

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня

бакалавр

(назва освітнього ступеня)

на тему: Напрямки вдосконалення додаткових послуг у
готельно-ресторанному господарстві (на прикладі ГРК «Авалон Палац»)

Виконав: студент IV курсу, групи БРЗс-41
спеціальності 241 «Готельно- ресторанна справа»

(шифр і назва спеціальності)

	<u>Голь Т. М.</u> (підпис)	<u>Голь Т. М.</u> (прізвище та ініціали)
Керівник	<u>Мельник Л. М.</u> (підпис)	<u>Мельник Л. М.</u> (прізвище та ініціали)
Нормоконтроль	<u>Стойко І. І.</u> (підпис)	<u>Стойко І. І.</u> (прізвище та ініціали)
Завідувач кафедри	<u>Шерстюк Р. П.</u> (підпис)	<u>Шерстюк Р. П.</u> (прізвище та ініціали)
Рецензент	<u>Зяйлик М. Ф.</u> (підпис)	<u>Зяйлик М. Ф.</u> (прізвище та ініціали)

Тернопіль
2025

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет Економіки та менеджменту

Кафедра Управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

Освітньо-кваліфікаційний рівень Бакалавр

Напрямок підготовки 24 «Сфера обслуговування»

(шифр і назва)

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри Роман ШЕРСТЮК

«_____» _____ 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

Голь Тетяни Михайлівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи) Напрямки вдосконалення додаткових послуг у
готельно-ресторанному господарстві (на прикладі ГРК «Авалон Палац»)

Керівник проекту (роботи) Мельник Лілія Миколаївна, д.е.н., професор
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом по університету від 07.03.2025 року №4/7-190

2. Термін подання студентом проекту (роботи) _____

3. Вихідні дані до проекту (роботи) Нормативно-правові акти діяльності об'єктів військового
управління, навчальні посібники, наукові статті, джерела Інтернет

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

1. Теоретичні аспекти організації надання додаткових послуг в готельно-ресторанних
зкладах

2. Аналіз системи надання додаткових послуг ГРК «Avalon Palace»

3. Підвищення якості надання додаткових послуг в закладах готельно-ресторанного
господарства

4. Безпека життєдіяльності, основи охорони праці

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

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
<i>Безпека життєдіяльності, основи охорони праці</i>	<i>д.т.н., проф. Барановський В.М. к.т.н., доц. Окіпний І.Б.</i>		

[illegible]

Голь Т. М.

Мельник Л. М.
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Голь Т. М. Напрямки вдосконалення додаткових послуг у готельно-ресторанному господарстві(на прикладі ГРК «Авалон Палац»).

Кваліфікаційна робота бакалавра: 74 сторінки, 11 рисунків, 14 таблиць, 39 літературних джерел.

Об’єкт дослідження – готельно-ресторанний комплекс «Авалон Палац».

Предмет дослідження – організаційно-економічні аспекти функціонування та вдосконалення додаткових послуг у готельно-ресторанному господарстві.

Метою роботи є розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення процесу організації надання додаткових послуг у готельно-ресторанному господарстві, на прикладі діяльності ГРК «Avalon Palace».

Методи дослідження – аналіз та синтез, порівняльний аналіз, системний підхід, метод економічного моделювання, метод узагальнення.

Практичне значення одержаних результатів. У роботі розроблено рекомендації щодо оптимізації та розширення додаткових послуг у ГРК «Avalon Palace», які можуть бути використані у практичній діяльності підприємства для підвищення його конкурентоспроможності, прибутковості та рівня клієнтської лояльності.

Ключові слова: додаткові послуги, обслуговування, транспортні послуги, клієнти, персонал.

ANNOTATION

Hol T. M. Some Ways to Improve Additional Services in the Hotel and Restaurant Industry (Avalon Palace Hotel and Restaurant Complex as a case of study).

Bachelor's qualification work: 74 pages, 11 figures, 14 tables, 39 references.

The object of the study is the Avalon Palace hotel and restaurant complex.

The subject of the study is the organizational and economic aspects of the functioning and improvement of additional services in the hotel and restaurant industry.

The purpose of the work. Is to develop practical recommendations for improving the process of organizing the provision of additional services in the hotel and restaurant industry, on the example of the Avalon Palace hotel and restaurant complex.

Research methods - analysis and synthesis, comparative analysis, system approach, economic modeling method, generalization method.

Practical significance of the results obtained. The paper develops recommendations for optimizing and expanding additional services in the Avalon Palace Hotel, which can be used in the practical activities of the enterprise to increase its competitiveness, profitability and level of customer loyalty.

Keywords: additional services, maintenance, transport services, customers, personnel

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
1. ТЕОРЕТИЧНИЙ РОЗДІЛ	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДАХ.....	11
1.1. Сутність та особливості організації надання додаткових послуг в закладах готельно-ресторанного господарства.....	11
1.2. Основні напрями розвитку у сфері додаткових послуг в готельному господарстві	21
2. АНАЛІТИЧНИЙ РОЗДІЛ	
АНАЛІЗ СИСТЕМИ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ ГРК «AVALON PALACE».....	30
2.1. Загальна характеристика діяльності ГРК «Avalon Palace»	30
2.2. Оцінка фінансово-економічного становища ГРК «Avalon Palace»	33
2.3. Особливості реалізації та динаміка додаткових послуг у складі сервісу ГРК «Avalon Palace»	38
3. РЕКОМЕНДАЦІЙНО-РОЗРАХУНКОВИЙ РОЗДІЛ	
ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	48
3.1. Способи поліпшення якості надання послуг – умова збільшення прибутковості готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace»	48
4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ	
4.1. Організація та проведення аварійно-рятувальних робіт у межах об’єкта готельно-ресторанного господарства.....	64
4.2. Порядок проведення інструктажів з питань пожежної безпеки на підприємствах сфери гостинності.....	66
ВИСНОВКИ	69
БІБЛІОГРАФІЯ.....	71

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний стан готельно-ресторанного господарства України характеризується динамічним розвитком, посиленням конкуренції та зростанням очікувань споживачів щодо якості сервісу. Одним із ключових чинників забезпечення конкурентоспроможності підприємств у цій сфері є надання високоякісних додаткових послуг, які дозволяють не лише задовольнити основні потреби клієнтів, але й формувати унікальну пропозицію, що вирізняє заклад на ринку.

У практиці готельно-ресторанних комплексів спостерігається тенденція до розширення спектру додаткових послуг – від кейтерингового обслуговування до SPA-сервісів, трансферу, івент-послуг тощо. Водночас у більшості підприємств такі послуги залишаються недостатньо розвиненими або неефективно інтегрованими в основну господарську діяльність. Це знижує потенціал отримання додаткового прибутку, зменшує рівень задоволеності гостей і негативно впливає на імідж підприємства.

На прикладі готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace» спостерігається потреба в удосконаленні системи надання додаткових послуг з урахуванням сучасних ринкових вимог, цифрових інновацій та очікувань цільової аудиторії. Саме це зумовило вибір теми кваліфікаційної роботи.

Питання розвитку системи управління персоналом підприємства сфери послуг відображені у працях таких учених як: Андрушків Б. М., Владимир О. М., Вовк І. П., Дяків О. П., Криворучко О. М., Малюта Л. Я., Мельник Л. М., Мостенська Т. Л., Нагорняк Г. С., Островська Г. Й., Паляниця В. А., Сороківська О. А., Стойко І. І., Федішин І. Б., Шерстюк Р. П., Ціх Г. В., інші.

Зв'язок із науковими програмами, планами, темами. Кваліфікаційна робота бакалавра виконана під час дослідження науково-дослідної тематики кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя та

відповідає актуальним проблемам розвитку готельно-ресторанного бізнесу в умовах ринку.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення процесу організації надання додаткових послуг у готельно-ресторанному господарстві, на прикладі діяльності ГРК «Avalon Palace».

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання наступних завдань:

- розглянути теоретико-методичні аспекти організації додаткових послуг у готельно-ресторанній сфері;
- проаналізувати сучасний стан надання додаткових послуг у ГРК «Avalon Palace»;
- виявити основні проблеми та недоліки в існуючій системі додаткового сервісу;
- дослідити вплив додаткових послуг на ефективність функціонування підприємства;
- запропонувати напрями вдосконалення спектру послуг з урахуванням потреб ринку та сучасних тенденцій.

Об’єкт дослідження – готельно-ресторанний комплекс «Avalon Palace».

Предмет дослідження – організаційно-економічні аспекти функціонування та вдосконалення додаткових послуг у готельно-ресторанному господарстві.

Методи виконання. У процесі дослідження використано такі методи: аналіз та синтез, порівняльний аналіз, системний підхід, метод економічного моделювання, метод узагальнення.

Інформаційною базою дослідження стали: нормативно-правові акти, статистичні матеріали, внутрішні документи ГРК «Avalon Palace», звітність підприємства, результати маркетингових досліджень, наукові публікації, монографії, електронні ресурси.

Практичне значення одержаних результатів. У роботі розроблено рекомендації щодо оптимізації та розширення додаткових послуг у ГРК «Avalon Palace», які можуть бути використані у практичній діяльності підприємства для підвищення його конкурентоспроможності, прибутковості та рівня клієнтської лояльності.

Апробація результатів дослідження. Основні результати та положення дослідження були розглянуті й отримали схвалення на засіданнях кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг ТНТУ імені Івана Пулюя.

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра викладена на 74 сторінках друкованого тексту, складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 39 найменувань.

1. ТЕОРЕТИЧНИЙ РОЗДІЛ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДАХ

1.1. Сутність та особливості організації надання додаткових послуг в закладах готельно-ресторанного господарства

Історія додаткових послуг у готелях має глибоке коріння, що сягає в минуле. З розвитком людських потреб система додаткових послуг поступово розширювалася та вдосконалювалася, і цей процес триває й сьогодні. Додаткові послуги стали невід'ємною складовою діяльності готелів.

Ключовим чинником, що впливає на зростання кількості та покращення якості додаткових послуг, є орієнтація готельних підприємств на певні категорії споживачів. Саме тому впровадження додаткових послуг повинно бути обґрунтованим і доцільним.

Сучасне готельне обслуговування характеризується централізацією надання послуг. Великі готельні мережі створюють спеціалізовані підрозділи для реалізації основних послуг. Внаслідок цього деякі операції, пов'язані з обслуговуванням туристів (наприклад, попередній продаж, резервування місць тощо), виходять за межі компетенції окремих підрозділів готельного бізнесу і зосереджуються в спеціалізованих туристичних організаціях або безпосередньо в самому готелі. Таким чином, на якість обслуговування в готелях впливають дії посередницьких структур, які реалізують їхні основні послуги.

Важливою складовою готельного господарства є організація додаткових послуг. Готельна послуга визначається як діяльність підприємства, що полягає в наданні споживачеві місця для короткострокового проживання.

Додаткові послуги – це ті готельні послуги, які не є основними і замовляються та оплачуються окремо.

Послуга є результатом прямої взаємодії між постачальником і споживачем, а також внутрішньої діяльності постачальника, спрямованої на задоволення потреб споживача.

Якість послуги визначається як сукупність характеристик, що відображають її здатність задовольняти встановлені та очікувані потреби. Безпека послуги характеризується станом, при якому ризик завдання шкоди (людям) або втрат залишається в межах допустимого рівня. Умови обслуговування складаються з ряду факторів, які впливають на споживача під час отримання послуги.

Різноманітність додаткових послуг у готелях залежить як від рівня комфорту, так і від спеціалізації закладу. Ці послуги можуть надаватися в номерах, а також у спеціально відведених або інших приміщеннях готелю. Серед них можна знайти фотосервіс, більярд, обмін валют, конференц-зали, бізнес-центри, казино, паркування, пральні, хімчистки, перукарні, фітнес-центри, пункти першої медичної допомоги, сауни, обслуговування в номерах, бронювання авіа- та залізничних квитків, нічні клуби, магазини та торговельні кіоски, а також можливість розрахунку кредитними картками і наявність басейнів.

Послуги, що пропонуються в готелях, поділяються на основні та додаткові, причому вони можуть бути як безкоштовними, так і платними (рис.1.1.)

Основною послугою готелю є проживання.



Рис. 1.1. Класифікація додаткових послуг

Без додаткової оплати гості можуть скористатися такими послугами: виклик швидкої допомоги, користування медичною аптечкою, доставка кореспонденції в номер після її отримання, підйом до певного часу, а також надання окропу, голок, ниток, одного комплекту посуду та столових приладів.

Для підвищення якості обслуговування клієнтів і конкурентоспроможності на світовому ринку готельних послуг, підприємства повинні забезпечувати не лише високий рівень комфорту, але й широкий спектр додаткових послуг. Організація сервісу в готелях має базуватися не лише на попиті, а й на пропозиції. Асортимент додаткових послуг постійно розширюється: якщо раніше їх було не більше десяти, то сьогодні їх вже понад шістдесят.

Незважаючи на різноманітність додаткових послуг, їх доцільно класифікувати на групи, що мають спільні характеристики з точки зору задоволення попиту.

I. Залежно від сфери задоволення попиту.

1. Для зручності туристів, які перебувають у готелі та туристичному районі, пропонуються такі групи послуг:

- інформаційні послуги (надання відомостей про готельні сервіси, розваги в туристичному районі, транспортні зв'язки, можливості покупки товарів, розташування історико-культурних пам'яток та закладів тощо);
- комунально-побутові послуги (прання, чищення, прасування одягу, ремонт взуття, годинників, валіз, спортивного інвентарю тощо);
- посередницькі послуги (резервування місць у культурно-розважальних закладах, замовлення театральних квитків, бронювання номерів у інших містах тощо);
- послуги для автотуристів (надання гаража, стоянки, дрібний ремонт транспортних засобів);
- надання друкованої продукції та настільних ігор;
- продаж товарів;
- прокат спортивного та пляжного інвентарю, друкарських машинок, автомобілів, розмножувальної техніки тощо;
- зберігання кореспонденції та цінностей.

2. Послуги, що розширюють знання туристів про регіон та країну шляхом організації екскурсій, зустрічей, переглядів фільмів та святкових заходів, присвячених національним святкам.

3. Послуги, що підвищують комфорт у номерах, пропонуючи доставку закусок і напоїв, медичні та косметичні процедури прямо в номер, встановлення додаткового обладнання, організацію спортивно-оздоровчих послуг, а також створення умов для проведення конференцій.

