

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

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ**  
**СУБ'ЄКТОМ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Студента 4 курсу, 1 групи,  
спеціальності 073 «Готельно-  
ресторанний менеджмент»  
освітньої програми «Готельний і  
ресторанний менеджмент»

\_\_\_\_\_

*(підпис студента)*

Науковий керівник  
к.е.н., доц.

\_\_\_\_\_

*(підпис керівника)*

Гарант освітньої програми  
к.е.н, доц.

\_\_\_\_\_

*(підпис гаранта)*

Слободяника  
Данила  
Валерійовича

Федоряк  
Руслан  
Михайлович

Ткачук  
Тетяна  
Михайлівна

Київ 2023

# ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Готельний і ресторанний менеджмент»

## ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри  
готельно-ресторанного  
бізнесу

проф. \_\_\_\_\_ М.

В.Босовська

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

## ЗАВДАННЯ

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

**СЛОБОДЯНИКУ ДАНИЛУ ВАЛЕРІЙОВИЧУ**

(прізвище, ім'я, по батькові)

**1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:** «Digital-технології в управлінні суб'єктом ресторанного бізнесу»

Затверджена наказом ректора від «30» вересня 2022 р. № 2420

**2. Строк здачі студентом закінченої роботи:** 02 червня 2023 р.

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

*Мета роботи* – дослідження теоретичних засад формування і реалізації digital-технологій та розроблення рекомендацій щодо їх ефективності в діяльності суб'єкта ресторанного бізнесу

*Об'єкт дослідження* – процес розробки і реалізації digital-технологій готелю «Fairmont Grand Hotel Kyiv», м.Київ

*Предмет дослідження* – теоретичні, методологічні та практичні засади розроблення та реалізації digital-технологій суб'єкта

ресторанного бізнесу

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА  
ОБГРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ DIGITAL-  
ТЕХНОЛОГІЙ

1.1 Вибір готелю та його основні характеристики: локація, наймінг, функціональні характеристики

1.2 Обґрунтування доцільності впровадження digital-технологій

1.3 Портфель додаткових послуг, концептуальний стиль та атмосфера

1.4 Розробка сервісної концепції та організаційного дизайну

РОЗДІЛ 2 ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ТА  
ТЕХНОЛОГІЧНИХ РІШЕНЬ

2.1. Екстер'єр та дизайнерське рішення номера готелю

2.2. Дизайн торговельної зали ресторану

2.3. Проектування приймально-вестибюльної групи приміщень готелю

2.4. Операційні та сервісні технології ресторану

РОЗДІЛ 3 ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ТА РОЗРОБКА ФІНАНСОВОЇ  
СТРАТЕГІЇ

3.1. Обґрунтування цінової політики

3.2. Визначення каналів дистрибуції послуг

3.3. Розробка фінансового плану готелю/ресторану

3.4. Оцінка позитивного фінансового результату господарської діяльності

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

### 5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів написання випускної кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	<i>Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи</i>	01.11.2022 р. 30.11.2022 р.	01.11.2022 р. 30.11.2022 р.
2	<i>Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу</i>	30.11.2022 р.- 25.12.2022 р.	30.11.2022 р.- 25.12.2022 р.
3	<i>Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	25.12.2022 р.- 25.03.2023 р.	25.12.2022 р.- 25.03.2023 р.
4	<i>Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	28.03.2023 р.- 01.04.2023 р.	28.03.2023 р.- 01.04.2023 р.
5	<i>Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи</i>	04.04.2023 р.- 13.05.2023 р.	04.04.2023 р.- 13.05.2023 р.
8	<i>Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях</i>	16.05.2023 р.- 20.05.2023 р.	16.05.2023 р.- 20.05.2023 р.
9	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедру</i>	03.06.2023 р.	03.06.2023 р.
10	<i>Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування</i>	23.05.2023 р.	23.05.2023 р.
11	<i>Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії</i>	24.05.2023 р.- 03.06.2023 р.	24.05.2023 р.- 03.06.2023 р.
12	<i>Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії</i>	Згідно розкладу	Згідно розкладу

6. Дата видачі завдання « » \_\_\_\_\_ 2022 р.

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

М.В.Босовська  
(ініціали, прізвище)

(підпис)

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

Т.М.Ткачук

(підпис)

(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник  
Д.В.Слободяник

(підпис)

(ініціали, прізвище)

**10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи:**

Студентом Слободяник Д.В. виконано випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно затвердженого календарного плану. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає всім вимогам. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел.

У випускній роботі було вивчено теоретичні аспекти застосування digital-технологій в ресторанному бізнесі та аналізовано їх впровадження на прикладі готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv.

В результаті дослідження було встановлено, що впровадження digital-технологій сприяє підвищенню ефективності управління ресторанним бізнесом, поліпшенню рівня обслуговування клієнтів, зменшенню витрат та підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Робота є завершеною самостійною науковою працею, має практичне значення. Рекомендується до захисту в ЕК.

**11. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи** \_\_\_\_\_  
(підпис, дата)

**12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу:**  
Випускна кваліфікаційна робота студента може бути допущена до захисту  
екзаменаційній комісії.

\_\_\_\_\_  
(прізвище, ініціали)

Гарант освітньої програми: \_\_\_\_\_  
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри: \_\_\_\_\_  
(підпис, прізвище, ініціали)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП	10
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ DIGITAL- ТЕХНОЛОГІЙ	12
1.1 Вибір готелю та його основні характеристики: локація, неймінг, функціональні характеристики	12
1.2 Обґрунтування доцільності впровадження digital-технологій	14
1.3 Портфель додаткових послуг, концептуальний стиль та атмосфера	17
1.4 Розробка сервісної концепції та організаційного дизайну	20
РОЗДІЛ 2 ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ТА ТЕХНОЛОГІЧНИХ РІШЕНЬ	24
2.1. Екстер'єр та дизайнерське рішення номера готелю	24
2.2. Дизайн торговельної зали ресторану	27
2.3. Проектування приймально-вестибюльної групи приміщень готелю	29
2.4. Операційні та сервісні технології ресторану	31
РОЗДІЛ 3 ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ТА РОЗРОБКА ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ	34
3.1. Обґрунтування цінової політики	34
3.2. Визначення каналів дистрибуції послуг	38
3.3. Розробка фінансового плану готелю/ресторану	40
3.4. Оцінка позитивного фінансового результату господарської діяльності	43
ВИСНОВКИ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	48

## ВСТУП

Сучасний світ постійно розвивається та стає все більш цифровим. Це стосується не тільки технологій та промисловості, але й сфери послуг, зокрема ресторанного бізнесу. У сучасних умовах використання digital-технологій стає не тільки конкурентною перевагою, а й необхідністю для виживання на ринку.

Актуальність дослідження полягає в тому, що використання digital-технологій дозволяє оптимізувати роботу ресторанного бізнесу, підвищувати ефективність управління, забезпечувати краще обслуговування клієнтів та розвивати нові канали збуту. У цьому контексті дослідження досвіду готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, Україна, який успішно впроваджує digital-технології в свою роботу, є дуже актуальним та корисним.

Мета даного дослідження полягає в аналізі впровадження та використання digital-технологій в управлінні суб'єктом ресторанного бізнесу на прикладі готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, Україна.

Завдання дослідження:

1. Вивчити теоретичні аспекти digital-технологій в ресторанному бізнесі.
2. Проаналізувати досвід готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv у впровадженні digital-технологій.
3. Оцінити ефективність застосування digital-технологій у готелі.
4. Виявити переваги та недоліки використання digital-технологій в ресторанному бізнесі.
5. Розробити рекомендації щодо оптимізації використання digital-технологій в ресторанному бізнесі.

6. Оцінити позитивний фінансовий результат впровадження digital-технологій на прикладі готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, Україна.

Об'єкт дослідження - процеси управління ресторанним бізнесом з використанням digital-технологій.

Предмет дослідження - впровадження та застосування digital-технологій в управлінні суб'єктом ресторанного бізнесу на прикладі готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, Україна.

Інформаційна база дослідження: дані, отримані з офіційного сайту готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, наукові публікації та статистичні дані, що стосуються впровадження digital-технологій в ресторанному бізнесі.

Методологія дослідження базується на методах аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення та системного підходу.

