

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Кафедра готельно-ресторанного бізнесу**

# **ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

## **Технології сервісної діяльності суб'єкта готельного бізнесу**

Студента 3 курсу, 7-с групи  
спеціальності  
241 «Готельно-ресторанна справа»  
освітньої програми  
«Готельно-ресторанна справа»

Кондик Дар'ї  
Дмитрівни

Науковий керівник  
д.е.н., проф.

Мельниченко  
Світлана  
Володимирівна

Гарант освітньої програми  
к.е.н., доц.

Расулова  
Алла  
Миколаївна

**Київ 2023**

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ****Факультет** ресторанно-готельного та туристичного бізнесу**Кафедра** готельно-ресторанного бізнесу**Спеціальність** 241 «Готельно-ресторанна справа»**Спеціалізація** «Готельно-ресторанна справа»**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри  
готельно-ресторанного бізнесу  
проф. \_\_\_\_\_ М.Г. Бойко  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

**ЗАВДАННЯ**

на випускню кваліфікаційну роботу студентові

***Кондик Дар'ї Дмитрівні****(прізвище, ім'я, по батькові)*

**1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:** «Технології сервісної діяльності суб'єкта готельного бізнесу»

Затверджена наказом ректора від «30» вересня 2022 р. № 2417.

**2. Строк здачі студентом закінченої роботи:** 27 січня 2023 р.

**3. Цільова установка та вихідні дані до роботи**

*Мета роботи* розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад використання технологій сервісної діяльності суб'єкта готельного бізнесу.

*Об'єкт дослідження* – процеси використання технологій сервісної діяльності суб'єкта готельного бізнесу.

*Предмет дослідження* – методичні та практичні підходи до використання технологій сервісної діяльності в готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv», м. Київ

#### **4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)**

##### **ВСТУП**

#### **РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛІ «FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV», М. КИЇВ**

- 1.1. Оцінка застосування технологій сервісної діяльності в готелі.
- 1.2. Дослідження впливу технологій сервісної діяльності на результати роботи готелю.

#### **РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛІ «FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV», М. КИЇВ**

- 2.1. Інноваційні підходи до застосування технологій сервісної діяльності в готелі
- 2.2. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів

##### **ВИСНОВКИ**

##### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

##### **ДОДАТКИ**

## 5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	факт
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 р.- 29.09. 2022 р.	29.09. 2022 р.
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	01.10.2022 р.- 07.10.2022р.	07.10.2022р.
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.	19.11.2022 р.
4	Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 20.11.2022 р.	20.11.2022 р.
5	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	21.11.2022 р.- 09. 01. 2023 р.	09. 01. 2023 р.
8	Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях	10.01.2022 р. - 12.01.2023 р.	12.01.2023 р.
9	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	13.01.2023 р.- 17.01.2023 р.	17.01.2023 р.
10	Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування	18.01.2023 р	18.01.2023 р
11	Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії	19.01.2023 р. 26.01.2023 р	26.01.2023 р
12	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Відповідно до розкладу	Відповідно до розкладу

6. Дата видачі завдання «1» жовтня 2022 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи, д.е.н, проф.

\_\_\_\_\_ (підпис)

**С.В. Мельниченко**

(ініціали, прізвище)

8. Гарант освітньої програми, к.е.н, доц.

\_\_\_\_\_ (підпис)

**А.М. Расулова**

(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Д.Д. Кондик**

(ініціали, прізвище)

## 10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Випускну кваліфікаційну роботу виконано на актуальну тему, оскільки від застосування новітніх технологій залежить якість надання готельних послуг.

Студенткою визначено теоретичні та методологічні основи впровадження технологій сервісної діяльності на підприємствах готельного господарства. Проведено аналіз основних показників господарської діяльності готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv», м. Київ за три останні роки. Проведено дослідження щодо використання технологій сервісної діяльності на практиці даного підприємства, виявлено негативні та позитивні сторони, досліджено їх вплив на результати роботи готелю.

Запропоновано рекомендації щодо подальшого застосування інноваційних технологій в сервісній діяльності готелю, обґрунтовано економічну ефективність запропонованих заходів.

Випускна кваліфікаційна робота оформлено відповідно до вимог і рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Керівник випускної  
кваліфікаційної роботи

**С.В. Мельниченко**

(підпис, дата)

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Кондик Д.Д.  
(прізвище, ініціали)  
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої  
програми

**А.М. Расулова**  
(ініціали, прізвище)

(підпис)

Завідувач кафедри

**М.Г. Бойко**  
(ініціали, прізвище)

(підпис)

«    »            2022 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛІ «FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV», М. КИЇВ .....	9
1.1. Оцінка застосування технологій сервісної діяльності в готелі .....	9
1.2. Дослідження впливу технологій сервісної діяльності на результати роботи готелю .....	17
РОЗДІЛ 2 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛІ «FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV», М. КИЇВ.....	27
2.1. Інноваційні підходи до застосування технологій сервісної діяльності в готелі .....	27
2.2. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів.....	35
ВИСНОВКИ.....	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ.....	48

SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** У сучасну епоху науково-технічного прогресу, який торкнувся практично всіх сфер суспільного життя, особливе значення мають інновації та нові технології саме у готельному бізнесі. Адже їхнє застосування позначається на висококонкурентній боротьбі готелів за своїх клієнтів.

Перед провідними фахівцями у готельній індустрії ставляться завдання, серед яких головним є залучення якнайбільшої кількості постійних клієнтів та отримання прибутку від цих послуг. Досягти поставлених завдань без впровадження нових технологій практично неможливо, тому впровадження та використання нових технологій сервісного обслуговування у готельному бізнесі є досить актуальною проблемою, оскільки сприяє підвищенню якості обслуговування клієнтів та ефективності діяльності готелю загалом.

Питання впровадження інноваційних сервісних технологій на підприємствах є досить актуальними і перебувають в центрі дослідження таких науковців як Біловодської О. [3], Давидової О. [8], Домінської О., Батьковець Н. [9], Д'яконова А., Тітомир Л., Жовтяка К. [10], Журавльової С. [11], Завадинської О., Ніколайко Г., Огородніка М. [12], Земліної Ю. [14], Кругляка Г. [19], Онищук Н. [24] та інших.

**Метою кваліфікаційної роботи** є розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад використання технологій сервісної діяльності суб'єкта готельного бізнесу.

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких **основних завдань**:

- провести оцінку застосування технологій сервісної діяльності в готелі;
- здійснити дослідження впливу технологій сервісної діяльності на результати роботи готелю;
- запропонувати інноваційні підходи до застосування технологій сервісної діяльності в готелі;
- обґрунтувати ефективність запропонованих заходів.

**Об'єктом дослідження** є процеси використання технологій сервісної діяльності суб'єкта готельного бізнесу.

**Предмет дослідження** є методичні та практичні підходи до використання технологій сервісної діяльності в готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv». м. Київ.

**Методологія дослідження.** Теоретичною і методологічною основою кваліфікаційної роботи є ключові положення класичної макро- та мікроекономіки, теорії економічного зростання, сучасні концепції інноваційної діяльності, маркетингу та менеджменту. Для досягнення поставленої мети та завдань кваліфікаційної роботи використано загальнонаукові та економічні **методи:** системно – структурного аналізу, аналізу і синтезу, наукового узагальнення, статистичного, порівняльного аналізу, аналогій та моделювання.

Інформаційну базу дослідження становлять концептуальні вітчизняні та зарубіжні джерела наукової інформації (монографії, статті, доповіді, тези, збірники наукових праць, тематичні дослідження), нормативні та законодавчі акти органів державного управління, статистичні дані Державної служби статистики України та інших центральних органів виконавчої влади, звітність досліджуваного підприємства, Закони України та рішення Кабінету Міністрів України.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається із вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний зміст роботи складає 53 сторінки машинописного тексту без урахування додатків. Робота містить 13 таблиць, 4 рисунки та 1 додаток. Список використаних джерел включає 40 найменувань і викладений на 4 сторінках.



## РОЗДІЛ 1.

# АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛІ «FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV», М. КИЇВ

### 1.1. Оцінка застосування технологій сервісної діяльності в готелі

Готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» – незалежний п'яти зірковий готель з індивідуальним стилем, неординарним характером та висококласним сервісом, що був відзначений численними нагородами. Готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» розташований за адресою: м.Київ, вул. Набережно - Хрещатицька, 1.

Мета готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» – є здійснення господарської діяльності та іншої діяльності, спрямованої на одержання прибутку на вкладений капітал, шляхом задоволення потреби в наданні готельно-ресторанних послуг. Завдання готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» – забезпечення населення, а також іноземних туристів послугами проживання та відпочинку. Стратегія готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» – бути одним із лідерів на ринку готельно-ресторанного господарства в м. Києва, а також вдосконалення та участь у розвитку як вітчизняної так і світової сфери гостинності.

Місія готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» – надання високопрофесійних послуг для задоволення потреб сучасної людини у відпочинку, формування надійної репутації серед партнерів, співробітників і споживачів.

Готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» пропонує своїм клієнтам цілий комплекс продуктів та послуг, головним з яких є готельний продукт. Послуги, що надаються готелем «Fairmont Grand Hotel Kyiv»: фінська сауна з басейном та більярдом; на замовлення здійснюється доставка їжі з кафе; послуги масажу; бар та кафе з відмінною кухнею; салон зачісок та косметичних послуг; солярій та масажний кабінет; сейфи для зберігання документів; доставка до вокзалів та аеропорту.

Організаційна структура готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» належить до лінійної структури. Лінійна структура управління передбачає, що кожен

працівник підпорядкований і підзвітний лише одному керівнику і пов'язаний з вищою системою лише через нього. Керівник повністю відповідає за діяльність довіреного йому підрозділу. Під контролем генерального директора знаходиться сім основних служб готелю: інженерно-технічна служба, комерційна служба, служба приймання та розміщення, служба номерного фонду, служба харчування (рис.1.1).