4. послуги, що відповідають на специфічні запити гостей, таких як діячі мистецтв, спортсмени, бізнесмени тощо, надаючи музичні інструменти, особистого екскурсовода, перекладача, секретаря, а також забезпечуючи телексний зв'язок і комп'ютер.

II. Додаткові послуги можуть класифікуватися за способом їх надання на: безкоштовні та платні:

1. Обов'язкові основні безкоштовні послуги, які надаються в готелях відповідно до законодавства включають:

- пробудження у визначений час;
- доставка особистої кореспонденції до номера після її отримання в готелі;
- виклик швидкої медичної допомоги у разі необхідності;
- використання медичної аптечки;
- надання комплекту посуду, а також кип'ятку, ножиць, голок і ниток.

Окрім того, залежно від конкурентного середовища, прибутковості, сезонності та інших факторів, власники можуть на власний розсуд пропонувати інші безкоштовні послуги у своїх готелях.

Перелік та якість додаткових послуг, що надаються за окрему плату, повинні відповідати стандартам готелю. До таких послуг належать:

- екскурсійне обслуговування;
- організація послуг екскурсовода та перекладача;
- продаж квитків у театр, цирк, на концерти тощо;
- продаж квитків на різні види транспорту;
- замовлення автомобіля за бажанням гостя;
- замовлення таксі;
- прокат автомобілів;
- бронювання місць у ресторанах міста;
- купівля та доставка квітів купівля та доставка квітів;
- продаж сувенірів, листівок та іншої друкованої продукції;
- ремонт взуття;
- ремонт та прасування одягу;
- прання та хімчистка одягу;
- користування сауною;
- перукарські послуги;
- оренда конференц-залів та кімнат для переговорів;
- послуги бізнес-центру.

Готелі, які не здатні самостійно забезпечити весь спектр додаткових послуг, укладають угоди з комунально-побутовими, транспортними, банківськими, торговельними підприємствами та культурними закладами для надання відповідних послуг.

Працівник готелю не може надавати платні додаткові послуги без згоди споживача. Споживач має право відмовитися від оплати послуг, які не були передбачені за договором. Крім того, забороняється вимагати виконання одних послуг в обмін на обов'язкове надання інших.

Для вдосконалення системи побутового обслуговування необхідно наблизити її до загальноприйнятих міжнародних норм і стандартів. У сучасних готелях організація системи надання послуг досягла нових передових технологій в обслуговуванні клієнтів. Наприклад, великою зручністю для гостей готелю є впровадження пластикових карток. Кодована картка містить необхідні для готелю дані (які можуть бути записані при бронюванні номера), а електронний код виступає в якості ключа для входу в номер. Готельні компанії в США використовують такі картки для надання доступу до значної кількості послуг безпосередньо з телевізора в номері.

Спеціальне обладнання, підключене до телевізора, дозволяє мандрівникові зарезервувати місце в ресторані, вибрати страви для доставки в номер, розрахувати баланс витрат на проживання, забронювати авіаквитки, забронювати номер у готелі, замовити автомобіль напрокат тощо.

Для ділових туристів готельні номери вже починають оснащувати автоматизованими телефонами, комп'ютерами та факсами (табл. 1.1). Щоб отримати доступ до цих послуг, мандрівникам достатньо скористатися кредитною карткою, за допомогою якої всі витрати автоматично фіксуються і зараховуються на їхній рахунок.

Оснащення та послуги для ділових туристів у готелі

Категорія	Конкретні послуги	Призначення
1. Технічне обладнання	Автоматизовані телефони, комп'ютери, факси	Забезпечення робочого середовища прямо в номері
2. Автоматизація обслуговування	Кредитна картка-доступ, автоматичне списання витрат	Зручність та швидкість отримання і оплати послуг
3. Платіжні сервіси	Електронна оплата, персональний рахунок	Контроль витрат і зручна звітність для ділових клієнтів

2. Особливості надання транспортних послуг та бронювання номерів у готелях.

Транспортні послуги є одним із ключових аспектів обслуговування в готелях. До них належать:

- резервування квитків;
- замовлення таксі;
- оренда автомобілів.

Бронювання квитків на різні види транспорту виконується за допомогою сучасних інформаційних технологій. Глобальні комп'ютерні мережі досягли значних успіхів у цій сфері. Готелі, які підключені до глобальних систем бронювання, мають можливість додавати до їх бази даних інформацію про себе, типи номерів, їх опис та ціни.

У 1987 році було засновано два консорціуми: «Галілео» та «Амадеус». Система Galileo об'єднує системи бронювання таких авіакомпаній, як Alitalia, British Airways, KLM Royal Dutch Airlines, Swissair, Aer Lingus, Austrian Airlines, Sabena Airlines, Olympic Airways і TAP Portugal. Системи Amadeus включають Air France, Air Inter, Iberia та Lufthansa.

Сьогодні великі готельні мережі, туристичні агенції та розробники комп'ютерних систем прагнуть створити єдину глобальну комп'ютеризовану систему бронювання. Статистика показує, що більшість заброньованих квитків – це авіаквитки. Наразі існує лише одна система бронювання оренди автомобілів, яка пропонує 40 варіантів оренди. Найбільш вразливими сферами є залізничні квитки, круїзи та бронювання квитків на культурні заходи.

Квитки на різні види транспорту можна замовити в туристичному агентстві в холі готелю.

Готель пропонує два способи замовлення таксі: через міську службу таксі та через службу таксі готелю.

При замовленні таксі адміністратор видасть картку з такою інформацією: назва готелю, номер кімнати, номер транспортного засобу, час і місце призначення. Ця картка передається водієві. Вартість таксі оплачується безпосередньо водієві. Якщо готель має власну службу таксі, адміністратор передає замовлення безпосередньо в таксопарк. Знову ж таки, виписується картка і передається водієві. Замовлення таксі в готелі можливе лише в тому випадку, якщо готель має власну автостоянку та гараж.

Усі транспортні засоби повинні мати маркування з брендом готелю (назва, емблема, номер телефону служби таксі тощо).

Сьогодні більшість готелів мають у своєму арсеналі різні транспортні засоби, які необхідні для:

- надання послуг з оренди автомобілів, мотоциклів, квадроциклів, а також для організації трансферів за допомогою автомобілів, автобусів або літаків;
- забезпечення можливості клієнтам займатися спортом або відпочивати, використовуючи катери, яхти, мото-дельтаплани тощо;
- обслуговування потреб власної матеріально-технічної бази, наприклад, території готельно-ресторанного або санаторно-курортного комплексу.

Процес оренди автомобіля є простим: якщо туристу від 21 до 70 років, достатньо пред'явити паспорт і водійське посвідчення (яке підтверджує стаж

водіння не менше двох років) працівнику прокату. У деяких країнах обслуговування клієнтів можливе лише за наявності кредитної картки.

Вартість оренди автомобіля визначається його класом. Зазвичай до вартості прокату входять такі послуги:

- необмежений термін оренди автомобіля;
- доставка автомобіля до клієнта в межах міста;
- ремонт або заміна автомобіля у разі технічних несправностей, за винятком пошкоджень шин, вітрового скла або двигуна;
- повна страховка на випадок дорожньо-транспортної пригоди, якщо вона сталася не з вини клієнта (за винятком випадків, коли водій був у стані алкогольного сп'яніння, у таких ситуаціях страховка не діє). У більшості країн немає абсолютного сухого закону. В Україні вміст алкоголю в крові не повинен перевищувати 0,2 проміле, а в Росії немає жодного «допустимого рівня» концентрації етанолу в крові (0,5 л пива з міцністю 5% може підвищити рівень етанолу в крові до 0,2–0,5%);
- страховка, що покриває збитки, завдані автомобілю в ДТП з вини клієнта;
- страховка для пасажирів (окрім водія) від нещасних випадків;
- податки.

Автомобіль надається клієнту з повним баком, і він також повинен повернути його з повним баком. За додаткову плату клієнт може отримати право на використання автомобіля іншим водієм. Адміністратор готелю зобов'язаний надати клієнту інформацію про дозволені місця для паркування в місті, обмеження швидкості на автомагістралях та в місті, а також важливі дані, які клієнт повинен знати у разі ДТП (дата і час аварії, прізвища та адреси свідків, назва і номер поліцейської (міліцейської) дільниці).

3. Організація побутового обслуговування в готелях. Побутові послуги спрямовані на задоволення потреб гостей під час їх перебування в готелі. Обсяг цих послуг залежить від категорії закладу. Підприємства, що надають побутові послуги, повинні бути розташовані у зручному для гостей місці, як правило, на

першому поверсі. Інформація про те, де і як можна отримати ці послуги, повинна бути доступна у вестибюлі, на поверсі та в номерах, а години роботи повинні бути зручними для відвідувачів.

Перелік побутових послуг включає:

1) термінове прання, хімчистка, ремонт та прасування особистих речей. У номері має бути бланк для замовлення прання або хімчистки та інструкція щодо здачі речей у прання. Ця послуга надається в готелях, де є пральня. У готелях нижчих категорій можна взяти напрокат праски, і споживачі можуть прасувати у своїх номерах або у спеціально відведених кімнатах з прасувальною дошкою;

2) екстрений ремонт та чистка взуття. У багатьох готелях є майстерні з ремонту взуття та машини для чищення взуття у вестибюлях готелів класу «люкс». Щітки для чищення взуття та одягу також надаються в номерах;

3) зберігання багажу та цінних речей. Багажні камери схову та сейфи доступні в номерах і на рецепції;

4) завантаження, розвантаження і доставка багажу в номер і з номера. Ці послуги оплачуються чайовими, і готель організовує чергу посланців, щоб забезпечити рівномірне надходження чайових;

5) прокат предметів культурно-побутового призначення (телевізорів, посуду, спортивного інвентарю тощо);

6) дрібний ремонт годинників, електробритв, радіоприймачів, кіно- та фотоапаратури;

7) перукарські, манікюрні та масажні послуги;

8) обслуговування номерів;

9) послуги з прання білизни та прибирання номерів;

10) послуги з прання білизни та прибирання номерів;

11) послуги з прання білизни та прибирання номерів. Як правило, кожен номер в рекламній папці містить папір для листів, конверти та спеціальну табличку, яку можна повісити на двері, якщо споживач звернеться з проханням про прання чи прибирання номера або просто не захоче, щоб його турбували.

Готельні підприємства зобов'язані надавати послуги відповідно до норм чинного законодавства, дотримуючись установлених стандартів якості. У сфері готельного обслуговування якість послуг передбачає дотримання ряду ключових принципів:

- доступність – послуги мають бути легкодоступними для споживача у зручному місці, у відповідний час і без надмірного очікування;
- інформативність і зрозумілість – опис сервісу повинен бути викладений мовою клієнта, бути чітким, точним та зрозумілим;
- професійна компетентність – працівники готелю повинні мати відповідну кваліфікацію, необхідні знання та навички для ефективного виконання своїх обов'язків;
- привітність і доброзичливість – персонал повинен проявляти чемність, уважність і позитивне ставлення до гостей;
- надійність і довіра – клієнт має бути впевнений у відповідальності та порядності персоналу;
- чуйність – готовність швидко та з розумінням реагувати на потреби клієнта;
- безпека – гарантування захисту життя, здоров'я, майна та особистої інформації споживачів.

1.2. Основні напрями розвитку у сфері додаткових послуг в готельному господарстві

Комплекс дій і заходів, спрямованих на створення комфортного середовища для гостей шляхом задоволення їхніх побутових та господарських потреб у готельному господарстві називається сервісом.

Формування системи сервісу повинно базуватися не лише на принципі попиту (тобто врахуванні побажань клієнта), а й на принципі пропозиції, коли готель ініціює запровадження нових послуг, орієнтуючись на власні

можливості. При цьому ключовим залишається право вибору за гостем – послуги не повинні нав'язуватись.

Основним критерієм результативності системи обслуговування є рівень якості послуг, які повністю відповідають очікуванням гостей.

Однією з невід'ємних складових діяльності підприємств готельного бізнесу є надання додаткових послуг. Різноманітність, якість і кількість таких послуг залежать від орієнтації готелю на різні категорії клієнтів. Головним критерієм, що визначає набір додаткових послуг, є їхня доцільність у кожній конкретній ситуації. При цьому питання прибутковості таких послуг не є пріоритетним. Більш значущими стають креативні та нестандартні підходи до вирішення завдань, пов'язаних із наданням додаткових послуг.

Досвід свідчить, що важливий вплив на створення й розвиток таких послуг здійснює держава. Це обумовлено тим, що додаткові послуги можуть сприяти вирішенню низки проблем готельно-ресторанного сектора, наприклад, питань, пов'язаних із розвитком міської інфраструктури.

Втім, розвиток додаткових послуг не слід розглядати як самоціль. Їхня роль залишається другорядною і має чітко окреслені межі. Вони покликані лише доповнювати основну пропозицію – надання готельних послуг.

Під час запровадження нової додаткової послуги в закладах готельно-ресторанного господарства важливо налагодити ефективну комунікацію з клієнтом. Це можливо шляхом проведення рекламної кампанії, яка інформує гостей про нові можливості через соціальні мережі, месенджери, а також за допомогою друкованих матеріалів – буклетів, флаєрів, плакатів – та інтерактивних візуальних засобів, розміщених безпосередньо у приміщеннях закладу. Оригінальні стенди або інформаційні екрани дозволяють наочно ознайомити відвідувачів з перевагами нових послуг.

Водночас важливо розуміти, що будь-яка додаткова послуга повинна певною мірою відповідати природним потребам людини, оскільки саме це формує її цінність для споживача.

Одним із популярних напрямів є надання послуг з організації ділових заходів таких як :

- тренінги;
- конференції;
- форуми чи симпозіуми для компаній і працівників.

Обслуговування бізнес-клієнтів, зокрема корпоративних туристів, може забезпечувати до 40–50 % загального прибутку закладу.

Однак реалізація такого формату потребує наявності відповідної інфраструктури – конференц-залів, технічного забезпечення та комфортних умов.

Для готелів, які не мають подібних можливостей, альтернативою є організація святкових подій (весіль, банкетів, ювілеїв тощо), що також може стати важливим джерелом доходу та привабити нових клієнтів.

Процес надання додаткових послуг у готелі охоплює кілька основних етапів:

- організація реклами та поширення інформації про доступні послуги;
- прийом замовлень, їх виконання або контроль за цим процесом, а також доставка замовленого;
- організація розрахунків.

