

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет економіки та менеджменту

Кафедра економіки, підприємництва та туризму

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

Вальчук Андрій Олегович

УДК 338.48:640.41(477.42)

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «РЕЙКАРЦ ХОТЕЛ
МЕНЕДЖМЕНТ»)
242 «Туризм»**

Подається на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.
Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання
ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ А. О. Вальчук

Керівник роботи:

Осіпчук Анна Сергіївна
Старший викладач кафедри економіки, підприємництва та туризму

Житомир – 2024

Висновок кафедри _____

за результатами попереднього захисту: _____

Протокол засідання кафедри _____

№ _____ від «_____» _____ 2023 р.

Завідувач кафедри _____

(науковий ступінь, вчене звання)
батькові)

(підпис)(прізвище, ім'я, по

«_____» _____ 2023 р.

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти _____ захистив (ла)

(прізвище ,ім'я, по батькові)

кваліфікаційну роботу з оцінкою:

сума балів за 100-бальною шкалою ____

за шкалою ECTS _____

за національною шкалою _____

Секретар ЕК

(науковий ступінь, вчене звання)
батькові

(підпис) (прізвище ,ім'я, по

АНОТАЦІЯ

Вальчук А. О. Напрями удосконалення діяльності підприємства індустрії гостинності (на прикладі ТОВ «Рейкарц Хотел менеджмент») – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю 242 – «Туризм і рекреація». – Поліський національний університет, Житомир, 2024.

Розглянуто суть та специфіку функціонування національного готельного господарства. Охарактеризовано особливості діяльності національних підприємств індустрії гостинності. Проаналізовано діяльність підприємства індустрії гостинності також аналізовано фінансово – економічна діяльність об'єкту дослідження та можливості подальшого розвитку підприємств індустрії гостинності в Україні. На основі проведеного СВОТ – аналізу запропоновані інноваційні підходи до розвитку ТОВ «Рейкарц хотел менеджмент».

Ключові слова: індустрія гостинності, готель, послуга, інновації, ТОВ «Рейкарц Хотел менеджмент», аналіз діяльності готельного підприємства.

SUMMARY

Valchuk A.O. Directions for improving the hospitality industry enterprise activity (using Reycarts Hotel Management LLC as an example) – Qualification work as a manuscript. Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 242 – "Tourism and Recreation". – Polissia National University, Zhytomyr, 2024.

"The essence and specifics of the functioning of the hotel industry have been considered. The characteristics of the activities of national hospitality enterprises have been described. The activity of a hospitality industry enterprise was analyzed, as well as the financial and economic activities of the research object and the possibilities for further development of hospitality enterprises in Ukraine. Based on the conducted SWOT analysis, innovative approaches to the development of LLC "Reikartz Hotel Management" have been proposed."

Keywords: hospitality industry, hotel, service, innovation, Reycarts Hotel Management LLC, analysis.

ЗМІСТ

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Вступ..... | Error! Bookmark not defined. |
| Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ | 5 |
| 1.1. Суть та специфіка функціонування готельного господарства | 5 |
| 1.2. Особливості діяльності національних підприємств індустрії гостинності | 8 |
| Висновок до розділу 1..... | 13 |
| Розділ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ | 15 |
| 2.1. Загальна характеристика ТОВ «Рейкарц Хотел менеджмент» | 15 |
| 2.2. Моніторинг основних показників діяльності підприємства індустрії гостинності | 19 |
| Висновок до розділу 2..... | 25 |
| Розділ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «РЕЙКАРЦ ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ»).. | 27 |
| 3.1. Обґрунтування перспектив розвитку діяльності підприємства | 27 |
| 3.2. Інноваційні підходи до розвитку ТОВ «Рейкарц Хотел менеджмент» | 28 |
| Висновок до розділу 3..... | 32 |
| ВИСНОВКИ | 33 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 35 |
| ДОДАТКИ..... | 38 |

ВСТУП

Актуальність теми: сьогодні індустрія гостинності є однією з найбільш динамічно розвиваючих галузей економіки, що створює значні можливості для підприємств у цьому секторі. Зростання конкуренції, зміни в споживчих уподобаннях та постійна необхідність вдосконалення сервісу вимагають від учасників ринку готельного бізнесу постійного аналізу та удосконалення їхньої діяльності. Інноваційні технології, на сьогоднішній день, можна використовувати в будь якій сфері і індустрія гостинності не виняток. Новітні технології, стратегії маркетингу, підвищення якості обслуговування та ефективні методи управління стають ключовими факторами успішності в цій галузі. Аналіз досвіду ТОВ "Рейкарц Хотел менеджмент" може надати цінні вказівки та підходи для інших готельних підприємств у покращенні їхньої діяльності та конкурентоспроможності.

Мета: дослідження полягає у розробці рекомендацій щодо удосконалення діяльності підприємства індустрії гостинності.

Завдання:

- вивчити теоретичні аспекти розвитку індустрії гостинності, особливості діяльності підприємств, суть та специфіка існування готельної галузі;
- дослідити та проаналізувати діяльність індустрії гостинності, моніторинг основних показників готельного бізнесу;
- оцінити сучасний стан розвитку туризму в Україні, зокрема виявити основні тенденції, проблеми та перспективи подальшого розвитку галузі;
- знайти інноваційні напрями удосконалення індустрії гостинності;
- провести SWOT – аналіз підприємства ТОВ «Рейкарц хотел менеджмент».

Об'єкт дослідження: процес удосконалення підприємств індустрії гостинності в Україні.

Предмет дослідження: теоретичні засади та практичні аспекти удосконалення діяльності підприємства ТОВ «Рейкарц хотел менеджмент»

Методи дослідження: для досягнення поставленої мети буде використано комплекс підходів, включаючи аналіз теоретичних засад управління готельним бізнесом, вивчення практичних аспектів діяльності обраного підприємства та

розробку рекомендацій для удосконалення діяльності на основі отриманих результатів.

Практичне значення результатів дослідження: робота спрямована на вирішення актуальних завдань удосконалення діяльності підприємств індустрії гостинності, зокрема компанії ТОВ «Рейкарц Хотел менеджмент», та має на меті забезпечити практично застосовні результати, які сприятимуть підвищенню їхньої ефективності та конкурентоспроможності на ринку.

Перелік публікацій автора за темою дослідження:

1. Вальчук А. О. Проблеми розвитку ринку готельних послуг в Україні. *Студентські наукові читання – 2023: матеріали науково-практична конференція за результатами I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт (м. Житомир, 12 грудня 2023р)* м. Житомир: Поліський національний університет, 2023. С. 59 – 60.

2. Ковалевська І. М., Вальчук А. О. Огляд національного ринку готельних послуг в умовах військової агресії. *Туризм: Міжнародний досвід та національні пріоритети: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Житомир, 10-11 квітня 2024р.)* Житомир: Поліський національний університет, 2024. С. 154 – 157.

Інформаційна база: питання розвитку індустрії гостинності досліджували: А. В. Вакуленко, М. П. Мальська, І. Г. Пандяк, В. В. Худо, В. І. Цибух, М. Бойко, Л. Гопкало, Г. Я. Круль, Н. Г. Виговська, І. В. Давиденко, Д. А. Корнева, О. М. Шаповалова, С. М. Мархонос та інші автори. Незважаючи на велику кількість досліджень, не вистачає наукових доробіток у напрямку розвитку індустрії гостинності в умовах військового стану.

Структура роботи: кваліфікаційна робота складається з 3 розділів та по 2 підрозділи до кожного та кожного розділу висновок, 4 додатком та 32 джерелами, 4 рисунка, 39 сторінок та 5 таблиць.

Розділ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

1.1. Суть та специфіка функціонування готельного господарства

Індустрія гостинності охоплює різноманітні галузі, головне завдання яких полягає у забезпеченні обслуговування туристів під час їхнього перебування поза місцем його постійного проживання. Сфера включає готельний та ресторанный бізнес, підприємства транспортного обслуговування, а також сектор розваг. Готельна галузь виступає ключовим складовим елементом індустрії гостинності, оскільки пропонує комплекс послуг для відвідувачів, участь у формуванні та реалізації яких беруть всі її сегменти та елементи. В історичному контексті термін "готельне господарство" початково використовувався для опису діяльності, яка була обмежена лише готелями. Проте з розвитком різноманітних типів засобів розміщення, таких як мотелі, кемпінги, туристичні бази та інші, ця сфера діяльності розширилася. Таким чином, термін "готель" став лише одним з основних типів засобів розміщення, що призвело до розширення поняття "готельне господарство" на включення різноманітних видів підприємств у цю сферу.

Готельне господарство є важливою складовою індустрії гостинності та займає велику частину відповідальності в туристичній галузі. Готельне господарство – це комплексна сукупність підприємств різних видів, що спеціалізуються на наданні послуг у галузі розміщення, харчування та супутніх сервісів. Крім готельних закладів, існують інші місця розміщення, які не входять до системи готельного господарства. Це можуть бути спеціалізовані установи для лікування та відпочинку, де розміщення не є основним видом послуг, а ціни наближені до собівартості послуг [1].