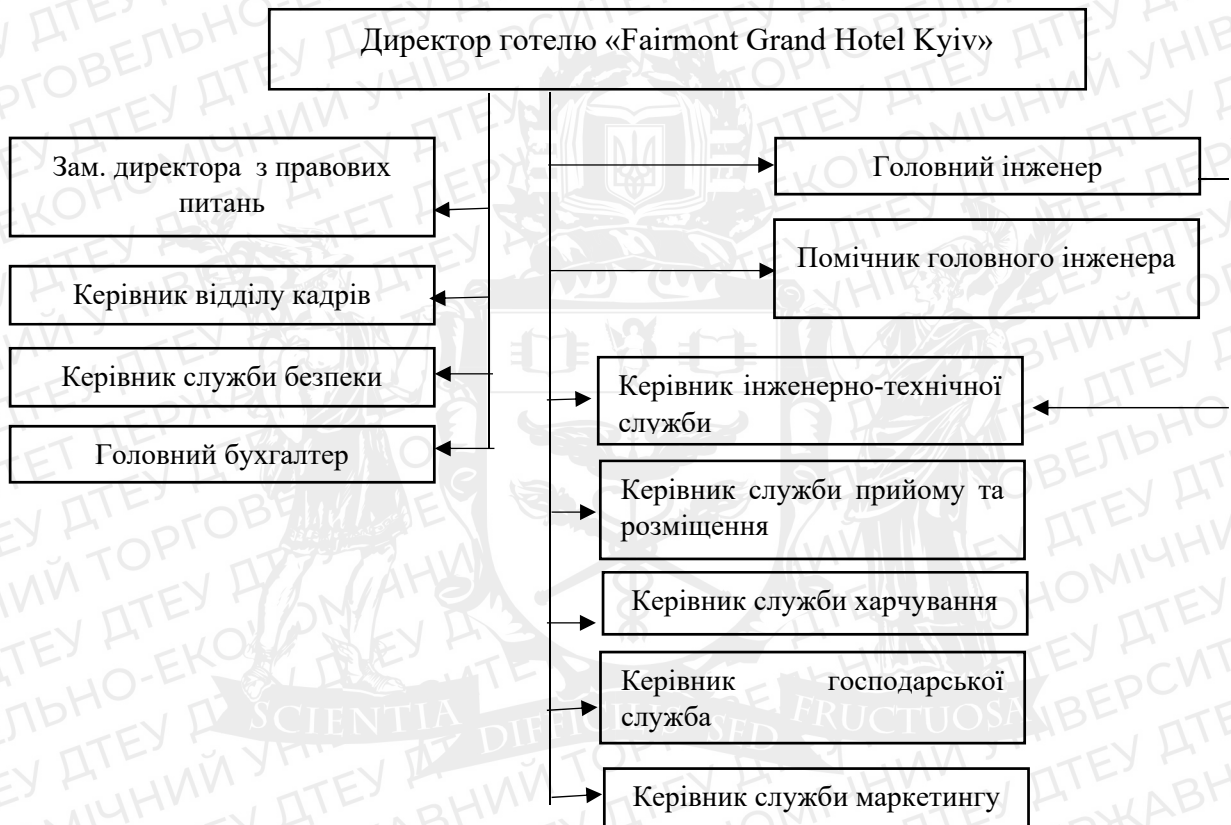


Рис.1.1. Організаційна структура готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv»

Джерело: складено автором на основі інформації готелю

До складу апарату управління входять: генеральний директор та адміністративна служба, яка відповідає за організацію управління всіма службами готелю, вирішує фінансові питання, питання кадрового забезпечення, займається створенням та підтримкою необхідних умов праці для персоналу готелю, контролює дотримання встановлених норм та правил з охорони праці, техніки безпеки, протипожежної та екологічної безпеки. До складу служби входять секретаріат, фінансова служба, кадрова служба, інспектори з протипожежної безпеки та техніки безпеки.

Номерний фонд готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» налічує 258 номерів різної категорії, які обладнані всім необхідним для комфортного перебування. У готелі пропонується сім категорій номерів, така пропозиція може задовольнити потреби різних сегментів споживачів і орієнтована на споживачів різного соціального статусу та рівня платоспроможності. Наявність номерів різних категорій дозволяє ефективно конкурувати на ринку готельних послуг пропонуючи споживачам різні послуги.

Цінова політика готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» є досить лояльною, тому у готелі вартість номеру варіюється в залежності від комфортності та набору включених додаткових послуг, також ціна на номер залежить від дня тижні, оскільки у вихідні дні ціни є дещо нижчими ніж у будні дні (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

**Вартість розміщення у готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv», станом на серпень 2022 р.**

№	Категорія номеру	Кількість номерів	У % до загального номерного фонду	Вартість, грн/доба
1.	Президентські апартаменти	17	6,59	Від 12350
2.	Номер Люкс Gold	45	17,44	Від 7600
3.	Номер Люкс з однією спальнею	75	29,07	Від 5980
4.	Люкс Signature	25	9,69	Від 6500
5.	Авторський люкс Dnipro Signature	20	7,75	Від 7500
6.	Люкс Royal	34	13,18	Від 6700
7.	Номер «Gold»	42	16,28	Від 9500
	Всього	258	100,00	

Джерело: складено автором на основі інформації готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv»

За даними, отриманими у таблиці 1.1, видно, що номерний фонд готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» становить 258 номерів. Найбільша частка номерного фонду у розмірі 29,07% припадає на номери категорії «номер Люкс з однією спальнею». Вартість проживання в цій категорії номерів складає за добу від 5980 грн. На другому місці за часткою номерного фонду – 17,44% займають номери категорії «Люкс Gold». Номерів даного класу в готелі 45, вартість проживання в

цій категорії номерів складає за добу від 7600 грн. На третьому місці частка номерного фонду у розмірі 16,28% посідає номери категорії «Gold». Номерів даного класу в готелі 42, вартість проживання в цій категорії номерів складає за добу від 9500 грн.

Отже, як бачимо, вартість розміщення у готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv» варіюється від 6500 грн. до 12350 грн. на добу. Зокрема, до вартості кожного номеру включено сніданок по системі «шведський стіл» та туристичний збір.

Розглянемо технології сервісної діяльності, що використовуються у готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv». Серед технологій сервісної діяльності, що використовується готелем «Fairmont Grand Hotel Kyiv» можна виділити:

✓ номери готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» оснащені кондиціонерами, телевізорами, Інтернетом, телефоном. Здійснено повну телефонізацію номерного фонду. Реалізована мережа WI-FI з повним покриттям. Перераховані технології є невід'ємною частиною практично будь-якого готелю в сучасному світі, але ними вже нікого не здивуєш. Успішний розвиток готельного бізнесу передбачає широке використання нових технологій;

✓ одним із міжнародних стандартів, який використовується в готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv», є система онлайн бронювання номерів. Для забезпечення якості обслуговування клієнтів за рахунок зниження часу на реєстрацію, розміщення та оплату послуг у готелі використовується програма, призначена для бронювання номерів. Для оплати можна використати кредитну картку, електронні гроші, безготівковий розрахунок;

✓ у готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv» можна скористатися послугою під назвою «Віртуальний тур», що розташована на сайті готелю. Кожен відвідувач сайту може безкоштовно побувати на віртуальній екскурсії готелем. Віртуальний тур – спосіб реалістичного відображення тривимірного багатоелементного простору на екрані;

✓ «Меню подушок» - дозволяє гостям вибрати відповідну подушку для комфортного сну. Меню включає шість видів подушок з різними наповнювачами. Послуга надається безкоштовно;

✓ основною клієнтурою готелю є бізнесмени та ділові люди. Для залучення та якісного обслуговування осіб даної категорії в готелі є конференц-зал, обладнаний передовою електронно-обчислювальною та мультимедійною оргтехнікою;

✓ для забезпечення безпеки гостей у готелі та на його території використовується система відеоспостереження;

✓ впроваджено комплекс охоронно-пожежної сигналізації (одні з перших у місті встановили систему пожежогасіння з використанням вогнестійких поліпропіленових труб). Усі громадські приміщення та житлові номери обладнані автоматичною системою пожежоповідомлення та пожежогасіння.

✓ для особистої безпеки гостей та зручності готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» використовує електронні замки. Всі номери оснащені електронними замками TESA – якість продукції, підтверджена міжнародними сертифікатами якості. Замки TESA мають сертифікат LICOF на 60-хвилинну стійкість до вогню (RF 60)

✓ у готелі встановлено власну автономну газову котельню, що дозволяє закладу розміщення працювати автономно і забезпечувати гостей теплом та комфортом;

✓ встановлення припливно-витяжної вентиляції (погодозалежної, автоматичної системи з диспетчеризацією);

✓ встановлено систему центрального кондиціонування;

✓ впроваджено систему автоматичного введення резерву (АВР), що відповідає другій категорії надійності електропостачання;

✓ впроваджено біометричний контроль співробітників – дозволяє враховувати відпрацьований час за допомогою відбитка пальця. Система фіксує запізнення та ранні відходи з роботи;

✓ впроваджено систему контролю доступу ліфтів – дозволяє позбавити сторонніх осіб доступу до номерного фонду готелю.

Серед технологій сервісної діяльності, що використовується у ресторані

готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» можна виділити:

✓ у ресторані готелю впроваджено систему «Кнопка виклику офіціанта» - система виклику, розроблена для якісного, швидкого, дистанційного, безперервного радіовиклику обслуговуючого заклад персоналу. Головна перевага даної системи – вона дає можливість обслуговувати гостей на самому високому рівні. Немає необхідності шукати офіціанта поглядом, викликати його через увесь зал, потрібно лише натиснути кнопку виклику офіціанта і сигнал негайно буде прийнято і опрацьовано обслуговуючим персоналом;

✓ у ресторані готелю використовується інформаційна технологія радіочастотної ідентифікації. Радіочастотна ідентифікація столиків значно спрощує роботу офіціантам і прискорює доставку страв гостям ресторану при готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv». Дана інформаційна технологія ґрунтується на зчитуванні спеціальних міток, які прикріплюють до внутрішньої сторони столиків, а також настільних пристроїв відстеження. Останні зчитують мітки і запам'ятовують місцезнаходження столиків. Настільні пристрої також ведуть облік часу від моменту замовлення до подачі блюд на стіл, відслідковують найбільш популярні столики;

✓ ресторан при готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv» використовує таку сервісну технологію як QR-код. В маленькому квадратику двомірного штрих-коду міститься докладна інформація про ресторан, меню і акції. Відвідувачі також можуть познайомитися з сайтом даного закладу, запросити приєднатися до груп в соціальних мережах і підписатися на інформаційну розсилку. QR-код розміщений на вході в ресторан, у ресторані на столиках, а також на чеках, які вручають кожному відвідувачу. QR-код легко відсканується мобільним телефоном, камерою планшета або ноутбука і зберігається в закладках гаджета відвідувачів. Прочитавши код, користувач може зайти на сайт ресторану, переглянути меню, переглянути відгуки користувачів про ресторан на Google Reviews.