Для забезпечення гостей необхідною інформацією в готелі може функціонувати спеціальне інформаційно-довідкове бюро. Однак у більшості випадків ці завдання виконує персонал, який постійно взаємодіє з гостями, зокрема портьє, консьєржі, працівники сервіс-бюро та посильні. Крім того, кожен співробітник служби прийому та розміщення (СПО), що контактує з гостями, також сприяє виконанню цих функцій. У процес поширення інформації про послуги активно включається не лише усна реклама, але й інші її форми (рис. 1.2).

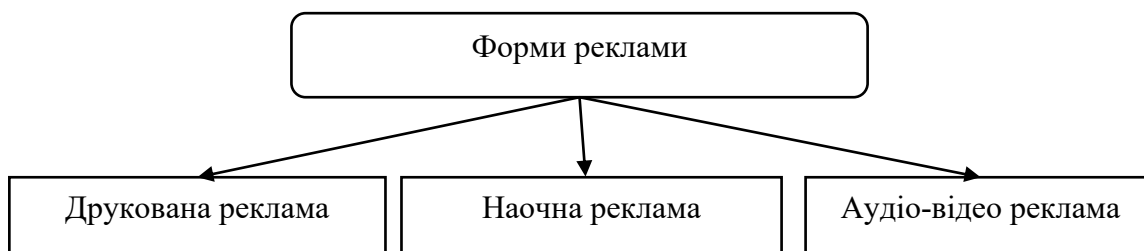


Рис.1.2. Форми реклами ГРК

Друкована реклама включає різноманітні матеріали, такі як листівки, буклети, фолдери, довідники, журнали та каталоги. Їх розміщують у вестибюлях, холах, центрах обслуговування, де вони в яскравій і доступній формі інформують про послуги готелю та його партнерів. У гостьових номерах комплекти друкованої реклами зберігаються у спеціальній теці. Вона може бути виготовлена у вигляді стильного футляру з логотипом готелю або оформлена як рекламний альбом. Усередині передбачено матеріали, такі як рекламний буклет про готель, правила користування послугами, телефонний довідник, інструкції з безпеки, включаючи евакуаційний план, інформацію про графік роботи служб, преїскуранти на послуги, а також атрибути на кшталт фірмового паперу, конвертів, багажних бирок та наклейок.

Наочна реклама зустрічається повсюди: це таблички на столах у вестибюлі та в номерах, афіші, рекламні щити на стінах чи підлозі, вітрини й постери. Значну роль також відіграє так звана «німа довідка» – це покажчики та позначення, які допомагають гостям орієнтуватися в приміщенні. Окрему увагу заслуговує світлова і автоматизована реклама: наприклад, «біжучий рядок» для передачі інформації чи інтерактивні монітори-довідники. Значний інтерес викликає сувенірна реклама. Серед популярних сувенірів – наклейки, ручки, блокноти, запальнички, сірникові коробки та попільнички із символікою готелю. Ці дрібниці залишають приємні спогади про відвідування.

Аудіо-відео реклама використовується як у зонах загального користування, так і в номерах. Інформація транслюється через

внутрішньоготельні радіоканали та телебачення, часто доповнюється приємною музикою для створення сприятливої атмосфери.

Усі вищезазначені форми та типи рекламної продукції, які використовуються безпосередньо в межах готелю, належать до категорії внутрішньої реклами. Вона призначена для інформування гостей, які вже перебувають у готелі, та стимулювання їх до користування додатковими послугами.

Натомість зовнішня реклама охоплює ті елементи, що розташовані поза межами будівлі або на її фасаді. Це можуть бути фірмові вивіски, великі рекламні щити, бігборди, яскраво оформлені фасадні вітрини, динамічне світлове оформлення, а також інноваційні лазерні установки, які привертають увагу потенційних клієнтів.

Рівень ефективності рекламної діяльності безпосередньо впливає на обсяги реалізації готельних послуг. Саме тому великі готельні комплекси нерідко створюють власні рекламні підрозділи – як окремі структурні одиниці або в рамках маркетингового відділу. У деяких випадках до штату готелю входить фахівець – дизайнер або художник з реклами, який відповідає за візуальне оформлення матеріалів (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Організаційна структура ГРК

Однак у більшості випадків готелі воліють співпрацювати з зовнішніми професійними агентствами – рекламними компаніями, видавництвами та іншими спеціалізованими організаціями, що мають відповідні ресурси та досвід у сфері просування послуг.

Якість додаткових послуг і рівень культури їх надання важливо інтегрувати в загальний стандарт сервісу, адже це становить невіддільну частину якості готельного обслуговування загалом.

Успішна організація та надання додаткових послуг залежить від професіоналізму й компетентності працівників. Саме високий рівень кваліфікації персоналу закладу сприяє підвищенню його репутації та престижу.

Розвиток додаткових послуг не лише збільшує вибір для гостей готелю, але й приваблює до готельного закладу мешканців міста.

Таблиця 1.2

Умовна класифікація додаткових послуг у готелі

Група	Характеристика	Приклади послуг
1 група	Сприяють зручному перебуванню гостей	Інформаційне обслуговування, побутові послуги, автосервіс, друкована продукція
2 група	Розширюють знання про місцевість чи країну	Організація екскурсій, культурні зустрічі, перегляд фільмів, участь у святкуваннях
3 група	Підвищують рівень зручності під час проживання	Доставка їжі та напоїв до номеру, косметологічні послуги, додаткове обладнання
4 група	Орієнтовані на індивідуальні побажання клієнтів	Послуги перекладача, екскурсовода, оренда музичних інструментів тощо

Послуги, подані у таблиці 1.2, мають орієнтовний характер, оскільки їхній склад та наповнення можуть змінюватися залежно від типу й категорії готельного закладу. На сьогодні додаткові сервіси набувають дедалі більшої популярності та мають важливе значення для клієнтів, які цінують високий рівень комфорту та індивідуальний підхід.

Отже, варто розуміти, що розвиток додаткових послуг не має стати самоціллю. Їхня функція – допоміжна, і вона повинна мати чітко визначені межі. Такі сервіси виступають доповненням до основної функції готелю – надання базових послуг розміщення та проживання.

За відповідних стартових умов і належної організації, додаткові послуги можуть стати важливим інструментом підвищення ефективності роботи готельного підприємства. Їх розвиток дозволяє не лише урізноманітнити спектр сервісних пропозицій для постояльців, але й залучати до готелю мешканців міста як зовнішніх споживачів окремих послуг.

Проте успішне функціонування цього напрямку є можливим лише за умови гармонійного поєднання внутрішніх і зовнішніх чинників, ефективного використання наявних ресурсів і професійного управління процесом розвитку додаткових сервісів.

Цікаво, що фінансова складова у цьому контексті не завжди є визначальною. Саме в сфері додаткових послуг особливо важливо впроваджувати нестандартні, креативні рішення, що дають можливість готелю зайняти унікальну нішу та виділитися серед конкурентів, навіть за обмеженого бюджету.

У процесі вдосконалення сфери вітчизняного сервісу важливо орієнтуватися на міжнародні стандарти якості та загальноприйняті норми обслуговування, що панують у світовій практиці готельного бізнесу.

Сучасні готелі активно впроваджують інноваційні технології у процес надання послуг, що значно підвищує рівень комфорту для гостей. Одним із прикладів є використання пластикових карток нового покоління, які виконують функції електронного ключа до номера та одночасно містять закодовану

інформацію про клієнта. Ці дані можуть бути внесені ще під час попереднього бронювання.

У провідних американських готелях такі картки дозволяють туристу отримувати широкий спектр послуг безпосередньо через телевізійний екран у номері. Завдяки підключеному до телевізора пристрою, гість може:

- забронювати столик у ресторані;
- обрати їжу та напої з доставкою до номера;
- переглянути баланс витрат під час проживання;
- здійснити бронювання авіаквитків, номерів в інших готелях або автомобіля напрокат.

Для бізнес-туристів готельні номери вже обладнуються мультимедійними пристроями, включаючи комп'ютери, факсимільні апарати та телефони з автоматичним набором. Усі послуги, які замовляються за допомогою кредитної картки, миттєво фіксуються у гостьовому рахунку.

Крім того, послуги зв'язку та система побудки стали частиною автоматизованого електронного сервісу, що забезпечує ще більшу зручність і технологічність обслуговування.

Додаткові послуги становлять важливу частину функціонування будь-якого готельного закладу. Їхній обсяг та рівень якості напряму залежать від попиту з боку споживачів і можуть істотно варіюватися залежно від категорії готелю, типу відвідувачів та умов обслуговування.

Сфера додаткових послуг у готельному бізнесі вирізняється тим, що вимагає креативного підходу до організації та впровадження сервісних рішень. На відміну від базових функцій, ця частина діяльності передбачає застосування нестандартних управлінських методів, що дозволяють не лише розширювати перелік доступних послуг, а й залучати нові групи клієнтів.

Одним із ключових напрямів, що стрімко розвивається, є індустрія ділових подорожей та зустрічей, яка за останні десятиліття перетворилася на окремий сектор економіки. Щорічно на проведення конференцій, форумів, наукових зібрань, навчальних заходів, виставок і корпоративних подій

витрачаються сотні мільярдів доларів. Попит на такі послуги продовжує зростати, що свідчить про постійну розширювану ємність ринку.

У минулому готелі обмежувалися забезпеченням учасників таких подій лише проживанням і харчуванням, у той час як функції організації самих заходів покладалися на спеціалізовані конгрес-центри. Однак у міру зростання вимог з боку учасників ділових заходів, які прагнуть заощаджувати час і ресурси, з'явився попит на проведення подій безпосередньо у місцях розміщення. Це зручно як для гостей, так і для організаторів, оскільки дає можливість отримати комплекс послуг в одному закладі, що знижує витрати та спрощує логістику.

Розвиток додаткових послуг у готельному секторі може здійснюватися не лише в межах самого підприємства, а й за його межами, що підкреслює важливість ролі держави у формуванні сприятливого середовища для функціонування всієї галузі. Вирішення ключових питань, таких як координація діяльності готельних установ або створення необхідної інфраструктури на рівні міста чи регіону, часто вимагає втручання зовнішнього регулятора. У цьому контексті саме держава здатна забезпечити ефективну підтримку й регулювання.

Варто зазначити, що додаткові послуги не повинні розглядатися як основна мета діяльності готелю. Їхня функція – допоміжна: вони виконують роль доповнення до базових сервісів, таких як розміщення та харчування, формуючи більш повний і комфортний гостьовий досвід. Водночас, за умов належної організації та сприятливих стартових обставин, впровадження додаткових послуг може суттєво посилити позиції готельного підприємства. Такі послуги допомагають урізноманітнити перелік пропозицій, зробити готель привабливішим для ширшої аудиторії, включаючи не лише туристів, але й мешканців міста, що можуть скористатися окремими сервісами (наприклад, SPA, рестораном, конференц-залами тощо).

Склад додаткових послуг у готелі не є сталим – він може змінюватися, розширюватися або адаптуватися відповідно до таких чинників, як розміри

закладу, його розташування, цільове призначення, рівень комфорту, а також інші обставини. Найчастіше готелі пропонують своїм відвідувачам послуги у сфері харчування, зокрема роботу ресторану, кафе, бару, фіто-бару чи коктейль-бару. Також поширеними є супутні сервіси, зокрема доступ до продуктових або сувенірних магазинів, торгових автоматів тощо.

Успішний розвиток цього напрямку діяльності можливий лише за умов ефективного поєднання зовнішніх і внутрішніх ресурсів, належного матеріального забезпечення та професійного управління процесом надання послуг. При цьому фінансова складова не завжди є визначальною: у цій сфері часто ключову роль відіграють нестандартні, креативні рішення, які дозволяють готелю виділятися на тлі конкурентів навіть за обмеженого бюджету.

2. АНАЛІТИЧНИЙ РОЗДІЛ

АНАЛІЗ СИСТЕМИ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ ГРК «AVALON PALACE»

2.1. Загальна характеристика діяльності ГРК «Avalon Palace»

ГРК «AVALON PALACE» є приватним підприємством, що засноване у 2015 році. Юридична адреса: м. Тернопіль, вул. С. Бандери, 2. Веб-сайт: <https://avalon.te.ua/>.

Готельно-ресторанний комплекс «AVALON PALACE» зарекомендував себе як готель з найкращим співвідношенням ціни та якості обслуговування. Головною перевагою Avalon Palace є його розташування в самому центрі Тернополя, поруч з історичними будівлями, залізничним вокзалом, адміністративними установами, численними торговими центрами та розважальними комплексами. Центральний стадіон міста знаходиться в п'яти хвилинах ходьби від готелю, а у святкові дні тут організовуються великі фестивалі та загальноміські марші. Друга визначна пам'ятка в межах пішої досяжності від готелю – однойменна пішохідна вулиця Руська. Вулиця Руська є обличчям міста, і візит до Тернополя не буде повним без огляду цієї вулиці.

Кожен куточок AVALON PALACE прикрашений творами мистецтва, створюючи особливу атмосферу. Кожен відвідувач знайде місце на свій смак. У готелі є чотири поверхи, на яких розташовані шістдесят номерів. Гостям пропонуються номери різних класів: стандарт, стандарт плюс, стандарт бізнес, напівлюкс та люкс. Деякі з них обладнані окремою ванною кімнатою з гідромасажною ванною, а також халатами та одноразовим взуттям. Для зручності гостей в окремих номерах передбачена зона відпочинку. Інтер'єр виконаний у вишуканому класичному стилі. У всіх номерах є кондиціонери, телевізори із супутниковим телебаченням і міні-бари. Гостям доступні варіанти з одним двоспальним або двома окремими ліжками. Компактні ванні кімнати

оснащені сучасною сантехнікою та необхідними банними приладдям. Для додаткового комфорту в номерах є телевізор з кабельними каналами, безкоштовні туалетно-косметичні засоби та фен. Стійка реєстрації працює цілодобово.



Рис. 2.1. Номер «стандарт плюс» ГПК «AVALON PALACE»

Ресторан «Avalon Palace» є ідеальним місцем для зустрічей після важкого робочого дня, ділових переговорів або просто для приємного відпочинку. Гостей тут зустрічає привітний персонал, спокійна атмосфера, смачні страви, вишукане вино та лаунж-музика, які створять чудовий настрій для всіх гостей.