Готель – це споруда або комплекс будівель, що служить для тимчасового проживання туристів та інших відвідувачів. У готелі може бути один або кілька номерів для проживання, а також доступні різноманітні сервіси, включаючи ресторани, кафе, бари, басейни, тренажерні зали, конференц-зали, процедурні кабінети спа, парковки та інше. Економічна сутність готельної індустрії полягає в нематеріальній природі її діяльності. Готелі надають послуги гостинності, які є

унікальними тим, що створюються та реалізуються в межах одного підприємства. Готельна послуга включає в себе розміщення споживача шляхом надання номера для тимчасового проживання у готелі, а також інші дії, пов'язані з розміщенням та тимчасовим проживанням [2].

Готельні послуги можна розділити на основні та додаткові, що в обов'язковому порядку повинні бути запропонованими споживачу при розміщенні у готель. Основні послуги – це місце для проживання та харчування, що входить у вартість номеру та повинні надаватися споживачеві згідно укладеного договору. Додаткові – послуги, які замовляються і оплачуються окремо (наприклад, парковка, спа, фітнес зал, пральня та ін.). Великі готельні комплекси формують спеціалізовані підрозділи для надання основних послуг. Таким чином, деякі операції, пов'язані з обслуговуванням туристів (наприклад, продаж, бронювання місць тощо), виконуються не окремими відділами готелю, а спеціалізованими туристичними агентствами або власними відділами. Така організація може впливати на якість обслуговування в готелях через діяльність посередницьких структур, які надають основні послуги.

Обсяг, якість та розмаїття послуг у готельній сфері в основному залежать від стану матеріально – технічної бази та кваліфікації персоналу закладу. В сучасний час спостерігається постійне розширення матеріально-технічної бази та розвиток структури персоналу готелів.

Зміст послуги розміщення охоплює наступне:

- надання спеціалізованих приміщень - готельних номерів у користування;
- представлення різноманітних послуг кваліфікованим персоналом, таких як порт'є, які забезпечують оформлення поселення гостей, а також покоївок, які відповідають за прибирання готельних номерів тощо.

Готельні номери, що є основним елементом послуги розміщення, є багатофункціональними приміщеннями, призначеними для відпочинку, сну та роботи під час проживання гостей. Значення інших функцій готельних номерів визначається функціональним призначенням готелю та потребами гостей [3]. Наприклад, у готелях, спрямованих на бізнес-подорожі, головною функцією номерів

є можливість працювати. Для цього вони оснащені письмовим столом, телефоном, факсом та комп'ютером. Однак, незалежно від категорії, кожен номер має обов'язково включати наступні елементи: ліжко, крісло або крісло для одного місця, нічний стілець або тумбу, шафу для зберігання одягу, загальне освітлення, кошик для сміття, а також інформацію про готель і схему евакуації у разі пожежі.

Послуги щодо харчування, які пропонуються гостям, включають в себе різноманітні процеси, які об'єднують виробництво, торгівлю та сервісне обслуговування офіціантами у ресторанах, барах, кафе та готельних номерах. Додаткові послуги, доступні у готелях, можуть включати відвідування басейну, фітнес-центру, конференц-залу, прокат автомобілів, послуги хімчистки, прання, перукарні та масаж. В теперішній час, додаткові послуги набувають все більш великого значення для формування ринкової привабливості готельних закладів.

У категорії "готельний продукт" відображено результати господарської діяльності, які представлені у матеріальній або інформаційній формі. У складі комплексного готельного продукту виділяють такі типи: основний, спеціальний, супутній та додатковий. Основний продукт – це надання номера та його обслуговування. Спеціальний продукт включає складові обслуговування, які роблять готель унікальним у порівнянні з конкурентами, такі як послуги бізнес-центру, розваг та спортивні послуги. Супутній продукт охоплює послуги та товари, що є необхідними для використання основного та спеціального продукту, наприклад, послуги телефонного та поштового зв'язку, а також побутові послуги. Додатковий готельний продукт надає додаткові переваги спеціальному продукту, сприяючи його унікальності серед конкурентів. Це можуть бути оздоровчі послуги, послуги бізнес-центру, розважальні заклади та інше. На сучасному етапі додатковий готельний продукт стає все більш важливим для формування ринкової привабливості готельного підприємства [4].

Класифікація закладів розміщення має важливе значення для орієнтування у вимогах споживача. Система класифікації передбачає поділ на категорії дивлячись на певні критерії. Мета будь-якої класифікації полягає у визначенні, чи відповідає певний готель та його номери установленим стандартам або визначеним нормам

обслуговування. Категорія готелю є ключовою характеристикою, яка впливає на його ринкові позиції, управління, спектр послуг та цінову політику основних та додаткових послуг.

При встановленні категорій закладів розміщення ключовим фактором є рівень комфорту, який включає наступні аспекти:

- стан будівлі готелю, доступність транспорту, інфраструктуру та умови навколишньої території;
- характеристики номерного фонду, включаючи розмір номерів, кількість одно- та двомісних номерів та апартаментів, наявність сучасних зручностей;
- якість оформлення інтер'єру та обладнання;
- наявність і стан об'єктів харчування, таких як ресторани, кафе, бари;
- опис громадських зон, включаючи наявність конференц-залів, холів, приміщень для зустрічей, відпочинку та спортивних заходів;
- стан меблів, санітарно-гігієнічних предметів, холодильників, сейфів тощо;
- рекламно-інформаційне та технічне забезпечення, наявність телефону, супутникового зв'язку, телевізора, Інтернету;
- якість додаткових платних та безкоштовних послуг;
- рівень кваліфікації та якість обслуговування персоналу.

Отже, результативність роботи готельного бізнесу залежить від ряду чинників. Серед основних можна виділити розміщення готелю, яке впливає на вартість землі, витрати на будівництво, рівень заробітної плати та можливості збуту продукції. Ці елементи є первинними. До вторинних факторів відносять доступність сировини, робочої сили та виробничої інфраструктури.

1.2. Особливості діяльності національних підприємств індустрії гостинності

Сьогодні індустрія гостинності вважається важливим феноменом XXI століття та одним із ключових напрямів соціально-економічної активності. Індустріалізація

галузі гостинності сприяє ефективності та розвитку національної економіки. Завдяки зростанню популярності туризму, збільшується державний бюджет, рівень зайнятості населення підвищується, а місцеве населення отримує нові можливості для покращення якості життя. Це також стимулює розвиток національних промислових галузей та інфраструктури, а також позитивно впливає на різні сфери, пов'язані із створенням готельно – господарських продуктів. За останні роки спостерігається значний зріст кількості міжнародних подорожей: на сьогодні кожен шостий житель планети щорічно подорожує за кордоном, що становить близько 1 мільярда 230 тисяч осіб. Прогнози Всесвітньої організації туризму показують, що до 2050 року ця тенденція збережеться і кожен четвертий житель Землі буде подорожувати [6].

На поточному етапі глобального економічного розвитку значення сфери послуг зростає у всьому світі, і Україна з її великим потенціалом не є винятком. Сектор готельного бізнесу є одним із найбільш динамічних сегментів української економіки. Втім, українські готелі стикаються з рядом проблем, що робить їх менш конкурентоспроможними порівняно з західними закладами. Одна з головних проблем полягає в відсутності національних готельних мереж, здатних розробити єдину бізнес-стратегію та задовольнити поточний попит у цій галузі. Це підкреслює необхідність дослідження цієї проблематики та визначення можливостей для розвитку національних і міжнародних готельних мереж в Україні.

Можна зазначити, що молодіжні бази, кемпінги та мотелі, які є поширеними формами готельного господарства в інших країнах, майже відсутні в Україні. Однак міжнародний досвід підтверджує, що такі підприємства можуть суттєво сприяти розвитку галузі гостинності та створенню нових робочих місць. Для стимулювання розвитку готельної галузі, збільшення попиту на готельні послуги та введення на ринок нових малих готельних підприємств необхідно розробити проект Закону України щодо розвитку готельного бізнесу. Цей закон має визначити економічні, правові та організаційні принципи створення конкурентних умов та сприяти подальшому розвитку готельного сектору на ринку.

За показниками Рис. 1.1., де RevPAR(UAH) – дохід на доступний номер,

ADR(UAH) – середній тариф дня, Occ – завантаженість готелів, можна зазначити, що війна значно впливає на роботу готелів, особливо враховуючи відстань від зони бойових дій (Додаток А, Б) [21]. Проаналізувавши даний факт, з'ясувалось:

1. З'явився новий сегмент гостей - "вимушений турист", який замінив традиційного туриста;

2. У Києві приблизно 70% готелів не функціонували в березні, квітні та травні, протягом того ж періоду, готелі у Львові працювали на 90% своєї місткості;

3. Відбувся ріст нецільових витрат, таких як розміщення вимушено переміщених осіб та інвестиції в необхідне обладнання, наприклад генератори, які стали обов'язковими. Це призвело до збільшення оперативних витрат, адже альтернативне джерело енергії тепер є основним;

4. У листопаді та грудні 2022 року показники у Львові наблизилися до рівня 2021 року, що може вказувати на зниження попиту з боку вимушених туристів;

5. Заборона на виїзд за кордон для відпочинку державних чиновників сприяє зростанню попиту на відпочинок у Західній Україні серед сімей, що шукають можливості для оздоровлення.

