|  |
| --- |
| **МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  **ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ** |

**ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

|  |
| --- |
| **ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦТВА** |
| **КАФЕДРА ГОТЕЛЬНОГО І РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ** |

|  |  |
| --- | --- |
| Рівень вищої освіти | Другий (магістерський) |
| Спеціальність | Готельно-ресторанна справа |
| Освітня програма | Готельно-ресторанний бізнес |
| Група | ГРБ 8.06.241.010.22.1 |

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

на тему: «Розробка та впровадження інновацій у закладі готельно-ресторанного бізнесу»

Виконав: здобувач Ель-Хаж Карім Бассам \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Керівник: д.е.н., професор Давидова Оксана Юріївна\_\_\_\_\_\_\_\_

Рецензент:

Завідувач кафедри готельно-

ресторанного бізнесу

Львівського державного університету

фізичної культури імені І. Боберського

д-р вет. наук, проф. Марія ПАСКА

Харків – 2023 рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ПОДАННЯ ГОЛОВІ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ ЩОДО ЗАХИСТУ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Направляється здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти Ель-Хаж Карім Бассам до захисту дипломної роботи за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа» освітньої програми «Готельно-ресторанний бізнес» на тему: «Розробка та впровадження інновацій у закладі готельно-ресторанного бізнесу».

Тема та керівник дипломної роботи затверджені наказом ректора від 01.09.2023 року № 801–С.

Декан факультету: д.е.н., проф. Тетяна ШТАЛЬ

**Довідка про успішність та відповідність вимогам ДСТУ**

Ель-Хаж Карім Бассам за період навчання на факультеті Міжнародної економіки і підприємництва з 2022 року до 2023 року повністю виконав навчальний план за освітньою програмою з таким розподілом оцінок за: національною шкалою: відмінно 12%, добре 65%, задовільно 24%.

Фахівець факультету: Наталія БАРХАТОВА

**Висновок керівника дипломної роботи**

Здобувач Ель-Хаж Карім Бассам виконав дипломну роботу у повному обсязі та у задані терміни. Зміст роботи в цілому відповідає обраній темі, розроблені заходи обґрунтовано. Стиль та мова викладення дипломної роботи відповідають вимогам, що ставляться до робіт такого рівня. Під час написання роботи використано науково-методичні та нормативні джерела за темою дослідження. Робота виконана з використанням інформаційних технологій. За результатами дослідження опубліковано наукову працю. Дипломна робота рекомендується до захисту в ЕК.

Керівник роботи: д.е.н., проф. Оксана ДАВИДОВА

**Висновок кафедри про дипломну роботу**

Дипломна робота розглянута на засіданні кафедри готельного і ресторанного бізнесу, протокол № 5 від «15» грудня 2023 р. Здобувач Ель-Хаж Карім Бассам допускається до захисту даної роботи в екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри готельного

і ресторанного бізнесу: д.е.н., проф. Оксана ДАВИДОВА

Дипломну роботу підписано КЕП

Оксана ДАВИДОВА

Сертифікат виданий АЦСК АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Серійний номер 248197DDFAB977E5040000006A1BBE00141E1F04

**АНОТАЦІЯ**

**Дипломна робота магістра містить**: 80 сторінок, 11 таблиць, 10 рисунків, 54  використаних літературних джерел, 5 сторінок списку використаних джерел, 2 додатки із загальним обсягом 5 сторінок.

**Основні результати роботи**: доведено, що сталий розвиток готельно-ресторанного господарства може бути забезпечений виключно завдяки інноваційним технологіям, проаналізовано організаційно-економічну характеристику ТОВ «Готель «Харків»», зроблений аналіз послуг готельного і ресторанного господарства, проведено оцінку впливу чинників зовнішнього середовища на діяльність «Готель «Харків»», проаналізовано фінансово-господарську діяльність готелю «Харків», розроблені до впровадження інновації, проведена оцінка ефективності запропонованих інноваційних рішень, визначено їх конкурентні переваги, що дозволить забезпечити фінансову стійкість та конкурентоспроможність ТОВ «Готель «Харків»».