Рис. 2.2. Конференц-зал ГПК «AVALON PALACE»

SPA-комплекс готелю «Avalon Palace» поєднує в собі розважальний та оздоровчий відпочинок, забезпечуючи приємну атмосферу як для дорослих, так і для дітей. На території SPA-центру ви знайдете фіто-бар з різноманітними соками-фреш, розслаблюючими чаями та тонізуючими коктейлями.

SPA-центр пропонує великий вибір саун і банних кімнат для відпочинку:

- турецький хамам;
- фінська сауна;
- римська парна.

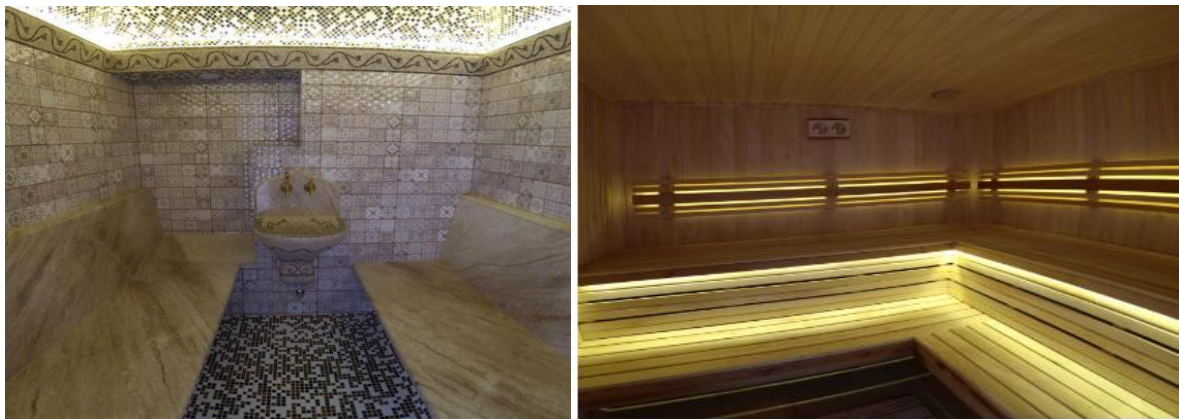


Рис. 2.3. SPA-комплекс готелю «Avalon Palace»: турецький хамам, фінська сауна

Ефективність роботи готельно-туристичного підприємства значною мірою залежить від його організаційної структури, управління персоналом, принципів побудови та постійного вдосконалення.

2.2. Оцінка фінансово-економічного становища ГРК «Avalon Palace»

Для вивчення особливостей формування фінансових ресурсів проведемо аналіз джерел формування активів готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace». При дослідженні джерел фінансових ресурсів слід зазначити, що вони

складаються з власного капіталу та поточних зобов'язань досліджуваного підприємства (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Зміна показників фінансових ресурсів ГРК «Avalon Palace»
за 2023-2024 роки**

Показники	Роки		Відхилення (+;-)	
	2023	2024	+/-	%
Статутний капітал, тис. грн.	5060	5060	0	0,00
Додатковий капітал, тис. грн.	25406	24906	-120	-0,20
Резервний капітал, тис. грн.	991	991	0	0,00
Нерозподілений прибуток (некритий збиток), тис. грн.	13095	9048	-4050	-31,65
Разом за розділом I	44574	41213	-5061	-9,68
Кредиторська заборгованість за товари, роботи та послуги	160	296	144	95,1
Поточні зобов'язання за розрахунками:				
- з отриманих авансів	4	1	-3	-68,67
- з бюджетом	64	39	-27	-38,68
- зі страхування	98	100	1	3,06
- з оплати праці	196	250	20	11,32
- з учасниками	559	0	-559	-101,00
Інші поточні зобов'язання	2	3	2	102,00
Разом за розділом II	1068	650	-431	-38,39
Баланс	45454	38862	-4683	-10,31

При аналізі джерел фінансових ресурсів підприємства слід зазначити, що показник знизився на 4683 тис. грн., що становить 11,32%. Якщо в базовому

періоді його значення дорівнювало 45454 тис. грн., то в звітному році воно зменшилося до 38862 тис. грн.

У структурі джерел фінансових ресурсів значну частку займає власний капітал досліджуваного підприємства, що свідчить про його високу автономність. Однак розмір власного капіталу зменшився на 5061 тис. грн., а темп зниження склав 9,68%. У базовому періоді цей показник становив 44574 тис. грн., а в звітному знизився до 41213 тис. грн. (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Стан і структура власного капіталу ГРК «Avalon Palace» у 2023-2024 рр.

Показники	2023	2024	2023	2024
	тис. грн.		%	
Статутний капітал	5060	5060	11,63	12,86
Додатковий капітал	2540	2490	57,64	62,54
Резервний капітал	991	991	3,05	3,27
Нерозподілений прибуток	13095	9048	28,38	21,32
Загальна сума власного капіталу	45454	38862	100	100

У структурі власного капіталу необхідно відмітити наявність статутного та резервного капіталу, розмір яких залишається на стабільними, зокрема статутний капітал становив 5060 тис. грн., як у базовому так і у звітному періодах. Сформований резервний капітал для покриття майбутніх витрат становить 991 тис. грн. як у попередньому так і у звітному періодах.

Зниження обсягу власного капіталу відбулося за рахунок зниження іншого додаткового капіталу та нерозподіленого прибутку, зокрема показник іншого додаткового капіталу знижується на 120 тис. грн. або на 0,20%, зокрема у базовому періоді значення показника становило 25039 тис. грн., а у звітному періоді показник становив 24906 тис. грн.

За рахунок значної збитковості підприємства знижується обсяг нерозподіленого прибутку підприємства на 4050 тис. грн. або на 31,65%, зокрема у базовому періоді значення показника становило 13095 тис.грн., а у звітному періоді показник знижується до рівня 9048 тис.грн.

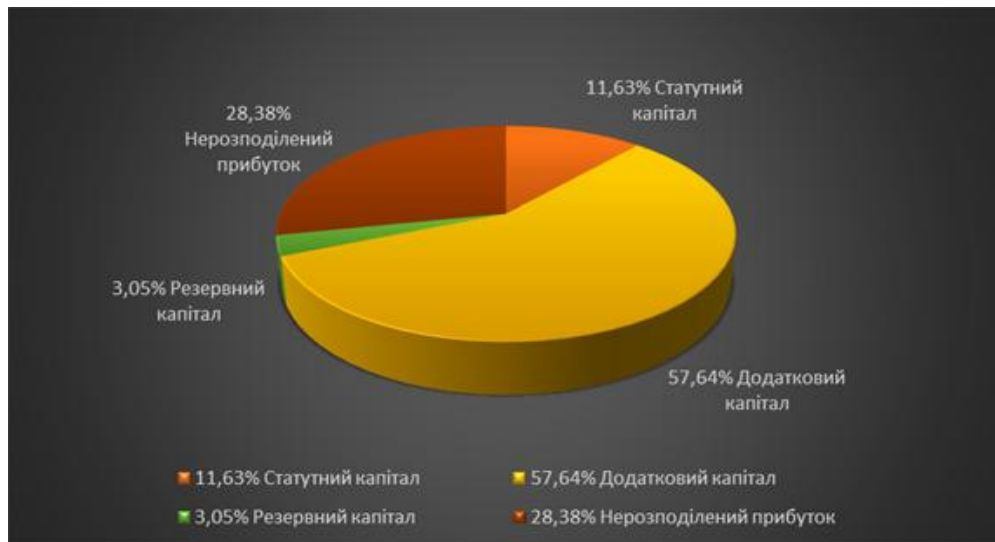


Рис. 2.4. Структура свласного капіталу ГРК «Avalon Palace» за 2023-2024 рр.

Окрім власного капіталу, слід зазначити, що поточні зобов'язання підприємства зменшуються. Зокрема, у базовому періоді їх розмір становив 1048 тис. грн, а на даний момент знизився до 648 тис. грн (таблиця 2.3).

У структурі поточних зобов'язань слід зазначити наявність кредиторської заборгованості за товари, роботи та послуги, яка зменшується: якщо в базовому періоді цей показник становив 160 тис. грн., то в звітному році він знизився до 296 тис. грн. У структурі поточних зобов'язань за розрахунками спостерігаються такі тенденції:

- зменшення поточних зобов'язань за отриманими авансами: у базовому періоді цей показник становив 4 тис. грн., а в звітному – 1 тис. грн.;
- зменшення поточних зобов'язань перед бюджетом: у базовому періоді показник становив 64 тис. грн., а в звітному – 39 тис. грн.;
- зростання поточних зобов'язань зі страхування: в базовому періоді цей

показник становив 98 тис. грн., а в звітному – 100 тис. грн.

- збільшення поточних зобов'язань з оплати праці: у базовому періоді цей показник становив 196 тис. грн., а в звітному періоді зріс до 250 тис. грн.

Таблиця 2.3

**Стан та структура поточних зобов'язань ГРК «Avalon Palace»
за період 2023-2024 рр.**

Показники	2023	2024	2023	2024
	тис. грн.		%	
Заборгованість перед постачальниками за товари, роботи та послуги	160	296	15,31	46,37
Поточні зобов'язання за розрахунками:				
- отримані аванси	4	1	0,29	0,14
- з бюджетом	64	39	6,89	7,88
- з страхування	98	100	8,07	16,28
- з оплати праці	196	250	19,16	34,03
- з учасниками	559	0	56,20	0,00
Інші поточні зобов'язання	2	3	0,11	0,32
Загальна сума поточних зобов'язань	1068	650	100	100

Структуру поточних зобов'язань можна побачити на рисунку 2.5.

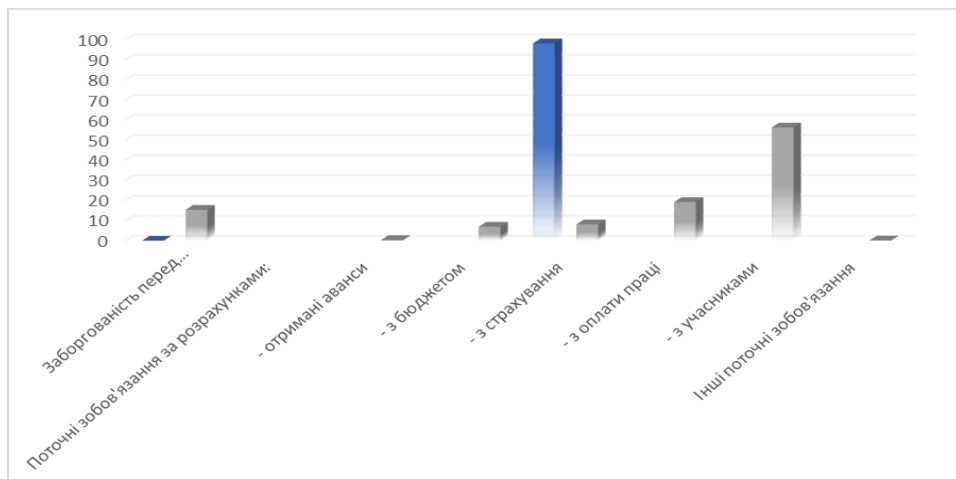


Рис. 2.5. Структура поточних зобов'язань ГРК «Avalon Palace» за 2023-2024 рр.

У структурі поточних зобов'язань у базовому періоді найбільшу частку займали зобов'язання за розрахунками з учасниками, які становили 56,20%, тоді як у звітному періоді цей показник знизився до 0%. Протягом аналізованого періоду спостерігався зріст питомої ваги кредиторської заборгованості за товари, роботи та послуги: у базовому періоді цей показник становив 15,31%, а у звітному році зріс до 46,37%.

Також у структурі поточних зобов'язань відбулися зміни в зобов'язаннях за розрахунками зі страхування, де питома вага зросла з 8,07% до 16,28%. Крім того, спостерігається збільшення питомої ваги зобов'язань з оплати праці: з 19,16% у базовому році до 34,04% у звітному році.

2.3. Особливості реалізації та динаміка додаткових послуг у складі сервісу ГРК «Avalon Palace»

Комплексний підхід до оцінки якості послуг у закладах індустрії гостинності вимагає класифікації цих послуг на кілька категорій: інформаційні послуги, транспортні перевезення, розміщення, харчування, культурно-масові заходи, фізкультурно-оздоровчі послуги та інші додаткові послуги. Якість цих послуг залишає у клієнта найяскравіші враження.

З кожним роком у ГРК «Avalon Palace» спостерігається активне розширення спектра послуг. Адміністрація орієнтується на зростаючі потреби клієнтів, зокрема впроваджує інноваційні рішення – такі як електронне бронювання послуг, сучасні інформаційні панелі, мобільні додатки тощо.

Спостерігається тенденція до персоналізації сервісу, з акцентом на індивідуальний підхід до кожного гостя, що значно підвищує рівень лояльності та повторних візитів.

Завдяки такій стратегії ГРК«Avalon Palace» не лише зберігає стабільний попит, а й підвищує свою конкурентоспроможність серед готелів Західної України (рис. 2.6).

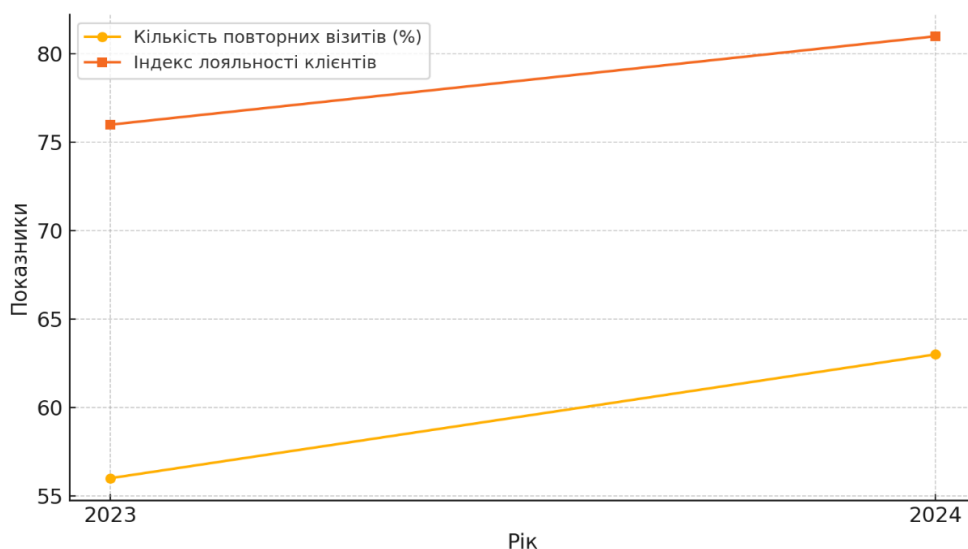


Рис. 2.6. Динаміка показників лояльності у ГРК «Avalon Palace» за 2023-2024 рр.