Розглянемо фактори, що перешкоджають впровадженню інноваційних

технологій сервісного обслуговування у готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv» (табл.1.2). Оцінка проводилася фахівцями готельного підприємства за наступною шкалою: 1 – незначний або малоістотний; 2 – значний; 3 – основний чи вирішальний; 4 - важко з відповіддю; 5 – даний фактор відсутній

Таблиця 1.2

**Фактори, що перешкоджають впровадженню інноваційних технологій сервісного обслуговування у готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv» протягом 2019-2021 рр.**

Фактори	Оціночні бали, 2019	Оціночні бали, 2020	Оціночні бали, 2021
<b>Загальноекономічні фактори</b>			
Нестача власних коштів	3	3	3
Нестача фінансової підтримки з боку держави	1	1	1
Низький попит на нові товари, роботи, послуги	1	1	1
Висока вартість нововведень	2	2	2
Високий економічний ризик	2	2	2
<b>Внутрішні фактори</b>			
Низький інноваційний потенціал організації	5	5	5
Нестача кваліфікованого персоналу	1	1	1
Нестача інформації про нові технології	1	1	1
Нестача інформації про ринки збуту	1	1	1
Нерозвиненість коопераційних зв'язків	1	1	1
<b>Інші фактори</b>			
Нерозвиненість інноваційної інфраструктури (посередницькі, інформаційні, юридичні, банківські та інші послуги)	1	1	1
Невизначеність економічної вигоди від використання інтелектуальної власності	1	1	1
Регуляторні ризики, пов'язані із забезпеченням сталості якості послуг	5	5	5
Недостатність законодавчих та нормативно-правових документів, що регулюють та стимулюють інноваційну діяльність, недосконалість діючих технічних регламентів, правил, стандартів щодо обліку передових виробничих технологій.	1	1	1
Природно-кліматичні, біологічні ризики, пов'язані з системами, що використовуються у виробництві продуктів харчування та наданні послуг	5	5	5
Налагодженість ефектів науково-технічних нововведень у готельно-ресторанній сфері	5	5	5

Джерело: складено автором

Як можна помітити з табл.1.2, оціночні бали перелічених факторів ідентичні на аналізованому підприємстві протягом 2019-2021 рр..

Серед значних факторів, що заважають готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» здійснювати інноваційну діяльність, відносяться:

1. Нестача власних коштів.
2. Висока вартість нововведень.
3. Високий економічний ризик.

З огляду на те, що найбільша частина джерел фінансування підприємства це власні кошти, можна дійти висновку, що це не є основним фактором, що гальмує інноваційну діяльність організації. До значних факторів здійснення інновацій, підприємство також відносить високу вартість нововведень та високий рівень економічного ризику, що виправдано, через те, що при вкладення коштів у реалізацію інноваційної діяльності, підприємство не може бути впевнено в її успішності та подальшій реалізації, що може принести підприємству дохід, а у разі негативного ефекту від цього вкладення, підприємству може загрожувати погіршення позицій ефективності його функціонування, зниження рівня платоспроможності, фінансової незалежності та багато іншого.

Найімовірніше, керівництво готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» просто не ставить перед собою основною стратегічною метою здійснення інновацій, здійснюючи лише необхідні інноваційні застосування для оптимізації ефективності своєї діяльності або на даний момент не вважає за доцільне вкладення коштів у більш глибокий інноваційний розвиток.

Отже, більшість впроваджених технологій сервісного обслуговування готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» були спрямовані на покращення процесу надання готельних послуг для постояльців готелю. Іншими словами відбувається процес спрощення надання готельних послуг. Можна зробити висновок, щоб утримати лідируючі позиції на ринку туристичного бізнесу, керівництву готелю необхідно стежити за тенденціями технологічних інновацій та використовувати у роботі готелю. Враховуючи сьогодишню складну економічну ситуацію, необхідно чітко розставити акценти та визначити план заходів щодо їх впровадження.



## 1.2. Дослідження впливу технологій сервісної діяльності на результати роботи готелю

Ефективність технологій сервісної діяльності готелю та обсяг його послуг є взаємозалежними показниками. Проведемо аналіз фінансово-господарських показників діяльності готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» за 2019-2021 рр. в табл.1.3.

Таблиця 1.3

### Динаміка фінансово-господарських показників діяльності готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» за 2019-2021 рр., тис.грн

Показники	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення, +,-		Відносне відхилення, %	
				2020/2019	2021/2020	2020/2019	2021/2020
1	2	3	4	5	6	7	8
Чистий дохід від реалізації послуг	26557	30254,6	35207,1	3697,62	4952,48	13,92	16,37
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	16464,8	17358,8	18965,3	894	1606,5	5,43	9,25
Валовий прибуток	10092,2	12895,8	16241,8	2803,6	3346	27,78	25,95
Інші операційні доходи	1889,6	912	424,6	-977,6	-487,4	-51,74	-53,44
Адміністративні витрати	1857,5	1987	2801,2	129,5	814,2	6,97	40,98
Витрати на збут	1187,6	1496,8	1903,5	309,2	406,7	26,04	27,17
Інші операційні витрати	2087,5	2036,8	1842,3	-50,7	-194,5	-2,43	-9,55
Фінансові та інвестиційні доходи	11,4	869,2	820	857,8	-49,2	7524,56	-5,66
Фінансові та інвестиційні витрати	0	14,1	29,8	14,1	15,7	0	111,35
Інші доходи	201,2	6,1	14,3	-195,1	8,2	-96,97	134,43
Інші витрати	243,4	26,7	63,9	-216,7	37,2	-89,03	139,33
Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування	6818,4	9122	10860	2303,6	1738	33,79	19,05

## Продовження табл.1.3

1	2	3	4	5	6	7	8
Податок на прибуток звичайної діяльності від	1227,3	1647,5	1955	420,2	307,5	34,24	18,66
Чистий прибуток	5591,1	7505,5	8905	1914,4	1399,5	34,24	18,65

Джерело: складено та розраховано на основі фінансової звітності підприємства

В 2019 р. готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» сформував обсяг чистого доходу в розмірі 26557 тис. грн. У 2021 р. чистих дохід готелю становив 35207,1 тис. грн., що на 16,37% більше показника 2020 року.

Валовий прибуток готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» у 2021 році збільшився на 25,95% у порівнянні з 2020 роком.

Чистий прибуток готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» становив в 2020 р. 7505,5 тис. грн (рис.1.2).

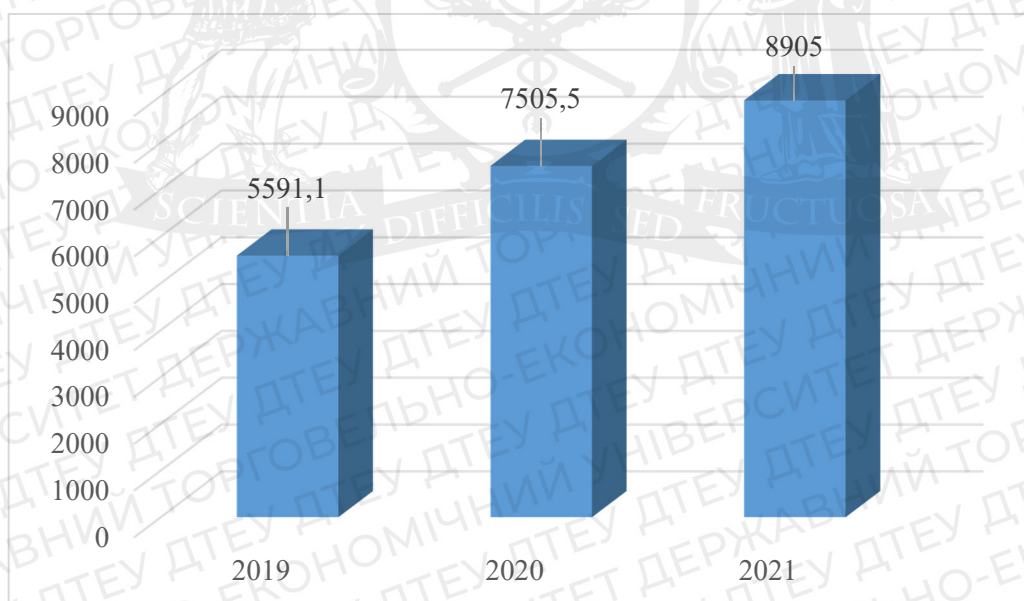


Рис.1.2. Динаміка чистого прибутку готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» за 2019-2021 рр., тис.грн

Джерело: складено на основі фінансової звітності підприємства

У 2021 році відбувається його зростання на 1399,5 тис. грн (або на 108,65%). Позитивна динаміка даного показника свідчить про підвищення здатності підприємства здійснювати нарощування обсягу залученого капіталу,

чистий прибуток достатньо високий і це дозволяє підприємству стійко функціонувати на ринку.

Динаміка показників ліквідності готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» за 2019-2021 рр. наведена у табл. 1.4.

Таблиця 1.4

**Динаміка показників ліквідності готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» за 2019-2021 рр.**

Назва показника	Станом на 31.12			Відхилення, +/-	
	2019	2020	2021	2020/ 2019	2021/ 2020
Коефіцієнт покриття	29,01	25,17	24,16	-3,84	-1,01
Коефіцієнт швидкої ліквідності	19	16,61	16,76	-2,39	0,15
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	5,94	5,5	5,99	-0,44	0,49

Джерело: складено та розраховано на основі фінансової звітності підприємства

Коефіцієнт покриття у 2021 році знижується до рівня 24,16. Так, на кожну гривню поточних зобов'язань готелю припадає 29,01 грн. в 2019 році, в 2020 р. – 25,17 грн., а в 2021 році – 24,16 грн. власних ресурсів.

Значення коефіцієнта швидкої ліквідності в 2020 р. становить 16,61 і є вищим за нормативне значення і свідчить, що за рахунок грошових коштів та очікуваних фінансових надходжень може бути погашено 166% поточних зобов'язань підприємства. В 2021 р. значення цього показника трохи зростає і становить 16,76, і свідчить про можливість погасити поточні зобов'язання готелю за рахунок грошових коштів і очікуваних фінансових надходжень (дебіторська заборгованість).

Значення коефіцієнта абсолютної ліквідності як в 2019 р. (5,94), так і в 2021 р. (5,99) є більшим за нормативне. Тобто готель в 2021 р. спроможний погасити поточну заборгованість за рахунок наявних грошових коштів.

Отже, зважаючи на зниження показників загальної ліквідності з 29,01 у 2019 році до 24,16 у 2021 році, можна говорити про негативну тенденцію до зниження рівня ліквідності готелю та незначного погіршення його платоспроможності за умови дотримання тієї ж політики і нарощування суми

наявних грошових коштів.

Аналіз показників фінансової стійкості готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» наведено в таблиці 1.5.

Таблиця 1.5

**Динаміка показників фінансової стійкості готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» за 2019-2021 рр.**

Назва показника	Станом на 31.12			Темп приросту, %	
	2019	2020	2021	2020/ 2019	2021/ 2020
Коефіцієнт автономії	0,9718	0,9702	0,9703	-0,16	0,01
Коефіцієнт фінансової залежності	1,0290	1,0306	1,0307	0,16	0,01
Маневреність робочого капіталу	0,8131	0,7308	0,7118	-10,12	-2,60
Коефіцієнт маневреності робочого капіталу	0,8129	0,7308	0,7116	-10,10	-2,63
Коефіцієнт фінансової стійкості	34,46	33,07	32,54	-4,03	-1,60
Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу (фінансування)	0,0290	0,0302	0,0307	4,14	1,66
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,0282	0,0293	0,0298	3,90	1,71
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	0,9655	0,9603	0,9586	-0,54	-0,18
Коефіцієнт поточних зобов'язань	0,0282	0,0293	0,0298	3,90	1,71
Коефіцієнт страхування бізнесу	0,0182	0,0153	0,0125	-15,93	-18,30
Коефіцієнт забезпечення запасів робочим капіталом	2,7987	2,8554	3,1970	2,03	11,96

Джерело: складено та розраховано на підставі фінансової звітності підприємства

Протягом аналізованого періоду коефіцієнт фінансової автономії та показник фінансової залежності готелю залишається майже не змінним.

