатів та чи є вони економічно обґрунтованими.

Проведемо аналіз ефективності бізнес проекту пов'язаного із придбанням та використанням для відпочинку та розваг квадроциклів і каяків готелем сімейного типу «Болгарія».

Таблиця 3.1

Витрати на придбання квадроциклів та каяків готелем сімейного відпочинку «Болгарія»

Витрати	Кількість одиниць	Вартість одиниці, грн	Всього витрати, грн
Квадроцикл All Terrain Four Wheel Off-Road ATV Adult Double Gasoline Kart Mountain 4WD Motorcycle Farmer Car	2	200 000*	400 000
Каяк двомісний надувний Aqua marina Steam 13,6	2	40 000*	80 000
Додаткове спорядження	4	25 000*	100 000
Витрати на рекламу	1	5 000	5 000
Всього			585 000

Джерело: розроблено автором.

*Ціни орієнтовні з AliExpress

Отже, витрати на придбання квадроциклів, каяків, додаткове спорядження, витрати на рекламу сумарно становлять 585 000 грн. За даними експертів, які працюють у сфері прокату, нами було розраховано мінімальну очікувану виручку від використання придбаного туристично-відпочинкового обладнання. Враховано, що каяки використовуватимуться за призначенням, як мінімум 6 місяців на рік, квадроцикли цілорічно. За такого режиму використання, і в умовах конкуренції, виручка становитиме орієнтовно 210000 грн. на рік.

Таблиця 3.2

Прогнозована виручка від використання обладнання

Виручка від оренди за мінусом операційних витрат	За день, грн.	Кількість днів на рік	Всього за рік, грн
Квадроцикл (2 шт.) All Terrain Four Wheel Off-Road ATV Adult Double Gasoline Kart Mountain 4WD Motorcycle Farmer Car	3 000	50	150 000
Каяк двомісний надувний (2 шт.) Aqua marina Steam 13,6	3 000	20	60 000
Всього			210 000

Джерело: розроблено автором.

NPV – це фінансовий інструмент, який дозволяє оцінити, чи окупляться інвестиції в проект, враховуючи всі можливі ризики та непередбачувані витрати. Чиста приведена вартість – це метод, за допомогою якого можна визначити, чи варто реалізовувати проект, зваживши всі потенційні доходи та витрати, включаючи можливі втрати.

Формула, за якою здійснюється розрахунок (NPV):

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k} - \sum_{k=1}^n \frac{I_k}{(1+r)^k} \quad (3.1)$$

де n - період реалізації;

CF_k - грошовий потік в період k ;

r - ставка дисконтування;

I_k - інвестиції в період k ;

k - порядковий номер року де $k = 1, 2, 3 \dots n$.

$$NPV = -\frac{585000}{(1 + 0,2)^1} + \left(\frac{210000}{(1 + 0,2)^1} + \frac{210000}{(1 + 0,2)^2} + \frac{210000}{(1 + 0,2)^3} + \frac{210000}{(1 + 0,2)^4} \right)$$

$$NPV = -487500 + (175000 + 145833 + 121528 + 101302) = 56163 \text{ грн.}$$

Якщо $NPV > 0$, відповідно проект варто рекомендувати для реалізації. Якщо $NPV = 0$, то прибутку, який поступає від проекту вистарчить тільки на повернення коштів, які були вкладені. Якщо $NPV < 0$ то проект немає резону запускати в реалізацію.

Для розрахунку дисконтованого періоду окупності проекту здійснимо приведення поточної вартості за роки використання:

$$PV1 = 210000 / (1 + 0,2)^1 = 175000$$

$$PV2 = 210000 / (1 + 0,2)^2 = 145833$$

$$PV3 = 210000 / (1 + 0,2)^3 = 121528$$

$$PV4 = 210000 / (1 + 0,2)^4 = 101302$$

Сума дисконтованих доходів за перший-четвертий роки становитиме: $175000 + 145833 + 121528 + 101302 = 543666$ грн. (необхідно підсумувати $PV1 + PV2 + \dots + PVn$), поки сума не перевищить дисконтовані інвестиційні витрати), які перевищують розмір дисконтованих інвестицій (487500 грн.) і це означає, що повернення перших інвестиційних витрат відбудеться скоріше ніж за 4 роки. Можна припустити, що кошти надходитимуть приблизно рівномірно на протязі всього періоду використання обладнання, відтак ми зможемо порахувати залишки від 4 року.