Рисунок демонструє зміни в ключових показниках клієнтської лояльності у готельно-ресторанному комплексі «Avalon Palace» протягом 2023-2024 років. Графік включає дві змінні: частку повторних візитів та індекс лояльності клієнтів.

Зі зростанням обох показників можна зробити такі висновки:

– кількість повторних візитів збільшилася з 56% у 2023 році до 63% у 2024 році. Це свідчить про те, що все більше гостей повертаються до готелю повторно, що є одним із головних маркерів задоволеності послугами;

– індекс лояльності клієнтів зріс з 76 до 81, що вказує на зміцнення емоційного зв'язку між гостем і брендом готелю, підвищення довіри та позитивного ставлення до сервісу.

Таким чином, графік підтверджує ефективність стратегії персоналізації сервісу, впровадженої в «Avalon Palace». Поступове зростання обох метрик засвідчує, що готель не лише зберігає лояльних клієнтів, а й активно покращує їхній досвід, що позитивно впливає на загальну конкурентоспроможність комплексу.

Слід зазначити, що в процесі виробничо-експлуатаційної діяльності ГРК «Avalon Palace» не лише реалізує, а й безпосередньо надає широкий спектр послуг, що в умовах конкурентного середовища формує ринкову пропозицію, орієнтовану на потреби споживачів. Такий підхід дозволяє ефективно задовольняти попит туристів, гостей і відвідувачів, водночас забезпечуючи прибутковість діяльності підприємства.

Готельні послуги належать до нематеріальної сфери, де кожен тип сервісу (проживання, харчування, додаткові опції) існує окремо. Проте саме поєднання цих елементів у рамках комплексного обслуговування, яке реалізується у «Avalon Palace», створює унікальний продукт – послуги гостинності, що мають свої специфічні риси та формують загальне враження клієнта про заклад.

До переліку найбільш значущих додаткових послуг, що надаються у готельно-ресторанному комплексі «Avalon Palace», належать:

1. Сприяння у бронюванні квитків на культурно-дозвіллі заходи, які відбуваються як у місті, так і в межах регіону. Серед них – театральні вистави, кіносеанси, концертні програми, презентації, святкові події та екскурсійні тури. Для ознайомлення з переліком зазначених послуг гостям пропонуються інформаційні буклети, у яких представлено короткий опис кожної з пропозицій. Замовлення обраної послуги здійснюється шляхом звернення до адміністратора закладу, зокрема телефонним дзвінком.

2. Організація виклику таксі через місцеву службу таксомоторних перевезень. Клієнт має можливість звернутися безпосередньо до відповідної

служби за номером телефону, вказаним у буклеті, або скористатися допомогою адміністратора готелю, який забезпечує замовлення транспортного засобу на визначений час.

3. Послуга бронювання через адміністратора є платною, а отримані квитки можуть бути передані гостеві у визначеному місці відповідно до домовленості.

4. Надання послуг із догляду за особистими речами: до них належать прання одягу, термінова хімчистка, прасування, а також дрібний ремонт речей. У кожному номері передбачено наявність спеціального бланка для оформлення замовлення на прання або хімчистку. Додаткова інформація щодо переліку послуг, часу та місця здачі одягу міститься в рекламних матеріалах готелю. За запитом можливе надання додаткового обладнання: праски, засобів для виведення плям, пакувальних матеріалів, а також забезпечення хімчистки за межами комплексу.

5. Забезпечення збереження особистих речей і цінностей гостей: у номерах готелю встановлені сейфи, що дозволяє клієнтам самостійно зберігати цінні речі. Крім того, у закладі функціонує камера схову, де можна розмістити речі як на короткотривалий, так і на довготривалий період, що особливо зручно для гостей, які залишають готель на певний час.

6. Послуга доставки страв і напоїв у номер: готельно-ресторанний комплекс пропонує сервіс доставки як із власного ресторану, так і, за потреби, з інших ресторанів міста Тернопіль. У кожному номері представлено меню з можливістю замовлення страв та напоїв. Гість обирає необхідні позиції, вказує бажаний час та номер кімнати для здійснення доставки, яка виконується офіціантом. У разі замовлення послуги обслуговування в номері, підготовка і подача їжі відбувається з урахуванням індивідуальних побажань клієнта.

7. Організація поточного ремонту технічних засобів. У готелі передбачена можливість замовлення послуг із ремонту побутової та електронної техніки, зокрема годинників, фототехніки, радіоапаратури тощо. Оформлення замовлення здійснюється шляхом телефонного звернення або

надсилання відповідного запиту на електронну пошту готельно-ресторанного комплексу. Після обробки звернення адміністрація зв'язується з клієнтом для уточнення деталей, пов'язаних із характером поломки, строками виконання робіт та іншими організаційними питаннями.

8. Замовлення послуг сфери краси та здоров'я. Гості мають можливість викликати до готелю фахівців з масажу, манікюру, перукарських послуг тощо. Інформація про партнерські салони краси, клініки та окремих майстрів подана в інформаційних буклетах, розміщених у номерах готелю. Замовлення може бути здійснено як безпосередньо через контактні дані, вказані в буклеті, так і за посередництва адміністратора закладу. У разі замовлення таких послуг через адміністрацію готелю, вартість обслуговування є додатково оплачуваною.

Обсяг реалізації додаткових послуг, а також порядок та вартість їх оплати залежать від виду послуг, умов надання, рівня сервісу та тривалості обслуговування. Такий підхід дозволяє задовольнити індивідуальні потреби клієнтів і підвищує конкурентоспроможність готельно-ресторанного комплексу на ринку туристичних послуг.

Таблиця 2.4

**Стан та динаміка реалізації додаткових послуг у ГРК «Avalon Palace»
у 2023-2024 роках**

Показник	тис.грн		
	2023 р.	2024 р.	Відхилення 2024/2023
Бронювання квитків	5,4	6,1	-0,7
Замовлення послуг таксі через міську службу	4,2	4,8	-0,6
Прання, хімчистка, прасування, ремонт особистих речей	26,7	30,3	-3,6
Збереження речей та цінностей	9,1	10,0	-0,9
Доставка страв та напоїв	148,2	157,5	-9,3
Поточний ремонт техніки (обладнання, годинників, фото-, радіоапаратури)	119,4	126,7	-7,3
Послуги масажиста, манікюру, перукаря	88,6	93,1	-4,5
Усього	401,6	428,5	-26,9

На основі проведеного аналізу встановлено, що у 2024 році обсяги реалізації всіх видів додаткових послуг у готельно-ресторанному комплексі зросли порівняно з 2023 роком. Найпомітніше збільшення зафіксовано щодо доставки страв і напоїв – приріст склав 9,3 тис. грн, що свідчить про зростання попиту на цю послугу серед відвідувачів закладу. Крім того, позитивна динаміка спостерігається у сфері надання побутових послуг та поточного ремонту техніки.

Загальне зростання доходів від додаткових сервісів на 26,9 тис. грн, що становить 6,7 % у порівнянні з попереднім роком, свідчить про ефективність їх впровадження та адаптацію до потреб клієнтів. Це підтверджує вагомість додаткових послуг як одного з чинників підвищення конкурентоспроможності комплексу.

Згідно з даними таблиці 2.4, простежується чітка тенденція до розширення обсягів реалізації додаткових послуг у період 2023-2024 років. Якщо у 2023 році загальний обсяг становив 401,6 тис. грн, то у 2024 році він зріс до 428,5 тис. грн, що демонструє стабільне зростання зацікавленості споживачів у відповідних сервісах.

Структурний аналіз показує, що найбільшу частку додаткових послуг традиційно займає доставка страв і напоїв, що пояснюється її зручністю та відповідністю очікуванням гостей. У 2023 році ця категорія охоплювала 36,9 % від загального обсягу, а у 2024 році – 36,8 %, що свідчить про сталий попит. Значну частку також формують послуги з ремонту техніки (29,7 % у 2023 році та 29,6 % у 2024 році) і персональні послуги (масаж, манікюр, перукарські послуги) – відповідно 22,1 % і 21,7 %.

Інші категорії, включаючи хімчистку, замовлення таксі та бронювання квитків, залишаються менш прибутковими, однак стабільними у структурі наданих послуг.

Такий розподіл свідчить про чітко сформовані споживчі пріоритети та вказує на доцільність подальшого розвитку найбільш популярних напрямів сервісного обслуговування.

Упродовж 2023-2024 років провідну позицію у структурі додаткових послуг готелю займали сервіси з доставки страв і напоїв як із ресторану закладу, так і з інших точок харчування. У 2023 році частка цього виду послуг склала 36,9%, а в 2024 році – 36,8%, що свідчить про стабільну популярність такого сервісу серед клієнтів готелю (табл. 2.5).

За результатами аналізу, основну частку в загальному обсязі додаткових послуг у 2023-2024 роках становлять послуги з поточного ремонту техніки та доставки страв і напоїв. Зокрема, у 2024 році спостерігається зростання питомої ваги доставки на 2,12 відсоткових пункти, що вказує на підвищення попиту на цю послугу серед гостей. Водночас відбулося незначне зменшення частки послуг у категоріях масаж, манікюр, перукарські послуги (на 0,40 відсоткових пункти) та інші (на 2,26 пункти), що, ймовірно, пов'язано з перерозподілом попиту на користь більш актуальних сервісів.

Таблиця 2.5

**Аналіз питомої ваги реалізації додаткових послуг у ГРК «Avalon Palace» у
2023-2024 роках**

Показник	2023 р.	2024 р.	Відхилення (+;-)
Бронювання квитків	0	0	0
Замовлення послуг таксі	1,85	1,9	-0,05
Прання, хімчистка, прасування	0	0,52	-0,52
Збереження речей і цінностей	2,37	2,44	-0,07
Доставка страв і напоїв	27,25	29,37	-2,12
Поточний ремонт техніки	29,7	29,6	-0,1
Масаж, манікюр, перукар	22,1	21,7	-0,4
Інше	16,73	14,47	-2,26

Варто також відзначити появу у 2024 році нової послуги – прання, хімчистка та прасування, яка не надавалася у 2023 році, проте вже сформувала частку 0,52 % від загального обсягу. Це свідчить про розширення спектра запропонованих сервісів і прагнення закладу відповідати змінним потребам клієнтів.

Стабільною залишається відсутність попиту на послугу з бронювання квитків, що може бути зумовлено як низькою актуальністю для відвідувачів, так і недостатнім інформуванням щодо її наявності.

Загалом структура додаткових послуг демонструє відносну сталість із незначними змінами у питомій вазі. Збільшення частки найбільш затребуваних сервісів, таких як доставка і технічне обслуговування, свідчить про позитивну динаміку розвитку комплексу та його здатність адаптуватися до змін споживчих пріоритетів.

Під час аналізу економічної ефективності надання додаткових послуг у готелі ГРК «Avalon Palace» доцільно розглянути обсяг чистого прибутку, отриманого саме від реалізації цих послуг, а також визначити рівень їх рентабельності. Узагальнені результати подано у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Аналіз рентабельності надання додаткових послуг у ГРК «Avalon Palace» у 2023-2024 роках

Показник	2023	2024	Відхилення (+;-)	Відхилення, %
Обсяг додаткових послуг, тис. грн	401,6	428,5	-26,9	-6,7%
Чистий прибуток від надання додаткових послуг, тис. грн	52,3	57,8	-5,5	-10,5%
Рентабельність реалізації додаткових послуг, %	13,03%	13,50%	-0,47	-3,6%

Аналіз даних свідчить, що у 2024 році обсяг реалізованих додаткових послуг у ГРК «Avalon Palace» збільшився на 26,9 тис. грн у порівнянні з 2023 роком, що становить зростання на 6,7%. Це є показником зростаючого попиту на додаткові сервіси серед гостей комплексу.

Позитивну динаміку демонструє також чистий прибуток від надання додаткових послуг, який у 2024 році становив 57,8 тис. грн, що на 5,5 тис. грн або на 10,5% більше, ніж у попередньому періоді. Такий приріст підтверджує підвищення ефективності використання ресурсів і прибутковість додаткових напрямів діяльності.

Крім того, рівень рентабельності реалізації додаткових послуг зріс із 13,03% у 2023 році до 13,50% у 2024 році, що становить покращення на 0,47 відсоткових пункти (або на 3,6%). Це вказує на оптимізацію витрат та зростання фінансової ефективності у сфері додаткових послуг.

Отже, за підсумками аналізу можна стверджувати, що ГРК «Avalon Palace» демонструє позитивну тенденцію в розвитку додаткових сервісів, що має прямий вплив на підвищення його загальної фінансової стабільності та конкурентоспроможності на ринку.

3. РЕКОМЕНДАЦІЙНО-РОЗРАХУНКОВИЙ РОЗДІЛ

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

3.1. Способи поліпшення якості надання послуг – умова збільшення прибутковості готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace»

Для покращення сервісу в готельно-ресторанному комплексі «Avalon Palace» слід вирішити питання якості надання послуг, зокрема постійно вдосконалювати існуючі пропозиції.

У сфері готельних послуг ключову роль відіграє якість. Якість послуг визначається їх відповідністю очікуванням або встановленим стандартам. Отже, стандарти, їх реальна форма та зміст слугують критерієм оцінки якості обслуговування в готелі. Для споживача критерієм оцінки якості наданих послуг є рівень задоволення, тобто відповідність між отриманим і очікуваним. Ступінь задоволення клієнта також визначається його бажанням повернутися до готелю та порадити його друзям і знайомим.

Без належного обслуговування готель не зможе досягти своїх основних цілей. Історія розвитку різних готельних корпорацій зазвичай засвідчує, що прибуток є наслідком високої якості.

Готель має завдання забезпечити та підтримувати якість обслуговування на належному рівні, своєчасно усувати недоліки у наданні послуг та розробляти стратегії для вдосконалення обслуговування.

Дослідження свідчать, що основною причиною повторного звернення клієнтів до готелю є якість обслуговування. Перший візит гостя може бути спровокований привабливою рекламою або розкішним інтер'єром, але повторний візит можливий лише завдяки професіоналізму персоналу та високому рівню обслуговування, отриманого під час попереднього перебування.