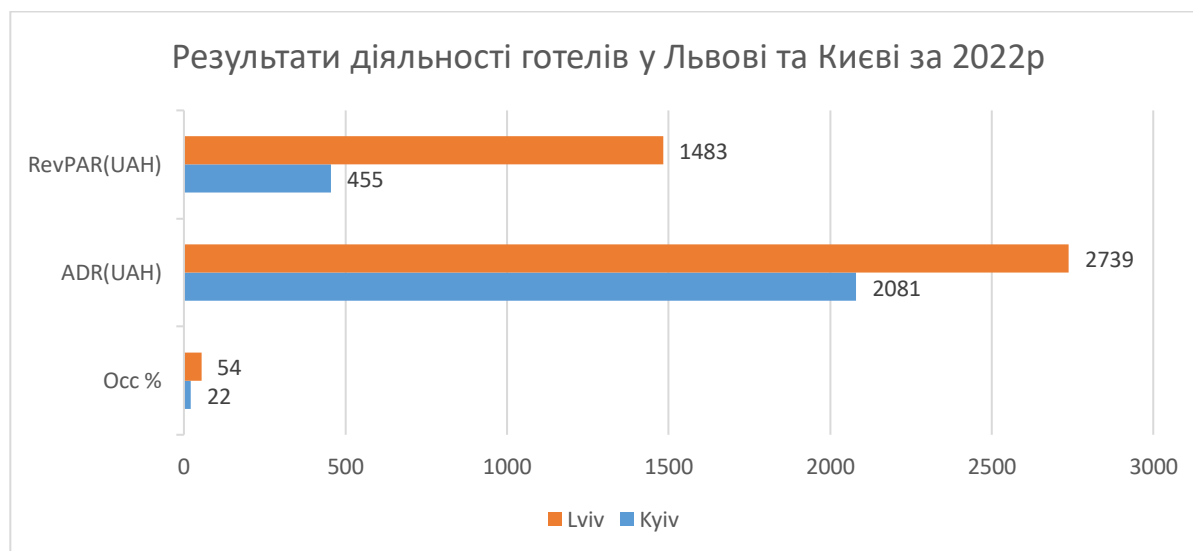


Рис. 1.1. Результати діяльності готелів у Львові та Києві за 2022р.

Джерело: складено автором на основі [21]

Готелі в таких містах, як Київ, Львів, Одеса, а також готелі класу 4 і 5 зірок в

регіоні Буковель у 2023 році (Рис. 1.2). Порівнюючи поточні показники з даними 2021 року (Додаток Б), періоду пандемії COVID-19, можна побачити, що прибуток на номер у Львові зріс на 60%. В той же час, Київ та Одеса показали зниження на 42% та 29% відповідно.

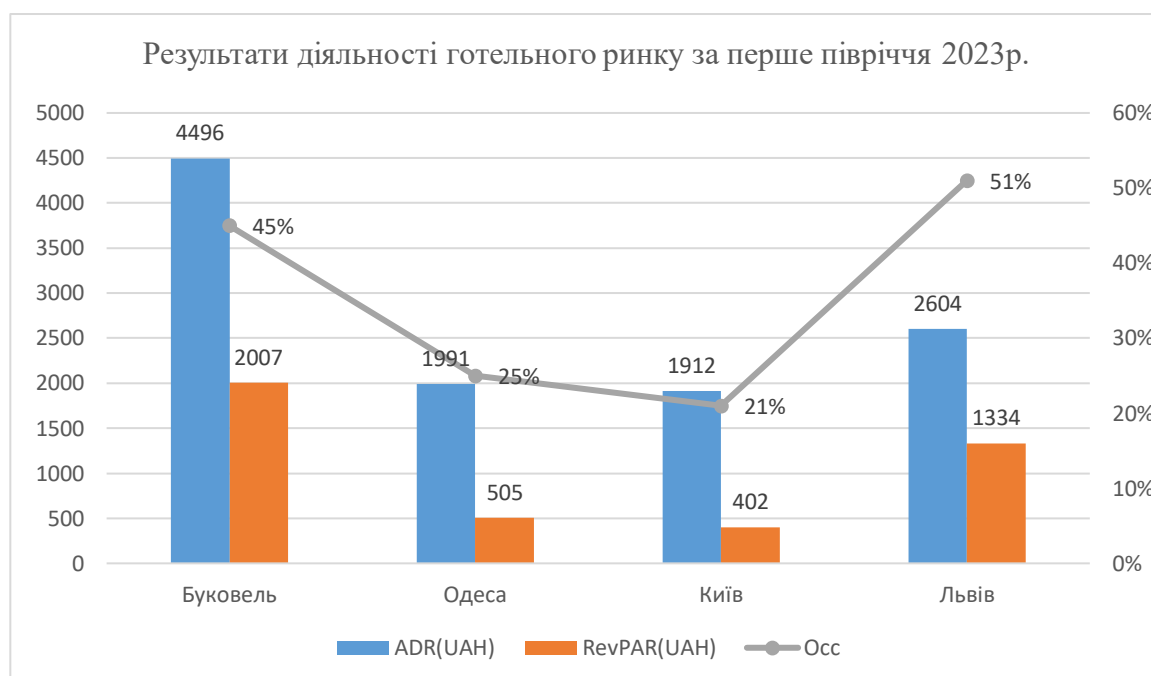


Рис. 1.2. Результати діяльності готельного ринку за перше півріччя 2023р.

Джерело: складено автором на основі [22]

Динаміка попиту на ринку готельних послуг. Незважаючи на побоювання готелярів Буковеля, літній сезон у Карпатах виявився досить успішним, з середнім терміном бронювання від 30 до 40 днів. У таких містах, як Львів, Одеса та Київ, термін бронювання становить від одного до двох тижнів (Рис. 2.1.).

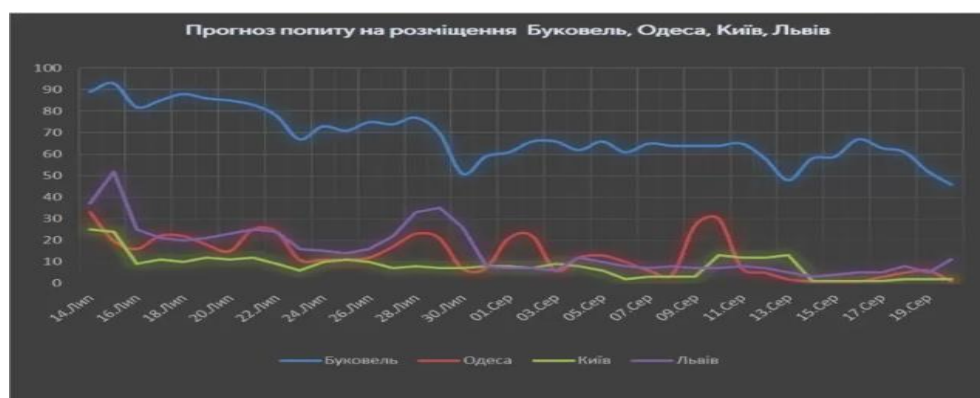


Рис. 1.3. Попит на розміщення у літній сезон 2023р.: Буковель, Одеса, Київ, Львів.

Джерело: складено автором на основі [22]

Транспортні шляхи мають відповідати міжнародним вимогам для швидкого, безпечного, та надійного туризму. Однак українські автошляхи перебувають у поганому стані, не відповідають міжнародним стандартам та практично не мають сучасних об'єктів для обслуговування автотуристів. Щоб інтегрувати дорожньо-транспортну систему України до міжнародного рівня, необхідно будувати нові та реконструювати існуючі комплекси туристичної інфраструктури, які включатимуть кафе, ресторани, готелі та інші заклади, щоб забезпечити автотуристам сервіс на рівні міжнародних стандартів.

Для підвищення якості обслуговування клієнтів та збільшення конкурентоспроможності на глобальному ринку готельних послуг, важливо, щоб на підприємстві не лише забезпечувався високий рівень комфорту, але також надавалися різноманітні додаткові послуги. Організація сервісу готелів має відбуватися на основі пропозиції, а не лише попиту. Різноманітність та обсяг додаткових послуг постійно розширюються. Якщо раніше перелік таких послуг міг включати близько 10 опцій, то наразі ця кількість перевищує 60. У готельній справі, як світовий досвід показує, якість обслуговування відіграє вирішальну роль. Без належного рівня обслуговування готель не зможе досягти своїх цілей. Результати досліджень свідчать, що висока якість обслуговування приносить прибуток, як це демонструє практика розвитку готельних ланцюгів і корпорацій. Коли клієнт обирає готель, основним фактором є якість наданого обслуговування під час першого візиту.

Необмеженим резервом для підвищення якості обслуговування туристів у готелях є розширення переліку додаткових послуг. Окрім традиційних сервісів, кожен готель може постійно розширювати та різноманітнити свої послуги, враховуючи свою специфіку та потреби гостей. Наприклад, деякі готелі, спрямовані на бізнес-туристів, можуть пропонувати розваги як риболовлю, водні екскурсії або полювання у вихідні дні. Показники розвитку галузі гостинності включають рівень інвестицій та капіталовкладень, конкурентоспроможність підприємств на міжнародному ринку послуг, використання інноваційних технологій у обслуговуванні клієнтів, наявність матеріально-технічної бази та інфраструктури

для ефективного функціонування готельних закладів і наявність кваліфікованих кадрів. Кожен з цих показників потребує постійного удосконалення, досягнення відповідності міжнародним стандартам якості і впровадження нових видів та форм обслуговування [8].