$$DPP = \sum \frac{CF_{1,2}}{(1 + r)^{1,2}} \geq \frac{I_1}{(1 + r)^1} \quad (3.2)$$

$$\text{Залишок четвертого року} = (1 - (543666 - 487500) / 101302) = 1 - 0,55 = 0,45$$

Отже дисконтований період окупності є меншим від чотирьох років, а саме:

$$DPP = 3 + 0,45 = 3,45 \text{ років}$$

Індекс прибутковості (Profitability Index, PI) – який є фінансовим показником, використовується для оцінки прибутковості інвестиційних проектів або вкладень.

Тепер визначаємо індекс прибутковості:

$$PI = \sum \frac{CF_{1,2,3,4}}{(1+r)^{1,2,3,4}} / \frac{I_1}{(1+r)^1} \quad (3.3)$$

$$PI = \frac{543666}{487500} = 1,11$$

Індекс прибутковості показує, скільки гривень прибутку буде припадати на кожен гривню інвестиції. Якщо PI більший від 1, то це означає, що проект є прибутковим. Якщо PI дорівнює 1, це означає, що внутрішня норма прибутку (IRR) проекту відповідає ставці дисконту, і проект окупиться. Якщо PI менше 1, то це свідчить, що проект не є прибутковим. В нашому випадку PI більше 1 (1,11), відповідно наш проект є прибутковим.

Слід відзначити, що розрахунки, які виконуються з використанням даного методу є універсальними і можуть застосовуватись для оцінки використання різних видів інвестицій.

Окупність використання каяків і квадроциклів розрахована за песимістичним сценарієм. Взагалі то, обладнання, що застосовується для відпочинку і розваг окупається значно швидше, але враховуючи, що відбувається війна, прибутковість усіх інвестиційних проектів значно зменшується.

Рекреаційний бізнес є дуже специфічним видом підприємницької діяльності, і той, хто зможе запропонувати атракції на кращих умовах, зможе привабити клієнтів, а відтак значно підвищити рентабельність свого бізнесу в майбутньому.

Процес оцінки ефективності інвестиційних проектів є невід'ємною складовою успішного управління реальними інвестиціями. Він передбачає проведення глибокого аналізу, який дозволяє з'ясувати, наскільки вкладені кошти сприятимуть досягненню поставлених цілей. Такий аналіз є основою для прийняття зважених стратегічних рішень щодо розподілу ресурсів, оскільки дозволяє визначити, які інвестиції будуть найбільш виправданими та принесуть максимальну віддачу.

На території досліджуваного готелю сімейного типу «Болгарія» нами охарактеризовано в попередньому розділі чотирьох кімнатний корпус, який експлуатується близько 10 років. А у 2021 році було побудовано, але не введено в експлуатацію наступний 20 кімнатний готель. У цінах 2021 року на нього було витрачено близько 2 млн. грн. На рисунку 3.1. можна побачити зображення цього готелю.



Рис. 3.1. Зображення 20-кімнатного готелю

За алгоритмом, який використано в попередньому параграфі для оцінки ефективності інвестицій в придбання та використання каяків та квадроциклів здійснимо розрахунок ефективності інвестиційного проекту введення в експлуатацію готелю.

Вихідні дані для здійснення розрахунку зведені у таблиці 3.3

Таблиця 3.3

**Витрати на будівництво та введення в експлуатацію 20-ти
кімнатного готелю «Болгарія»**

Витрати	Всього витрати, грн
Корпус 20-ти кімнатний	2 000 000
Комплектація корпусу обладнанням	6 000 000
Витрати на ландшафтний дизайн та озеленення	100 000
Витрати на рекламу	10 000
Всього	8 110 000

Джерело: розроблено автором.