Практичне значення дослідження полягає в розробці рекомендацій щодо оптимізації використання digital-технологій в ресторанному бізнесі, що можуть бути використані для поліпшення роботи не тільки готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, але й інших суб'єктів ресторанного бізнесу.



## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ DIGITAL- ТЕХНОЛОГІЙ

#### 1.1 Вибір готелю та його основні характеристики: локація, неймінг, функціональні характеристики

Вибір готелю є важливим етапом у процесі планування подорожі, оскільки від нього залежить загальне задоволення та комфорт відпочинку. Основні характеристики готелю, які мають відігравати ключову роль у його виборі, включають локацію, неймінг та функціональні характеристики.

Локація готелю відіграє важливу роль у виборі, адже від цього фактора залежать доступність транспорту, туристичних об'єктів, ресторанів та інших можливостей для відпочинку та розваг. При виборі готелю варто враховувати такі аспекти локації:

- Близькість до транспортних вузлів (аеропортів, залізничних та автобусних станцій);
- Наявність громадського транспорту для легкого доступу до основних туристичних місць;
- Зручність для прогулянок пішки;
- Безпека району;
- Наявність магазинів, ресторанів та розважальних закладів поряд.[4, с.130]

Неймінг готелю, або його назва, відіграє важливу роль у формуванні першого враження та впливає на сприйняття бренду готелем. Назва повинна бути простою та запам'ятовуваною, відображати основні характеристики готелю та його особливості. Окрім того, неймінг має враховувати

культурний контекст та мовні особливості країни, де розташований готель.

При виборі готелю слід звернути увагу на такі аспекти неймінгу:

- Унікальність назви та відповідність цільовій аудиторії;
- Легкість вимови та запам'ятовування;
- Відображення основних характеристик готелю та його позиціонування на ринку;
- Зв'язок з місцевою культурою, історією або традиціями.

Функціональні характеристики готелю відображають його можливості та сервіси, які надаються клієнтам. Вони включають номери та їх обладнання, додаткові послуги та інфраструктуру готелю. При виборі готелю варто звернути увагу на такі функціональні характеристики:

Типи номерів (стандарт, люкс, сімейний, номер для людей з особливими потребами тощо);

Обладнання номерів (кондиціонер, Wi-Fi, міні-бар, сейф, телевізор, електричний чайник тощо);

Додаткові послуги (трансфер, прокат автомобілів, екскурсії, послуги пральні, організація конференцій тощо);

Інфраструктура готелю (ресторани, бари, спа-центр, басейн, тренажерний зал, дитячий клуб тощо).

Врахування цих основних характеристик при виборі готелю допоможе забезпечити комфортний відпочинок та задоволення від послуг.

Впровадження digital-технологій у готельний бізнес може поліпшити якість обслуговування та забезпечити більше зручностей для клієнтів. Це може стати конкурентною перевагою та додатковим критерієм при виборі готелю.

## 1.2 Обґрунтування доцільності впровадження digital-технологій

Обґрунтування доцільності впровадження digital-технологій у готельний бізнес полягає у ряді переваг, які вони можуть надати готелям та їх клієнтам. Розглянемо детальніше ключові аспекти, які обґрунтовують необхідність впровадження цих технологій.

Підвищення ефективності роботи та автоматизація бізнес-процесів

Digital-технології дозволяють автоматизувати ряд рутинних операцій та скоротити час на їх виконання. Системи управління готелем (PMS) забезпечують автоматичне відслідковування статусу номерів, їх зайнятості та обслуговування. Це забезпечує координацію між різними відділами готелю та покращує якість обслуговування.[9, с.72]

Зручність для клієнтів

Мобільні додатки та онлайн-сервіси забезпечують клієнтам можливість легко знайти потрібний готель, забронювати номер, переглянути фотографії та отримати інформацію про послуги та відгуки інших користувачів. Це забезпечує зручність та інформаційну прозорість для клієнтів, що сприяє підвищенню їх задоволеності.

Індивідуальний підхід та персоналізація

Digital-технології дозволяють готелям краще зрозуміти потреби та вподобання своїх клієнтів. За допомогою аналізу даних та відгуків користувачів готелі можуть пропонувати клієнтам індивідуальні пропозиції та спеціальні акції, що враховують їхні вподобання та історію бронювань. Це підвищує задоволеність клієнтів та їхню вірогідність повернутися до готелю знову.

Маркетинг та просування

Використання digital-технологій у маркетингу та просуванні дозволяє готелям ефективно донести інформацію про свої послуги до широкої аудиторії. Соціальні мережі та онлайн-платформи надають можливість залучати нових клієнтів, збільшувати відомість бренду та отримувати відгуки від користувачів, що допомагає вдосконалювати послуги.

### Збільшення конкурентоспроможності

Впровадження digital-технологій надає готелям перевагу на ринку, покращує якість обслуговування та забезпечує додаткові зручності для клієнтів. Готелі, які активно використовують ці технології, можуть пропонувати клієнтам інноваційні послуги та відрізнитися на ринку.

### Оптимізація витрат

Digital-технології можуть допомогти готелям знижувати витрати та ефективно керувати ресурсами. Автоматизація процесів, зменшення паперового документообігу та оптимізація роботи персоналу дозволяє економити час та гроші.

### Екологічність та сталість

Використання digital-технологій сприяє зниженню відходів та покращенню екологічної сталості готельного бізнесу. Онлайн-бронювання та електронний документообіг зменшують споживання паперу та інших ресурсів.

Впровадження digital-технологій у готельний бізнес є доцільним з огляду на ряд стратегічних переваг, які вони можуть надати.

По-перше, ці технології дозволяють підвищити ефективність та автоматизацію бізнес-процесів, що забезпечує координацію між різними відділами готелю та покращує якість обслуговування.

По-друге, digital-технології підвищують зручність для клієнтів, дозволяючи їм легко знайти, бронювати та оцінювати готелі.

По-третє, вони допомагають готелям розробляти індивідуальні пропозиції та персоналізувати послуги на основі потреб та вподобань клієнтів.

По-четверте, digital-технології сприяють ефективному маркетингу та просуванню готельного бізнесу, залучаючи нових клієнтів та підвищуючи відомість бренду.

По-п'яте, вони допомагають підвищити конкурентоспроможність готелів на ринку, завдяки інноваційним послугам та відмінностям від конкурентів.

По-шосте, ці технології дозволяють оптимізувати витрати, знижуючи затрати на ресурси та підвищуючи ефективність роботи персоналу.

Нарешті, використання digital-технологій сприяє сталому та екологічному розвитку готельного бізнесу через зменшення споживання ресурсів і паперового документообігу.[1, с.117]

Враховуючи всі ці аспекти, можна стверджувати, що впровадження digital-технологій у готельний бізнес є доцільним та має значний потенціал для розвитку та підвищення доходів.

По-сьоме, впровадження digital-технологій сприяє підвищенню рівня безпеки даних клієнтів та персоналу готелів. Завдяки захищеним системам зберігання та передачі інформації, готелі можуть гарантувати конфіденційність особистих даних своїх клієнтів та співробітників.

По-восьме, використання digital-технологій забезпечує гнучкість та адаптивність управління готелем. Завдяки цим технологіям, готелі можуть швидко реагувати на зміни на ринку, коригувати свої стратегії та пропозиції, що в свою чергу підвищує їхню здатність конкурувати на ринку.

По-дев'яте, digital-технології можуть допомогти готелям забезпечити кращу комунікацію з клієнтами. Чат-боти, месенджери та інші комунікаційні інструменти дозволяють готелям відповідати на запитання клієнтів та розв'язувати проблеми оперативно.

По-десяте, впровадження digital-технологій може підвищити рівень гостьового сервісу та задоволення клієнтів, що сприяє підвищенню лояльності та відгуків, які позитивно впливають на репутацію готелю.

Враховуючи всі перелічені переваги, можна відзначити, що впровадження digital-технологій у готельний бізнес є важливим кроком для

адаптації до сучасних умов ринку, забезпечення конкурентоспроможності та досягнення довгострокового успіху.

### **1.3 Портфель додаткових послуг, концептуальний стиль та атмосфера**

Портфель додаткових послуг, концептуальний стиль та атмосфера готелю можуть відігравати важливу роль у задоволенні потреб різних сегментів клієнтів та підвищенні конкурентоспроможності на ринку.