На сьогоднішній день галузь гостинності в Україні відстає від світових стандартів з ряду причин, які включають:

- російську воєнну агресію проти України;
- стагнацію у національній економіці України;
- недостатній розвиток індустрії туризму;
- обмежену фінансову спроможність громадян України;
- недосконалу податкову систему;
- неповну нормативно-правову базу в галузі туризму;
- обмежене використання культурно-історичної спадщини.

Законодавча база не відповідає поточним вимогам, відсутні інструкції та інші нормативні документи, які могли бути систематично узгоджені, щоб уникнути протиріч. Необхідна інфраструктура та відповідні сервісні умови також відсутні, що негативно впливає на якість обслуговування туристів.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1

Готель – це споруда або комплекс будівель, що служить для тимчасового проживання туристів та інших відвідувачів. У готелі може бути один або кілька номерів для проживання, а також доступні різноманітні сервіси, включаючи ресторани, кафе, бари, басейни, тренажерні зали, конференц-зали, процедурні кабінети спа, парковки та інше. Кожен номер має обов'язково включати наступні елементи: ліжко, крісло або крісло для одного місця, нічний стілець або тумбу, шафу для зберігання одягу, загальне освітлення, кошик для сміття, а також інформацію про готель і схему евакуації у разі пожежі.

Варто відзначити, що аналізуючи розвиток індустрії гостинності в Україні, цю

галузь економіки можна розглядати як важливу складову матеріально-технічної бази, що становить основу для використання туристично – рекреаційного потенціалу та розвитку туризму у країні. Проте економічна та політична нестабільність, а також воєнні дії на частині території країни спричинили значне сповільнення темпів розвитку цієї галузі. Без стабілізації політичної та соціально-економічної ситуації, а також припинення військових дій, важко досягти успішного виступу на ринку та отримати позитивний економічний результат в господарській діяльності.

Можна зазначити, що молодіжні бази, кемпінги та мотелі, які є поширеними формами готельного господарства в інших країнах, майже відсутні в Україні. Однак міжнародний досвід підтверджує, що такі підприємства можуть суттєво сприяти розвитку галузі гостинності та створенню нових робочих місць. Також у розділі були розглянуті та проаналізовані показники діяльності готелів за останні декілька років. Важливо відзначити, що розвинена галузь гостинності є важливим індикатором соціально-культурного й економічного прогресу країни, що стає її візитівкою та показником інтеграції українського туристичного ринку в європейське бізнес та культурне середовище.

Розділ 2.

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

2.1. Загальна характеристика ТОВ «Рейкарц Хотел менеджмент»

ТОВ «Рейкарц хотел менеджмент» – це компанія, що спеціалізується на управлінні готельними об'єктами. Основна діяльність компанії полягає в управлінні готелями та наданні консультаційних послуг у галузі готельного бізнесу (Додаток Г). Заснована з метою оптимізації управління готелями, "Рейкарц Хотел менеджмент" пропонує широкий спектр послуг, які включають управління персоналом, маркетинг та рекламу, фінансове планування, оптимізацію процесів обслуговування та інші аспекти, спрямовані на підвищення ефективності та прибутковості готельного бізнесу. Компанія має великий досвід у сфері готельного менеджменту і володіє висококваліфікованим персоналом, який готовий надати професійні консультації та забезпечити якісне управління готельними об'єктами. Орієнтована на надання індивідуальних рішень для кожного клієнта, компанія "Рейкарц Хотел менеджмент" створює стратегії управління, спрямовані на досягнення конкретних цілей та потреб кожного готелю, що з ними співпрацює.

В Україні налічується 32 готелі мережі, які знаходяться в таких містах України: Івано – Франківськ, Рівне, Вінниця, Дніпро, Славутич, Суми, Східниця, Тернопіль, Закарпаття, Трускавець, Запоріжжя, Ужгород, Кам'янець – Подільський, Кам'янське, Умань, Київ, Харків, Херсон, Хмельницький, Кременчук, Кривий Ріг, Хуст, Черкаси, Кропивницький та інші. (Рис. 2.1.)

Готелі брендovanі під такими назвами: Optima, Optima Collection, VitaPark, Raziotel, Alliance City, Alliance Resorts.

Середня рентабельність роботи всіх готелів – 24 %.

9 готелів з рентабельністю понад 40 %.

Середнє заселення всіх готелів – 60 %.

8 готелів із заселенням понад 70 % [9].



Рис. 2.1. Мережа готелів ТОВ «Рейкарц хотел менеджмент»

Джерело: [9]

Optima Hotels & Resorts - національна мережа готелів, що базується та зареєстрована в Україні. Керівна компанія мережі готелів, які об'єднані під брендом Optima Hotels & Resort, включає готелі рівня 3 та 4 зрірки. Компанія складається з:

- стандарти бренду та корпоративної культури;
- стандарти обслуговування та операційних процедур;
- центральний відділ продажів і маркетингу;
- будівельний відділ, служба архітектури та дизайну;
- централізована система закупівель;
- єдина система адаптації, навчання та розвитку персоналу [10].

Напрямки діяльності керуючої компанії: будівництво, комплектація, операційне управління, продажі та бронювання, PR і реклама, бари та ресторани (F & B), служба прийому та розміщення і Хаускіпінг, кадровий менеджмент (HR), IT – служба, фінанси і бухгалтерія, безпека, контрольно – ревізійне управління [10].

Класифікаційні коди КВЕД, які допомагають стандартизувати та класифікувати різні галузі економіки з метою спрощення збору та обробки інформації. У цьому випадку розглядаються КВЕД клас 55.10 "Діяльність готелів та подібних закладів тимчасового розміщення" та 56.10 "Діяльність ресторанів та послуг мобільного харчування".

Клас 55.10 охоплює надання місць, де гості або відвідувачі зазвичай перебувають протягом коротких термінів часу, зазвичай щоденно або щотижнево. Ця діяльність включає надання затишного житла в гостьових кімнатах або номерах Люкс. Послуги включають повсякденне прибирання та заміну постільної білизни. Також можливе надання різноманітних додаткових послуг, таких як харчування, паркування, пральня, басейни, тренажерні зали, зони відпочинку, розважальні заходи, а також конференц-зали та місця для проведення нарад. До цього класу входять такі види розміщення: готелі, курортні готелі, готелі класу люкс, мотелі.

Клас 56.10 охоплює надання гостям харчування, незалежно від того, чи подається їжа в спеціалізованих закладах громадського харчування, ресторанах самообслуговування, чи її споживають на місці, беруть з собою або замовляють доставку до дому. До цього класу також відноситься приготування та подача їжі для негайного споживання з автомобілів або пересувних вагончиків.

Цей клас включає такі види діяльності: ресторани, кафе, ресторани швидкого обслуговування, місця з наданням їжі для споживання за межами закладу, вагончики з продажу морозива, пересувні вагончики з продажу їжі, діяльність з приготування їжі в торговельних наметах, діяльність ресторанів і барів, що включає доставку їжі за умови залучення окремих одиниць [10].

Статут підприємства - це документ, який визначає основні положення, цілі, завдання та права та обов'язки підприємства. Він містить інформацію про правовий статус підприємства, його організаційну структуру, механізми управління, процедури з прийняття рішень та інші важливі аспекти діяльності підприємства.

Статут зазвичай складається з таких розділів:

- найменування та місцезнаходження підприємства;
- предмет і цілі діяльності підприємства;
- правовий статус підприємства (форма власності, правова форма);
- порядок утворення та ліквідації підприємства;
- організаційна структура та система управління;
- права та обов'язки учасників (акціонерів, засновників, членів

кооперативу тощо);

- порядок збору та використання прибутку;
- інші важливі положення, що регулюють діяльність підприємства.

Статут підприємства є одним з основних документів, які регулюють його функціонування, тому він повинен бути схвалений у відповідності з вимогами законодавства та враховувати специфіку діяльності конкретного підприємства.

Основні положення статуту підприємства гостинності:

1. Загальні положення.

2. Мета та об'єкт діяльності підприємства: головною метою функціонування компанії є задоволення загальних потреб у готельних послугах, проведення комерційної діяльності та інших видів робіт з метою отримання прибутку та захисту інтересів акціонерів, а також матеріальних і соціальних потреб членів персоналу.

3. Діяльність, яка потребує спеціальних дозволів (наприклад, ліцензій, сертифікатів тощо) згідно з чинним законодавством України, здійснюється Товариством лише після отримання відповідних дозволів (ліцензій) у встановленому законодавством України порядку.

4. Юридичний статус товариства: з моменту його державної реєстрації воно набирає статусу юридичної особи та здійснює свою діяльність відповідно до чинного законодавства. Товариство самостійно визначає свою організаційну структуру, штатний розклад, методи оплати праці, та встановлює правила внутрішнього регулювання.

Порядок розподілу прибутку і покриття збитків товариства визначається після вирішення загальних зборів відповідно до чинного законодавства України та цього Статуту. Прибуток Товариства формується з матеріальних, грошових та ін. надходжень від його комерційної діяльності після виплати всіх матеріальних витрат, включаючи витрати на оплату праці. Цей прибуток підлягає оподаткуванню згідно з чинним законодавством, а також використовується для погашення відсотків по облігаціях та кредитах. Прибуток товариства визначається як різниця між витратами та доходами, пов'язаними з їх отриманням. Чистий прибуток виникає після виплати

податків та інших обов'язкових платежів. Резервний капітал формується шляхом щорічних відрахувань від чистого прибутку або із нерозподіленого прибутку. Розмір щорічних відрахувань не може бути меншим за 5% чистого прибутку товариства за рік до досягнення встановленого рішенням загальних зборів резервного капіталу [6].