**Ключові слова**: ГОТЕЛЬ, РЕСТОРАН, ПОСЛУГИ, ІННОВАЦІЇ, ОБСЛУГОВУВАННЯ, СПОЖИВАЧ, ЕФЕКТИВНІСТЬ, РОЗВИТОК

**Рік виконання дипломної роботи:** 2023

**Рік захисту дипломної роботи:** 2023

**ABSTRACT**

**The master's diploma work contains**: 80 pages, 11 tables, 12 figures, 54 used literary sources, 5 pages of the list of used sources, 2 applications with a total volume of 5 pages.

**The main results of the work**: it is proved that sustainable development of the hotel and restaurant industry can be ensured only through innovative technologies, the organizational and economic characteristics of Hotel Kharkiv LLC are analyzed, the analysis of hotel and restaurant services is carried out, the assessment of the influence of environmental factors on the activities of the Kharkiv Hotel is carried out, the financial and economic activities of the Kharkiv Hotel are analyzed, innovations developed for implementation are developed, and an assessment of efficiency is carried out of the proposed innovative solutions, their competitive advantages are determined, which will ensure the financial stability and competitiveness of Hotel Kharkiv LLC.

**Keywords**: HOTEL, RESTAURANT, SERVICES, INNOVATIONS, SERVICE, CONSUMER, EFFICIENCY, DEVELOPMENT

**Year of completing the** **diploma work:** 2023

**Year of diploma work defense:** 2023

**ЗМІСТ**

Стор.

|  |  |
| --- | --- |
| ВСТУП ……………………………………………………………………. | 5 |
| РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ …………………..…….……… | 9 |
| * 1. Інноваційний розвиток підприємств готельно-ресторанного бізнесу | 9 |
| * 1. Використання концептуальних інновацій у готельно-ресторанному господарстві ………………………………………………….   Висновки до 1 розділу ………………………….…………………….….  РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ГОТЕЛЬ «ХАРКІВ ……………………………………………………………………  2.1 Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Готель «Харків»»  2.2 Характеристика організаційної структури готелю «Харків»….....  2.3 Оцінка впливу чинників зовнішнього середовища на діяльність «Готель «Харків»» ……………..…………………………………………....  2.4 Аналіз фінансово-господарської діяльності готелю «Харків» ……   * 1. Аналіз ліквідності готелю ……………………………………………   2.6 Аналіз рентабельності готелю ……………………………………….  2.7 Організація ресторанного господарства готелю «Харків» ………..  2.8 Організація надання послуг ресторанного господарства у ресторані «Континент» при готелі «Харків» ………………………………..  Висновки до 2 розділу …………………………………………………..  РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ТОВ «ГОТЕЛЬ «ХАРКІВ»»……………...…………………………………..  3.1 Моделювання інновацій у ТОВ «Готель «Харків»»…………….....  3.2 Оцінка ефективності впровадження інновацій у «Готель «Харків»»  Висновки до 3 розділу …………………………………………………...  ВИСНОВКИ ………………………………………………………………….  СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ …………………............................  ДОДАТКИ ……………………………………………………………...……. | 13  22  24  24  32  34  37  38  43  45  50  60  62  62  72  75  77  80  85 |

**ВСТУП**

Готельно-ресторанний бізнес один із самих перспективних і успішно розвинутих напрямків бізнесу в Україні. Особливістю цього бізнесу є орієнтація на Європейські сервісні стандарти й стрімкий перехід до них. І як будь-який бізнес – готельно-ресторанний бізнес прагне до збільшення доходу й шукає інструменти й ефективні шляхи до досягнення бажаного фінансового результату.

Створюючи в Україні індустрію гостинності, намагаючись гідно увійти до міжнародного ринку туристичних послуг, необхідно реконструювати діючі, будувати нові сучасні підприємства готельно-ресторанного господарства, здатні конкурувати з кращими закладами світу, завоювати авторитет і популярність.

Досягнення інформаційних технологій змінили не лише методи надання послуг, а й наше уявлення про послуги. Новітні технології сьогодення дозволяють сервісним компаніям виконувати різноманітні операції значно швидше та з більшою продуктивністю.

*Актуальність теми.* Досвід економічного і соціального розвитку суспільства підтверджує, що сталий розвиток готельно-ресторанного господарства може бути забезпечений виключно завдяки інноваційним технологіям на макро-, мезо- та мікрорівнях, оскільки вони сприяють модернізації та структурній перебудові економіки. Тому, проблеми інноваційних технологій є досить актуальними.