Таблиця 3.4

Прогнозована виручка від здачі готельних номерів

Показник	За день, грн.	За місяць, грн.	Кількість місяців на рік	Всього за рік, грн
Виручка від здачі кімнат за умови 60% заповнення	7200	216 000	12	2 592 000
Операційні витрати		78 500	12	942 000
Виручка від здачі кімнат за мінусом операційних витрат		137 500	12	1 650 000

Джерело: розроблено автором.

$$NPV = -\frac{8110000}{(1+0,2)^1} + \left(\frac{1650000}{(1+0,2)^1} + \frac{1650000}{(1+0,2)^2} + \frac{1650000}{(1+0,2)^3} + \frac{1650000}{(1+0,2)^4} + \frac{1650000}{(1+0,2)^5} + \frac{1650000}{(1+0,2)^6} + \frac{1650000}{(1+0,2)^7} + \frac{1650000}{(1+0,2)^8} + \frac{1650000}{(1+0,2)^9} + \frac{1650000}{(1+0,2)^{10}} \right)$$

$$NPV = -6758333 + 6917579 = 159246 \text{ грн.}$$

Якщо $NPV > 0$, відповідно проект варто рекомендувати для реалізації. Якщо $NPV = 0$, то прибутку, який поступає від проекту вистарчить тільки на повернення коштів, які були вкладені. Якщо $NPV < 0$ то проект немає резону запускати в реалізацію.

Для розрахунку дисконтованого періоду окупності проекту здійснимо приведення поточної вартості за роки використання:

$$PV1 = 1650000 / (1 + 0,2)^1 = 1375000$$

$$PV2 = 1650000 / (1 + 0,2)^2 = 1145833$$

$$PV3 = 1650000 / (1 + 0,2)^3 = 954861$$

$$PV4 = 1650000 / (1 + 0,2)^4 = 795718$$

$$PV5 = 1650000 / (1 + 0,2)^5 = 663098$$

$$PV6 = 1650000 / (1 + 0,2)^6 = 552582$$

$$PV7 = 1650000 / (1 + 0,2)^7 = 460485$$

$$PV8 = 1650000 / (1 + 0,2)^8 = 383737$$

$$PV9 = 1650000 / (1 + 0,2)^9 = 319781$$

$$PV10 = 1650000 / (1 + 0,2)^{10} = 266484$$

Сума дисконтованих доходів за перший-десятий роки становитиме: 6917579 грн. (необхідно підсумувати $PV1 + PV2 + \dots + PVn$), поки сума не перевищить дисконтовані інвестиційні витрати), які перевищують розмір дисконтованих інвестицій (6758333 грн.) і це означає, що повернення перших інвестиційних витрат відбудеться скоріше ніж за 10 років. Можна припустити, що кошти надходитимуть приблизно рівномірно на протязі всього періоду використання готелю, відтак ми зможемо порахувати залишки від 10 року.

$$\text{Залишок четвертого року} = (1 - (6917579 - 6758333) / 266484) = 1 - 0,6 = 0,4$$

Отже дисконтований період окупності є меншим від десяти років, а саме:

$$DPP = 9 + 0,4 = 9,4 \text{ року}$$

Індекс прибутковості (Profitability Index, PI) – який є фінансовим показником, використовується для оцінки прибутковості інвестиційних проектів або вкладень.

Тепер визначаємо індекс прибутковості:

$$PI = \frac{6917579}{6758333} = 1,02$$

Індекс прибутковості показує, скільки гривень прибутку буде припадати на кожну гривню інвестиції. Якщо PI більший від 1, то це означає, що проект є прибутковим. Якщо PI дорівнює 1, це означає, що внутрішня норма прибутку (IRR) проекту відповідає ставці дисконту, і проект окупиться. Якщо PI менше 1, то це свідчить, що проект не є прибутковим. В нашому випадку PI більше 1 (1,02), відповідно наш проект є прибутковим.

Як перший, так і другий проект, згідно розрахунків є прибутковим. Щоправда, терміни окупності є різними. Це і не дивно, оскільки обсяги інвестицій є різними, а об'єкти інвестування також суттєво відрізняються. На терміни окупності можуть впливати різні чинники, і, звичайно, вони можуть змінюватись.

РОЗДІЛ 4.

БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ

4.1. Організація проведення інструктажів з питань охорони праці

Працівники, під час прийняття на роботу та періодично, повинні проходити на підприємстві інструктажі з питань охорони праці, надання першої медичної допомоги потерпілим від нещасних випадків, а також з правил поведінки та дій при виникненні аварійних ситуацій, пожеж і стихійних лих.