Портфель додаткових послуг

Додаткові послуги можуть включати різноманітні аспекти, які забезпечують гостям комфорт та зручності під час перебування у готелі.

Деякі з них можуть включати:

- Трансфери до/від аеропорту або залізничного вокзалу
- Екскурсійні програми та організація подорожей
- Спа-центри та фітнес-зали
- Ресторани, кафе та бари
- Конференц-зали та зустрічні кімнати
- Дитячі ігрові зони
- Пральня та хімчистка
- Wi-Fi та бізнес-центри
- Організація свят та спеціальних подій

Концептуальний стиль готелю відображає його ідентичність та філософію, створюючи унікальну атмосферу для гостей. Він може бути заснований на різних темах або напрямках, як-от:

- Екологічність та сталий розвиток
- Арт-готелі з акцентом на мистецтво та дизайн
- Історичні готелі, що зберігають культурну спадщину
- Бутік-готелі з індивідуальним підходом до кожного гостя

– Тематичні готелі, присвячені певним інтересам (наприклад, кіно, музика, спорт)[22]

Атмосфера готелю складається з ряду факторів, які сприяють створенню приємного середовища для відпочинку та роботи. Вона може включати наступні аспекти:

**Інтер'єр:** дизайн та оформлення приміщень готелю, в тому числі номерів, ресторанів, зон відпочинку, лобі та інших спільних просторів. Інтер'єр може бути створений в різних стилях, від класичного до сучасного, відповідно до концепції готелю.

**Освітлення:** належне освітлення грає важливу роль у створенні комфортної атмосфери та відповідає різним функціональним потребам гостей.

**Ароматизація:** використання приємних ароматів може покращити настрої гостей та створити гармонійну атмосферу у готелі.

**Музика:** підібрана фоновіа музика може підкреслити атмосферу та доповнити концепцію готелю.

**Сервіс та співробітники:** уважне та професійне обслуговування, доброзичливість та готовність персоналу допомогти гостям можуть суттєво покращити загальну атмосферу у готелі.

**Зелена зона:** наявність зелених насаджень, садів та терас може допомогти створити спокійну та релаксуючу атмосферу для гостей.

Отже, враховуючи портфель додаткових послуг, концептуальний стиль та атмосферу, готель може забезпечити високий рівень задоволення клієнтів, підвищити лояльність та відгуки, а також забезпечити конкурентні переваги на ринку. Ці аспекти повинні бути ретельно продумані та відповідати цілям та стратегії розвитку готелю.

Окрім вищезазначеного, є деякі додаткові аспекти, які також можуть відігравати важливу роль у формуванні концепції готелю та покращенні гостьового досвіду:

Локальні партнерства: Готелі можуть встановлювати партнерства з місцевими компаніями та організаціями, щоб пропонувати своїм гостям унікальні послуги та знижки. Наприклад, співпраця з місцевими ресторанами, музеями, театрами, спортивними клубами та іншими організаціями може допомогти готелям створювати цікаві та зручні пропозиції для своїх клієнтів.[12, с.102]

Соціальна відповідальність: Готелі можуть розробляти та реалізовувати програми соціальної відповідальності, спрямовані на підтримку місцевих спільнот, охорону довкілля, забезпечення робочих місць та підвищення рівня життя населення. Такі програми можуть покращити імідж готелю, залучити нових клієнтів та підвищити лояльність існуючих.

Технологічні інновації: Застосування нових технологій у готельному бізнесі може підвищити комфорт та зручність перебування гостей. Це може включати використання смарт-технологій у номерах (наприклад, розумне освітлення, температурний контроль тощо), електронних ключів для доступу та безконтактних платіжних систем.

#### **1.4 Розробка сервісної концепції та організаційного дизайну**

Розробка сервісної концепції та організаційного дизайну є важливим етапом у створенні та розвитку готельного бізнесу. Ці аспекти визначають спосіб взаємодії готелю з клієнтами та внутрішній розвиток компанії. Для успішної реалізації цього процесу необхідно врахувати наступні кроки:

Визначення цілей і завдань сервісної концепції: В першу чергу, потрібно чітко сформулювати цілі та завдання сервісної концепції готелю. Це може включати створення унікального гостьового досвіду, підвищення лояльності клієнтів, забезпечення конкурентних переваг на ринку та оптимізацію ресурсів готелю.



Аналіз ринку та цільової аудиторії: Для розробки ефективної сервісної концепції важливо дослідити ринок та визначити основні сегменти цільової аудиторії. Це допоможе краще розуміти потреби та очікування клієнтів та адаптувати пропозицію готелю відповідно.

Формування стандартів сервісу: На основі цілей та завдань сервісної концепції та аналізу цільової аудиторії розробляються стандарти сервісу, які відображають рівень якості та спектр послуг, що пропонуються гостям. Стандарти сервісу повинні бути прозорими, зрозумілими та легко вимірюваними.[20]

Організаційний дизайн формується з метою створення ефективної системи управління та координації роботи всіх підрозділів готелю. Він забезпечує правильне функціонування всіх відділів та співробітників, що сприяє досягненню загальних цілей готелю та задоволенню клієнтів.

Організаційний дизайн повинен бути гнучким, щоб компанія могла адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та нових викликів на ринку. Для цього керівництво готелю повинно регулярно проводити оцінку ефективності діючої структури та вносити корективи за необхідності.

Успішність сервісної концепції готелю залежить від забезпечення ефективної комунікації між всіма рівнями управління та співробітниками. Це передбачає розвиток культури відкритості, довіри та співпраці, яка допоможе створити комфортне середовище для співробітників та відповідати вимогам клієнтів.

Також важливо розглянути можливість впровадження різних інноваційних технологій та методів управління, що можуть підвищити ефективність роботи готелю та забезпечити конкурентні переваги на ринку.

Усі ці аспекти, разом з ретельно розробленою сервісною концепцією та організаційним дизайном, допоможуть готелю пропонувати високий рівень сервісу, забезпечувати високу якість послуг та задовольняти потреби та очікування своїх клієнтів.[18, с.28]

Інтеграція елементів корпоративної культури та навчання співробітників також є важливими аспектами розробки сервісної концепції та організаційного дизайну. Враховуючи це, необхідно зосередитися на таких пунктах:

**Розвиток корпоративної культури:** Важливо створити культуру, яка відображає місію, цінності та стратегію готелю. Це допоможе забезпечити єдність в діях співробітників та сприятиме створенню позитивного іміджу готелю. Відкрита комунікація, прозорість та підтримка ініціатив співробітників можуть сприяти розвитку такої культури.

**Навчання та розвиток персоналу:** Готель повинен розробити програми навчання та розвитку для своїх співробітників з метою підвищення їх професійної компетентності та забезпечення високого рівня обслуговування. Регулярні тренінги, семінари та майстер-класи можуть допомогти співробітникам оволодіти новими навичками та знаннями, що згодом покращать якість сервісу.

**Відгуки та зворотний зв'язок:** Для покращення сервісної концепції та організаційного дизайну важливо збирати відгуки від клієнтів та співробітників. Це дозволить ідентифікувати слабкі місця, виявити можливості для поліпшення та розробити заходи щодо вдосконалення сервісу.

**Контроль якості та моніторинг:** Проведення регулярного контролю якості та моніторингу процесів, що відбуваються в готелі, може допомогти забезпечити високий рівень обслуговування та відповідність стандартам сервісу. Це передбачає постійний аналіз ефективності роботи співробітників, а також виявлення та вирішення проблем у роботі готелю. Система контролю якості повинна бути зручною для користування та легко адаптованою до змін у бізнес-процесах.

**Маркетинг та продажі:** Розробка ефективної маркетингової стратегії та системи управління продажами є важливою частиною успіху сервісної

концепції та організаційного дизайну готелю. Забезпечення привабливого іміджу готелю, розробка рекламних кампаній, робота з соціальними медіа та аналіз результатів просування допоможуть збільшити кількість клієнтів та покращити репутацію готелю на ринку.