Зменшення коефіцієнту фінансової стійкості із 33,07 в 2020 році до рівня 32,54 в 2021 році показує, що співвідношення власних і залучених засобів, вкладених в діяльність готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» змінилося у сторону зростання залучених коштів. Це свідчить про орієнтацію підприємства на залучений капітал.

Як бачимо з наведених розрахунків, коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу «Fairmont Grand Hotel Kyiv» збільшується до рівня 0,0307, в 2021 році, тобто, що на кожен гривню власного капіталу готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» залучає 0,0307 грн. залученого капіталу.

Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами показує, те що забезпеченість готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» власними оборотними засобами зменшується. Даний показник складає 0,9603 у 2020 році і знижується до значення 0,9586 у 2021 році.

Характеризуючи загалом діяльність готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv», можна визначити його фінансовий стан як стабільний.

Проведемо дослідження показників рентабельності готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» за період 2019-2021 рр. (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

**Показники рентабельності готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» за 2019-2021 рр., %**

Назва показника	Рік			Відхилення, +/-	
	2019	2020	2021	2020/ 2019	2021/ 2020
Рентабельність послуг	33,96	43,24	46,95	9,28	3,72
Рентабельність продаж	21,05	24,81	25,29	3,75	0,49
Рентабельність власного капіталу	23,27	26,29	25,43	3,02	-0,86
Рентабельність активів	22,61	25,52	24,67	2,90	-0,85

Джерело: складено та розраховано на основі фінансової звітності підприємства

Протягом аналізованого періоду показники рентабельності готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» знаходяться на досить високому рівні, що свідчить про ефективність діяльності підприємства.

Показник рентабельності активів готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» показує, що на кожен гривню, котра використовується для фінансування активів підприємства, було сформовано чистого прибутку в розмірі 24,67 коп. в 2021 р. Необхідно і далі підтримувати активізацію управлінського потенціалу для формування плану зростання прибутковості і його практичної реалізації.

Важливим показником є рентабельність власного капіталу, який відображає ефективність роботи компанії з точки зору власників або потенційних інвесторів. На кожну гривню використовуваного в 2021 р. власного капіталу власники отримали чистий прибуток у розмірі 25,43 копійок.

Рентабельність продаж готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» в 2021 р. зросла на 0,49 процентних пункти у порівняні з 2020 р. і становила 25,29 – це достатньо високий показник, що засвідчує достатньо ефективну діяльності підприємства.

Показник рентабельності послуг збільшується у 2021 р. на 3,72%, відповідно із 43,24% до рівня 46,95%. Це збільшення обумовлено зростанням доходної бази підприємства.

Отже, підсумовуючи проведений вище аналіз, можна сказати, що фінансовий стан підприємства є дуже стабільним. Підприємство не залежить від зовнішніх джерел фінансування і є платоспроможним. Рівень рентабельності готелю досить високий. Згідно розрахунків коефіцієнтів ліквідності (платоспроможності) готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» є платоспроможним.

Таким чином, в даний час готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv», як багато підприємств готельного бізнесу, розвивається в складних економічних умовах. Це відбивається на низьких темпах зростання готельної галузі. Ринок готельних послуг м. Києва досить насичений та відрізняється високим рівнем конкуренції. Основними загрозами з боку мікрооточення є загрози входження нових конкурентів на ринок, послуги-замінники та ризики втрати клієнтів. Незважаючи на високі конкурентні переваги, готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» змушений постійно вдосконалювати та підвищувати якість своїх послуг, щоб зберегти існуючі ринкові позиції та гідно конкурувати на ринку готельних послуг м. Києва.

Методом анкетування гостей та спостереження були виявлені конкретні недоліки в діяльності готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv».

Найбільш частими скаргами гостей готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» були:

- повільна система реєстрації гостей;
- повільне реагування персоналу готелю на прохання гостей;
- невеликий асортимент додаткових послуг;
- мала кількість інноваційних технологій сервісного обслуговування;
- не вчасно прибрані номери.

Розглянемо задоволеність споживачів послуг готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv». Гостям було запропоновано оцінити готель за кількома критеріями. Дані оцінки наведені в таблиці (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

### Загальна клієнтська оцінка готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv»

Питання	Відповідь			
	Відмінно	Добре	Задовільно	Не задовільно
Загальне враження про асортимент послуг	17	65	13	5
Загальне враження про номер	23	64	9	4
Загальне враження про технології сервісного обслуговування	30	50	11	9
Загальне враження щодо проживання у готелі	20	66	12	2
Всього опитано, чол.	100			

Джерело: складено автором на основі інформації підприємства

Як видно з таблиці 1.7 більшість постояльців не задовільно оцінило технології сервісного обслуговування готелю. Це вплинуло на загальне враження про готель.

Таким чином, неефективні технології сервісного обслуговування можуть призвести до втрати клієнтів, оскільки, приблизно за ті ж гроші можна отримати більш високий рівень сервісу в аналогічному готелі. Негативні емоції від проживання в готелі можуть також призвести до втрати не тільки даного постояльця, але і потенційних клієнтів у особах знайомих і родичів першого. Виходячи з вищесказаного можна дійти до висновку, що використання інноваційних технологій сервісного обслуговування може вплинути на діяльність готельного підприємства.

Визначимо сильні та слабкі сторони готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» та

виявимо можливості та потенційні загрози для його діяльності, використовуючи SWOT - аналіз підприємства (табл.1.8).

Таблиця 1.8

### Матриця SWOT-аналізу для готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv»

Матриця SWOT	Можливості	Загрози
<p><b>Сильні сторони</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вигідне розташування готелю (діловий центр міста).</li> <li>2. Широкий асортимент готельних послуг.</li> <li>3. Гарна транспортна доступність.</li> <li>4. Висококласний інтер'єр, надійне та високоякісне обладнання.</li> <li>5. Висока кваліфікація персоналу готелю;</li> <li>6. Хороша репутація у споживачів;</li> <li>7. Готельні послуги відповідають європейським стандартам</li> </ol>	<p><b>Поле стратегій SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Впровадити нові види готельних послуг, використовуючи висококваліфікований персонал</li> <li>2. Розвивати клієнтську базу, за допомогою наявності великого досвіду та широкого асортименту готельних послуг</li> <li>3. Використовувати додаткові та супутні послуги для підтримки задоволеності клієнтів</li> </ol>	<p><b>Поле стратегій WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розширити асортимент додаткових готельних послуг</li> <li>2. Розробити заходи щодо покращення номерного фонду</li> </ol>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Збільшення купівельної спроможності населення;</li> <li>2. Збільшення кількості підприємницьких структур;</li> <li>3. Розширення ємності ринку готельних послуг; поява зацікавлених зарубіжних партнерів та замовників, зростання інвестиційного потенціалу галузі; стабільні ціни на готельні послуги;</li> <li>4. Зростання ділового туризму, іноземного туризму після перемоги над рф;</li> <li>5. Розширення комплексу послуг;</li> <li>6. Використання інноваційних сервісних технологій в діяльності готелю;</li> <li>7. Використання Інтернет ресурсів;</li> <li>8. Розширення рекламної діяльності, PR-кампаній;</li> <li>9. Розвиток інфраструктури поблизу готелю;</li> <li>10. Збільшення фінансування;</li> <li>11. Здача приміщень в оренду</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Уповільнення темпів економічного зростання.</li> <li>2. Несприятливий зсув у курсах валют.</li> <li>3. Інфляційні процеси.</li> <li>4. Після перемоги над рф, зі зростанням ринку готельних послуг, стабілізацією всієї фінансової системи, початком економічного зростання слід очікувати появу нових конкурентів.</li> <li>5. Зміна потреб і смаку споживачів;</li> <li>6. Скорочення фінансування;</li> <li>7. Несприятливі демографічні зміни; зростання забруднення середовища</li> </ol>



## Продовження табл.1.8

Слабкі сторони	Поле стратегій ST	Поле стратегій WT
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Відсутність інноваційного технологічного обладнання;</li> <li>2. Низька швидкість обслуговування клієнтів</li> <li>3. Високий рівень конкуренції, наявність інших готелів, які також пропонують досить якісне обслуговування.</li> <li>4. Зі зростанням туристичного ринку, стабілізацією всієї фінансової системи, початком економічного зростання необхідно очікувати на появу нових конкурентів.</li> <li>5. Рівень цін на готельні послуги готелю значно вищий, ніж у конкурентів.</li> <li>6. Недостатня рекламна активність готелю; відсутність регулярних маркетингових досліджень ринку та аналізу ефективності рекламної діяльності.</li> <li>7. Переважна орієнтація готелю однією вузький споживчий сегмент – ділових туристів, іноземців.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Впровадження у діяльність готелю нових сервісних технологій</li> <li>2. Вдосконалення рекламної діяльності шляхом використання можливостей мережі Інтернет</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Конкуренти можуть запропонувати додаткові послуги, яких немає у нас</li> <li>2. Створення стабілізаційного фонду зниження втрат від зростання курсів валют, політичної обстановки, посилення законодавства</li> <li>3. Відсутність рекламної стратегії несе у собі поступове зниження прибутку</li> </ol>

Джерело: складено автором

Отже, за результатами проведеного дослідження можна зробити висновки, що рівень популярності на ринку готельних послуг недостатньо високий, тому готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» можна порекомендувати проведення активної рекламної діяльності (наприклад, розміщення реклами в ЗМІ та Інтернеті), підвищити стимулювання споживачів введенням знижок для постійних клієнтів.

Для отримання додаткового доходу готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» може здавати деякі номери в оренду. Для поліпшення рівня обслуговування клієнтів необхідно впровадження інноваційних сервісних технологій, оскільки, в даний час готельне підприємство, яке не використовує в своїй діяльності сервісні інновації не зможе довго залишатися конкурентоспроможним.

Оскільки діяльність готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» є клієнтоорієнтованою, то в умовах помірного зростання галузі основним драйвером зростання даного виду бізнесу є підвищення конкурентоспроможності за рахунок розвитку послуг та підвищення якості сервісного обслуговування для того, щоб задовольняти запити клієнтів.



## РОЗДІЛ 2.

# РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛІ «FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV», М. КИЇВ

### 2.1. Інноваційні підходи до застосування технологій сервісної діяльності в готелі

Сфера гостинності в Україні та світі розвивається неухильно, і чи не щодня в цій галузі активно впроваджуються інновації. Всі вони спрямовані не тільки на залучення якомога більшої кількості клієнтів, але і на те, щоб кожного постояльця зробити постійним гостем і забезпечити готелям надходження стабільного прибутку.