Якість обслуговування має найбільший вплив на життєздатність готелів. Успішне надання якісних послуг є основним джерелом їхнього існування. Проблема якості надання готельних послуг у готельно-ресторанному комплексі «Avalon Palace» є надзвичайно актуальною в умовах ринкової економіки, оскільки нехтування забезпечення якості може призвести до банкрутства готелю.

Будь-які інвестиції в модернізацію досліджуваного готелю будуть виправдані лише за умови, що готель надаватиме якісні послуги, які користуються попитом у споживачів. Приклади з передових країн свідчать, що вирішення проблеми якості послуг повинно стати основною метою готелю, охоплюючи всі аспекти діяльності та вимагати навчання і професійної підготовки всього персоналу.

Віднедавна в багатьох готелях світу спостерігається значний зріст попиту на фахівців з управління якістю надання послуг.

Для забезпечення ефективної якості та конкурентоспроможності послуг у готельно-ресторанному комплексі «Avalon Palace» важливою проблемою є управління проектуванням і контролем їх якості. При цьому важливу роль відіграє не лише виявлення внутрішніх причин, але й вивчення потреб клієнтів та способів їх задоволення.

Готельно-ресторанний комплекс «Avalon Palace» має не лише виявити внутрішні чинники, що впливають на якість послуг, але й дослідити всі запити та потреби своїх клієнтів. Це передбачає створення та впровадження методів і технологій, які забезпечать максимальне задоволення цих потреб. Ефективне управління якістю наданих послуг є ключовим чинником для підвищення рівня обслуговування клієнтів, прибутковості готелю та забезпечення його економічної стабільності.

На якість обслуговування в готельно-ресторанному комплексі «Avalon Palace» вплине активізація наступних факторів:

1. Стан матеріально-технічної бази, зокрема: зручне планування та якісне облаштування приміщень готелю, оснащення громадських зон і

житлових номерів комфортними меблями та обладнанням, наявність повних комплектів високоякісної білизни, сучасне та продуктивне кухонне обладнання, зручні ліфти тощо.

2. Прогресивні технології обслуговування визначають порядок і методи прибирання громадських приміщень та житлових номерів, а також процеси реєстрації та розрахунку з клієнтами тощо.

3. Високий рівень професіоналізму та компетентності обслуговуючого персоналу, його здатність і готовність швидко, чітко та ввічливо обслуговувати гостей.

4. Управління якістю обслуговування передбачає розробку та впровадження стандартів якості, навчання персоналу, контроль, коригування та вдосконалення обслуговування на всіх етапах роботи готелю. Це є ключовим фактором якості обслуговування в сучасних готелях.

Крім того, для готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace» важливо досягти балансу між критеріями «ціна/якість» готельних послуг, оскільки, на нашу думку, ціни на деякі послуги є дещо завищеними.

Оптимальне співвідношення між критерієм «ціна/якість» готельних послуг є ключовим фактором для формування позитивного іміджу та підвищення конкурентоспроможності готелю на ринку. Це підкреслює необхідність перегляду основ управління якістю проектування, враховуючи передовий світовий досвід.

Сучасний готельний бізнес також вимагає досягнення найвищих стандартів обслуговування, що відповідають потребам і бажанням клієнтів. Тому готельно-ресторанному комплексу «Avalon Palace» слід створити умови для не лише якісного, а й ефективного обслуговування, яке задовольнить кожного гостя, незалежно від обраних послуг.

Ще однією новацією, яку доцільно впровадити готельно-ресторанний комплекс «Avalon Palace» у найближчому майбутньому – це формування пакету готельних послуг. Цей пакет включатиме різноманітні пропозиції,

об'єднані під єдиною ціною. Чим більше різноманіття в пропозиціях, тим вища їхня цінність. Пакетування послуг ефективно вирішує два основних завдання.

По-перше, керівництво готелів має можливість знизити ціни на окремі послуги, компенсуючи це зниження збільшенням обсягу продажів, оскільки частина послуг пропонується за нижчою ціною в комплекті з основною послугою.

По-друге, комплексний підхід, що полягає у поєднанні різних видів послуг за єдиною ціною (пакетування), дозволяє активніше просувати на ринку нові, ще не відомі споживачам послуги.

Продаж послуг у пакетах разом із активною рекламною кампанією формуватиме привабливий імідж готельно-ресторанного комплексу та підвищуватиме конкурентоспроможність його пропозицій.

Хоча ринок готельних послуг є більш консервативним у порівнянні з ринком товарів, швидкі зміни технологій і споживчих запитів змушують будь-який готель не покладатися виключно на свої традиційні послуги.

Розробка нових послуг є складним і творчим процесом, що потребує значних матеріальних та інтелектуальних ресурсів.

Готельна послуга може бути новою в таких аспектах:

- у контексті задоволення нової потреби

- для нового споживача;

- у порівнянні з існуючою послугою;

- на новому ринку.

При цьому немає жодних гарантій їх комерційного успіху, навіть за умови проведення професійних досліджень і розробок. Важливим аспектом формування стратегії готелю є створення спеціалізованих готельних послуг. Це дозволяє задовольняти специфічні потреби як індивідуальних, так і групових або корпоративних клієнтів.

В рамках проведеного аналізу удосконалення сервісної політики готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace» пропонуємо до впровадження двох інноваційних проєктів, орієнтованих на диверсифікацію додаткових послуг як готельного, так і ресторанного напрямів.

Перший проєкт передбачає створення служби корпоративного таксі під брендом «Avalon», яка буде складатися з автопарку з шести транспортних засобів. Основними напрямами діяльності цієї служби є:

- перевезення клієнтів, що потребують трансферу;
- обслуговування гостей комплексу;
- доставка замовлень з ресторану «Avalon Palace», а також співпраця з іншими закладами харчування м. Тернополя.

Другий проєкт полягає у формуванні кейтерингової служби в межах підприємства. На відміну від наявних форм обслуговування, ця служба буде спеціалізуватися виключно на виїзному обслуговуванні, що дасть змогу охопити новий сегмент споживачів.

Організаційна модель реалізації зазначених проєктів базуватиметься на єдиному управлінському апараті. Управління буде здійснюватися через посаду проєктного менеджера, який координуватиме функціонування обох напрямів. Такий підхід передбачає тісну взаємодію між працівниками обох служб, що сприятиме якісному виконанню запланованих заходів.

У підсумку, реалізація даних ініціатив дозволить підвищити конкурентоспроможність ГРК «Avalon Palace» та забезпечити нові джерела доходу за рахунок розширення спектру послуг.

У рамках реалізації ініціативи щодо розширення спектру додаткових послуг на базі готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace» доцільно

дотримуватись базових принципів сучасного проєктного менеджменту, що дозволить підвищити результативність впровадження та якість управлінських рішень. Серед основних положень слід виокремити:

- орієнтація на обмежені часові ресурси та унікальність проєкту: кожен проєкт має чітко визначений часовий горизонт реалізації та не повинен дублювати інші ініціативи;

- фокус на цільову аудиторію: доцільно сконцентрувати зусилля на обслуговуванні споживачів, які мають найвищий потенціал до формування постійної клієнтської бази;

- розробка проєктного плану з чіткими метриками та орієнтирами: планування має передбачати деталізований бюджет, цілі, ключові показники ефективності, що дозволить досягти прозорості, адаптивності та високої відповідальності на всіх етапах реалізації;

- аналіз конкурентного середовища та ринкових обмежень: будь-яка ініціатива матиме конкурентів, тому потрібне впровадження дієвих маркетингових підходів і гнучкої стратегії позиціонування.

Успіх реалізації також залежить від мотивації персоналу. Команду слід згуртувати навколо чітко сформульованих цілей, забезпечити її професійне зростання та налаштувати на досягнення високих стандартів обслуговування. Необхідно стимулювати постійне вдосконалення та навчання, а також вчасно проводити аналіз і корекцію помилок, зокрема відокремлюючи зони відповідальності кожного проєкту, що дозволяє уникати дублювання та змішування результатів.

Не менш важливим є фінансовий аспект: проєкт повинен мати стабільне джерело фінансування, що може залежати як від внутрішніх резервів, так і від зовнішніх інвесторів чи кредиторів.

Загалом, ефективна реалізація проєктних ініціатив вимагає створення чіткої системи управління, формування центрів відповідальності та налагодження постійного контролю на всіх етапах впровадження. Дотримання

вищезазначених принципів дасть змогу забезпечити високу якість сервісу, стійкий розвиток і підвищення рентабельності ГРК «Avalon Palace».

Передусім при формуванні загального бюджету проєкту необхідно визначити витрати на оплату праці персоналу, залученого до його реалізації, а також передбачити відповідні нарахування та обов’язкові відрахування.

Інформацію щодо кількісного складу персоналу та розміру витрат на оплату праці подано у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Структура кадрового забезпечення реалізації проєктів з розширення спектру додаткових послуг у ГРК «Avalon Palace»

Працівник	Кількість, осіб	Оплата праці на 1 / міс., грн	Відрахування / міс., грн	Фонд за місяць, грн	Фонд за рік, грн
Керівник проєктного впровадження	1	30 000	6 900	36 900	442 800
Спеціалісти з організаційного супроводу	2	22 000	5 060	54 120	649 440
Оператори інформаційно-диспетчерської служби	2	20 000	4 600	49 200	590 400
Персонал транспортного забезпечення служби «Avalon»	12	20 000	4 600	295 200	3 542 400
Кулінарний персонал виїзного обслуговування(кухарі)	4	17 000	3 910	83 640	1 003 680
Обслуговуючий персонал з обслуговування на виїзді (офіціанти)	4	15 000	3 450	73 800	885 600
Фахівці з візуального оформлення сервісного простору	2	15 000	3 450	36 900	442 800
Всього	27				7 557 120

У рамках проєкту передбачено залучення 27 працівників. Загальний річний фонд оплати праці становить 7 557,12 тис. грн. Найбільшу частку витрат становить оплата праці персоналу транспортного забезпечення служби «Avalon» – 3 542,4 тис. грн, що зумовлено як кількістю працівників (12 осіб), так і рівнем щомісячної оплати.

Суттєві витрати також припадають на кулінарний персонал виїзного обслуговування (кухарів) – 1 003,68 тис. грн та обслуговуючий персонал (офіціантів) – 885,6 тис. грн, які забезпечують організацію харчування та сервісу під час виїзних заходів.

Наступним етапом є розрахунок витрат на придбання основних засобів, необхідних для забезпечення роботи служби таксі та організації кейтерингового обслуговування. Узагальнені дані представлено у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Фінансові витрати на придбання транспорту та обладнання

Найменування	Кількість, од.	Орієнтовна вартість од., грн	Загальна вартість, грн
<i>Проект з надання індивідуальних транспортних послуг «Avalon Palace»</i>			
Автомобілі «Toyota Corolla»	6	290 000	1 740 000
<i>Проект виїзного ресторанного обслуговування (кейтеринг)</i>			
Спеціалізоване кухонне різальне обладнання	12	1 200	14 400
Базовий комплект професійного кухонного оснащення	10	12 000	120 000
Комплект інвентарю для сервірування та подачі страв	10	9 500	95 000
Спецодяг персоналу виїзного обслуговування (кухарі і офіціанти)	8	1 800	14 400
Усього:			1 983 800

Загальний обсяг витрат на придбання основних засобів, необхідних для запуску та функціонування підрозділ з надання індивідуальних транспортних послуг «Avalon Palace» та кейтерингового обслуговування, становить орієнтовно 1 983,8 тис. грн. Найбільшу частку витрат складає закупівля транспортних засобів для таксопарку – 1 740 тис. грн, що пов’язано з високою вартістю автомобілів. Для забезпечення діяльності кейтерингового підрозділу передбачається закупівля обладнання на загальну суму 243,8 тис. грн, зокрема кухонного приладдя, інвентарю для сервірування та фірмового одягу персоналу.

Відповідно до лінійного методу, амортизація обладнання розподіляється рівномірно на період у 4 роки, що відображено в таблиці 3.3.

Таблиці 3.3

Нарахування амортизації в процесі реалізації проектів

Показник	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	Термін корисного використання
Легкові автомобілі	290 000	290 000	290 000	290 000	6 років
Спеціалізоване обладнання для надання кейтерингових послуг	49 700	49 700	49 700	49 700	4 роки
Загальна амортизація	339 700	339 700	339 700	339 700	

Річні амортизаційні відрахування становитимуть 339 700 тис. грн, при цьому переважна частина припадає на амортизацію легкових автомобілів – 290 тис. грн на рік.

Для успішної реалізації проекту важливо забезпечити безперебійне постачання палива, паливно-мастильних матеріалів, а також сировини та матеріалів для приготування страв і напоїв. Для цього передбачається укладання постійних договорів із перевіреними постачальниками, що

гарантуватиме стабільність і своєчасність поставок. Розподіл витрат на сировину і матеріали представлено у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Фінансові витрати на закупівлю сировини і матеріалів

Стаття витрат	Річна сума, грн	Частка у загальних витратах, %
<i>Проект виїзного ресторанного обслуговування (кейтеринг)</i>		
Пальне	2 592 000	57,97%
Ремонт автомобілів	518 400	11,59%
Паливно-мастильні матеріали	583 200	13,04%
Сировина і матеріали для приготування страв	388 800	8,70%
Витрати на світло, звук, інсталяцію тощо	388 800	8,70%
Разом	4 471 200	100%

Річні витрати на закупівлю пального, паливно-мастильних матеріалів, сировини та інших ресурсів для приготування страв і організації обслуговування становитимуть 4 471,2 тис. грн. Найбільшу частку в загальній структурі витрат займають витрати на пальне – 2 592 тис. грн (або 57,97%). Витрати на ремонт автотранспорту становлять 518,4 тис. грн (11,59%), паливно-мастильні матеріали – 583,2 тис. грн (13,04%), сировина та матеріали для приготування страв і напоїв – 388,8 тис. грн (8,7%), аналогічно і витрати на забезпечення світлом, звуком, інсталяціями та технічним супроводом – також 388,8 тис. грн (8,7%).

Слід зазначити, що протягом періоду реалізації проекту витрати зростатимуть у середньому на 10% щороку, що зумовлено інфляційними чинниками та підвищенням закупівельних цін.