Сьогодні заклади готельно-ресторанного господарства, приділяють особливу увагу якості наданих послуг, адже якість одна з головних умов успішного і ефективного розвитку ресторану.

Таким чином, у сучасних умовах розробка та впровадження інновацій у підприємство готельно-ресторанного господарства, яке надаватиме якісні послуги готельного і ресторанного господарства є необхідним та доцільним, тому тема дипломної роботи актуальна.

*Об’єктом* дослідження дипломної роботи є готельно-ресторанний комплекс ТОВ «Готель «Харків»», який має у своєму складі готель «Харків» та ресторан «Континент».

*Предметом* дослідження дипломної роботи є основні та додаткові послуги, що надаються готельно-ресторанним комплексом «Харків».

*Метою* дипломної роботи є розробка та впровадження інновацій у готель «Харків».

*Методи дослідження* – економіко-статистичні, математичні, експертні, соціологічні, порівняння, факторного аналізу, прогнозування.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі *завдання:*

* дослідити напрями інноваційного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства;
* проаналізувати інноваційні технології в готельному і ресторанному господарстві;
* навести організаційно-економічну характеристику ТОВ «Готель «Харків»»;
* сформувати організаційну структуру готелю «Харків»;
* провести оцінку впливу чинників зовнішнього середовища на діяльність «Готель «Харків»»;
* проаналізувати фінансово-господарську діяльність готелю «Харків»;
* навести організацію ресторанного господарства готелю «Харків»;
* навести організацію надання послуг ресторанного господарства у ресторані «Континент» при готелі «Харків»;
* розробити номенклатуру послуг готельного і ресторанного господарства та змодульовати умови їх надання у готелі «Харків»;
* розробити до впровадження у готельно-ресторанний комплекс «Харків» інновації, охарактеризувати їх конкурентні переваги;
* провести оцінку ефективності впровадження інноваційних рішень у готель «Харків».

*Наукова новизна.* У досліджуваному готельно-ресторанному комплексі «Харків» розроблені інноваційні рішення, впровадження яких дозволить готелю підвищити результативність функціонування та забезпечити конкурентоспроможність на ринку.

*Апробація роботи.* За темою дипломної роботи опубліковано тези доповідей: Ель-Хаж Карим. Стратегічні напрями розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Матеріали ІІ Міжнар. студ. наук. конф. «Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії та виклики», 22 березня 2023 року. ДТЕУ, 2023. С. 522‑524.

Інформаційною базою дослідження є роботи вітчизняних і закордонних вчених, законодавчі й нормативні документи з проблем галузі, періодичні видання, Інтернет-сайти, дані статистичної звітності Державного комітету по статистиці України за 2019 – 2021 роки.

**РОЗДІЛ 1**

**ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

* 1. **Інноваційний розвиток підприємств готельно-ресторанного бізнесу**

На сьогодні інноваційний шлях розвитку є невід’ємною та визначальною складовою економічного зростання будь-якої країни світу. Досвід інших країн засвідчує, що лише за умови широкого впровадження інноваційних технологій можливо досягти конкурентоспроможності підприємства.

Зорієнтованість на інноваційний розвиток національної економіки вимагає акцентування уваги на забезпеченні ефективного інноваційного розвитку й підприємств готельно-ресторанного господарства.

Інноваційний розвиток – це розвиток, що спирається на безупинні пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу господарюючого суб’єкта у змінних умовах зовнішнього середовища в рамках обраної місії та прийнятої мотивації діяльності, який пов’язаний із модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту. Він передбачає постійне оновлення асортименту продукції й технологій її виробництва, удосконалення системи управління виробництвом і збутом у напрямі концепції екологічно збалансованого сталого розвитку, екологічно орієнтованих потреб [1].

Індустрія гостинності орієнтована на споживача, задоволення потреб якого є кінцевим результатом ділової активності підприємства.

Готельно-ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. Водночас, готельно-ресторанний бізнес, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого ‑ середовищем із високим ступенем конкуренції. У всьому цивілізованому світі він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку; за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. Усі заклади готельно-ресторанного бізнесу повинні мати високий рівень конкурентоспроможності.

Сьогодні галузь готельно-ресторанного господарства набуває швидких темпів розвитку. Щоб встояти на ринку та втримати існуючі позиції, потрібно шукати нових шляхів поліпшення фінансово-економічного стану. Сучасний готельно-ресторанний бізнес пропонує споживачам широку номенклатуру послуг готельного та ресторанного господарства.