За підсумками проведеного аналізу використання сучасних сервісних технологій у готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv» можна зробити висновок, що для готельного підприємства необхідне впровадження комплексу заходів, який дозволить підвищити якість наданих послуг, збільшити завантаження номерного фонду і підвищити доходи готелю.

Для успішного інноваційного розвитку готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» необхідно дотримання наступних умов, таких як:

1. Забезпечення матеріально-технічних умов та нових інноваційно-технологічних засобів для постачання послуг клієнтам.
2. Розширення асортименту супутніх і, що важливіше, додаткових послуг.

Одним з найважливіших складових успіху є вміння прислухатися до своїх гостей і йти на компроміс. Необхідно добре їх розуміти, а потім, як наслідок, навчитися підтримувати сервіс на пристойному рівні та працювати над лояльністю.

Впровадження сучасних технологій сервісної діяльності у готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv» необхідно здійснювати за трьома напрямками:

1. Продукти нові для цього готелю, але не для ринку.

2. Оновлені продукти - побудовані на новому способі використання вже існуючих продуктів.

3. Справжні новинки, тобто, унікальні продукти.

Сьогодні, кожен споживач має мобільний пристрій. Багато користувачів спілкуються в соціальних мережах, та й загалом, без девайсу вони, як без рук. Тому особливу увагу варто приділити інноваційним технологіям у роботі з мобільними пристроями, а саме:

- можливість безкоштовно зарядити гаджет у місцях громадського користування (у лобі-барі та ресторані);
- телебачення, що дозволяє гостям переглядати улюблені передачі з облікових записів різних онлайн сервісів.

Сучасні пристрої – це вже більше, ніж мобільний телефон та інтернет. Наприклад, існують апарати для замовлення їжі, кави, навіть для купівлі квітів, а також багато інших. Такі пристрої застосовуються повсюдно для автоматизації всіх процесів.

Інформаційні термінали, кіоски, столи відкривають перед підприємством готельного бізнесу абсолютно нові можливості. Введення таких нововведень дає забезпечити самообслуговування гостям, які віддають перевагу онлайн-управлінню. Такий підхід робить готель популярним, особливо серед молодого покоління. З кожним роком ця тенденція буде розвиватися.

Також необхідно звернути увагу на встановлення у готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv» інтерактивного обладнання, яке дозволяє гостям дати докладну інформацію:

- про повний перелік додаткових послуг у готелі;
- про інфраструктуру готелю;
- про готельні номери - описи, фотографії;
- про спеціальні пропозиції та акції;
- віртуальний тур готелем у вигляді інтерактивної карти.

Інтерактивне обладнання вирішує навіть найскладніші мультимедійні завдання. Його установка надає наступні переваги:

- підвищення швидкості обслуговування і, як наслідок, скорочення черг на стійці ресепшен;
- допомога в організації дозвілля для гостей;
- швидке орієнтування гостей;
- полегшення роботи персоналу;
- спрощення процесу вибору гостями готельного номера;
- цілодобове інформування гостей;
- новий незвичайний рекламний майданчик.

Отже, одним з найважливіших завдань, яке необхідно вирішити готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv», є забезпечення гостей довідковою інформацією. Всі необхідні відомості складно передати в усній формі, а тому потрібні універсальні рішення, що дозволяють усунути таку проблему.

Приємним бонусом буде те, що наявність інтерактивного обладнання суттєво підвищить лояльність гостей та сприятиме покращенню іміджу готелю. Крім того, така техніка дозволить отримувати додатковий дохід. Важливо розуміти, що мова йде не тільки про непрямий прибуток: інформаційний кіоск можна використовувати, як майданчик для розміщення платних рекламних матеріалів (від ресторанів, служб таксі), які будуть корисними для гостей.

Інфокіоск, термінал або стіл від компанії «Омнітек» (українська компанія-представник іспанського підприємства «Omnitec Systems SL», що працює при найбільшому заводі BTV в Іспанії. «OMNITEC Systems» - провідний європейський виробник обладнання для готелів, яке випускається під маркою «Omnitec») є універсальним та простим у використанні обладнанням. Зручне та зрозуміле програмне забезпечення Windows 10 дозволяє підтримувати актуальність усієї інформації, швидко та легко її змінювати.

Пропонована компанією «Омнітек» конструкція інформаційного кіоску відрізняється універсальністю та практичністю. Її можна розташувати як у вертикальному, так і горизонтальному положенні. Завдяки інтуїтивно зрозумілому дружньому інтерфейсу гості з легкістю зможуть отримувати ту інформацію, яка їм необхідна.

Ще один спосіб покращити обслуговування власного закладу – регулярні опитування. Найкращий порадник – це гість. Досить просто спитати, що сподобалося, а що не сподобалося. Запевняємо, кожен клієнт розповість вам щось цікаве. Відмінним помічником у проведенні опитувань стане те саме інтерактивне обладнання, про яке говорилося раніше. Воно відразу ж приверне увагу гостя, який з радістю відповість на важливі питання про готель.

Нові технології в готельній індустрії з'являються з приголомшливою швидкістю. У рамках інноваційно-технологічного розвитку керівництву готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» необхідно розглянути впровадження інноваційних сервісних технологій, а саме:

1. Вхід без ключа за допомогою смартфона. Минули часи, коли ви могли втратити ключ-карту і залишитися замкненим у номері. Карти замінять на смартфон. Продукт, який дає гостям можливість за допомогою телефону відкрити готельний номер через програму SPG.

2. ТБ-дзеркало. Під час свого перебування у ванній ви дивитеся телевізор у дзеркалі. Гості можуть дивитися телебачення у HD-якості у ванній кімнаті, сауні або басейні.

3. Консьєрж з SMS. Гість може по смартфоні повідомити персонал готелю про свої потреби. Гість зможе попросити нові рушники, не встаючи з ліжка, замовити таксі, квіти або доставку їжі.

4. Розумні термостати. Технологія термостата, яка дозволяє гостям регулювати температуру в своїх номерах за допомогою мобільного пристрою, навіть якщо вони ще не увійшли в номер.

5. Потоківі відео та аудіо. Можливість для гостей готелю підключити свої комп'ютери, телефони або планшети до HD-телевізорів. Це дозволяє дивитися і слухати потокові канали, такі як Hulu, Spotify або Netflix.

6. Розумне освітлення. Освітленням, як і термостатом, можна керувати зі свого смартфона.

7. Док-станції. Це одна з найпоширеніших технологій у нашому списку, але саме наявність док-станцій гості розглядають як стандарт якості. Док-станції

дозволяють гостям включати свої мобільні пристрої в годинник або динаміки, щоб одночасно слухати музику і заряджатися.

8. Світлочутливі сенсори. Сенсори включають світло, коли гість заходить у номер, та вимикають, коли в номері протягом якогось часу не спостерігається жодного руху.

9. Self Check-In Kiosk. Терміналам самообслуговування, за допомогою якого гість може попередньо забронювати номер через сайт та отримати ключ на кіоску самопоселення Self check-in. Також, якщо гість хоче забронювати номер прямо у кіоску, то вся інформація буде у нього перед очима: фотографії номера, інформація про площу, кількість спальних місць, наявність послуг та будь-яку іншу інформацію.

В рамках впровадження сучасних сервісних технологій у діяльність готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» докладно зупинимося на впровадженні нової готельної технології – кіоску самообслуговування для реєстрації та виселення гостей - проекту «Self Check-In Kiosk». Проведемо порівняльний аналіз переваг нової технології самообслуговування для готелів зі звичайною реєстраційною стійкою, а також розглянемо особливості встановлення та експлуатації обладнання в холі готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv».

Дане рішення - Кіоск Myra Stand розроблено в Україні командою Омнітек (рис.2.1).



Рис.2.1. Пропоноване обладнання для готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv»  
- Кіоск Myra Stand

Це спеціалізований термінал самостійної реєстрації для готелів із встановленим програмним забезпеченням. Рішення включає інтеграцію з готельною PMS/HMS системою, інтеграцію із замковою системою в номерах. Кіоск виконує сканування паспорта, розпізнавання фото гостя HD камерою, функцію оплати (готівкова та безготівкова оплата) і видачу диспенсером ключ-карти. Технологічне рішення дозволяє реєструвати заїзд і виїзд з готелю, за допомогою терміналу проводити оплату і отримувати ключі від номера, минаючи стійку приймання.

Проект Кіоск Myra Stand - це відмінне вирішення проблеми з піковим навантаженням на адміністраторів служби прийому та розміщення при великому потоці гостей, що дає можливість скоротити чергу з гостей, скоротити надалі витрати на персонал, а також скоротити час на реєстрацію або виселення гостей з готелю.

У рамках впровадження Кіоск Myra Stand необхідне удосконалення існуючих технічних засобів готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv». У першу чергу готелю потрібно оптимізувати завдання, пов'язані з роботою персоналу, із заселенням гостей і введенням їх даних, а вже наступним кроком буде організація check-in. Якщо готель хоче зробити самостійну реєстрацію, але використовує в роботі звичайні старі замки, то встановити кіоск самостійної реєстрації не вийде. Готель повинен мати якість напруцювання та ІТ-інфраструктуру.

Так як у готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv» вже вдосконалена система доступу в номер, тому технічні рішення щодо заміни замків не потрібні. Проект Кіоск Myra Stand - це не зміна бізнес-процесів у готелі, а це впровадження інноваційно-технологічного процесу в поточну інфраструктуру готелю, що дозволяє замінити класичний процес check-in і check-out, яким займається портсь.

Переваги впровадження кіоску – це:

- скорочення бюджету на персонал;
- збільшення швидкості операції та автоматизація бізнес процесів;



- підвищення задоволеності гостей;
- підвищення іміджу готелю.

Цей проект розрахований для готелів «4-5 зірки» від 100 номерів, тому IT-рішення відмінно підійде для впровадження в роботу готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv». Це IT-рішення дозволить створити якісніший сервіс, зробити більш досконалий готель.

Головні переваги self check-in kiosk перед звичайною стійкою реєстрації полягають у наступному (рис.2.2).