Також в підприємстві є правила, яких мають дотримуватись як і споживач, так і сам заклад. Детально про ці правила можна дізнатись на офіційному сайті мережі. Їх можна класифікувати за такими критеріями:

1. Правила мережі;
2. Договір оферти альянс;
3. Повернення коштів;
4. Політика конфіденційності [10].

Якщо ці правила не дотримуються, підприємство має повне право оштрафувати клієнта, або ж відмовити у наданні послуг без повернення коштів.

2.2. Моніторинг основних показників діяльності підприємства індустрії гостинності.

Важливість дослідження організаційної структури готельного господарства після виробничої практики в Готелі «Optima Collection Житомир», можна дати характеристику штату. Готель налічує: 1 директора, 1 заступника, 1 менеджер, є маркетинговий відділ, який налічує в собі лише 2 працівники. Бухгалтерія налічує 2 бухгалтера. Виробничий сектор має: шеф-кухаря, кухара 6 розряду, кухара 5 розряду, кухара 4 розряду, мийника посуду, 8 офіціантів, бармена, баристу та сомельє. Технічний відділ включає в себе: 2 охоронці, 8 покоївок та 2 водіїв. Бухгалтерія складається з двох бухгалтерів – старший та його помічник. Відділ матеріального технічного устаткування: інженер, електромонтер з ремонту та обслуговування електроустаткування, технік-механік з ремонту устаткування. Господарча служба: начальник служби та двірник. Відділ організації прийому та розміщення: ресепшеоніст та начальник відділу організації прийому та розміщення.

Таблиця 2.1.

Аналіз використання трудових ресурсів ТОВ «Оптіма Хотел Менеджмент» у 2021 – 2023рр.

| Показник | 2021 | 2022 | 2023 | Відхилення 2022 від 2021 | | Відхилення 2023 від 2022 | |
|------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------------------------|-------|--------------------------|------|
| | | | | +/- | % | +/- | % |
| Середня чисельність персоналу, осіб | 1071 | 951 | 916 | -120 | -12 | -35 | -3,7 |
| Дохід від реалізації послуг, тис. грн. | 396236 | 306338 | 607521 | -89898 | -23 | 301668 | 98,3 |
| Кількість обслугованих клієнтів, осіб | 359200 | 137400 | 227800 | -221800 | -71,2 | 90400 | 165 |
| Продуктивність праці у вартісному виразі, тис. грн. / ос. | 335,38 | 144,4 | 248,68 | -190,9 | -58 | 104,28 | 72 |
| Продуктивність праці у натуральному виразі, клієнтів / ос. | 243,7 | 47,9 | 129,4 | -195 | -71,3 | 81,5 | 170 |

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Дослідження трудових ресурсів ТОВ «Оптіма Хотел Менеджмент» за даними Таблиці 2.1. виявило, що в 2022 році кількість співробітників зменшилася на 120 осіб порівняно з 2021 роком, тоді як у 2023 році зменшилась ще на 35 осіб, досягнувши 916 працівників. У 2022 році порівняно з 2021 роком вартісний показник продуктивності праці знизився на 58% або на 190 тис. грн. на особу. В наступному році, у 2023 році, цей показник зазнав зростання на 75% , досягнувши 104,24 тис. грн на працівника

У 2021 році показник продуктивності праці у натуральному виразі в готелі складав 243 клієнти на одного працівника. Проте у 2022 році цей показник значно знизився до 47,9 клієнтів на працівника через повномасштабне вторгнення, що негативно вплинуло на продуктивність праці, як у вартісному, так і у натуральному вимірах. У 2023 році продуктивність покращилася до 129 клієнтів на одного працівника, однак до рівня 2021 року так і не вдалося повернутися. Розглянуто структуру доходу ТОВ «Оптіма Хотел Менеджмент» за видами послуг у 2021-2023рр.

Таблиця 2.2.

**Дохід ТОВ «Оптіма Хотел Менеджмент» за видами послуг у 2021-2023 рр.,
тис. грн.**

| Вид послуг | 2021 | 2022 | 2023 | Відхилення 2022 від 2021 | | Відхилення 2023 від 2022 | |
|-------------------|----------|----------|--------|--------------------------|-------|--------------------------|-------|
| | | | | +/- | % | +/- | % |
| Основні послуги | 396236 | 306338 | 607521 | -89898 | -23 | 301668 | 98,3 |
| Додаткові послуги | 52284.00 | 29401.00 | 31645 | -22883 | -44,8 | 2344 | 7 |
| Разом | 448520 | 335739 | 639266 | -112781 | -67,8 | 304012 | 105,3 |

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Згідно з даними таблиці 2.2., загальний дохід ТОВ «Оптіма Хотел Менеджмент» у 2022 році знизився на 23%, або на 89898 тис. грн порівняно з 2021 роком. У 2023 році дохід готелю зріс на 98,3% в порівнянні з попереднім роком, сягнувши 607521,0 тис. грн. 2023 рік приніс дохід на основні послуги 301668 тис. грн, а додаткові - 2344 тис. грн.

Щоб краще розуміти ефективність діяльності готелю, подано у вигляді таблиці основні економічні показники (Таблиця 2.3.).

Аналіз основних економічних показників діяльності ТОВ «Оптіма Хотел Менеджмент» виявив, що чистий дохід у 2022 році знизився на 13% порівняно з 2021 роком. Проте у 2023 році чистий дохід виріс на 40% і склав 129310 тис. грн. Собівартість послуг у 2022 році збільшилася на 408% у порівнянні з 2021 роком, а у 2023 році зросла ще більше. У структурі чистого доходу собівартість послуг становила 768% у 2021 році, 39% у 2022 році та 29% у 2023 році. Валовий прибуток у 2022 році зменшився на 74,9% порівняно з 2021 роком, а у 2023 році збільшився на 12%, досягнувши 10893 тис. грн. Інші операційні доходи у 2023 році зросли на 16% і становили 3734 тис. грн. Адміністративні витрати у 2022 році знизились на 91,7% порівняно з 2021 роком, а у 2023 році вони зросли на 1614% і склали 43862 тис. грн. Витрати на збут у 2023 році також зросли на 48%, досягнувши 6586 тис. грн. Інші операційні витрати протягом аналізованого періоду зменшувалися, становлячи у 2023 році 46046 тис. грн. Прибуток від операційної діяльності у 2022 році знизився

на 79% порівняно з 2021 роком, у 2023 році він також знизився на 19%, сягнувши 14196 тис. грн.. Чистий прибуток у 2022 році знизився на 86,1% порівняно з 2021 роком, у 2023 році він ще впав на 35%, склавши 7057,00 тис. грн.

Таблиця 2.3.

Аналіз основних економічних показників діяльності готелю ТОВ «Оптіма Хотел Менеджмент» у 2021-2023 рр.

| Показники | 2021 | 2022 | 2023 | Відхилення 2022 від 2021 | | Відхилення 2023 від 2022 | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|--------------------------|-------|--------------------------|-------|
| | | | | +/- | % | +/- | % |
| Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн. | 381360.00 | 316554.00 | 445864 | -64806 | -13 | 129310 | 40 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн. | 49632 | 227154.00 | 345571 | 177522 | 408 | 19800,6 | 52 |
| Собівартість у відсотках до виручки, % | 768 | 39 | 29 | -729 | - | -10 | - |
| Валовий прибуток, тис. грн. | 331728.00 | 89400.00 | 100293.00 | -242328 | -74,9 | 10893 | 12 |
| Інші операційні доходи, тис. грн. | 36098.00 | 22726 | 26 460.00 | -13372 | -38,9 | 3734 | 16 |
| Адміністративні витрати, тис. грн. | 30723.00 | 2 866.00 | 46 278.00 | -27857 | -91,7 | 43862 | 1614 |
| Витрати на збут, тис. грн. | 267371.00 | 13 647.00 | 20 233.00 | -253724 | -95 | 6586 | 48 |
| Інші операційні витрати, тис. грн. | 68843.00 | 55 092.00 | 46 046.00 | -13751 | -20 | -9046 | -17,5 |
| Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток / збиток, тис. грн. | 84 891.00 | 17521 | 14 196.00 | -67370 | -79 | -3328 | -19 |
| Інші доходи | 1 427.00 | 3706 | 2259 | 2299 | 159 | -1447 | -40 |
| Інші витрати | 906 | 976.00 | 171 | 70 | 7 | -805 | -83,5 |
| Фінансовий результат до оподаткування прибуток / збиток, тис. грн. | 76 771.00 | 10699 | 7154 | -66781 | -86,1 | -3545 | -34 |
| Чистий прибуток / збиток, тис. грн. | 76 771.00 | 10649 | 7 057.00 | -66781 | -86,1 | -3501 | -35 |

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

Наступне, що можна проаналізувати – це рентабельність готелю «Optima Collection Житомир» (Таблиця 2.4.).

Таблиця 2.4.