Постійно виникає необхідність знаходити нові варіанти вдосконалення процесу обслуговування споживачів підприємств індустрії гостинності для успішного існування на ринку послуг та підвищення прибутку. Якість обслуговування та якість надання послуг – є невід’ємними складовими ефективності роботи закладу готельно-ресторанного господарства, завдяки яким можливо втримати споживача.

Сьогодні заклади готельно-ресторанного господарства, приділяють особливу увагу якості наданих послуг, адже якість одна з головних умов успішного і ефективного розвитку підприємства.

У готельно-ресторанному бізнесі немає меж досконалості, тому з’являються нові види послуг: послуги сомельє, години фортуни та щасливі години для гостей; гастрономічні шоу; урочиста презентація страв; бар-шоу; рибалка та кулінарне приготування у присутності гостя; караоке; кімнати для паління; знижки постійним клієнтам; виїзний кейтеринг з організацією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг.

Власники готелів та ресторанів знають, що всього 20% постійних відвідувачів здатні їм забезпечити 80% прибутку (правило Парето). А щоб утримати постійних відвідувачів і залучити нових в умовах жорсткої конкуренції стильного інтер’єру та якісної смачної їжі вже не достатньо. Тут і приходять на допомогу інновації в готельно-ресторанному бізнесі ‑ цікаві маркетингові кроки, заради яких споживачам хочеться ще і ще приходити саме в цей ресторан [11].

Технології відіграють важливу роль у нашому житті. Саме вони змінюють суспільство і економіку країн. На наше життя продовжує впливати розвиток нових технологій. Без нових технологій не обходиться й сервісна сфера.

Отже, визначення інновацій, чинників інноваційної діяльності, які чинять вплив на готельно-ресторанне господарство і орієнтовані на організацію всього технологічного і організаційно-управлінського процесу є актуальним та пріоритетним завданням.

Досягнення інформаційних технологій (сфера комп’ютерної, телекомунікаційної техніки та розвиток Internet) змінили не лише методи надання послуг, а й наше уявлення про послуги. Новітні технології сьогодення дозволяють сервісним компаніям виконувати різноманітні операції значно швидше та з більшою продуктивністю.

Однак не слід звужувати технологічні перетворення в сфері послуг до нововведень лише інформаційних та автоматизованих технологій. Так, на готельно-ресторанний бізнес значно впливають досягнення з таких типів технологій: енергетичних, процесів, конструкційних матеріалів, дизайну, біо-, інформаційних, обслуговуючих, управлінських, продаж, обладнання, у продуктах харчування.

Нові технології не тільки мають змогу забезпечити, а й потребують змінення стратегій існуючих фірм. Слід радикально змінити бізнес-технології та значно підвищити їх ефективність. Тобто фірми повинні добре знати свої поточні процеси й вміти застосовувати структурні схеми, як наочний інструмент проектування або перепроектування процесів.

При постійній зміні зовнішнього і внутрішнього середовища однією з цілей будь-якої організації є вміння приймати виклики зовнішнього середовища, вміння оперативно перебудовуватися, переходити у відповідність до нових вимог. І одним з головних чинників у цьому є своєчасне впровадження в практику нових технологій.

Досвід економічного і соціального розвитку суспільства підтверджує, що сталий розвиток готельно-ресторанного господарства може бути забезпечений виключно завдяки інноваційним технологіям на макро-, мезо- та мікрорівнях, оскільки вони сприяють модернізації та структурній перебудові економіки. Тому, проблеми інноваційних технологій є досить актуальними. Разом з тим, досягнення сталого розвитку на різних рівнях матиме тимчасовий ефект без його інноваційного спрямування. Таким чином, інвестування коштів у інноваційні технології дозволить забезпечити сталий розвиток у довгостроковій перспективі.

Згідно Закону України «Про інноваційну діяльність», «Інновації – це новостворені (застосовані, і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційні-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери». Таке трактування сутності інновацій пов’язане лише із засобами виробництва або технологічними процесами, що є необхідною але недостатньою умовою, яка повинна спрямовувати весь інвестиційний потік ресурсів у галузі народного господарства з його ефективним використанням. Саме ці аспекти необхідно мати на увазі при розгляді інноваційного розвитку [12].