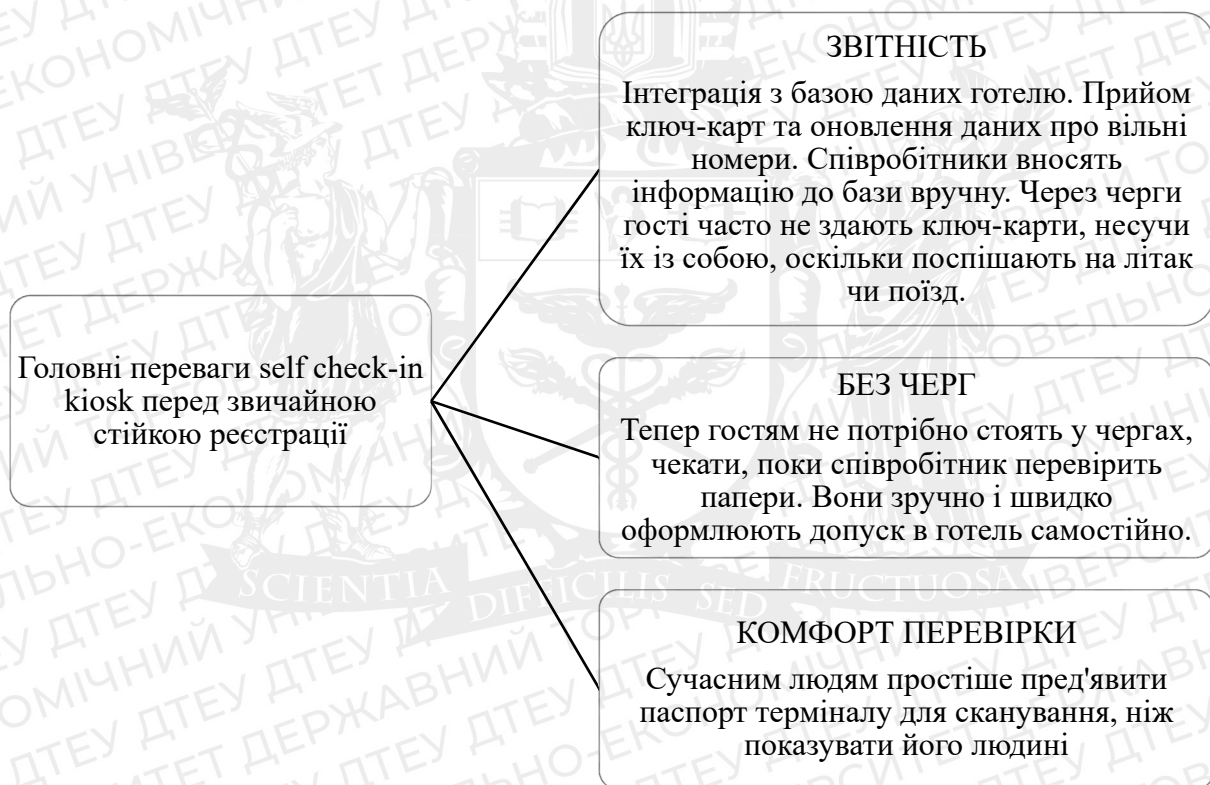


Рис.2.2. Головні переваги self check-in kiosk перед звичайною стійкою реєстрації

Джерело: складено автором

Насамперед, це розподіл потоку гостей. У будь-якому випадку гості в годину пік - це потік людей, яким потрібно вміти грамотно керувати. Погано, коли потік «іде через одну вузьку шийку». Завдання кіоску - прибрати цю «вузьку шийку» і направляти гостей до кіоску самостійної реєстрації і інформувати їх про те, що вони можуть не стояти в черзі, а зробити реєстрацію / виїзд швидше за допомогою кіоску і без черг.

З нестандартними випадками, з питаннями, які вимагають пильної уваги, працюють порт'є. Це інша група гостей. І це насамперед сервіс для готелю. Впровадження self check-in kiosk – це покращення сервісу для гостей, тому що готель знижує черги та час очікування check-in у годину пік. Впровадження самостійної реєстрації - це звичайний процес, як зараз, - забронювати через сайт готель.

Перевага кіоску в тому, що їх можна поставити необмежену кількість - навіть 4 або 8, зробити окрему стійку для того, щоб знизити ризик виникнення черг до кіосків при реєстрації гостей. Час перебування гостя при реєстрації у check-in kiosk менший, ніж у традиційної стійки реєстрації. В середньому на людину може йти до 1,5 хвилин.

Однією головною перевагою установки Кіоск Myra Stand - це простота використання та обслуговування терміналу, тільки знадобиться заміна касової стрічки та завантаження ключ-карт. Ми від цього поки що не можемо втекти, тому що в готелі використовується система електронних ключів.

Програмну частину продукту постійно допрацьовує компанія проекту Омнітек і технічна підтримка може оперативно підключитися для усунення будь-яких помилок, для допомоги. Що стосується поломок, то при укладанні договору компанія виїжджає протягом 24 годин для їх усунення. На кіоску при бронюванні показуються послуги, які користувач може додати до своєї броні, особливо якщо вона поки не оплачена. Особливу увагу приділено безпеці під час реєстрації гостей за допомогою кіоску. Система верифікує паспорт, перевіряє його на справжність, гість закладу не можна заселитися з копією чи підробленим паспортом. Система звіряє обличчя з паспорта з реальною людиною, яка в даний момент робить check-in через кіоск.

Дане технічне рішення щодо встановлення терміналу самостійної реєстрації дозволяє вирішити такі проблеми:

- скорочує крадіжку виторгу з 10% до 0%;
- працює без перерв та перебоїв 24/7 та мінімізує помилки співробітників, а також скорочує швидкість заселення в готель;

- економія на фонді заробітної плати.

Система дозволяє зробити більш безпечну реєстрацію гостей: виймає дані, звіряє їх з особистістю. Надалі верифікацію потрібно буде проходити лише один раз. І це буде робити check-in ще більш простим і зручним для гостей готелю. При цьому готельєр знатиме, що всі гості верифіковані, а не заселилися за чужим паспортом.

## 2.2. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів

Ефективність – це характеристика з погляду співвідношення витрат та результатів функціонування системи. До основних показників економічної ефективності відносяться: економічний ефект, коефіцієнт економічної ефективності капітальних вкладень, термін окупності капітальних вкладень.

Економічний ефект – результат впровадження будь-якого заходу.

Проведемо розрахунок необхідних інвестиційних витрат і складемо прогноз прибутку від реалізації інноваційних сервісних технологій у діяльність готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv».

У таблиці 2.1. представлений розрахунок інвестиційних витрат на встановлення та налаштування кіоску Kiosk Myra Stand у готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv».

З таблиці 2.1 видно, що компанія «Омнітек» пропонує термінал з різним функціоналом.

Перший варіант - це встановлення терміналу з мінімальним функціоналом, який дозволяє зробити класичний процес check-in і check-out, але без можливості зробити оплату. Можна зробити висновок, що перший варіант не доцільний для установки у готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv», так як не має повний функціонал і, як і раніше, є необхідність взаємодії з адміністратором, що не зручно для гостя. З боку готелю цей функціонал не рентабельний, тому що не дозволяє скоротити штат адміністраторів служби прийому та розміщення і в подальшому окупити

проект.

Таблиця 2.1

**Розрахунок інвестиційних витрат на встановлення та налаштування кіоску Kiosk Myra Stand у готелі «Fairmont Grand Hotel Kyiv», грн**

	Функціональні можливості		
	Видає ключ	Видає ключ та приймає банківські картки	Видає ключ, приймає банківські картки та готівку
Термінал	420 000	565 000	955 000
Щомісячна передплата на хмарний софт	9 500	10 500	11 500
Річне технічне обслуговування	19 000	25 000	37 000
Встановлення, налаштування та інтеграція	25 000	50 000	75 000
Ліцензія на розпізнавання даних	19 000	19 000	19 000
Перевірка справжності паспорта	46 000	46 000	46 000
Розпізнавання осіб	22 000	22 000	22 000
Всього	560 500	737 500	1 165 500

Джерело: складено автором на основі відкритих джерел інформації

Другий варіант - відкривається додаткова можливість для гостей у тому, щоб самостійно здійснити оплату послуг за допомогою банківської картки, але діють обмеження щодо оплати готівкою. Вважаємо, що цей варіант також не доцільний, оскільки не дозволяє гостю без допомоги співробітників провести оплату готівкою і, як і раніше, немає можливості обійтися без підтримки адміністратора.

Третій варіант - термінал має повний функціонал, який видає ключ, приймає банківські картки та готівку, а найголовніша перевага в порівнянні з попередніми варіантами полягає в тому, що немає необхідності мати додаткових співробітників СПР і гості можуть самостійно забронювати номер або виселитися з готелю. Тому, вважаємо, що доцільно купівля терміналу з повним функціоналом, оскільки цей проект буде інвестиційно-привабливим з

економічної точки зору, так і з боку підвищення рівня конкурентоспроможності на ринку готельних послуг м.Києва.

Кошти на придбання обладнання планується покрити із засобів нерозподіленого прибутку готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv».

Виходячи з масштабів готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv», припустимо, що після впровадження запропонованої інноваційної технології очікується скорочення кількості відмов від замовлення, а також за рахунок раціоналізації використання ресурсів виробництва будуть скорочені витрати і дохід зросте на 4% поточного показника. На 2021 рік чистий дохід готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» склав 35207,1 тис.грн., відповідно, передбачуваний прибуток, отриманий за рахунок впровадження запропонованої інноваційної технології на перший рік після застосування, складе 1408,28 тис.грн.

Розрахунок показників. В результаті проведення розрахунків показників можна з'ясувати доцільність ухвалення запропонованого рішення.

NPV (чистий дисконтований дохід) – це реальна вартість майбутніх грошових надходжень, дисконтована за ринковою процентною ставкою за мінусом вартості інвестицій. Він відповідає на одне із головних питань – наскільки майбутні надходження виправдають сьогоднішні витрати на впровадження запропонованих інноваційних технологій.

NPV розраховується за формулою (2.1)

$$NPV = \sum_{k=0}^{k=N} \frac{CF_k}{(1+R)^k} \quad (2.1)$$

де N, k – число років;

R – ставка рефінансування;

CF<sub>k</sub> - грошовий потік через k років, тис.грн.

Дані розрахунку показників NPV при ставці рефінансування 25 % наведено у таблиці 3.2.

Чистий дисконтований дохід за проектом становить 6023,59 тис.грн.

Таблиця 2.2

## Розрахунок показників NPV та терміну окупності проєкту

Рік	Грошовий потік, тис.грн.	Коефіцієнт дисконтування	Чистий дисконтований дохід, тис.грн	Чистий грошовий потік, тис.грн
0	-1165,5	1	-1165,5	-1165,5
1	1408,28	$1/(1+0,25)^1 =$ 0,8000	1126,62	-38,88
2	1408,28	$1/(1+0,25)^2 =$ 0,6400	901,30	862,42
3	1408,28	$1/(1+0,25)^3 =$ 0,5120	721,04	1583,46
4	1408,28	$1/(1+0,25)^4 =$ 0,4096	576,83	2160,29
5	1408,28	$1/(1+0,25)^5 =$ 0,3277	461,49	2621,79
Всього	7041,4		2621,79	6023,59

Джерело: розраховано автором

Розраховано період окупності інвестицій (PP) за формулою 2.2:

$$PP = \frac{IB}{\overline{ЧГП}}, \quad (2.2)$$

де  $\overline{ЧГП}$  – середньорічна сума чистого грошового за весь період експлуатації проєкту;

$$PP = 1165,5 / (6023,59/5) = 0,97.$$

Отже, термін окупності початкових інвестицій становить приблизно 11,5 місяців. Це дуже непоганий показник, який підтверджує економічну привабливість впровадження запропонованих інноваційних технологій.