**Аналіз показників рентабельності готелю ТОВ
«Оптіма Хотел Менеджмент» у 2021-2023 рр.**

| Показник | 2021 | 2022 | 2023 | Відхилення (+/-) | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|------------------|---------------|
| | | | | 2022 від 2021 | 2023 від 2022 |
| Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн. | 381360.00 | 316554.00 | 445864 | -64806 | 129310 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн. | 49632 | 227154.00 | 345571 | 177522 | 19800,6 |
| Чистий прибуток / збиток, тис. грн. | 76 771.00 | 10649 | 7 057.00 | -66781 | -3501 |
| Власний капітал, тис. грн. | 73422,5 | 73861,3 | 73896,5 | 437,9 | 35,3 |
| Активи, тис. грн. | 112717,3 | 116325,8 | 117821,4 | 3609,6 | 1495,6 |
| Рентабельність продажу, % | 14,64 | 1,88 | 6,1 | -12,66 | 4,12 |
| Рентабельність послуг, % | 20,06 | 2,40 | 8,0 | -17,7 | 5,5 |
| Рентабельність активів, % | 9,96 | 0,14 | 1,70 | -9,87 | 1,6 |
| Рентабельність власного капіталу, % | 15,22 | 0,21 | 2,9 | -15,11 | 2,54 |

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

Аналіз рентабельності готелю за період 2021-2023 років виявив, що у 2022 році всі основні показники рентабельності знизились через суттєве падіння чистого прибутку, спричинене початком повномасштабного вторгнення Росії в Україні. У 2023 році рентабельність продажів досягла 6,1%, тобто з кожної гривні чистого доходу готель отримав 0,061 грн. чистого прибутку. Рентабельність послуг у 2023 році склала 8%, означаючи, що кожна гривня собівартості генерувала 0,08 грн. чистого доходу. Рентабельність власного капіталу в тому ж році становила 2,9%, демонструючи, що на кожен гривню власного капіталу припадало 0,029 грн. чистого прибутку, а рентабельність активів була 1,7%, тобто кожна гривня активів приносила 0,07 грн. чистого прибутку. Незважаючи на поліпшення показників у 2023 році порівняно з 2022 роком, рентабельність залишається значно нижчою за рівень 2021 року. Тому існує необхідність вжити заходів для підвищення прибутковості та рентабельності готелю.

Також важливим фактором в розвитку готелю є враження клієнтів. Проаналізувавши відгуки відвідувачів, за 2021 – 2023рр. період, як на офіційному сайті, так і на інших ресурсах, можна дати оцінку 4.5/5. В основному відвідувачі залишаються з гарними враженнями та із задоволенням повертаються сюди. Номерний фонд загрузений настільки, що замовити комфортний для себе номер потрібно завчасно, так як вільних місць може не бути.

Щодо вартості номерів в ТОВ «Оптіма Хотел Менеджмент». Для прикладу візьмемо готель «Optima Collection Житомир». В готелі можна замовити такі номери з відповідною вартістю (ціна за 1 людину та за 1 ніч):

- Стандарт – без сніданку 1826 грн, зі сніданком 2046 грн, напівпансіон 2046 грн.
- Класик DOUBLE - без сніданку 1368 грн, зі сніданком 1588 грн, напівпансіон 1968 грн.
- Класик комфорт - без сніданку 1584 грн, зі сніданком 1804грн, напівпансіон 2184грн.
- Суперіор - без сніданку 2086 грн, зі сніданком 2306 грн, напівпансіон 2686 грн.
- Люкс - без сніданку 3043 грн, зі сніданком 3263 грн, напівпансіон 3643грн.

Вирахувавши середню ціну за ніч (для 1 людини), можна побачити, що номер без сніданку – 1977,8 грн, із сніданком – 2201,4 грн, напівпансіон – 2504,8 грн.

Гості можуть бути різної вікової категорії. Також варто зазначити, що в готелях можуть проживати як українці, так і гості з інших країн, що є не рідкістю для закладів.

Аналіз діяльності підприємства в галузі гостинності є важливим інструментом для оцінки його ефективності та можливостей для подальшого розвитку. В результаті проведеного аналізу виявлені наступні ключові висновки:

- фінансовий стан: підприємство продемонструвало стабільний фінансовий стан, що підтверджується вирівнюванням фінансового стану після початку повномасштабної війни;

- оптимізація витрат: виявлено можливості для оптимізації витрат, зокрема у сфері управління запасами, енергоефективності та персоналу;
- якість обслуговування: потрібно покращити якість обслуговування для задоволення потреб та очікувань клієнтів, що може позитивно вплинути на рівень задоволеності та лояльність гостей;
- тенденції ринку: варто врахувати актуальні тенденції ринку гостинності, такі як зростання популярності онлайн-бронювань та вимоги до стандартів безпеки та чистоти.

Загалом, аналіз діяльності підприємства в індустрії гостинності вказує на потенціал для подальшого розвитку та покращення конкурентоспроможності шляхом впровадження стратегічних ініціатив та заходів у вищезазначених напрямках.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 2

У даному розділі було охарактеризовано ТОВ «Рейкарц Хотел менеджмент», проведено детальний аналіз діяльності підприємства індустрії гостинності, зосередившись на його ключових показниках ефективності, фінансових результатів, якості обслуговування та задоволеності клієнтів. Компанія проявляє стабільний ріст у галузі гостьового сервісу та управління готельним бізнесом. Варто відзначити ефективність управлінської команди та їх здатність адаптуватися до змін у галузі, що є ключовим фактором для подальшого успішного розвитку компанії. Зазначений аналіз свідчить про перспективність діяльності ТОВ "Рейкарц Хотел менеджмент" та його потенціал для подальшого зростання на ринку готельного бізнесу. Було згадано КВЕДи, правила підприємства та статут для загального розуміння. Були проаналізовані такі фінансові показники:

- основні економічні показники;
- аналіз використання трудових ресурсів;
- рентабельність;
- доходи компанії;

Загалом, здійснений аналіз підкреслює необхідність інтегрованого підходу в управлінні підприємствами гостинності, що включає в себе не тільки фінансову стійкість і якість обслуговування, але й здатність пристосовуватися до постійно змінюваних умов ринку та потреб споживачів.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «РЕЙКАРЦ ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ»)

3.1. Обґрунтування перспектив розвитку діяльності підприємства.

ТОВ «Рейкарц Хотел менеджмент» – одна з найкращих мереж в Україні та має популярність за кордоном. Але навіть такій організації є до чого розвиватись та покращуватись. Обґрунтування перспектив розвитку діяльності (Рис. 3.1.):

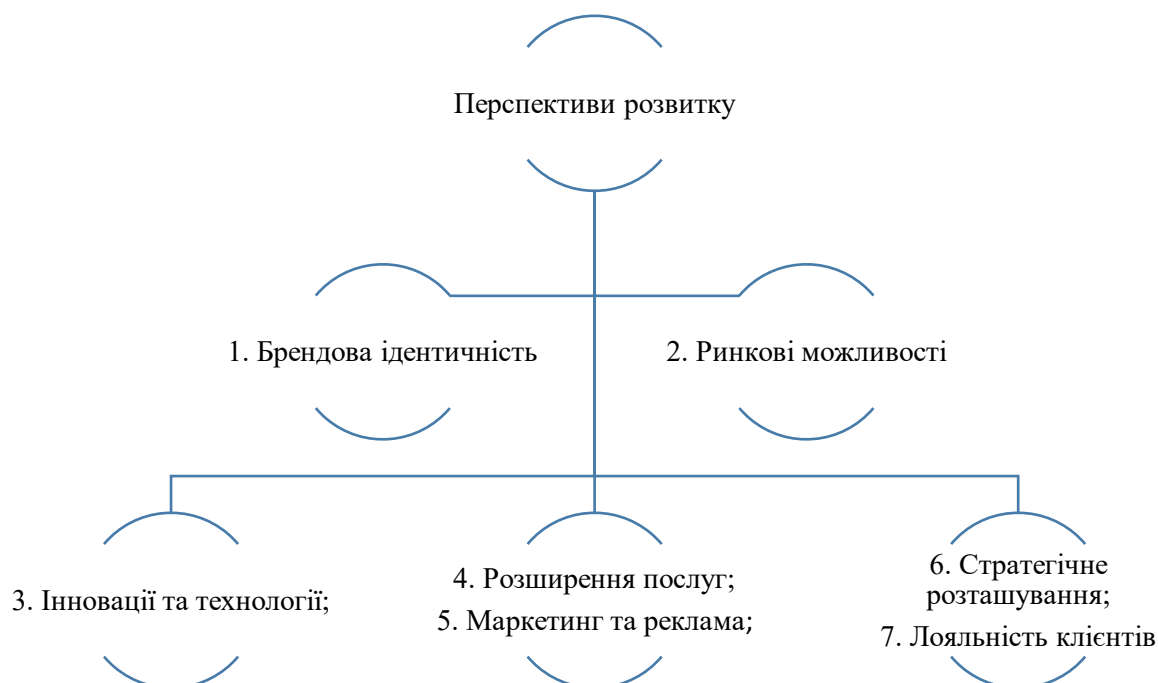


Рис. 3.1. Перспективи розвитку

Джерело: створено автором на основі проведеного аналізу

1. Ринкові можливості: Галузь гостинності є динамічною і швидко зростаючою галуззю, особливо у світлі відновлення подорожей та туризму після пандемії COVID-19. Але, на сьогоднішній день, перед державою постала нова проблема – повномасштабне вторгнення. Для компанії важливо забезпечити споживача надійним захистом під час обстрілів. Тоді клієнт буде почувати себе в безпеці та буде знати, що «Рейкарц» може захистити.