**Партнерства та співпраця:** Укладання партнерств з іншими компаніями, що працюють у туристичній галузі, такими як турагентства, авіакомпанії, ресторани та інші готелі, може сприяти розширенню послуг та підвищенню конкурентоспроможності готелю. Співпраця з партнерами допоможе забезпечити додаткові переваги для клієнтів та покращити загальні результати бізнесу.[10]

**Сталість та екологічна відповідальність:** Розробка стратегії сталого розвитку та екологічної відповідальності також може мати позитивний вплив на сервісну концепцію та організаційний дизайн готелю.

## РОЗДІЛ 2

### ПРОЕКТУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ТА ТЕХНОЛОГІЧНИХ РІШЕНЬ

#### 2.1. Екстер'єр та дизайнерське рішення номера готелю

Готель Fairmont Grand Hotel Kyiv, розташований у столиці України, Києві, є відмінним прикладом розкішного готельного комплексу з вишуканим екстер'єром та інтер'єром. Розташований у історичному центрі міста поруч із Дніпром, готель пропонує чудові види на місто і річку.

Екстер'єр:

Fairmont Grand Hotel Kyiv має класичний архітектурний стиль, що гармонійно поєднується з історичним середовищем Києва. Фасад готелю виконаний у світлих тонах з елементами стукарки, колон і балконів. Великі вікна надають будівлі відчуття легкості і простору.

Інтер'єр номера:

Номери готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv відзначаються вишуканим дизайном і рішеннями, які враховують потреби сучасних мандрівників. Основні характеристики інтер'єру номерів включають:

**Кольорова палітра:** Використання нейтральних тонів, які створюють затишну атмосферу і водночас відображають класичний стиль готелю.

**Меблі:** В номерах використовуються вишукані меблі з дерева, які доповнюються текстильними елементами в якісних матеріалах. Це створює комфортні умови для відпочинку.

**Освітлення:** В номерах готелю розташовані різноманітні світильники, що створюють приємну атмосферу та дозволяють регулювати освітлення за потребами гостей.

**Ванна кімната:** Ванні кімнати у готелі відрізняються просторим дизайном з використанням мармуру та вишуканих сантехнічних приладів.

**Технічне оснащення:** Усі номери оснащені сучасною технікою, включаючи бездротовий інтернет, телевізор з плоским екраном, систему клімат-контролю та міні-бар. Це забезпечує максимальний комфорт для гостей під час їх перебування.[22]

**Арт-об'єкти та декор:** Інтер'єр номерів оживляється завдяки арт-об'єктам, картинам та іншим декоративним елементам, які відображають культурні традиції України та місцевий колорит.

**Балкони та види:** Деякі номери готелю мають власні балкони або тераси, з яких відкриваються чарівні види на Дніпро, історичні пам'ятки Києва або внутрішній двір готелю.

**Різноманітність номерів:** Готель пропонує різні категорії номерів, включаючи стандартні, делюкс, сюїти та президентський сюїт, що дозволяє гостям вибрати оптимальний варіант з урахуванням їхніх потреб та бюджету.

**Сервіс та увага до деталей:** Готель Fairmont Grand Hotel Kyiv славиться своїм високим рівнем сервісу та увагою до деталей, які можна помітити в дизайні номерів. Від якісного постільного білизни до наборів засобів для особистої гігієни в ванній кімнаті – все продумано для забезпечення комфорту гостей.

Fairmont Grand Hotel Kyiv є відмінним місцем для перебування, де вишуканий дизайн та інтер'єри номерів створюють атмосферу комфорту та затишку. У кожному номері можна помітити гармонійне поєднання класичних та сучасних елементів, яке доповнюється місцевим колоритом і культурними традиціями України.

Велика увага приділяється деталям, що забезпечують комфорт гостей. Від приємних текстильних аксесуарів, ароматних свічок, зручних меблів до

вишуканих декоративних елементів – все добре продумано і органічно вписується в загальну концепцію дизайну номерів.

Окрім стильного інтер'єру, готель також пропонує різноманітні послуги та зручності, які роблять перебування ще більш приємним. Гостям доступні відмінні ресторани та бари, спа-центр, фітнес-зона, а також різноманітні конференц-зали та банкетні зали для проведення ділових зустрічей та святкових заходів.

Fairmont Grand Hotel Kyiv є не лише місцем для комфортного відпочинку, але й платформою для дослідження культурного спадку та історії Києва. Завдяки своєму розташуванню в історичному центрі міста, гості легко можуть дістатися до основних пам'яток, музеїв, ресторанів та магазинів, що робить готель ідеальним варіантом для тих, хто хоче відчути справжній дух столиці України.[2, с.54]

У цілому, Fairmont Grand Hotel Kyiv пишається своїм відмінним дизайном номерів та інтер'єрів, що створюють неперевершені умови для відпочинку та відчуття розкішного сервісу. Готель постійно прагне вдосконалювати свої послуги та забезпечувати найвищий рівень задоволення своїх гостей.

Співпраця з місцевими дизайнерами та майстрами допомагає втілити у життя унікальні елементи, які відображають багату культурну спадщину України, тим самим привносячи особливий шарм та характер у загальний дизайн готелю.

Неабияку роль у гармонії інтер'єру відіграють природні матеріали та текстилі високої якості. Вони додають номерам тепла та затишку, створюючи атмосферу домашнього комфорту вдало поєднану з елегантним дизайном.

Також слід зазначити, що персонал готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv дотримується строгих стандартів щодо екологічності та сталого розвитку. Це означає, що готель використовує екологічні матеріали та технології, які

сприяють збереженню природних ресурсів та зменшенню негативного впливу на довкілля.

Нарешті, у Fairmont Grand Hotel Kyiv відвідувачі зможуть насолодитися кращими прикладами української гостинності та традицій. Від привітного персоналу, готового задовольнити будь-які потреби гостей, до вишуканої кухні місцевого ресторану – цей готель є справжнім скарбом для тих, хто шукає незабутній відпочинок у серці Києва.

## **2.2. Дизайн торговельної зали ресторану**

Дизайн торговельної зали ресторану в готелі Fairmont Grand Hotel Kyiv, Україна, розроблений таким чином, щоб створити привабливу, комфортну та елегантну атмосферу для гостей. Розглянемо деякі особливості дизайну торговельної зали ресторану:

**Кольорова гама:** Дизайнери обрали теплі, нейтральні кольори для створення затишної та приємної атмосфери. Застосування золотистих відтінків, коричневого, кремового та бежевого кольорів надає простору вишуканості та розкішності.

**Освітлення:** Використання різних типів освітлення, таких як великі люстри, настільні лампи та вбудовані світлодіодні лампи, створює комфортне та інтимне освітлення для кожного столика. Особливий акцент відводиться світильникам над барною стійкою та робочими зонами.[21]

**Меблі:** Меблі у ресторані виконані в класичному стилі з використанням якісних матеріалів, таких як дерево, текстиль та шкіра. Стильні стільці та дивани, обтягнуті вишуканою тканиною, забезпечують максимальний комфорт для гостей під час їх перебування в ресторані.

**Декораційні елементи:** Декор ресторану включає в себе різноманітні декоративні елементи, такі як картини, дзеркала, скульптури та рослини, які

надають простору додаткового шарму та характеру. Місцеві та традиційні акценти також допомагають створити унікальну атмосферу ресторану.

Планування простору: Торговельна зала ресторану розрахована на зручне розміщення гостей, забезпечуючи достатньо простору між столиками та комфортні проходи. Розташування столів та секцій ресторану враховує потреби різних груп відвідувачів, від пар до більших компаній та корпоративних заходів.

Барна зона: Барна стійка є відмінним місцем для відпочинку та спілкування перед або після вечері. Привабливий дизайн, комфортні барні стільці та широкий асортимент напоїв роблять цю зону улюбленим місцем для багатьох гостей.

Вікна та вид: Гарні, великі вікна торговельної зали ресторану дозволяють насолоджуватися приголомшливим видом на Дніпро та історичні пам'ятки Києва. Вони також надають достатньо денного світла, роблячи простір світлим та просторим.

Акустика: Врахування акустики приміщення є важливим аспектом під час розробки дизайну торговельної зали ресторану. Застосування м'яких текстилей, килимів та штор допомагає знижувати рівень шуму, створюючи приємну атмосферу для спілкування.