Зміст поняття «інноваційні технології» представлено на рисунку 1.1.

Інновації мають бути орієнтовані на більш повніше задоволення запитів споживачів, а також на отримання конкретного економічного ефекту.

Основними причинами вивчення та введення інновацій у закладах готельно-ресторанного господарства є:

* посилення конкурентної боротьби та намагання одержати на ринку конкурентні переваги та максимізувати прибуток;
* зростання попиту споживачів;
* забезпечення престижу підприємства та швидке вирішення проблем, що можуть виникнути на підприємстві;
* вивчення наукових новинок та їх впровадження у виробничий процес з метою поліпшення результатів діяльності підприємства [13].

Ключові

характеристики поняття

«інновації»

Ключові

характеристики

поняття «технологія»

Процес

Створення нового або вдосконалення існуючого

Мета: забезпечення суспільного прогресу, підвищення рівня ефективності в різних сферах діяльності людства

Наука

Мета: вплив або зміна діяльності

Перетворення матеріалів або інформації

Інноваційні технології – це процес створення нової або вдосконал1ення існуючої продукції (товару, роботи, послуги) на основі наукових перетворень та систематичного набору прийомів і засобів з метою забезпечення суспільного прогресу, підвищення рівня ефективності в різних сферах діяльності людства

Рисунок 1.1 – Зміст поняття «інноваційні технології»

Інновації як результат інноваційної діяльності, з одного боку, мають бути орієнтовані на поліпшення, більш повне задоволення очікувань споживачів, а з іншого – на отримання певного економічного ефекту у вигляді прибутку для підприємств, що ініціюють їх розробку та впровадження.

Інноваційна діяльність – це вид діяльності, пов'язаний із трансформацією наукових досліджень і розробок у новий чи вдосконалений продукт, який запропонований на ринку, в новий чи покращений технологічний процес або якісно новий підхід до виробництва та надання суспільно необхідних послуг.

Інноваційна діяльність багато в чому залежить від чинників різного характеру, які можна класифікувати як внутрішні та зовнішні [14].

До внутрішніх чинників належать: наявність матеріальних та фінансових ресурсів, техніка, технологія, організація та управління виробництвом, кадровий потенціал, науковий потенціал, маркетинг, інноваційний клімат, рівень сприйнятливості до нововведень, ступінь самостійності підприємства.

Зовнішні чинники поділяються на чинники прямої дії (стан ринку, споживачі, бюджетна і податкова системи, наявність конкурентів, науковий потенціал країни, експортно-імпортна політика, державна інноваційна політика, наявність нормативно-правової інноваційних актів) та чинники непрямої дії (стан макроекономіки, фінансово-кредитна та соціальна політика держави, наявність природних ресурсів, нормативно-правова база, міжнародне науково-технічне співробітництво, політичні чинники).

До інновацій належать усі зміни (нововведення), які вперше знайшли застосування на підприємстві і приносять йому конкретну економічну та/або соціальну користь. Тому під інновацією розуміється не тільки впровадження нового продукту на ринок, але і цілий ряд інших нововведень:

* нові або поліпшені види продукції (продуктові інновації);
* нові або поліпшені послуги (інновації послуг);
* нові або поліпшені виробничі процеси і технології (процесні і технологічні інновації);
* змінені соціальні відносини на підприємстві (соціальні чи кадрові інновації);
* нові або поліпшені виробничі системи.

Ці види інновацій на практиці підприємств готельно-ресторанного бізнесу поєднуються між собою. В умовах сучасних технологій технічні, господарські, організаційні та соціальні зміни у виробничих процесах є невіддільними одне від одного.

Важливо те, що розробка і впровадження інновацій забезпечує конкурентну перевагу підприємству, яке в деяких випадках скопіювати неможливо (або досить складно). З іншого боку, розробники інновацій використовують отриману конкурентну перевагу, впроваджуючи нові технології обслуговування або нові концепції, що не може бути швидко скопійовано конкурентами.

**1.2. Використання концептуальних інновацій у готельно-ресторанному господарстві**

У цьому секторі індустрії гостинності слід виділити напрями, які порівняно недавно з’явилися як в українській, так і світовій практиці: готельні ланцюги (з’явилися в США в 50-х роках, в нашій країні ‑ наприкінці 90-х років), міні-готелі, готелі капсульного типу, плавучі готелі «ботелі», мікробутікі, конгрес-готелі та ін.