2. Брендова ідентичність: Якщо ТОВ "Рейкарц" вже має встановлений бренд або унікальну пропозицію, це може служити основою для подальшого розвитку та розширення бізнесу. Вже під цим брендом працює багато готелів та

ресторанів, які доводять свою ідентичність показуючи гарні показники та відгуками гостей.

3. Інновації та технології: Впровадження новітніх технологій у галузі гостинності може покращити якість обслуговування, забезпечити конкурентні переваги та залучити нових клієнтів. Постійне оновлення обладнання, навчати персонал новим цікавим та корисним технологіям, впроваджувати щось нове – це відкриває двері у майбутні перемоги над конкурентами та підвищення задоволеності клієнта.

4. Розширення послуг: Розгляд можливостей для розширення асортименту послуг, таких як введення нових ресторанів, організація конференц-залів або розвиток спеціалізованих туристичних пакетів та ін. Для цього потрібно мати кваліфікованих працівників з гарним проявленням фантазії та мати розуміння цієї справи.

5. Маркетинг та реклама: Рекомендується збільшити зусилля у напрямку маркетингових заходів та реклами для привернення нових клієнтів та підтримки існуючої клієнтської бази. Реклама є важливою складовою розвитку будь якого підприємства, тому потрібно багато уваги привертати саме цьому аспекту.

6. Стратегічне розташування: Якщо підприємство знаходиться в стратегічно важливому місці, це може привертати більше клієнтів та забезпечити стабільний потік доходів. Це може бути центр міста, біля якоїсь історичної пам'ятки та багато інших локацій.

7. Лояльність клієнтів: Залучення та утримання лояльних клієнтів шляхом вдосконалення програм лояльності та персоналізованих послуг може стати ключем до сталого успіху.

Загалом, наявність ринкових можливостей, відповідна стратегія розвитку, інновації та зосередження на потребах клієнтів можуть сприяти успішному розвитку діяльності ТОВ "Рейкарц" у галузі гостинності.

3.2. Інноваційні підходи до розвитку ТОВ «Рейкарц Хотел менеджмент»

Підприємство знаходиться в динамічній галузі гостинності, де зміни та

інновації відіграють ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності та успішного розвитку.

Після аналізу вище вказаних показників, можна провести SWOT – аналіз, за допомогою якого зможемо виявити слабкі та сильні сторони готелю і запропонуємо інноваційні підходи до розвитку (табл.3.1.)

Таблиця 3.1.

SWOT – аналіз готелю «Optima Collection Житомир»

| | Сильні сторони (S) | Слабкі сторони (W) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Зовнішнє середовище | <ul style="list-style-type: none"> Фінансове забезпечення Професійний досвід на ринку Висококваліфікований персонал Сучасні умови проживання Широкий спектр безкоштовних послуг та акцій Стандарти якості обслуговування Вигідне розташування | <ul style="list-style-type: none"> Вплив економічної кон'юнктури у країні Висока цінова категорія Неефективна рекламна кампанія |
| Внутрішнє середовище | | |
| Можливості (O) | SO | WO |
| <ul style="list-style-type: none"> Розширення асортименту послуг для клієнтів Впровадження передових технологій у готельне управління Розвиток рекламних ініціатив Надання додаткових знижок для гостей | <ul style="list-style-type: none"> Розробка та пропозиція нових додаткових сервісів для гостей Використання передових інформаційних технологій у функціонуванні готелю | <ul style="list-style-type: none"> Посилення розвитку маркетингового відділу та створення нових маркетингових ініціатив з метою збільшення чисельності гостей готелю. Перегляд політики цін у готелі. |
| Загрози (T) | ST | WT |
| <ul style="list-style-type: none"> Поява нових конкурентів на ринку. Підвищення вартості енергетичних ресурсів. Спадок доходів населення. Збільшення рівня інфляції | <ul style="list-style-type: none"> Застосування ресурсозберігаючих технологій Впровадження еко-заходів для підвищення екологічності готелю | <ul style="list-style-type: none"> Розробка міжнародної рекламної кампанії. Підписання контрактів з зарубіжними туроператорами, які організують тури в Україну. |

Джерело: складено автором на основі проведеного аналізу

Проведений SWOT – аналіз готелю «Optima Collection Житомир» дає зрозуміти основні напрями для вирішення слабких сторін та загроз:

- розробка та запровадження нових сервісів для клієнтів готелю;
- застосування передових інформаційних технологій у готельному бізнесі для підвищення його продуктивності;
- використання технологій з економії ресурсів та збереження навколишнього середовища в готельному бізнесі;
- створення маркетингової кампанії готелю з метою просування на міжнародному рівні, та по Україні вцілому.

Компанія ТОВ «Рейкарц Хотел менеджмент» активно використовує інформаційні системи для автоматизації процесів бронювання, обліку готелів та взаємодії з клієнтами. Для споживача є офіційний сайт для бронювання номерів готеля, але він не є достатньо зручним. Щоб знайти якусь інформацію треба час для пошуку, що залишає неприємні враження та гість витрачає забагато часу для бронювання.

ТОВ «Рейкарц хотел менеджмент» потребує розробки мобільного додатка. Вдало спроектований та написаний додаток може в разі спростити пошук різної інформації (розташування готелів, ціна за номер і так далі), що дасть компанії великий потік нових клієнтів. Це не лише забезпечує ефективне управління, а й дозволяє надавати персоналізовані послуги та підвищувати рівень задоволеності клієнтів.

Щоб збільшити прибуток та заповненість номерів було завжди по максимуму, потрібна рекламна інтеграція готелю. Реклама на будь якій платформі має бути грамотною та має відкластись в голові у майбутнього гостя. Сюди ж можна віднести ведення сторінок в соц – мережах і де будуть пости викидуватись не раз в пів року, а кожного дня. Для цього потрібно:

- професійно кваліфікований маркетолог, який зможе вашу рекламу вивести в «ТОПИ»;
- активно вести сторінки соц – мереж та знайти «лице» компанії у вигляді блогера або ж актора, який буде активно просувати нововведення та акції в

компанії;

- фінансових вкладень в цю справу;
- реклама на білбордах та вивісках по місту, щоб турист знав куди

звернутись;

- можливість вставити свою рекламу на радіо. Хоч зараз це не так популярно, як соц – мережі, але все таки люди слухають радіо і не потрібно недооцінювати це;

- реклами на сайтах туроператорів та туристичних агенцій. Це надасть можливість створити ділові відносини з тією чи іншою турфірмою та працювати з турами і поселеннями саме в готелі ТОВ «Рейкарц хотел менеджмент»;

- реклама кампанія на зарубіжний ринок.

Потреба клієнтів готельних господарств у безпеці що є важлиаим аспектом при виборі закладу розміщення. Насамперед, підприємство, яке розміщує гостей для проживання має облаштувати укриття, щоб під час повітряної тривоги споживач міг не переживати за своє життя і здоров'я. Для цього потрібно:

- приміщення, яке знаходиться під землею та куди можна потрапити без всіляких перешкод;

- проведене світло та інтернет, щоб бути в курсі подій, які знаходяться назовні;

- проведене тепло або ж має бути електричне обладнання для нагріву приміщення;

- розміщені ліжка та крісла для комфортного перебування;

- вбиральня, яка відділена від основного приміщення;

- електронна плита для можливого приготування їжі, так як тривога може затягнутись на 10-12 годин;

- кладова з продуктами великого терміну придатності (консерви, крупи та ін.) та доступ до питної води.

В кожному номері мають бути сейфи, які відчиняються лише електронною картою, яку видають при заселенні в номер. Політика цін в готелі доступна не всім. Для збільшення кількості споживачів варто було б виділити частину номерів або ж

зробити більш бюджетні нові, щоб кожен міг відвідати готелі даної мережі. Деякі гості не мають достатнього рівня заробітку для проживання в «Optima Collection Житомир», тому не варто забувати про ці ланки людей.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 3

У розділі були обґрунтовані перспективи розвитку підприємства та рекомендації для покращення діяльності. Також було проведено SWOT – аналіз для розуміння слабких та сильних сторін підприємства та шляхів покращення.

До сильних сторін можна віднести:

1. фінансове забезпечення;
2. професійний досвід на ринку;
3. висококваліфікований персонал;
4. сучасні умови проживання;
5. широкий спектр безкоштовних послуг та акцій;
6. стандарти якості обслуговування.

До слабких сторін віднесемо:

- Вплив економічної кон'юнктури у країні
- Висока цінова категорія
- Неєфективна рекламна кампанія

Отже, головними недоліками ТОВ «Рейкарц хотел менеджмент» є – незручний сайт та відсутність мобільного додатку, маркетингова складова у вигляді відсутності грамотної реклами, соц-мережі ведуться неактивно та рідко пропонуються тематичні заходи, безпека кожного споживача, перш за все, є основним завданням кожного закладу, тому потрібно виконати всі вимоги, які потрібні для цього. Вище вказані рекомендації для вирішення цих проблем потрібно брати за основу та робити все можливе для вирішення цих питань.