Приватні зали: Для проведення приватних вечерів та спеціальних заходів, ресторан Fairmont Grand Hotel Kyiv також пропонує окремі зали з елегантним дизайном та індивідуальним сервісом.

Дизайн торговельної зали ресторану в готелі Fairmont Grand Hotel Kyiv, Україна, створений з метою забезпечення комфорту та елегантності для гостей. Основна концепція дизайну базується на поєднанні класичних елементів з сучасними акцентами, що дозволяє створити атмосферу розкішного гостинності.

При оформленні ресторану дизайнери акцентують увагу на деталях, таких як декоративні елементи, текстиль, освітлення та меблі, що разом



створюють гармонійний та цілісний образ. Крім того, вони використовують місцеві та традиційні елементи, щоб підкреслити унікальність української культури та атмосфери.

Просторий та світлий інтер'єр доповнюється великими вікнами, які пропускають достатньо денного світла та забезпечують чудовий вид на місцеві пам'ятки. При цьому, акустичні характеристики приміщення також враховані для забезпечення комфортної та приємної атмосфери для спілкування.

Барна зона ресторану є місцем, де гості можуть насолодитися напоями та розслабитися перед або після вечері. Завдяки привабливому дизайну та широкому асортименту напоїв, ця зона стає улюбленим місцем для багатьох відвідувачів.[7]

Для проведення приватних заходів та спеціальних вечерів, ресторан пропонує окремі зали, де гості можуть насолоджуватися елегантним дизайном та індивідуальним сервісом.

У цілому, дизайн торговельної зали ресторану в готелі Fairmont Grand Hotel Kyiv є вишуканим та затишним, враховуючи потреби різних гостей та створюючи незабутній кулінарний та естетичний досвід.

### **2.3. Проектування приймально-вестибюльної групи приміщень готелю**

Приймально-вестибюльна група приміщень готелю є важливим компонентом в створенні першого враження про готель і забезпеченні комфорту гостей. На прикладі готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, Україна, розглянемо декілька ключових аспектів проектування цих приміщень:

Просторий та відкритий вестибюль: Відразу після входу в готель гості опиняються у великому та світлому вестибюлі, де відчуваються просторість

та повітряність. Це сприяє створенню приємного враження та зручності перебування.

**Стильний дизайн:** Дизайн приймально-вестибюльної групи приміщень виконаний в елегантному та розкішному стилі з використанням якісних матеріалів та меблів. Теплі кольори, текстильні облицювання, декоративні елементи та скульптури прикрашають інтер'єр, створюючи вишукану атмосферу.

**Рецепція та приймальна зона:** Рецепційний стіл розташований у центрі вестибюля, що забезпечує легкий доступ для гостей. Рядом з рецепцією розміщена зручна зона очікування з м'якими диванами та кріслами, де гості можуть розслабитися під час реєстрації або чекауту.

**Консьєрж-сервіс:** У приймально-вестибюльній групі приміщень також розташований стіл консьєржа, де гості можуть звертатися з питаннями та отримувати інформацію про послуги готелю, місцеві пам'ятки, транспорт та інші рекомендації.[14, с.79]

**Ліфти та доступ до номерів:** Зона ліфтів розташована поряд з рецепцією, що забезпечує легкий та зручний доступ до номерів готелю. Інформаційні таблички та вказівники допомагають гостям зорієнтуватися та швидко знайти свій шлях.

**Освітлення:** Якісне та продумане освітлення в приймально-вестибюльній групі приміщень створює приємну атмосферу та підкреслює елементи декору. Використання різних видів світильників, таких як люстри, настінні бра та напольні лампи, дозволяє створити різні рівні освітленості та атмосферу затишку.

**Зелена зона:** Наявність рослин та зелені в приймально-вестибюльній групі приміщень додає свіжості та підсилює відчуття комфорту. Зелені акценти можуть бути представлені у вигляді кімнатних рослин у горщиках, вертикальних садів або декоративних композицій.

Арт-об'єкти та мистецтво: Для доповнення елегантного дизайну, в приймально-вестибюльній групі приміщень можуть розміщуватись арт-об'єкти, картини або скульптури. Вони підкреслюють індивідуальний стиль готелю та можуть стати візитною карткою об'єкта.

Обслуговуючий персонал: Професійний та привітний персонал на рецепції та консьєрж-службі відіграє важливу роль у створенні позитивного враження та комфорту для гостей. Їх наявність та готовність допомогти забезпечують високий рівень обслуговування.

Приймально-вестибюльна група приміщень готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv створена з акцентом на комфорт, зручність та естетику для гостей. Гармонійне поєднання елегантного дизайну, якісного освітлення та меблів, рослин та мистецтва, а також відмінного обслуговування персоналом сприяє створенню приємного та затишного атмосфери від самого початку перебування гостей в готелі.

Просторий вестибюль вітає гостей великими вікнами та світлим інтер'єром, де легко зорієнтуватися та знайти рецепцію, ліфти, консьєрж-службу та інші важливі зони. Зона очікування біля рецепції забезпечує комфортне місце для відпочинку, спілкування або роботи.[19]

Вдале розташування приймально-вестибюльної групи приміщень, уважний підхід до деталей та збалансований дизайн відображають високий рівень якості та стандартів готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, забезпечуючи приємне перебування та позитивне враження для гостей.

#### **2.4. Операційні та сервісні технології ресторану**

Операційні та сервісні технології ресторану готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, Україна відображають сучасні тенденції в гостинній сфері, а також прагнення забезпечити високий рівень обслуговування та комфорту

для гостей. Розглянемо деякі ключові технології та сервіси, які використовуються в ресторані цього готелю:

**Система управління рестораном (POS):** Використання сучасної POS-системи дозволяє ефективно обробляти замовлення, вести контроль за оборотом та забезпечувати швидке та точне обслуговування гостей.

**Цифрові меню та замовлення через планшети:** Застосування цифрових меню та можливість замовлення через планшети на столиках забезпечують комфорт гостям, дозволяючи їм переглядати меню, оформлювати замовлення та сплачувати рахунок безпосередньо зі свого місця.

**Wi-Fi для гостей:** Надання безкоштовного Wi-Fi для гостей ресторану дозволяє їм залишатися на зв'язку та користуватися інтернетом під час перебування в ресторані.

**Інноваційне кухонне обладнання:** Використання сучасного кухонного обладнання, такого як комбі-печі, технології sous-vide та інші, дозволяє шеф-кухарю готувати страви відмінної якості та ефективно використовувати ресурси.

**Онлайн-бронювання столиків:** Наявність можливості бронювати столики онлайн спрощує процес для гостей та дозволяє ресторану краще планувати обслуговування та розподіл місць.

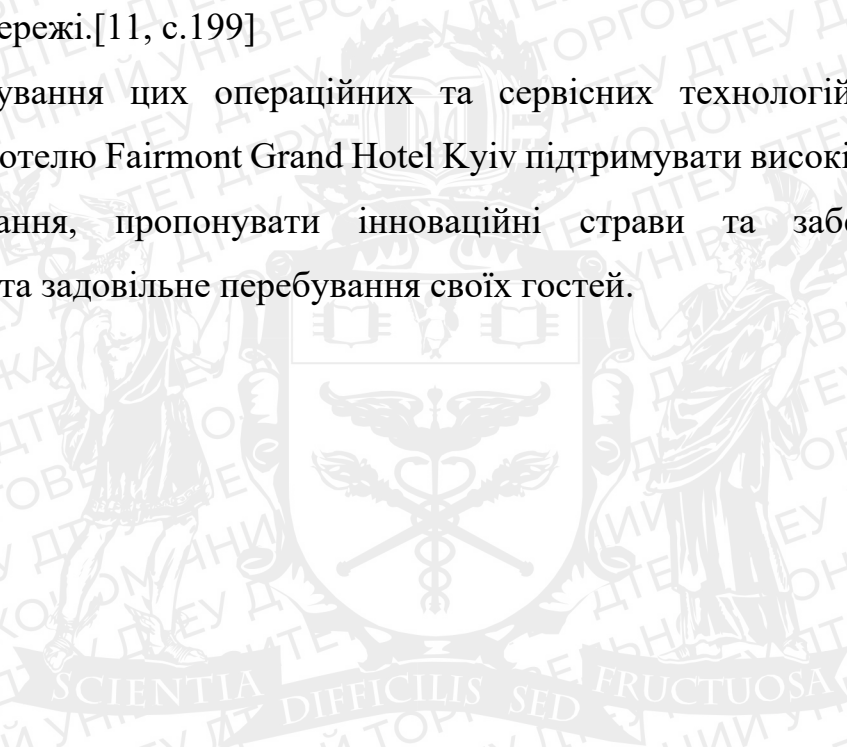
Операційні та сервісні технології ресторану готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, Україна, створюють зручність та комфорт для гостей, а також забезпечують ефективність роботи персоналу. Використання сучасних систем управління, інноваційного кухонного обладнання та комунікаційних засобів допомагає підвищити рівень обслуговування та задовольнити потреби навіть найвибагливіших клієнтів.[22]

Окрім згаданих технологій, ресторан може використовувати такі сервіси, як таблиця для відображення очікуваного часу очікування на страву. Ця таблиця може бути візуально представлена на екранах або на планшетах для гостей, допомагаючи їм зрозуміти, скільки часу залишилося

до приготування їх замовлення. Це може забезпечити більшу прозорість та зручність для гостей та допомогти управляти їхніми очікуваннями.