За характером і часом проведення інструктажі з питань охорони праці (далі - інструктажі) поділяються на вступний, первинний, повторний, позаплановий та цільовий.

Вступний інструктаж

Проводиться:

1. з усіма працівниками, які приймаються на постійну або тимчасову роботу, незалежно від їх освіти, стажу роботи та посади;
2. з працівниками інших організацій, які прибули на підприємство і беруть безпосередню участь у виробничому процесі або виконують інші роботи для підприємства;
3. з учнями та студентами, які прибули на підприємство для проходження трудового або професійного навчання;
4. з екскурсантами у разі екскурсії на підприємство.

Вступний інструктаж проводиться спеціалістом служби охорони праці або іншим фахівцем відповідно до наказу (розпорядження) по підприємству, який в установленому Типовим положенням порядку пройшов навчання і перевірку знань з питань охорони праці.

Вступний інструктаж проводиться в кабінеті охорони праці або в приміщенні, що спеціально для цього обладнано, з використанням сучасних технічних засобів навчання, навчальних та наочних посібників за програмою,

розробленою службою охорони праці з урахуванням особливостей виробництва. Програма та тривалість інструктажу затверджуються керівником підприємства.

Запис про проведення вступного інструктажу робиться в журналі реєстрації вступного інструктажу з питань охорони праці, який зберігається службою охорони праці або працівником, що відповідає за проведення вступного інструктажу, а також у наказі про прийняття працівника на роботу.

Первинний інструктаж.

Первинний інструктаж проводиться до початку роботи безпосередньо на робочому місці з працівником:

- новоприйнятим (постійно чи тимчасово) на підприємство або до фізичної особи, яка використовує найману працю;
- який переводиться з одного структурного підрозділу підприємства до іншого;
- який виконуватиме нову для нього роботу;
- відрядженим працівником іншого підприємства, який бере безпосередню участь у виробничому процесі на підприємстві.

Первинний інструктаж проводиться з учнями, курсантами, слухачами та студентами навчальних закладів:

1. до початку трудового або професійного навчання;
2. перед виконанням кожного навчального завдання, пов'язаного з використанням різних механізмів, інструментів, матеріалів тощо.

Первинний інструктаж на робочому місці проводиться індивідуально або з групою осіб одного фаху за діючими на підприємстві інструкціями з охорони праці відповідно до виконуваних робіт.

Повторний інструктаж.

Повторний інструктаж на робочому місці індивідуально з окремим працівником або групою працівників, які виконують однотипні роботи, за обсягом і змістом переліку питань первинного інструктажу.

Повторний інструктаж проводиться в терміни, визначені нормативно-правовими актами з охорони праці, які діють у галузі, або роботодавцем

(фізичною особою, яка використовує найману працю) з урахуванням конкретних умов праці, але не рідше:

- на роботах з підвищеною небезпекою - 1 раз на 3 місяці;
- для решти робіт - 1 раз на 6 місяців.

Позаплановий інструктаж.

Позаплановий інструктаж проводиться з працівниками на робочому місці або в кабінеті охорони праці:

при введенні в дію нових або переглянутих нормативно-правових актів з охорони праці, а також при внесенні змін та доповнень до них;

при зміні технологічного процесу, або модернізації устаткування, приладів та інструментів, вихідної сировини, матеріалів та інших факторів, що впливають на стан охорони праці;

при порушеннях працівниками вимог нормативно-правових актів з охорони праці, що призвели до травм, аварій, пожеж тощо;

при перерві в роботі виконавця робіт більш ніж на 30 календарних днів - для робіт з підвищеною небезпекою, а для решти робіт - понад 60 днів.

Позаплановий інструктаж з учнями, студентами, курсантами, слухачами проводиться під час проведення трудового і професійного навчання при порушеннях ними вимог нормативно - правових актів з охорони праці, що можуть призвести або призвели до травм, аварій, пожеж тощо.

Позаплановий інструктаж може проводитись індивідуально з окремим працівником або з групою працівників одного фаху. Обсяг і зміст позапланового інструктажу визначаються в кожному окремому випадку залежно від причин і обставин, що спричинили потребу його проведення.

4.2. Пожежна безпека

Протипожежна безпека на підприємстві в Україні — невіддільна частина організації робочого простору і процесів згідно з нормами чинного законодавства.