З метою успішного впровадження запропонованих послуг доцільно використовувати сучасні маркетингові інструменти: рекламування у соціальних мережах, на офіційному вебсайті готельно-ресторанного комплексу,

виготовлення та поширення візитівок і рекламних буклетів, а також розміщення інформації у спеціалізованих виданнях і банерну рекламу в місцях потенційного попиту. Витрати, пов'язані з впровадженням маркетингових заходів у межах запропонованого проєкту, узагальнено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Фінансування маркетингових заходів

Показник	Витрати за міс., грн	Річний обсяг витрат, грн	Структура витрат, %
<i>Проект з надання індивідуальних транспортних послуг «Avalon Palace»</i>			
Реклама в Інтернеті (соцмережі)	20 000	264 000	33,22%
Банерна реклама	10 000	132 000	16,61%
Візитки та рекламні буклети	2 000	26 400	3,32%
<i>Проект виїзного ресторанного обслуговування (кейтеринг)</i>			
Реклама в Інтернеті (соцмережі)	15 000	198 000	24,92%
Банерна реклама	8 000	105 600	13,29%
Візитки та рекламні буклети	2 000	26 400	3,32%
Реклама на офіційному сайті закладу	1 000	13 200	1,66%
Реклама в спеціалізованих журналах	2 200	29 040	3,65%
Усього	—	794 640	100,00%

Для успішної реалізації двох взаємопов'язаних проєктів необхідно застосувати різноманітні маркетингові інструменти. Загальна сума витрат на маркетинг становитиме 722,4 тис. грн. Найбільшу частку у структурі цих витрат посідає інтернет-реклама, зокрема, просування у соціальних мережах – 240 тис. грн. або 33,22% (проект з надання індивідуальних транспортних послуг «Avalon Palace») та 180 тис. грн. або 24,92% (Проект виїзного ресторанного обслуговування (кейтеринг)).

Крім того, важливу роль відіграє банерна реклама на спеціалізованих онлайн-ресурсах, що займатиме 120 тис. грн. (16,61%) у (проект з надання

індивідуальних транспортних послуг«Avalon Palace») та 96 тис. грн. (13,29%) у (Проект виїзного ресторанного обслуговування (кейтеринг)).

Не менш значущим є використання поліграфічної продукції – друк і розповсюдження візиток і рекламних буклетів, на які заплановано витрати у розмірі 24 тис. грн. (3,32%) для кожного з проєктів.

Підсумуємо загальний обсяг витрат на впровадження двох проєктів і наведемо їхню структуру у табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Загальні фінансові витрати на реалізацію проєктів

Показник витрат	Розмір витрат за міс., грн.	Річний обсяг витрат 2025, грн.	Структура витрат, %
<i>Проект з надання індивідуальних транспортних послуг«Avalon Palace»</i>			
Оплата праці та відрахування	33 792	357 192	3,83%
Витрати на закупівлю транспортних засобів	173 040	1 829 520	19,62%
Операційні витрати	391 800	4 138 200	44,45%
Маркетингові витрати	44 032	464 640	4,99%
<i>Всього за проєктом 1</i>	642 664	6 789 552	72,89%
<i>Проект виїзного ресторанного обслуговування (кейтеринг)</i>			
Оплата праці та відрахування	22 224	235 111	2,52%
Витрати на закупівлю обладнання	5 952	62 920	0,67%
Операційні витрати	82 320	871 200	9,34%
Маркетингові витрати	38 700	409 464	4,39%
<i>Всього за проєктом 2</i>	149 196	1 578 695	16,91%
Всього витрат	791 860	8 368 247	100,00%

У процесі реалізації двох інноваційних проєктів готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace» загальний обсяг витрат становить 8 368 247 грн, що свідчить про масштабність та фінансову складову ініціативи. Основна частина

фінансових ресурсів буде спрямована на проєкт з надання індивідуальних транспортних послуг, витрати на який передбачено на рівні 6 789 552 грн, що становить 72,89% від загальної суми.

У структурі витрат цього проєкту найбільшу частку займають операційні витрати – 4 138 200 грн (44,45%), що зумовлено потребою у сталому забезпеченні функціонування транспортної служби. Важливою статтею бюджету є витрати на закупівлю транспортних засобів, які становлять 1 829 520 грн (19,62%). На маркетингову підтримку передбачено 464 640 грн (4,99%), а витрати на оплату праці та обов’язкові нарахування складають 357 192 грн (3,83%).

Другим напрямом є проєкт виїзного ресторанного обслуговування (кейтеринг), загальні витрати на реалізацію якого становлять 1 578 695 грн, що дорівнює 16,91% сукупного бюджету. У його структурі ключову роль також відіграють операційні витрати – 871 200 грн (9,34%), необхідні для організації процесів з приготування страв та надання виїзних послуг. Маркетингові витрати становлять 409 464 грн (4,39%), що підкреслює важливість просування послуги на цільових ринках. Також передбачено витрати на оплату праці – 235 111 грн (2,52%) та придбання обладнання – 62 920 грн (0,67%).

З метою аналізу ефективності впровадження запропонованих проєктів, передусім доцільно здійснити розрахунок прогнозованих доходів від надання транспортних послуг (таксі) та організації виїзного ресторанного обслуговування. Відповідні дані представлено у таблиці 3.7.

У цілому, аналіз структури витрат демонструє акцент на забезпеченні ефективної матеріально-технічної бази, стабільності операційної діяльності та належної комунікації із потенційними споживачами. Такий підхід сприяє підвищенню конкурентоспроможності готельно-ресторанного комплексу та успішному впровадженню проєктів на ринку послуг.

**Фінансові результати від надання кейтерингових послуг, здійснених
працівниками комплексу «Avalon Palace»**

Формат обслуговування	Кількість заходів	Середній чек, грн	Місячний дохід, грн	Річний дохід, грн	Частка, %
Базовий формат (50 осіб)	20	25 817	516 340	6 196 080	26,82
Класичний формат (50 осіб)	20	30 000	600 000	7 200 000	31,14
Авторський формат (50 осіб)	20	40 499	809 980	9 719 760	42,04
<i>Разом</i>	—	—	1 926 320	23 115 840	100,00

У процесі розробки проєкту виїзного ресторанного обслуговування (кейтерингу) були визначені три ключові формати послуг, орієнтовані на обслуговування груп клієнтів по 50 осіб. Для кожного формату передбачено фіксовану кількість заходів – по 20 протягом року. Різниця між форматами полягає у рівні обслуговування, складності меню та рівні індивідуалізації замовлення, що безпосередньо впливає на вартість послуг.

Базовий формат передбачає стандартне меню та мінімальний рівень додаткових сервісів. Його частка у загальній структурі доходів становить 26,82%, що еквівалентно 6 196 080 грн річного доходу при середньому чеку 25 817 грн.

Класичний формат, який включає розширене меню та покращений рівень обслуговування, забезпечує 31,14% усіх доходів, що становить 7 200 000 грн на рік.

Найбільш прибутковим є авторський формат, орієнтований на преміум-сегмент споживачів. При середньому чеку 40 499 грн, дохід від цього формату складає 9 719 760 грн на рік, або 42,04% у загальному обсязі виручки.

Загальний дохід від реалізації послуг виїзного кейтерингового обслуговування при запропонованій структурі заходів становитиме 23 115 840 грн. Такий розподіл демонструє високий потенціал розвитку преміального

напряму, що може стати ключовим фактором підвищення прибутковості проекту.

У таблиці 3.8 наведено фінансові результати впровадження запропонованих проєктів.

Таблиця 3.8

Фінансові результати реалізації проєктів

Показники	Інвестиція	2025	2026	2027	2028	Усього
Первинні інвестиційні витрати	-6600					-6600
Виручка від впровадження першого проєкту		5520	5520	5520	5520	22080
Виручка від реалізації другого проєкту		8862	8862	8862	8862	35448
Сумарний обсяг доходів		14382	14382	14382	14382	57528
Витрати на оплату праці та обов'язкові нарахування		489,54	587,45	704,94	845,93	2627,85
Капіталовкладення в транспортне забезпечення		1564	0	0	0	1564
Поточні (операційні) витрати		3520	4762	4138,2	4552,02	15872,22
Витрати на просування (маркетинг)		722,4	1083,6	1625,4	2438,1	5869,5
Амортизаційні нарахування		300	300	300	300	1200
Фінансовий результат до оподаткування		7921,06	8684,95	7648,46	6365,95	30620,43
Податкові зобов'язання з прибутку (18%)		1425,79	1563,29	1376,72	1145,87	5507,67
Чистий фінансовий результат		6495,27	7121,66	6271,74	5220,08	25108,75
Чистий грошовий потік		6760,27	7386,66	6536,74	5485,08	26168,75
Коеф. дисконтування (20%)		0,833	0,694	0,579	0,482	—
Дисконтований грошовий потік		5631,5	5124,42	3783,76	2644,74	17184,42
Залишок грошових коштів на кінець періоду	-6500	-868,5	4255,92	8039,68	10684,42	—

Фінансово-економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованих інвестиційних проєктів здійснено на основі покрокового аналізу ключових показників, що представлені в таблиці. Аналіз охоплює період 2025-2028 років і враховує загальні доходи, витрати, податки, чистий прибуток, грошові потоки та дисконтовану вартість коштів з урахуванням норми дисконту в розмірі 20%.

Інвестиційні витрати на старті реалізації проєкту становлять 6600 тис. грн, які є базовою умовою запуску запропонованих напрямів розвитку послуг.

Доходи від реалізації проєктів протягом кожного року залишаються стабільними:

- від першого проєкту щорічно надходить 5520 тис. грн, усього – 22080 тис. грн;
- другий проєкт генерує 8862 тис. грн щороку, загалом – 35448 тис. грн;
- сумарний обсяг доходів за 4 роки становить 57 528 тис. грн. Це свідчить про високу дохідність напрямів, що запроваджуються.

Витрати на персонал, маркетинг, транспорт, операційні процеси та амортизацію впродовж реалізації мають тенденцію до зростання. Зокрема:

- витрати на оплату праці зросли від 489,54 тис. грн у 2025 році до 845,93 тис. грн у 2028 році;
- маркетингові витрати, відповідно до стратегії просування послуг, також збільшуються з 722,4 тис. грн до 2438,1 тис. грн, що підтверджує динамічний розвиток і необхідність підтримки впізнаваності бренду;
- одноразові інвестиції в транспорт становлять 1564 тис. грн у 2025 році.

Прибуток до оподаткування поступово знижується, що обумовлено зростанням витрат, однак залишається високим і стабільним. Загалом за весь період він становить 30 620,43 тис. грн.

Податок на прибуток (за ставкою 18%) у сумі склав 5507,67 тис. грн. Його сплата свідчить про легальність, прозорість та соціальну відповідальність бізнесу.

Чистий прибуток за 4 роки дорівнює 25 108,75 тис. грн, що дозволяє підприємству не лише компенсувати початкові інвестиції, а й отримати відчутний фінансовий результат.

Чистий грошовий потік, який враховує амортизаційні витрати, ще більший – 26 168,75 тис. грн. Це вказує на наявність ліквідних ресурсів для покриття внутрішніх витрат або реінвестування.

З урахуванням ставки дисконтування на рівні 20%, було здійснено приведення грошових потоків до теперішньої вартості. Сумарний дисконтований грошовий потік склав 17 184,42 тис. грн. Це означає, що вже за умови сучасної вартості грошей реалізація проєктів приносить суттєвий позитивний результат.

Залишковий грошовий потік демонструє зміну фінансового становища компанії після інвестування. У перший рік він є від'ємним, що закономірно через високі капіталовкладення, однак уже з другого року проєкт виходить на самофінансування. У підсумку за чотири роки підприємство формує залишковий прибуток у розмірі понад 10 млн грн.

Проведений фінансово-економічний аналіз свідчить про високу ефективність запропонованого інвестиційного проєкту. Згідно з розрахунками, період окупності становить 1 рік і 7 місяців, що є оптимальним показником для підприємств готельно-ресторанної сфери.

Розмір чистого прибутку та позитивна динаміка грошового потоку підтверджують рентабельність проєкту. За умови реалізації проєкту в повному обсязі, підприємство зможе не лише повністю компенсувати початкові інвестиції, а й отримати стабільний дохід у середньо- та довгостроковій перспективі.

Економічна ефективність: проєкт забезпечує чистий прибуток понад 25 млн грн, з чого видно стабільний дохід при помірних витратах.

NPV перевищує початкові інвестиції, що свідчить про ефективність вкладень.

Індекс рентабельності (PI) = $17\,184,42 / 6\,600 \approx 2,6$, тобто на кожну гривню інвестицій отримується 2,6 грн прибутку – показник вище нормативного рівня ($PI > 1$).

Таким чином, проєкт можна вважати економічно доцільним, рентабельним і привабливим для впровадження. Він може бути успішно реалізований адміністрацією готельно-ресторанного комплексу «Avalon Palace» вже в найближчій перспективі з урахуванням наявних ресурсів, стратегічних цілей підприємства та зростаючого попиту на відповідні послуги.

4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ

4.1. Організація та проведення аварійно-рятувальних робіт у межах об'єкта готельно-ресторанного господарства

У процесі забезпечення безпеки життєдіяльності в межах об'єктів готельно-ресторанного призначення важливе значення має готовність до оперативного реагування у разі виникнення надзвичайних ситуацій техногенного або природного характеру. Проведення аварійно-рятувальних та інших невідкладних робіт (АРР) передбачає залучення як державних, так і внутрішньооб'єктових сил і засобів.

У разі виникнення надзвичайної ситуації на об'єкті (пожежа, вибух, витік небезпечних речовин, обвал конструкцій, замикання електромережі тощо) в першу чергу спрацьовують системи оповіщення та автоматичного пожежогасіння, а персонал здійснює первинні заходи з евакуації згідно з затвердженими інструкціями.

Нормативно-правове забезпечення

Організація АРР регламентується рядом нормативних документів, зокрема:

- Закон України «Про охорону праці»;
- Закон України «Про цивільний захист»;
- Державні будівельні норми (ДБН) щодо пожежної безпеки;
- Державні стандарти систем пожежної сигналізації, оповіщення та евакуації.

До державних служб, які залучаються для проведення АРР, належать:

- Державна служба України з надзвичайних ситуацій (ДСНС), що виконує функції локалізації вогнища ураження, пожежогасіння, деблокування потерпілих;
- Екстрена медична допомога, що надає першу медичну допомогу на

місці;

- Національна поліція, яка забезпечує правопорядок та контроль за переміщенням людей;
- Аварійні служби енерго-, водо- та газопостачання, що здійснюють знеструмлення, перекриття газових та водопровідних мереж;
- У разі необхідності — санітарно-епідеміологічна служба та інші спеціалізовані органи.