Також, інтеграція з мобільними додатками та соціальними мережами може полегшити процес взаємодії з клієнтами та просування ресторану. Гості можуть отримувати спеціальні пропозиції, новини та акції, а також писати відгуки та ділитися своїми враженнями з друзями та родичами через соціальні мережі.[11, с.199]

Застосування цих операційних та сервісних технологій дозволяє ресторану готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv підтримувати високі стандарти обслуговування, пропонувати інноваційні страви та забезпечувати комфортне та задовільне перебування своїх гостей.



## РОЗДІЛ 3

# ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ТА РОЗРОБКА ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ

### 3.1. Обґрунтування цінової політики

Цінова політика є ключовим фактором успіху суб'єкта ресторанного бізнесу, такого як готель Fairmont Grand Hotel Kyiv. Вона впливає на прибутковість, конкурентоспроможність та популярність ресторану. При формуванні цінової політики слід враховувати такі аспекти:

**Витрати:** Включають прямі та непрямі витрати, пов'язані з закупівлею продуктів, оплатою праці, орендою та іншими витратами. Розрахунок собівартості страв та послуг допоможе встановити оптимальний рівень цін.

**Цінність для споживача:** Визначення сприйнятого споживачем співвідношення ціни до якості послуг та продуктів. Цінова стратегія повинна враховувати споживчі очікування та готовність сплатити відповідну ціну.[5, с.95]

**Конкуренція:** Аналіз ринку та цін конкурентів допоможе виявити конкурентні переваги та встановити оптимальний рівень цін для пропонуванних рестораном страв та послуг.

**Сегментація ринку:** Вибір цільових сегментів споживачів та адаптація цінової політики відповідно до їх потреб, можливостей та оцінки якості послуг.

**Цінова еластичність попиту:** Визначення залежності між зміною цін та обсягом продажів, що дозволяє оптимізувати ціни для максимізації прибутків.

Таблиця 3.1

Аналіз обґрунтування цінової політики

№	Назва страви	Собівартість, грн	Ціна конкурентів, грн	Ціна готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, грн	Маржа, %
1	Салат з куркою	80	150-180	160	50
2	Стейк з лосося	180	320-380	350	48.6
3	Тірамісу	60	100-130	120	50

На основі проведеного аналізу можна зробити наступні висновки щодо цінової політики ресторану готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv:

-Встановлені ціни є конкурентоспроможними на ринку, але водночас дозволяють забезпечити достатню маржу для покриття витрат та отримання прибутку.[16, с.232]

-Цінова політика відповідає позиціонуванню готелю як закладу вищого класу, пропонуючи якісні страви за відносно високими, але виправданими цінами.

-Регулярне моніторинг цін конкурентів та відгуків гостей дозволить ресторану своєчасно реагувати на зміни на ринку та коригувати цінову політику.

Враховуючи результати економічного аналізу та обґрунтування цінової політики, ресторан готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv може розробити ефективну фінансову стратегію, спрямовану на максимізацію прибутку, покращення конкурентоспроможності та забезпечення високого рівня задоволеності гостей.

Аналіз додаткових послуг та їх цінової політики у готелі Fairmont Grand Hotel Kyiv

Враховуючи результати економічного аналізу та обґрунтування цінової політики, ресторан готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv може

розробити ефективну фінансову стратегію, спрямовану на максимізацію прибутку, покращення конкурентоспроможності та забезпечення високого рівня задоволеності гостей.[6]

Таблиця 3.2

№	Назва послуги	Опис послуги	Ціна, грн	Ціна конкурентів, грн
1	Спа-послуги	Масаж, обгортання, ексфоціація та інші спа-послуги	500-2500	450-2300
2	Організація конференцій	Надання конференц-залу, аудіо- та відеообладнання, кейтеринг	5000-20000	4000-18000
3	Трансфер з/до аеропорту	Перевезення гостей з аеропорту до готелю та назад на комфортабельному транспорті	800	700-900
4	Екскурсійні послуги	Організація екскурсій по Києву та околицях	400-1500	350-1300
5	Упаковка багажу	Допомога з упаковкою багажу для відправлення або зберігання	100	50-150

На основі даної таблиці можна зробити наступні висновки щодо додаткових послуг та цінової політики готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv:

-Ціни на додаткові послуги є конкурентними, але водночас відображають позиціонування готелю як закладу вищого класу.

-Готель пропонує широкий спектр додаткових послуг, що дозволяє задовольнити потреби різних груп гостей та створити додаткові можливості для заробітку.

-Регулярний моніторинг конкурентів та аналіз відгуків гостей допоможе готелю вчасно виявляти та реагувати на зміни на ринку, а також коригувати цінову політику та пропозиції додаткових послуг.



Ці аналітичні дані дозволять готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv розробити ефективну стратегію щодо додаткових послуг та визначити напрямки для подальшого розвитку та оптимізації. Враховуючи результати аналізу цінової політики ресторану та додаткових послуг, рекомендації щодо фінансової стратегії можуть включати:

1. Зосередження на розширенні та диверсифікації додаткових послуг, що допоможе залучити нових гостей та підвищити загальну прибутковість готелю.
2. Регулярне моніторинг та аналіз конкурентів, цін та споживчих відгуків для вчасного виявлення змін на ринку та своєчасного коригування цінової політики та додаткових пропозицій.[17, с.165]
3. Застосування гнучкої цінової політики, зокрема знижок та спеціальних пропозицій для вірних клієнтів, що сприятиме підвищенню лояльності гостей та розвитку довгострокових відносин.
4. Впровадження інноваційних технологій та рішень для оптимізації внутрішніх процесів, покращення якості обслуговування та підвищення ефективності управління готелем.
5. Фокусування на розвитку партнерських відносин з місцевими підприємствами, що сприятиме просуванню готелю та ресторану, збільшенню обсягу послуг та підвищенню прибутковості.[13, с.155]

Імплементация такої фінансової стратегії допоможе готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv покращити свою конкурентоспроможність, забезпечити стабільний розвиток та зростання прибутків.

### **3.2. Визначення каналів дистрибуції послуг**

Канали дистрибуції послуг готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv можна розділити на прямі та непрямі. Ці канали допомагають готелю забезпечити

широке охоплення ринку та донести свої послуги до цільової аудиторії. Розглянемо основні канали дистрибуції для даного готелю:

Прямі канали:

а) Офіційний веб-сайт готелю (<https://www.fairmont.com/kyiv>) - головний прямий канал дистрибуції, що дозволяє гостям отримати всю необхідну інформацію про готель, його послуги та здійснити бронювання напряму.

б) Телефонні дзвінки - гості можуть звернутися до готелю за телефоном для отримання інформації, консультацій та бронювання номерів.

Непрямі канали:

а) Онлайн-агентства по бронюванню номерів (OTA) - популярні платформи, такі як Booking.com, Expedia, Agoda, та інші, дозволяють гостям здійснювати бронювання номерів у готелі Fairmont Grand Hotel Kyiv онлайн.