ВИСНОВКИ

Індустрія гостинності охоплює широкий спектр послуг, основна мета яких - забезпечення сервісів для туристів під час їхнього перебування поза межами дому. Ця сфера включає в себе готельний та ресторанний бізнес, транспортні послуги та розважальну індустрію. Готельний сектор є важливою частиною індустрії гостинності, адже надає цілісний комплекс послуг для гостей, залучаючи при цьому різні елементи цієї індустрії. Історично, термін "готельне господарство" використовувався для опису діяльності, яка обмежувалася лише роботою готелів. Проте, з розвитком різних типів житла, таких як мотелі, кемпінги, та туристичні бази, обсяг цієї діяльності значно розширився. В результаті, термін "готель" перетворився на один з багатьох видів житла, що веде до розширення поняття "готельне господарство" до включення різноманітних підприємств у цей сектор.

У ході дослідження напрямів удосконалення діяльності підприємства індустрії гостинності, на прикладі ТОВ «Рейкарц Хотел менеджмент», було проведено аналіз сучасного стану готельного бізнесу та ідентифіковано ключові аспекти, які потребують удосконалення. Зокрема, були виявлені інноваційні підходи до розвитку, такі як персоніфікований підхід при зверненні до клієнтів, використання нових технологій та інтернет-платформ для залучення клієнтів, а також створення унікальних послуг для різних цільових аудиторій. Також було виявлено, що мають бути комфортні та безпечні бомбосховища.

У сучасній фазі світового економічного прогресу, значущість сектора послуг продовжує зростати глобально, і Україна з її значними можливостями також відчуває це зростання. Готельний бізнес в Україні виявляється одним з найбільш активних секторів національної економіки. Однак український готельний ринок стикається з декількома викликами, які знижують його конкурентоспроможність порівняно з західними колегами. Основною проблемою є відсутність великих національних готельних ланцюгів, здатних розробити єдину стратегію бізнесу і відповісти на поточний попит у цій галузі.

Передусім слід відзначити значущість застосування управлінських технологій у сфері гостьових послуг. Компанія ТОВ «Рейкарц Хотел менеджмент» активно

застосовує інформаційні системи для автоматизації процесів бронювання, готельного обліку та взаємодії з клієнтами. Існує офіційний вебсайт для резервації номерів, однак його інтерфейс має недоліки в зручності. Пошук необхідної інформації займає чимало часу, що складає неприємні враження для гостей та змушує їх витратити занадто багато часу на процес бронювання.

Було проаналізовано рентабельність, основні економічні показники, дохід та використання трудових ресурсів, що дозволило сформулювати SWOT – аналіз та запропонувати вирішення конкретних питань та пропозиція введення щось нового та корисного для готельного бізнесу, впровадження інноваційних стратегій та покращення його діяльності. Рекомендації орієнтовані на підвищення якості обслуговування, збільшення лояльності клієнтів, оптимізацію внутрішніх процесів та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Особлива увага в дослідженні приділена провадженню маркетингових стратегій, які має використовувати підприємство для залучення та утримання клієнтів. Впровадження цільових рекламних кампаній, активне використання соціальних мереж і партнерство з туристичними агентствами та онлайн-платформами сприяє значному зростанню клієнтської бази і розширенню ринкової частки. Дослідження напрямів удосконалення діяльності ТОВ «Рейкарц Хотел менеджмент» показує, що систематичний підхід до інновацій та удосконалення може суттєво покращити позиції підприємства на ринку. Результати цього дослідження можуть слугувати орієнтиром для інших компаній у галузі, які прагнуть до підвищення конкурентоспроможності та ефективності. Враховуючи швидкі зміни в умовах ринку і поведінці споживачів, необхідність адаптації та постійного пошуку нових шляхів розвитку є ключовими для забезпечення тривалого успіху в індустрії гостинності.

Загальний висновок полягає в тому, що ефективне впровадження інноваційних підходів та удосконалення діяльності в готельній індустрії може значно підвищити ефективність підприємства, забезпечити стабільний розвиток та здобуття конкурентної переваги на ринку гостинності.

ДЖЕРЕЛА

1. Вакуленко А. В. Управління якістю: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни: КНЕУ, 2013. 167 с.
2. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. : ЦУЛ, 2015. 472с.
3. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух. В. І. Основи туристичного бізнесу: навч. посібн. : ЦУЛ, 2016. 369с.
4. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика: навч. посібн.: ЦУЛ, 2015. 472с. .
5. Бойко М., Гопкало Л. Організація готельного господарства: підручник. К., 2006. 494 с.
6. Всесвітня туристична організація: веб – сайт. URL: <https://tourlib.net/wto.htm> (дата звернення: 16.04.2024).
7. Круль Г.Я. Основи готельної справи: навч. посіб.: Центр навчальної літератури, 2011. 368 с.
8. Розвиток українського та світового готельного господарства: веб – сайт URL: <http://osvita.ua/vnz/reports/management/15286/> (дата звернення: 18.04.2024)
9. Офіційний сайт компанії Рейкарц: веб – сайт. URL: <https://franchise.reikartz.com/uk/> (дата звернення: 21.04.2024).
10. Офіційний сайт ТОВ «Optima Hotels and resorts»: веб – сайт. URL: <https://optimahotels.com.ua/uk/offers/> (дата звернення: 24.04.2024)
11. Вальчук А. О. Проблеми розвитку ринку готельних послуг в Україні. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети: матеріали науково-практичну конференцію за результатами I туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт факультету економіки та менеджменту (м. Житомир, 12 грудня 2023р) м. Житомир: Поліський національний університет, 2023. С. 59 – 60.*
12. Ковалевська І. М., Вальчук А. О. Огляд національного ринку готельних послуг в умовах військової агресії. *Туризм: Міжнародний досвід та національні пріоритети: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (м.*

Житомир, 10-11 квітня 2024р.) Житомир: Поліський національний університет, 2024. С. 154 – 157.

13. Виговська Н.Г. Стратегічний розвиток туристичної галузі в Житомирській області. Вісник ЖДТУ. 2018. №2 (84). С. 118-124.

14. Головне управління статистики у Житомирській області. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.zt.ukrstat.gov.ua>

15. Давиденко І. В. Основні компоненти туристично-рекреаційного потенціалу. Соціально-економічні проблеми сучасності та концепція сталого розвитку в Україні та світі: матеріали міжнар. Наук.-практ.конф. Дніпропетровськ: НО «Перспектива», 2019. Ч. 2. С. 49-52.

16. Корнева Д. А. Проблеми розвитку інфраструктури туризму. 2020. URL: <http://www.nbu.gov.ua>

17. Про курорти. Закон України: веб – сайт. URL: http://www.moz.gov.ua/ua/portal/dp_20010711_805.html

18. Сучасний стан законодавчого забезпечення туризму в Україні: проблеми та шляхи вирішення: Звернення учасників Всеукраїнських громадських слухань. Туристична Асоціація України: веб – сайт. URL: <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=322>

19. Стратегія розвитку Житомирської області на період до 2027 року. URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/regional-dev/derzhavnarehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/materialivseukrayinskoyi-naradi-z-aktualnih-pitan-formuvannya-tarealiztsiyi-derzhavnoyi-regionalnoyi-politiki-19-20-grudnya-2019-roku-mlviv/strategiya-rozvitku-zhitomirskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/>

20. Офіційний сайт управління культури Житомирської обласної державної адміністрації: веб – сайт. URL: <http://ukt.zhitomir-region.gov.ua/>

21. Оціночний портал. Аналітичні дані готельного ринку у 2022р. URL: <https://ocinka.in.ua/analitichni-dani-hotel%CA%B9noho-rynku-u-2022/> (дата звернення: 28.04.2024).

22. Оціночний портал. Аналітичні дані готельного ринку у 2023р. URL:

<https://ocinka.in.ua/analitychni-dani-hotelnoho-rynku-u-2023/> (дата звернення: 28.04.2024).

23. Оціночний портал. Аналітичні дані готельного ринку у 2021р. URL: <https://ocinka.in.ua/analitychni-dani-hotelnoho-rynku-u-2021/> (дата звернення: 28.04.2024).

24. Фінансова звітність ТОВ «Оптіма Хотел Менеджмент». URL: <https://clarity-project.info/>. (дата звернення: 29.04.2024).

25. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2013. № 16 (205). С. 224–228.

26. Колективні засоби розміщування. Сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення 29.04.2024).

27. Круль Г. Я. Основи готельної справи : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2011. 368 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/krul.htm (дата звернення 10.02.2024).

28. Організація готельного господарства: навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / О. Коркуна, В. Холявка, А. Демічковський, О.Боратинський, О.Кулик, О. Піхур Львів : Видавництво «Добра справа», 2019. 224 с.

29. Бовш Л. А., Гопкало Л. М., Расулова А. М. Диверсифікаційний підхід до клієнтоорієнтованого управління діяльністю суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу. Наукові горизонти. 2020. Т. 23, № 11. С. 88–100. URL: <http://ir.polissiauniver.edu.ua/handle/123456789/11017> (дата звернення 30.04.2024).

30. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі : монографія / М. Г. Бойко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ : КНТЕУ, 2018. 523 с.

31. Мархонос С.М. Аналіз сучасного стану та фінансове забезпечення розвитку готельного господарства України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. Вип.14(2), С. 35-40.

32. Організація готельного господарства: навчальний посібник; М-во освіти і науки України, Мукачівський державний університет. К.: Кондор, 2018. 408 с.