Зокрема, цю сферу регламентують Правила пожежної безпеки в Україні, затверджені наказом Міністерства внутрішніх справ України, зі змінами, які періодично вносяться відповідними наказами.

Зафіксовані на законодавчому рівні вимоги пожежної безпеки зобов'язані виконувати — незалежно від приналежності та розміру статутного капіталу, обороту, кількості співробітників, форми власності, кодів ЗЕД, сфери роботи та інших аспектів — будь-які суб'єкти, що ведуть свою господарську діяльність на українській території.

Тому необхідно бути в курсі цих змін і коригувати організаційну роботу в даному секторі на виробництвах і в компаніях.

А для цього слід регулярно проводити моніторинг нормативної бази та проходити відповідне навчання, щоб оновити не лише теоретичну базу, а й практичні навички співробітників.

Пожежна безпека входить в комплекс заходів з охорони праці, і організаційна робота в цій сфері на об'єктах господарювання включає широкий спектр заходів, а саме:

- створення умов для безпечної праці;
- мінімізації ризику виникнення пожеж;
- своєчасне і повноцінне забезпечення технічними засобами для запобігання займанню та усунення самих пожеж та їх наслідків;
- контроль дотримання протипожежних вимог і норм законодавства;
- розробка і впровадження регламентів по гасінню пожеж, евакуації та порятунку з місць пожежі й задимлення людей і майна (матеріальних цінностей);
- внутрішнє і зовнішнє навчання співробітників.

У разі, якщо підприємство орендує площі в іншої особи, сторони повинні в письмовій формі домовитися про те, хто з них і на яких умовах здійснює ці роботи.

Вимоги до пожежної безпеки на підприємстві неухильно повинен дотримуватися кожен співробітник, а організаційна складова при цьому покладається на посадових осіб за відповідним рішенням керівництва і

прописується в посадових інструкціях і положеннях по структурним підрозділам.

Зокрема, вказуються конкретні території, ділянки, зони, об'єкти, цілі будівлі і їх частини, поверхи, на яких відповідального співробітника повинне проводити такі організаційні роботи.

Відповідальні особи зобов'язуються розробити, впровадити та підтримувати в певному інструкцією і положенням на ввірених їм об'єктах протипожежний режим і інструкції відповідно до вимог, викладених в нормативних актах.

Передбачено також створення підрозділу добровільної пожежної охорони та пожежно-рятувальної команди в його складі:

- евакуаційних шляхів;
- так званих «курилок»;
- місць складування продукції та сировини;
- стоянки транспорту.

Також встановлюється порядок роботи та технічного обслуговування:

- вентиляційного устаткування;
- засобів пожежогасіння і захисту від загорянь;
- нагрівальних приладів;
- електрообладнання.

Розробляються і впроваджуються правила роботи з відкритим вогнем і горючими матеріалами. Створюються графіки проходження інструктажів з пожежної безпеки співробітників, а також порядок і терміни перевірок знань пожежно-технічного мінімуму, в тому числі, тих працівників, які відповідальні за цю ділянку роботи на підприємстві. При цьому можуть передбачатися внутрішні лекції, семінари, тренінги та практичні заняття на підприємстві, а також зовнішні — на базі спеціалізованих навчальних центрів з професійними викладачами.

Важливою складовою протипожежного режиму на будь-якому об'єкті є розробка і впровадження порядку дій при виникненні пожежі. Неодмінно має

бути план евакуації, описано, як повинні відключатися електроустановки, що і в якій послідовності необхідно робити співробітникам.

Відповідно, для кожного об'єкта, кожного приміщення (крім коридорів, санвузлів, басейнів і подібних приміщень), окремих видів робіт складаються інструкції, за якими повинен працювати персонал, залучений на певних ділянках і в виконанні окремих видів робіт. За інструкціями проводиться навчання (інструктаж) персоналу з подальшим контролем знань.

В готелі сімейного типу «Болгарія» періодично проводяться навчання з пожежної безпеки.