б) Туристичні агентства - співпраця з туристичними агентствами дозволяє пропонувати готельні послуги їхнім клієнтам, зокрема в рамках турпакетів.

в) Корпоративні клієнти - готель може укласти прямі договори з корпоративними клієнтами для обслуговування їх співробітників, партнерів або клієнтів.

г) Консьерж-сервіси - співпраця з консьерж-сервісами дозволяє пропонувати послуги готелю їхнім клієнтам на преміальному рівні.

д) Соціальні мережі та інші онлайн-платформи - активна присутність готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv в соціальних мережах (наприклад, Facebook, Instagram, LinkedIn) та на інших онлайн-платформах сприяє просуванню готелю, а також допомагає залучати нових гостей через відгуки та рекомендації.

Інші канали дистрибуції:

а) Участь у міжнародних та місцевих виставках, конференціях та ярмарках - це дозволяє презентувати послуги готелю потенційним клієнтам та партнерам, розширити мережу контактів та збільшити свій ринковий охоплення.

б) Співпраця з інфлюенсерами та блогерами - залучення популярних людей у соціальних мережах та інтернеті може збільшити відомість про готель серед цільової аудиторії та залучити нових гостей.

в) Відгуки клієнтів - позитивні відгуки від задоволених гостей на різних платформах (наприклад, TripAdvisor, Google Reviews) можуть привернути увагу потенційних клієнтів та сприяти зростанню довіри до готелю.[15, с.24]

Для успішної реалізації своєї стратегії дистрибуції готель Fairmont Grand Hotel Kyiv повинен постійно моніторити та аналізувати ефективність різних каналів дистрибуції, налагоджувати співпрацю з партнерами та активно розробляти власні прямі канали продажу. Це допоможе оптимізувати витрати на рекламу та маркетинг, а також забезпечити стабільний розвиток та зростання прибутків готелю.

### **3.3. Розробка фінансового плану готелю**

Розробка фінансового плану готелю/ресторану на прикладі готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, Україна, передбачає декілька етапів:

Аналіз ринку та конкурентів: Проведіть дослідження ринку готельного та ресторанного бізнесу в регіоні, враховуючи поточні та прогнозовані тенденції. Вивчіть конкурентів, їхні цінові стратегії та послуги. Це

допоможе вам краще розуміти ринкову ситуацію та підготуватися до створення конкурентоспроможного фінансового плану.

**Визначення основних доходів та витрат:** Визначте джерела доходів, такі як проживання, ресторан, конференц-зали та інші послуги. Зробіть оцінку витрат на заробітну плату, комунальні послуги, харчування та напої, рекламу та маркетинг, амортизацію та обслуговування, адміністративні витрати та інші витрати.

**Прогнозування доходів та витрат:** На основі аналізу ринку, конкурентів та власних ресурсів, розробіть прогнози доходів та витрат на певний період (наприклад, на один рік). Врахуйте сезонність, попит на послуги та можливі ризики.

**Розрахунок показників ефективності:** Обчисліть показники ефективності, такі як прибуток до оподаткування, чистий прибуток, рентабельність, точку беззбитковості та інші фінансові показники, що допоможуть вам краще розуміти ефективність вашого готелю/ресторану.

**Аналіз чутливості:** Проведіть аналіз чутливості, щоб оцінити вплив різних сценаріїв на ваш фінансовий план. Розгляньте різні можливості, такі як зниження попиту, зміни в ринкових цінах, збільшення витрат або зміни законодавства. Аналіз чутливості допоможе вам підготуватися до різних ситуацій і розробити стратегії для їх подолання.

**Розробка стратегій забезпечення ліквідності:** Для підтримки ліквідності та стабільності готелю/ресторану, розробіть стратегії керування грошовими потоками, такі як забезпечення резервних фондів, управління заборгованістю, управління запасами та надання знижок або інших стимулів для збільшення продажів.[8, с. 66]

**Моніторинг та контроль:** Встановіть систему моніторингу та контролю за вашим фінансовим планом, щоб відстежувати його виконання та вживати коригувальних заходів при необхідності. Регулярно переглядайте фінансові показники та забезпечуйте аналіз причин відхилень від плану.

Оновлення фінансового плану: На основі отриманих даних про реальні доходи та витрати, регулярно оновлюйте свій фінансовий план. Враховуйте зміни у ринкових умовах, законодавстві та стратегії вашого готелю/ресторану, щоб забезпечити актуальність та ефективність вашого фінансового плану.

Розробка фінансового плану для готелю включає прогнозування доходів, витрат та прибутку на основі обраної стратегії та ринкових умов.

Таблиця 3.3

## Фінансовий план готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, Україна

№	Найменування статті	Одиниця виміру	Кількість	Ціна за одиницю	Сума, грн	% від доходу
1	Доходи					
1.1	Проживання	номер-ніч	10 000	4 000	40000 000	70
1.2	Ресторан	поселення	6 000	500	3000 000	20
1.3	Конференц-зали та банкету	захід	100	20000	2000000	10
2	Витрати					
2.1	Заробітна плата співробітників	особа	100	15000	1500000	16,7
2.2	Комунальні послуги та енергія	місяць	12	100000	1200000	13,3

2.3	Харчування та напої (для ресторану)	поставка	300	5000	1500000	16,7
2.4	Реклама та маркетинг	місяць	12	80000	960000	10,7
2.5	Амортизація та обслуговування	місяць	12	70000	840000	9,3
2.6	Адміністративні витрати	місяць	12	50000	600000	6,7
2.7	Інші витрати	місяць	12	40000	480000	5,3
3	Підсумок					
3.1	Загальні доходи				4500000	100
3.2	Загальні витрати				7080000	15,7
3.3	Прибуток до оподаткування				3792000	84,3
3.4	Податок на прибуток (15%)				5688000	
3.5	Чистий прибуток				3223200	

Ця таблиця демонструє приклад фінансового плану для готелю на прикладі готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv. Вона включає доходи від різних джерел, таких як проживання, ресторан та конференц-зали, а також витрати на заробітну плату, комунальні послуги, харчування та напої, рекламу та

маркетинг, амортизацію та обслуговування, адміністративні витрати та інші витрати.

Загальні доходи становлять 45 000 000 грн, а загальні витрати - 7 080 000 грн. Прибуток до оподаткування становить 37 920 000 грн, а чистий прибуток після сплати податку на прибуток (15%) становить 32 232 000 грн.

Цей фінансовий план дає загальне уявлення про доходи та витрати готелю/ресторану, але для конкретного готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv може бути необхідно збирати додаткові дані та проводити детальніше аналізу.

#### **3.4. Оцінка позитивного фінансового результату господарської діяльності**

Оцінка позитивного фінансового результату господарської діяльності на прикладі готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, Україна може включати наступні кроки:

**Аналіз фінансових показників:** Розрахуйте ключові фінансові показники готелю, такі як прибуток до оподаткування, чистий прибуток, рентабельність активів, рентабельність капіталу, рентабельність продажів та інші показники, які допоможуть вам оцінити фінансову ефективність готелю.

**Порівняння з галузевими стандартами:** Порівняйте отримані фінансові показники з середніми показниками для готельної та ресторанної галузі в Україні та світі. Це допоможе вам зрозуміти, наскільки ефективно готель Fairmont Grand Hotel Kyiv працює порівняно зі своїми конкурентами.

**Аналіз ефективності використання ресурсів:** Оцініть ефективність використання ресурсів готелю, таких як капітал, праця та матеріальні ресурси. Розгляньте показники використання активів, продуктивність праці та інші показники, що характеризують ефективність використання ресурсів.

Аналіз рівня задоволеності клієнтів: Проведіть оцінку рівня задоволеності клієнтів, щоб з'ясувати, як готель відповідає очікуванням своїх клієнтів. Враховуйте відгуки клієнтів, рейтинги на різних платформах бронювання та результати опитувань. Високий рівень задоволеності клієнтів може свідчити про позитивний фінансовий результат господарської діяльності.

Розташування: Готель розташований у Києві, столиці України, на березі Дніпра. Це дозволяє готелю приваблювати як місцевих гостей, так і туристів, що відвідують місто.