Крім державних органів, до дій оперативного реагування активно залучаються й внутрішні служби підприємства, зокрема:

- служба охорони або черговий персонал, який відповідає за організацію першочергових дій, включно з викликом служб реагування;
- відповідальна особа з охорони праці;
- інженерно-технічний персонал, що здійснює контроль технічних систем;
- персонал закладу, інструктований з питань безпеки та евакуації.

Технічні засоби, які задіюються під час аварійно-рятувальних робіт, включають:

- засоби первинного пожежогасіння (вогнегасники, протипожежні щити, пожежні крани);
- аварійне освітлення та система евакуаційних вказівників;
- плани евакуації;
- індивідуальні засоби захисту для персоналу;
- медичні аптечки, носилки;
- системи відеонагляду та внутрішнього зв'язку.

Для оперативного реагування на надзвичайні події в готельно-ресторанному господарстві створюється система оповіщення, що включає сигналізацію, внутрішнє гучномовне мовлення та інші засоби комунікації. Персонал проходить регулярне навчання з правил поведінки під час

надзвичайних ситуацій, практичні тренування з евакуації та використання аварійно-рятувального обладнання.

Важливим етапом є попередня підготовка персоналу, яка полягає в періодичному проходженні інструктажів з охорони праці, навчань із цивільного захисту та моделювання евакуаційних сценаріїв. Від ефективності дій співробітників у перші хвилини після настання надзвичайної ситуації залежить рівень безпеки відвідувачів і збереження майнових ресурсів підприємства.

Таким чином, організація і проведення аварійно-рятувальних на території об'єкта готельно-ресторанного господарства є складним комплексом заходів, що вимагає системного підходу, чіткого планування та високої відповідальності від усього персоналу. Ефективність таких робіт безпосередньо впливає на збереження людських життів, здоров'я та майна, а також на імідж закладу і довіру клієнтів.

Отже, організація та проведення аварійно-рятувальних робіт у межах об'єктів готельно-ресторанного господарства вимагає чіткої координації дій як державних служб, так і внутрішньооб'єктових структур, а також наявності належної матеріально-технічної бази для оперативного реагування на загрози.

4.2. Порядок проведення інструктажів з питань пожежної безпеки на підприємствах сфери гостинності

Забезпечення пожежної безпеки є одним із ключових аспектів охорони праці в закладах готельно-ресторанного господарства. Проведення систематичних інструктажів із пожежної безпеки дозволяє запобігати виникненню пожеж, зменшувати ризики для життя та здоров'я персоналу і гостей, а також мінімізувати матеріальні втрати.

Відповідно до чинного законодавства України, зокрема Кодексу цивільного захисту України, Правил пожежної безпеки в Україні та Законів України «Про пожежну безпеку» та «Про охорону праці», роботодавець

зобов'язаний організовувати та забезпечувати своєчасне проходження інструктажів працівниками всіх категорій.

Інструктажі з пожежної безпеки поділяються на кілька основних видів:

- Вступний інструктаж – проводиться з усіма працівниками, які щойно прийняті на роботу, незалежно від їх освіти, стажу чи посади. Мета – ознайомити з основними положеннями пожежної безпеки та специфікою ризиків об'єкта.
- Первинний інструктаж на робочому місці – здійснюється до початку виконання посадових обов'язків і передбачає ознайомлення з конкретними небезпеками та заходами протипожежного захисту у межах обраного підрозділу або цеху.
- Повторний інструктаж – організовується не рідше ніж один раз на шість місяців, з метою поновлення знань персоналу про правила поведінки в разі виникнення пожежі.
- Позаплановий інструктаж – проводиться у разі зміни нормативно-правової бази, впровадження нового обладнання або при виявленні порушень пожежної безпеки.
- Цільовий інструктаж – здійснюється у випадках виконання разових робіт, які супроводжуються підвищеною пожежною небезпекою (наприклад, при проведенні ремонтних чи зварювальних робіт у кухонному або технічному приміщенні).

Проведення інструктажів має бути задокументоване у відповідних журналах встановленого зразка із зазначенням дати, теми, прізвища особи, що проводила інструктаж, та підписів осіб, які пройшли інструктаж.

Крім того, важливо враховувати, що в умовах готельно-ресторанного комплексу часто працює тимчасовий або сезонний персонал, що зумовлює необхідність регулярного повторення вступного та первинного інструктажів. Також значну увагу слід приділяти обслуговуючому персоналу (покоївкам, офіціантам, барменам, кухарям), які можуть перебувати у зонах підвищеної пожежної небезпеки – кухні, пральні, складських приміщеннях тощо.

Таким чином, системне та своєчасне проведення інструктажів із пожежної безпеки виступає не лише вимогою нормативних документів, але й практичним інструментом профілактики надзвичайних ситуацій на підприємствах сфери гостинності.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі бакалавра проведено теоретичне узагальнення та практичне дослідження напрямків вдосконалення додаткових послуг у готельно-ресторанному комплексі (ГРК) «Авалон Палац», що дозволило дійти наступних висновків:

1. Сформульовано сучасний підхід до розуміння додаткових послуг у готельно-ресторанному господарстві. Вони розглядаються як важлива складова конкурентної стратегії закладу, яка забезпечує персоналізований сервіс, підвищує лояльність клієнтів, створює позитивний імідж бренду та є додатковим джерелом прибутку.

2. Проаналізовано сучасний стан надання додаткових послуг у ГРК «Avalon Palace». Виявлено, що попри наявність стандартного переліку послуг, комплекс не повною мірою реалізує свій потенціал у сфері сервісного розширення. Існує потреба у впровадженні нових видів сервісу, що відповідають сучасним запитам споживачів, тенденціям ринку та принципам клієнтоорієнтованості.

3. Вивчено вплив зовнішніх чинників, зокрема воєнного стану в Україні, з метою трудової зайнятості підприємства. Встановлено, що попри складні умови, заклад зберіг платоспроможність та має можливість для інвестицій у розвиток додаткових послуг.

4. Розроблено та економічно обґрунтовано два проєкти розширення спектра додаткових послуг:

- впровадження кейтерингового обслуговування (обслуговування виїзних заходів, банкетів, конференцій, фуршетів);
- створення власної служби таксі «Avalon», орієнтованої на гостей закладу, у тому числі – преміального класу.

5. Фінансові результати розрахунків засвідчують ефективність інвестицій у проєкт:

- первинні інвестиції склали 6600 тис. грн;

- сумарний обсяг доходів за 2025-2028 роки – 57 528 тис. грн;
- чистий фінансовий результат – 25 108,75 тис. грн;
- дисконтований грошовий потік – 17 184,42 тис. грн;
- залишковий грошовий потік (NPV) – 10 684,42 тис. грн;
- індекс рентабельності (IR) – 2,01, що свідчить про повернення 2,01 грн на кожную вкладену гривню;
- період окупності – 1 рік і 7 місяців.

6. Соціально-економічний ефект реалізації проєкту полягає у створенні нових робочих місць, зростанні податкових надходжень, підвищенні привабливості закладу для клієнтів з різним рівнем доходу.

7. Запропоновано комплекс заходів для ефективного впровадження нових послуг, що включає:

- кадрове забезпечення (відбір, навчання персоналу);
- розробку маркетингової стратегії просування нових сервісів;
- організацію логістики для кейтерингу;
- формування тарифної політики для таксі;
- забезпечення контролю якості послуг на всіх етапах їх надання.

8. Наголошено на необхідності цифровізації частини процесів – онлайн-бронювання послуг, мобільна інтеграція, впровадження CRM-систем для персоналізації обслуговування та підвищення ефективності комунікації з гостями.

9. Зазначено, що впровадження додаткових послуг має ґрунтуватися на принципах гнучкості, інноваційності та клієнтоорієнтованості. Особлива увага приділяється сервісу «під ключ» та можливості адаптації до змін кон'юнктури ринку.

10. У підсумку, впровадження розроблених проєктів у ГРК «Avalon Palace» дозволить:

- підвищити рівень задоволеності клієнтів;
- зміцнити ринкові позиції закладу;
- розширити джерела доходів підприємства;

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Знання України, 2002.
3. Азар В. Згадати про стандартизацію послуг готелів. Готель. 2001. №3.
4. Алейнікова Г. М. Організація та управління турбізнесом: Навч. посібник. Х.: Олді-Плюс, 2005.
7. Готельні послуги: соціально-технологічний вимір. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. Міжвузівський збірник наукових праць (Випуск 6–7). Київський університет імені Тараса Шевченка. К. Одеса, 2000.
8. Лук'янова Л. Г., Дорошенко Т. Т., Мініч І. М. Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Вища школа.
9. Друкер П. Виклики для менеджменту ХХІ століття. КМ-БУКС, 2020. 240 с.
10. Дяків О.П., Островерхов В.М. Управління персоналом: навчально-методичний посібник. [Видання друге, переробл. і доповнено]. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 288 с.
11. Мельник О.П. Модель організаційної структури управління готельного господарства України. Придніпровський науковий вісник. Економіка. 1998. №7(74).
12. Проблеми розвитку готельного господарства України. Удосконалення технології, організації, масового харчування, готельного господарства і туризму: Зб. наук. праць. Київ: КДТЕУ, 1998р.
13. Скибінський С. В., Іванова Л. О., Моргун О. Ф. Маркетинг готельних послуг. Л.: Видавництво Львівської комерційної академії, 2000.
14. Ткаченко Т.І. Організаційно-економічні особливості

функціонування підприємств готельного господарства різних форм власності. Вісник ДІТБ. 2001. №5.

15.<https://www.avalon.te.ua>

16. Менеджмент персоналу: навч.-методич. посіб. / Дяків О. П., Коцур А. С., Островерхов В. М., Надвиничний С. А., Шкільняк М. М., Шушпанов Д. Г. / за заг. ред. М. М. Шкільняка. Тернопіль. 2022. 280 с.

17. Мирошниченко Ю.В., Молчанова Т. С. Підвищення ефективності системи управління персоналом вітчизняних підприємств // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2015. № 4. С. 45-50.

18. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л. Визначення найважливіших закономірностей стабільного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства // Галицький економічний вісник. 2020. № 3 (64). С. 174-184.

19. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л., Шерстюк Р. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті [Електронний ресурс] // Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 1(16). С. 148-158. Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17nhsvtk.pdf>.

20. Никифорова В. Г. Управління персоналом: навчальний посібник. 2-ге видання, виправлене та доповнене. Одеса: Атлант, 2013. 275 с.

21. Олійник С. Теорія та практика менеджменту персоналу: підруч. / Нар. укр. акад. Харків: Вид-во НУА, 2013. 376 с.

22. Осовська Г. В., Крушеницька О. В. Управління трудовими ресурсами: навч. посібник. К.: Кондор, 2008. 224 с.

23. Островська Г. Й., Струтинська І. В., Шерстюк Р. П., Петухова О. М., Ясінецька І. А. Розвиток колективного інтелекту в умовах цифрової трансформації підприємств [Електронний ресурс] // Науковий вісник національного гірничого університету. 2023. № 3. С. 157-163. Режим доступу: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/3f5bbd46-f64f-4d38-b78c-3571e4244655/content>.

24. Островська Г. Й., Шерстюк Р. П., Малюта Л. Я., Паляниця В. А. Імперативи інтелектуального лідерства підприємства в умовах економіки, заснованої на знаннях // Економічний вісник Донбасу. 2023. № 2(72). С. 62-72.

25. Петрова І. Л. Стратегічне управління людськими ресурсами: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2013. 466 с.

26. Погорелова Т. О., Ігнат'єва Ю. І. Система управління персоналом як основний елемент системи управління підприємством // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Сер.: Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2013. № 21. С. 127-134.

27. Позднякова Л. О., Білецька Д. О. Методологічні засади системи управління персоналом організації // Збірник наукових праць Українського державного університету залізничного транспорту. 2015. Вип. 158(1). С. 51-56.

28. Потьомкіна О.В. Методика оцінки результативності мотиваційних механізмів на підприємстві // Економічний форум. 2017. №4. 299 с. С. 167-172 .

29. Розвиток лідерського потенціалу національної гуманітарно-технічної та управлінської еліти: монографія / за ред. О. Г. Романовського. Харків, 2017. 292 с.

30. Рульєв В. А., Гуткевич С. О., Мостенська Т. Л. Управління персоналом: Навч. посіб. К.: КОНДОР, 2012. 324 с.

31. Сільченко І. А. Особливості сучасних систем управління персоналом та їх ефективність // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2016. № 1. С. 91-95.

32. Стеценко Н. А. Формування системи управління персоналом підприємств машинобудування: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04; Хмельниц. нац. ун-т. Хмельницький, 2008. 21 с.

33. Стойко І., Шерстюк Р. Сучасні тренди і перспективи у ресторанній індустрії [Електронний ресурс] // Соціально-економічні проблеми і держава. 2023. Вип. 1 (28). С. 66-78. Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23siiuri.pdf>.

34. Стрельбіцький П.А., Рарок О.В., Рарок Л.А. Управління персоналом. Конспект лекцій: навчальний посібник. Кам'янець-Подільський: КПНУ ім. І. Огієнка, 2015. 160 с.

35. Управління персоналом: підручник / О. М. Шубалий, Н. Т. Рудь, А. І. Гордійчук, І. В. Шубала, М. І. Дзямулич, О. В. Потьомкіна, О. В. Середа; за заг. ред. О. М. Шубалого. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. 404 с.

36. Управління персоналом: підручник / [В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. С. Суков та ін.; за заг. та наук. ред. к.е.н., проф. В. М. Данюка. К.: КНЕУ; Краматорськ: НКМЗ, 2013. 666 с.

37. Управління персоналом: навч. посіб. / А. О. Азарова, О. О. Мороз, О.Й. Лесько, І. В. Романець; ВНТУ. Вінниця: ВНТУ, 2014. 283 с.

38. Шерстюк Р., Мельник Л., Стойко І. Підприємства ресторанного господарства в індустрії туризму: проблеми і перспективні рішення / Маркетинг 4.0: стратегічні імперативи та сучасні тенденції: колективна монографія. ФО-П Шпак В.Б., 2021. 351 с. С. 307-318.

39. Ходаківський Є. І., Богоявленська Ю. В., Грабар Т. П. Психологія управління. 5-те вид. перероб. та доп. Х-69 [текст]: Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2016. 492 с.