Комплексне навчання з пожежної безпеки в готелі сімейного типу «Болгарія» включає:

- Заняття з теоретичної частини з вивченням особливостей нормативів по організації цілісної роботи по забезпеченню, підтримці та контролю пожежної безпеки на підприємстві, а також вимог до документації.
- Практичні семінари і тренінг по пожежній безпеки допоможе відпрацювати корисні навички щодо дій в критичних ситуаціях і закріпити їх.
- Контроль знань (тестування, іспити) з видачею підтверджують проходження навчання документів.
- Забезпечення слухачів актуальними нормативно-технічними та методичними матеріалами.
- Консультативну підтримку в питаннях документального супроводу.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі магістра здійснено теоретичне обґрунтування та розроблено практичні рекомендації щодо удосконалення організації відпочинку і розваг на підприємствах індустрії гостинності (на прикладі готелю сімейного типу «Болгарія»). Результати дослідження дозволяють зробити наступні висновки:

Поняття «відпочинок» і «розваги» є багатограними і залежать від культурного, соціального та історичного контексту. Сучасні тенденції свідчать про те, що відпочинок і розваги стають все більш індивідуалізованими, технологічними та спрямованими на саморозвиток. Адже сучасний туризм та відпочинок все більше персоналізується, що дозволяє задовольнити потреби навіть найвибагливіших клієнтів. Здоров'я стає одним з основних пріоритетів під час відпочинку та розваг; туристи та рекреанти шукають способи відновити сили, поліпшити здоров'я та підвищити якість життя.

Нові технології змінюють всі аспекти індустрії гостинності, від бронювання до організації дозвілля. Туристи та рекреанти все більше усвідомлюють свою відповідальність перед суспільством і довкіллям, і обирають види відпочинку, які мінімізують негативний вплив на планету. Вказане вимагає від закладів сфери гостинності пошуку інноваційних підходів до організації своєї діяльності.

Проведений аналіз діяльності готелю на чотири номери, показує, що він має всі можливості надавати якісні послуги своїм споживачам, оскільки в ньому достатнє інфраструктурне обладнання, та внутрішня і зовнішня компоновка. Здійснений SWOT аналіз розкриває сильні і слабкі сторони ведення сімейного бізнесу, демонструє виклики та можливості.

Іноземні туристи, які прибувають на відпочинок, чи службові відрядження підпорядковуються нормам і правилам, які регулюють їх перебування на території України. Вимоги до тих, хто перебуває в готелі регулюються

регламентом готелю та правилами техніки безпеки під час користування обладнанням.

Туристи та рекреанти можуть користуватися усіма інфраструктурними об'єктами готелю з переліку основних та додаткових послуг. Перелік основних і додаткових послуг є у відкритому доступі. Оплата за надані послуги може здійснюватися у готівковому чи безготівковому вигляді.

Серед важливих напрямків подальшого розвитку готелю є використання інклюзивної стратегії, яка дає можливість застосовувати обслуговування користувачів із спеціальними потребами, створювати умови, в яких їм буде комфортно перебувати в закладі.

Обґрунтовано ефективність впровадження інвестиційних проектів із запропонованого спектру специфічної техніки для відпочинку і розваг (квадроциклів та каяків), а також введення в експлуатацію зведеного готельного комплексу на двадцять номерів. Відповідно термін окупності по першому проекту складає 3,45 року, індекс прибутковості – 1.11, по другому – 9,4 року, а індекс прибутковості 1,02.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борисова О. В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2012. Вип. 1(2). 331–338 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. Державна служба статистики України. Сфера гостинності : бюлетень / URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
8. Дудкін П.Д., Дудкіна О.П. Логістична та інфраструктурна складові дестинацій 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>
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. Індустрія гостинності: прогноз на 2023 рік. [Електронний ресурс]. URL: www.ey.com/UA/uk/Industries/Real-Estate
11. 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>
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. Впровадження системи управлінського обліку на підприємствах готельно–ресторанного бізнесу. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. №2/1 С. 15–17.
15. Ковтуненко Ю.В. Особливості бізнес-планування інноваційних проектів. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2017. № 4 (32). С. 53–59.
16. 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.
17. Летуновська Н. Є. Управління ефективністю соціальної інфраструктури промислових підприємств у сучасних умовах. *Економічний вісник Донбасу*. 2014. №1 (35). С. 139–147.
18. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика : навчальний посібник. / Мальська М.П., Пандяк І.Г. К.: Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
19. Маркетингова товарна політика: навч. посібник / Є.Крикавський, І. Дейнега, Р. Патора. 2-ге вид. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2015. 276 с.
20. Матеріали готелю сімейного типу «Болгарія»