Розрахунок рентабельності інвестицій. У табл.2.3 наведено розрахунок обсягу позитивного та негативного грошових потоків від проєкту впровадження запропонованої інноваційної технології.

Таблиця 2.3

## Розрахунок суми позитивного та негативного грошових потоків

Рік	Грошовий потік, тис.грн.	Коефіцієнт дисконтування	Результат, тис.грн
1	2	3	4
Позитивний грошовий потік			
2	1408,28	0,6400	901,30
3	1408,28	0,5120	721,04
4	1408,28	0,4096	576,83
5	1408,28	0,3277	461,49
Всього			+2660,6

## Продовження табл.2.3

1	2	3	4
Негативний грошовий потік			
0	-1165,5	1	-1165,5
1	1323,36	0,8000	-38,88
Всього			1249,31

Джерело: розраховано автором

З отриманих даних здійснимо розрахунок рентабельності інвестицій (PI).

$$PI = 2660,6/1249,31 = 2,13 = 213\%$$

Рентабельність інвестицій дорівнює 213%. Це означає, що готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv», інвестуючи в проєкт 1165,5 тис.грн, за 5 років експлуатації даних інноваційних технологій повністю окупить зроблені інвестиції та отримає прибуток за них 213%.

Внутрішня норма рентабельності (IRR) розраховується за формулою:

$$IRR = \sqrt[n]{\frac{ЧГП}{ІВ} - 1} \quad (2.3).$$

Розрахуємо IRR за формулою (3.3)

$$IRR = \sqrt[5]{\frac{0,112662 + 0,90130 + 0,72104 + 0,57683 + 0,46149}{0,1165,5} - 1} = 3,75 = 375\%$$

Внутрішній коефіцієнт окупності – 375 %. Проєкт залишається вигідний протягом часу поки ставка рефінансування не досягне 375%.

Показники ефективності впровадження запропонованої інноваційної технології у діяльність готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» наведено в табл.3.5.

Таблиця 3.5

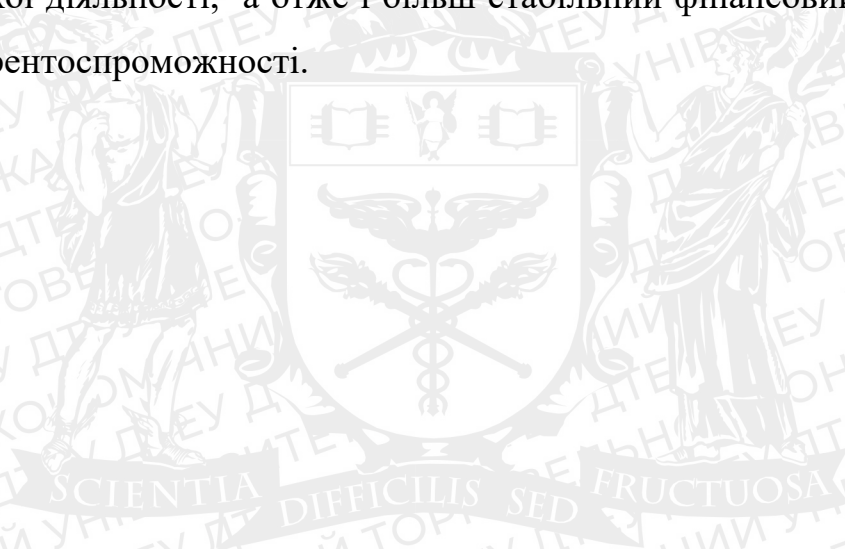
**Показники ефективності впровадження запропонованої інноваційної технології у діяльність готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv»**

Показник	Значення
Чиста теперішня вартість проєкту (NPV), тис.грн	6023,59
Індекс прибутковості (PI),%	213
Термін окупності інвестицій (PBP), міс.	11,5
Внутрішня норма рентабельності (IRR), %	375

Джерело: складено автором

Соціальний ефект від запровадження проєкту. Запропоновані інноваційні технології дозволить готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» підвищити якість роботи співробітників, а також скоротити час, необхідний для обробки інформації щодо бронювання номерів.

Таким чином, можна зробити висновок, що впровадження інноваційних технологій сервісного обслуговування у діяльність готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» матиме позитивний ефект і підвищить ефективність його діяльності, збільшивши прибуток. Цей проєкт забезпечить підприємству більший рівень обсягу реалізації послуг, більший рівень прибутку, вищий рівень ефективності господарської діяльності, а отже і більш стабільний фінансовий стан та рівень його конкурентоспроможності.





## ВИСНОВКИ

У роботі розроблено та обґрунтовано методичні і практичні засади використання технологій сервісної діяльності суб'єкта готельного бізнесу.

У дослідженій роботі виконали поставлені завдання:

- проведено оцінку застосування технологій сервісної діяльності в готелі.

Готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» – незалежний п'яти зірковий готель з індивідуальним стилем, неординарним характером та висококласним сервісом, що був відзначений численними нагородами. Готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» використовує сучасні технології сервісного обслуговування для просування своїх послуг на ринку готельно-ресторанних послуг м. Києва, але, на сьогоднішній день, із зростаючою конкуренцією на ринку, цього не достатньо і підприємство потребує впровадження додаткових інноваційних технологій сервісного обслуговування. Керівництво готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» просто не ставить перед собою основною стратегічною метою здійснення інновацій, здійснюючи лише необхідні інноваційні застосування для оптимізації ефективності своєї діяльності або на даний момент не вважає за доцільне вкладення коштів у більш глибокий інноваційний розвиток. Більшість впроваджених технологій сервісного обслуговування готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» були спрямовані на покращення процесу надання готельних послуг для постояльців готелю. Іншими словами відбувається процес спрощення надання готельних послуг. Можна зробити висновок, щоб утримати лідируючі позиції на ринку туристичного бізнесу, керівництву готелю необхідно стежити за тенденціями технологічних інновацій та використовувати у роботі комплексу. Враховуючи сьогоднішню складну економічну ситуацію, необхідно чітко розставити акценти та визначити план заходів щодо їх впровадження.

- Здійснено дослідження впливу технологій сервісної діяльності на результати роботи готелю.

Ефективність технологій сервісної діяльності готелю та обсяг його послуг є взаємозалежними показниками. Проведено аналіз фінансово-господарських

показників діяльності готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» та визначено, що чистий прибуток готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» становив в 2020 р. 7505,5 тис. грн. У 2021 році відбувається його зростання на 1399,5 тис.грн. (або на 108,65%). Позитивна динаміка даного показника говорить про підвищення здатності підприємства здійснювати нарощування обсягу залученого капіталу, чистий прибуток достатньо високий і це дозволяє підприємству стійко функціонувати на ринку. Фінансовий стан підприємства є дуже стабільним. Підприємство не залежить від зовнішніх джерел фінансування і є платоспроможним. Протягом аналізованого показники рентабельності готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» знаходяться на досить високому рівні, що свідчить про ефективність діяльності підприємства. Згідно розрахунків коефіцієнтів ліквідності (платоспроможності) готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv» є платоспроможним. Більшість постояльців не задовільно оцінило технології сервісного обслуговування готелю. Це вплинуло на загальне враження про готель.

Оскільки діяльність готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» є клієнтоорієнтованою, то в умовах помірного зростання галузі основним драйвером зростання даного виду бізнесу є підвищення конкурентоспроможності за рахунок розвитку послуг та підвищення якості сервісного обслуговування для того, щоб задовольняти запити клієнтів.

- запропоновано інноваційні підходи до застосування технологій сервісної діяльності в готелі;

В рамках впровадження сучасних технологій сервісного обслуговування у діяльність готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» запропоновано до впровадження нової готельної технології – кіоску самообслуговування для реєстрації та виселення гостей - проекту «Self Check-In Kiosk». Проведено порівняльний аналіз переваг нової технології самообслуговування для готелів зі звичайною реєстраційною стійкою, а також розглянуто особливості встановлення та експлуатації обладнання в холі готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv». Система дозволяє зробити більш безпечну реєстрацію гостей: виймає дані, звіряє їх з

особистістю. Надалі верифікацію потрібно буде проходити лише один раз. І це буде робити check-in ще більш простим і зручним для гостей готелю. При цьому готельєр знатиме, що всі гості верифіковані, а не заселилися за чужим паспортом. Дане технічне рішення щодо встановлення терміналу самостійної реєстрації дозволяє вирішити такі проблеми: скорочує крадіжку виторгу з 10% до 0%; працює без перерв та перебоїв 24/7 та мінімізує помилки співробітників, а також скорочує швидкість заселення в готель; економія на фонді заробітної плати. Кошти на придбання обладнання планується покрити із засобів нерозподіленого прибутку готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv»;

- обґрунтовано ефективність запропонованих заходів.

Запропоновані інноваційні технології дозволить готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» підвищити якість роботи співробітників, а також скоротити час, необхідний для обробки інформації щодо бронювання номерів. Впровадження інноваційних технологій сервісного обслуговування у діяльність готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» матиме позитивний ефект і підвищить ефективність його діяльності, збільшивши прибуток. Цей проєкт забезпечить підприємству більший рівень обсягу реалізації послуг, більший рівень прибутку, вищий рівень ефективності господарської діяльності, а отже і більш стабільний фінансовий стан та рівень його конкурентоспроможності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми інноваційної діяльності та трансферу технологій : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 18 трав. 2018 р., м. Київ / Держ. наук. установа «Укр. ін-т наук.-техн. експертизи та інформації». Київ : УкрІНТЕІ, 2018. 191 с.
2. Беспалов А. Управлінські інновації, як важіль забезпечення стратегічного розвитку. *Наук. вісн. Одес. нац. екон. ун-т*. 2018. № 1. С. 59-70.
3. Біловодська О. А. Формування і реалізація інвестиційних стратегій інноваційного розвитку підприємств: сутність, основні складові та оцінка. *Бізнес Інформ*. 2016. № 11. С. 204-210.
4. Богуцька О. А. Пріоритети та оптимальна структура фінансування інноваційних витрат промислових підприємств в Україні / О. А. Богуцька, Я.С. Брюховецький // *Бізнес Інформ*. 2018. № 4. С. 62-67.
5. Горяча О. Л. Концепція формування системи стратегічного управління інноваційною діяльністю на підприємствах. *Вісн. Бердян. ун-ту менеджменту і бізнесу*. 2018. № 2. С. 28-31.
6. Гук О.В. Порядок та особливості формування інноваційної політики підприємства. Київ: НТУУ «КПІ», 2015. 258 с.
7. Гурочкіна В.В. Інноваційний потенціал та активізація емерджентних властивостей для цілей розвитку промислового підприємства. *Соціальна економіка*. 2020. № 60 (1). С. 87-96.
8. Давидова О. Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: методологія, теорія і практика: монографія. – Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2018. 448 с
9. Домінська О.Я., Батьковець Н.О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2019. Вип.52. С.39-41.
10. Д'яконова А., Тітомир Л., Жовтяк К. Сучасні тенденції організації та контроль якості систем бронювання в готельному господарстві. *Економіка та*

суспільство, 2021, №33. URL: [://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-63](https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-63).