Категорія: Fairmont Grand Hotel Kyiv є розкішним 5-зірковим готелем, що означає, що він пропонує високий рівень сервісу та забезпечує комфортне перебування своїх гостей.[3]

Оцінки та відгуки: Готель має відмінні відгуки від гостей на різних платформах бронювання, таких як Booking.com та TripAdvisor. Це свідчить про високий рівень задоволеності гостей та хорошу репутацію готелю.

Послуги та зручності: Fairmont Grand Hotel Kyiv пропонує ряд різноманітних послуг, включаючи номери для проживання, ресторан, конференц-зали, спа-центр та інші зручності, які можуть забезпечити додаткові доходи для готелю.

Корпоративні клієнти та заходи: Готель активно співпрацює з корпоративними клієнтами, проводить різноманітні заходи та має добрі стосунки з місцевими та іноземними партнерами.

Ураховуючи ці фактори, можна зробити висновок, що готель Fairmont Grand Hotel Kyiv має високий рівень фінансового успіху.

Високі оцінки та відгуки гостей: Готель має хороші оцінки на різних платформах бронювання, що свідчить про задоволення гостей та можливість забезпечити стабільний рівень постійних клієнтів.

Враховуючи репутацію готелю, його розташування та послуги, можна сказати, що Fairmont Grand Hotel Kyiv має стабільний обсяг клієнтів, що



може сприяти позитивному фінансовому результату. Також готель має партнерства з іншими компаніями, туристичними агентствами та корпораціями, які можуть допомогти забезпечити стабільний рівень доходів.

Загальні доходи становлять 45 000 000 грн, з основних джерел доходів: проживання (70%), ресторан (20%) та конференц-зали та банкети (10%).

Загальні витрати становлять 7 080 000 грн, з найбільшими статтями витрат: заробітна плата співробітників (16,7%), харчування та напої для ресторану (16,7%) та комунальні послуги та енергія (13,3%).

Прибуток до оподаткування складає 37 920 000 грн, що становить 84,3% від доходів.

Податок на прибуток (15%) становить 5 688 000 грн.

Чистий прибуток після оподаткування становить 32 232 000 грн.

Цей аналіз показує позитивний фінансовий результат господарської діяльності готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv на основі припущень.

## ВИСНОВКИ

У ході дослідження "Digital-технології в управлінні суб'єктом ресторанного бізнесу (на прикладі готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, Україна)" було вивчено теоретичні аспекти застосування digital-технологій в ресторанному бізнесі та аналізовано їх впровадження на прикладі готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv.

В результаті дослідження було встановлено, що впровадження digital-технологій сприяє підвищенню ефективності управління ресторанним бізнесом, поліпшенню рівня обслуговування клієнтів, зменшенню витрат та підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Основні висновки дослідження:

Digital-технології впливають на різні аспекти управління ресторанним бізнесом, включаючи маркетинг, аналіз даних, управління персоналом, управління запасами та комунікацію з клієнтами.

Впровадження digital-технологій у готелі Fairmont Grand Hotel Kyiv сприяло підвищенню ефективності управління та забезпеченню високого рівня обслуговування клієнтів.

Економічний аналіз та розробка фінансової стратегії дозволили оцінити позитивний фінансовий результат господарської діяльності готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv, що свідчить про доцільність впровадження digital-технологій.

На основі проведеного дослідження рекомендується подальше розвиток digital-технологій в управлінні ресторанним бізнесом з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств та забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів. Особливу увагу слід звернути на такі аспекти:

Інтеграція digital-технологій в усі сфери управління ресторанним бізнесом. Це дозволить підприємствам отримати переваги від впровадження цих технологій в усіх аспектах їхньої діяльності, включаючи маркетинг, аналіз даних, управління персоналом та комунікацію з клієнтами.

Розвиток мобільних додатків та інтернет-ресурсів для покращення комунікації з клієнтами. Мобільні додатки та веб-ресурси дозволяють ресторанам взаємодіяти з клієнтами на особистому рівні, швидко надавати необхідну інформацію та забезпечувати високий рівень обслуговування.

Використання аналітичних інструментів для оптимізації бізнес-процесів. Аналіз даних та використання спеціальних аналітичних інструментів допоможуть підприємствам краще розуміти своїх клієнтів, прогнозувати тенденції ринку та оптимізувати роботу своїх бізнес-процесів.

Постійне вдосконалення цифрових систем управління персоналом. Це допоможе підвищити ефективність роботи співробітників, покращити умови праці та стимулювати їх професійний розвиток.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аветисова А. О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку / А. О. Аветисова // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2013. - № 28. - С. 117-123
2. Антонова В. А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства / В. А. Антонова // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. - 2012. - № 1 (21). - С. 54-57.
3. Босовська М. В., Бовш Л. А., Охріменко А. Г. Оцінювання якості готельних послуг. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 4. С. 25–31. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.4.25 [http://www.investplan.com.ua/pdf/4\\_2019/5.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2019/5.pdf)
4. Гакова М. В. Концептуальні підходи до управління персоналом підприємств готельно-ресторанного господарства / М. В. Гакова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2014. – С. 130–136.
5. Даниленко О.В. Пріоритети розвитку цифрових технологій у ресторанному бізнесі (foodtech) в Україні / О.В. Даниленко, Л.М. Зоценко, М.Л. Братіцел // Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. – 2019. – № 2. – С. 95–101.
6. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку: монографія / Л. Д. Завідна. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017.
7. Інноваційні технології в готельному бізнесі. URL: [http://www.rusnauka.com/6\\_PNI\\_2014/Informatica/3\\_160394.doc.htm](http://www.rusnauka.com/6_PNI_2014/Informatica/3_160394.doc.htm)
8. Компанець К.А. Роль Інтернет-технологій у розвитку підприємства сфери послуг / К.А. Компанець, Т.А. Навродська, К.О. Мороз // Інтелект XXI. – 2018. – № 5. – С. 66–70.

9. Кукліна Т.С. Управління якістю обслуговування у закладах ресторанного господарства / Т.С. Кукліна // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України. – 2019. – С. 72–75

10. Литвинчук Я. Ринок готельної нерухомості в Києві [Електронний ресурс] / Яна Литвинчук // Cushman&Wakefield. – 2019. – Режим доступу: <https://cushmanwakefield.com.ua/index.php/ru/otelnaya-nedvizhimost-kieva>

11. Левицька І.В., Завальнюк В.В. Особливості впровадження інноваційних технологій в систему управління підприємствами ресторанного господарства // Левицька І.В., Завальнюк В.В. / Наукові праці Національного університету харчових технологій. – Київ: НУХТ, 2013. – Вип. 50. – С. 199-205.

12. Мальська М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : підручник / М. П. Мальська, О. М. Гаталяк, Н. М. Ганич. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 304 с.

13. Мостова Л. М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства : навч. посібник / Л. М. Мостова, О. В. Новікова. – К. : Ліра-К, 2010. – 388 с

14. Піжук О.І. Цифрова трансформація економіки як основа її конкурентоспроможності / О.І. Піжук // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. – Вип. 6 (17). – С. 79–83

15. П'ятницька Г. Т. Тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні / Г. Т. П'ятницька // Вісник КНТЕУ. - 2010. - № 8. - С. 24-32.

16. Скавронська І. В. Пріоритетні напрямки розвитку ресторанної справи України в контексті світового досвіду / І. В. Скавронська // Вісник Чернівецького торговельно- економічного інституту. - 2012. - Вип. 2. - С. 232-244.

17. Сокирник І.В. Формування та реалізація стратегій підприємств ресторанного господарства в умовах цифрової трансформації економіки / І.В. Сокирник // Вісник Хмельницького національного університету. – 2019. – № 3. – С. 165–171

18. Ткачук В.О. Електронний бізнес: переваги та ризики в період цифрової трансформації / В.О. Ткачук, Т.Ю. Мельник, Ю.В. Богоявленська // Економіка, управління та адміністрування. – 2021. – № 4 (98). – С. 28–36

19. The Most Important Types of Restaurant Technology and Hardware URL.: <https://pos.toasttab.com/blog/types-of-restaurant-technology>)

20. Тенденції сучасного ресторану ресторанного бізнесу URL.: <https://mealtime.com.ua/blog/golovni-trendy-u-restorannomu-biznesi>

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

22. Офіційний сайт готелю <https://www.fairmont.com/kyiv>