21. 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>
22. Навольська Н.В. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємств *Причорноморські економічні студії*. 2016 №6. С. 84–87.
23. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: URL: http://tourlib.net/books_ukr/nechauk22.htm.
24. 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>
25. Пермінова Г. В. Аналітично–концептуальні підходи до проблеми корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2013. № 4. С. 81–84.
26. Постова В. В., Лук'янець А. В. Особливості формування та підтримка іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Підприємництво та інновації*. 2020. №. 14. С. 63–67.
27. Про схвалення Стратегії демографічного розвитку України на період до 2040 року <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-2024-%D1%80#Text>
28. Руденко В.П. Основи готельної справи. URL: http://pidruchniki.com/1584072023997/turizm/osnovi_gotelnoyi_spravi.
29. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект. К.: Видав. Дім. «Вільямс», 2004. 262с.
30. Стратегія розвитку: інвестиційний вимір: монографія / за ред. д-ра Гуткевич С. О. Харків: Діса плюс, 2016. 162 с.

31. 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.

32. Технології та інновації, які змінюють ресторанний бізнес. URL: <https://sfii.gov.ua/tehnologii-ta-innovacii-yaki-zminjuyut-restorannijbiznes/>

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

34. 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.

35. Що потрібно знати про систему НАССР. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/shkilne-harchuvannya/standarti-nassr>

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 NORECA: 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
Комишник 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
Леонєв 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 забезпечують можливість 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.



**ДЕРЖАВНА ФІСКАЛЬНА СЛУЖБА УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКА ОБ'ЄДНАНА ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА ІНСПЕКЦІЯ
ГОЛОВНОГО УПРАВЛІННЯ ДФС У ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

46003, м. Тернопіль, вул. Білецька, 1, тел. факс (0352) 43-46-00, Код ЄДРПОУ 39502025

№ 1714159400966

На № _____ від _____

ВИТЯГ

З РЕЕСТРУ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ

Код ЄДРПОУ/реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія та номер паспорта*

2766901074

(Для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовились від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та повідомили про це контролюючий орган і мають відмітку у паспорті).

Найменування суб'єкта господарювання або прізвище, ім'я та по батькові фізичної особи – підприємця

МЕЛЕШКО ВОЛОДИМИР БОГДАНОВИЧ

Податкова адреса суб'єкта господарювання:

УКРАЇНА, 47707, ТЕРНОПІЛЬСЬКА ОБЛАСТЬ, ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ РАЙОН Р-Н, С.БІЛА, ВУЛ. ШЕВЧЕНКА, БУД. 2

Місце провадження господарської діяльності:

по Україні згідно замовлень

Дата обрання або переходу на спрощену систему оподаткування :

01.04.2013 року

Група та ставка платника єдиного податку:

2 група

20 відсотків до розміру мінімальної заробітної плати

 із реєстрацією ПДВ

або

 ставка у відсотках до доходу

X без реєстрації ПДВ

Перелік видів господарської діяльності першої та другої груп згідно з КВЕД ДК 009:2010 (КВЕД-2005)

Код згідно з КВЕД	Назва згідно з КВЕД
10.39	Інші види перероблення та консервування фруктів і овочів
47.99	Інші види роздрібної торгівлі поза магазинами
47.91	Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет
10.71	Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання
68.20	Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна
47.78	Роздрібна торгівля іншими неживими товарами в спеціалізованих магазинах
33.14	Ремонт і технічне обслуговування електричного устаткування
43.29	Інші будівельно-монтажні роботи

Дата формування витягу

28.08.2017 року

Найменування контролюючого органу, що видав витяг

1915 ТЕРНОПІЛЬСЬКА ОБ'ЄДНАНА ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА ІНСПЕКЦІЯ ГОЛОВНОГО УПРАВЛІННЯ ДФС У ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ (ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ РАЙОН)

104173 Дата видачі витягу

Примітка.

Витяг є чинним до внесення змін до Реєстру. Якщо до Реєстру внесені зміни щодо відомостей, які зазначені у витягу, витяг втрачає чинність.

104173 Керівник (заступник керівника)



М П (підпис)

Бабій С.А.
(прізвище, ініціали)