11. Журавльова С.М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємства готельного господарства. URL: <http://infotour.in.ua/zhuravljova.htm>
12. Завадинська, О., Ніколайко, Г., Огороднік М.. Дослідження інноваційних рішень для оновлення існуючих бізнес-моделей і сучасних сервісних технологій у ресторанному бізнесі. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*, 2022, № 5(2), 229–238.
13. Завадунська О. 2. Інноваційні технології господарювання в ресторанному бізнесі. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2018, С. 93–102.
14. Земліна Ю. Тенденції розвитку готельного бізнесу України. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2019. Т. 2, № 1. С. 121-131. .
15. Інновації у ресторанному світі. URL: <http://reston.com.ua/topics/8>
16. Інноваційні технології в готельному господарстві: основи теорії. Т. В. Капліна, В. М. Столярчук, Л. П. Малюк, А. С. Капліна. Полтава : ПУЕТ, 2018. 357 с.
17. Ковальчук С.В. Сучасні тренди маркетингу гостинності. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/6725/1/7.pdf>
18. Ковчуга Л. І. Про взаємообумовленість конкуренції, інновацій та конкурентоспроможності підприємств . *Екон. вісн. Донбасу*. 2018. № 2. С. 124-133.
19. Кругляк Г.О. Дослідження ролі інноваційних технологій в управлінні підприємствами готельно-ресторанного господарства. *Economic and Food Security of Ukraine*, 2019. № 6 (3-4), С.58-64.
20. Лисюк Т. В., Терещук О.С., Байцим І. В. Інноваційна діяльність готельно-ресторанних підприємств в умовах стратегії інноваційного росту. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаїв, 2017. № 20. С.409-413.
21. Лисюк Т.В. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі. *Карпатський край*. Наукові студії з історії, культури,

туризму. 2016. № 1(8). С. 141–149.

22. Маркіна І.А., Вороніна В.Л., Хорошко Д.Р. Управління інноваційним потенціалом як фактор стратегічного розвитку та конкурентних переваг підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. № 3 (26). С. 76–81.

23. Морозова С. А. Досвід Європейського Союзу щодо стимулювання інноваційної діяльності. *Економіка і регіон*. 2017. № 5. С. 54-58.

24. Онищук Н. Сервісна діяльність готелів в умовах стагнації галузі», *Економіка та суспільство*, 2021, № 29. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/593>

25. Офіційний сайт готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv» URL: <https://www.fairmont-ru.com/kyiv/>

26. Офіційний сайт Маркетингово-аналітичної компанія «Semantrum» URL: <https://promo.semantrum.net/uk/golovna/>

27. Перепеліцина В.Л. Світові тенденції розвитку інновацій на підприємствах готельного господарств : матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції «Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2017. 500 с

28. Петрик І.В., Семчук Ж.В., Кошовий Б.-П.О. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму. *Scientific notes of Lviv University of Business and Law*. № 22, 2019, С.48-52.

29. Пілявоз Т.М. Інноваційний розвиток підприємства як важливий аспект розвитку економіки. *Інноваційна економіка: Всеукр. наук.-вироб. журнал*. 2018. № 4. С. 185-190.

30. Постова В. В., Лук'янець А. В. Особливості формування та підтримка іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Підприємництво та інновації*. 2020. №. 14. С. 63-67.

31. Саненко Л.І. Принципи впровадження інноваційних технологій в готелях та їх переваги URL:: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/sanenko.htm..](http://tourlib.net/statti_ukr/sanenko.htm..)

32. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. URL: <https://www.otelms.com/ua/hotel-business-innovation/>.
33. Теребух А. А., Чорненька Н. В. Впровадження інновацій в готельному бізнесі на основі проектного менеджменту. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. Серія: "Економічні науки". 2018. №7. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2018-7-4039>.
34. Фінансові механізми інноваційного економічного розвитку України в умовах євроінтеграції : колект. монографія / [Б. В. Буркінський та ін. ; за ред. проф. В. В. Лойко, А. Ю. Рамського] . Київ : Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка, 2019. 252 с.
35. Фінансово-управлінські аспекти інноваційно-інвестиційного розвитку підприємництва в національній економіці : [колект.] монографія / [В. П. Синчак та ін.] ; наук. ред. д-р екон. наук, проф. Синчак В. П. - Хмельницький : Хмельниц. ун-т упр. та права, 2017. 372 с.
36. Хмизова О.В., Сисан О.М. Напрями розвитку інноваційного потенціалу підприємства. *Наукові праці. Економіка*. 2016. № 273. С. 83–88.
37. Черноіванова Г. С. Формування підходу до оцінювання макросередовища інноваційної сфери підприємств. *Бізнес Інформ*. 2018. № 6. С. 145-152.
38. Швиданенко Г. О. Інноваційний розвиток підприємств у контексті ціннісних орієнтацій. *Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка»*. 2017. № 875. С. 254–261.
39. Шевченко Н. Ю. Управління інноваційною діяльністю підприємства: концепція та методи прийняття рішень . *Екон. вісн. Донбасу*. 2018. № 2. С. 151-154.
40. Шкарлет С. М. Інноваційна політика та фінансове забезпечення : навч. посіб. Чернігів : Брагинець О. В. [вид.], 2018. 477 с.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Фінансова звітність підприємства за 2019-2021 рр.

## Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2020 р.

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	10,6	8,3
первісна вартість	1001	14,8	14,8
накопичена амортизація	1002	4,2	6,5
Незавершені капітальні інвестиції	1005	197,5	123,1
Основні засоби	1010	3 575,8	5 419,8
первісна вартість	1011	6 459,3	8 638,4
знос	1012	2 883,5	3 218,6
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	580,9	2 006,3
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>4 491,5</b>	<b>7 684,2</b>
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	7 061,7	7 388,1
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	5 459,5	5 342
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	347,6	786,1
з бюджетом	1135	9,6	18,3
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	416,1	265,6
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	4 140	4 744,9
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190		
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>20 227,3</b>	<b>21 723</b>
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>24 723,4</b>	<b>29 412,4</b>
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 291,9	1 008,4
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	1 961,3	1 961,3
Резервний капітал	1415	450,5	450,5
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	20 474,1	25 150,5
Неоплачений капітал	1425		



Вилучений капітал	1430	151,6	21,4
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>24 026,2</b>	<b>28 549,3</b>
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	301,6	298,5
товари, роботи, послуги	1615		
розрахунками з бюджетом	1620	222,5	279,4
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	30,2	53,1
розрахунками з оплати праці	1630	103,4	146,2
за розрахунками з учасниками	1640	4,6	11,3
із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	34,9	74,6
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>697,2</b>	<b>863,1</b>
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	<b>1900</b>	<b>24 723,4</b>	<b>29 412,4</b>

**Керівник**  
**Головний бухгалтер**

### Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2020 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	30254,62	26 557
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 17358,8 )	( 16 464,8 )
Валовий:	2090	12895,8	10 092,2
прибуток			
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	912	1 889,6
Адміністративні витрати	2130	( 1987 )	( 1 857,5 )
Витрати на збут	2150	( 1496,8 )	( 1 187,6 )
Інші операційні витрати	2180	( 2036,8 )	( 2 087,5 )
Фінансовий результат від операційної діяльності:	2190	8287,2	6 849,2
прибуток			
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	869,2	11,4
Інші доходи	2240	6,1	201,2
Фінансові витрати	2250	14,1	
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	( 26,7 )	( 243,4 )

Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	9122	6 818,4
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1647,5	1227,3
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	7505,5	5591,1
збиток	2355		
<b>III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ</b>			
Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Матеріальні затрати	2500	17 523,3	15 777,3
Витрати на оплату праці	2505	2 267,1	2 059
Відрахування на соціальні заходи	2510	892	777,3
Амортизація	2515	386,1	401,9
Інші операційні витрати	2520	835,7	919,5
Разом	2550	21 904,2	19 935
<b>IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ</b>			
Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Керівник

Головний бухгалтер

**Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2021 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	8,3	5,8
первісна вартість	1001	14,8	14,8
накопичена амортизація	1002	6,5	9
Незавершені капітальні інвестиції	1005	123,1	338,7
Основні засоби	1010	5 419,8	7 528,9
первісна вартість	1011	8 638,4	11 262
знос	1012	3 218,6	3 733,1
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035	126,7	126,7
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	2 006,3	2 091,4
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>7 684,2</b>	<b>10 091,5</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	7 388,1	7 960,6
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	5 342	6 997,2
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	786,1	596
з бюджетом	1135	18,3	7,3
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	265,6	372,5
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	4 744,9	6 443,4
Витрати майбутніх періодів	1170		
Інші оборотні активи	1190		
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>21 723</b>	<b>25 998,7</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	1200		
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>29 412,4</b>	<b>36 097,7</b>
<b>Пасив</b>	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1 008,4	1 008,4
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	1 961,3	1 961,3
Резервний капітал	1415	450,5	450,5
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	25 150,5	31 622,6
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430	21,4	21,4
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>28 549,3</b>	<b>35 021,4</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		

Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	298,5	219,9
товари, роботи, послуги	1615		
розрахунками з бюджетом	1620	279,4	385,2
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	53,1	52,9
розрахунками з оплати праці	1630	146,2	175
за розрахунками з учасниками	1640	11,3	48,3
із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	74,6	195
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>863,1</b>	<b>1 076,3</b>
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>29 412,4</b>	<b>36 097,7</b>

Керівник  
Головний бухгалтер

### Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2021 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	35 207,1	30254,62
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 18965,3 )	( 17358,8 )
Валовий: прибуток	2090	16241,8	12895,8
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	424,6	912
Адміністративні витрати	2130	( 2801,2 )	( 1987 )
Витрати на збут	2150	( 1903,5 )	( 1496,8 )
Інші операційні витрати	2180	( 1842,3 )	( 2036,8 )
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	10119	8287,2
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	820	869,2
Інші доходи	2240	14,3	6,1
Фінансові витрати	2250	29,8	14,1
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270	63,9	26,7
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	10860	9 122
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1955	1647,5
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	8905	7505,5
збиток	2355		

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Матеріальні затрати	2500	19 179	17 523,3
Витрати на оплату праці	2505	2 925,8	2 267,1
Відрахування на соціальні заходи	2510	1 084,2	892
Амортизація	2515	547,6	386,1
Інші операційні витрати	2520	1 202,1	835,7
Разом	2550	24 938,7	21 904,2
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Середньорічна кількість простих акцій	2600		
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605		
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610		
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615		
Дивіденди на одну просту акцію	2650		

Керівник

Головний бухгалтер