Важлива роль у функціонуванні закладів готельного і ресторанного бізнесу відводиться інформаційним інноваціям. У сучасній практиці готельна індустрія використовує системи PMS (Property Management System), поділяючи всю готельну діяльність на три основні сегменти: зовнішні служби, внутрішні служби, сфери взаємодії. Зовнішні служби обслуговуються комп’ютерними програмами (бронювання, номерний фонд, розрахунки зі споживачами, загальне управління готелем).

SERVIO - найфункціональніше програмне забезпечення для вашого готелю:

* автоматизація всіх бізнес-процесів готелю
* забезпечує максимально ефективні продажі;
* підтримка 24/7.

SERVIO - це високоефективний інструмент для готелів, хостелів, санаторіїв, що дозволяє оптимізувати управління різними аспектами готельного бізнесу. Система вирішує питання керування номерним фондом, автоматизування процесу бронювання та обліку споживачів, пришвидшує та покращує якість обслуговування [9].

SERVIO пропонує систему автоматичного управління готельними бронюваннями, оновлює наявність номерів та поточні ціни в реальному часі, інтегрується з ОТА-каналами, туристичними порталами тощо.

SERVIO робить реєстрацію та поселення споживачів максимально швидким та зручним, веде клієнтську базу даних в інтегрованій CRM та дозволяє зберігати всю історію перебування споживачів у готелі.

SERVIO керує службою housekeeping, веде облік інвентаря, вирішує задачі проката тощо. Вбудована CRM для персоналу дозволить планувати та відслідковувати інженерні та інші завдання по номерному фонду. Система має більш ніж 130 аналітичних звітів для покращення роботи готельного бізнесу.

SERVIO дозволяє приєднати додаткове обладнання та стороннє супутнє програмне забезпечення для побудови максимально ефективної комплексної системи: інтеграція з пРРО/РРО, банківськими терміналами, замковими системами, системами телебачення та диспетчеризації, QR-меню, АТС та багато іншого.

HMS-модуль ‑ основний програмний модуль, який вирішує питання керування номерним фондом та обслуговування споживачів. Об’єднує всі інші модулі та інтеграції в єдину комплексну систему:

* автоматизація процесу обслуговування споживачів;
* управління номерним фондом готелю або мережі готелів;
* ведення анкет споживачів;
* гнучкі настроювання прейскурантів та спеціальних тарифів, квоти.

Система забезпечує ефективну, повністю автоматизовану систему контролю за станом номерного фонду. Зазначається статус кожного номера (базовий тариф, категорія, характеристика, розташування тощо). При цьому ведеться постійний облік вільних та зайнятих номерів, що дозволяє уникнути таких непорозумінь, як заселення споживача в неприбраний або вже зайнятий номер. Гостьові рахунки ведуться автоматично, сплата за проживання нараховується на відповідний рахунок під час нічного аудиту.

Також, треба звернути увагу на таку програму, як директорій споживачів, яка призначена для ефективного управління телефонними дзвінками до номеру, повідомленнями, що залишили для гостя та інших послуг. Директорія гостей акумулює та надає також інформацію стосовно споживачів, які заїхали до готелю або виїхали з нього та тих, що подали попередню заявку на проживання в готелі, але не заїхали.

Важливе значення має програма під назвою «Історія гостя». Інформація про всіх споживачів зберігається в системі декілька років. Вона може використовуватись для реєстрації гостей, дозволяє визначити «особливих гостей – «VIP»-гостей, або навпаки небажаних.

Система дозволяє складати всі необхідні баланси та контролювати всі фінансові потоки готелю. Рахунки в готелі управляються спеціальною програмою. З її допомогою система відкриває, управляє, направляє та проводить інші необхідні операції з будь-якими рахунками. Вся інформація збігається до системи бухгалтерії автоматично, що дозволяє економити багато часу.

Fidelio Front Office – одна з найпопулярніших у світі систем автоматизації служби прийому і розміщення гостей. Програмний комплекс Fidelio Front Office здійснює взаємозв’язок практично всіх відділів готелю і дозволяє автоматизувати бронювання номерів (у тому числі приймати бронювання з міжнародних центрів бронювання готелів та Інтернету), реєстрацію розміщення і розрахунок гостей, управління номерним фондом, дозвіллям гостей, складання прогнозів роботи готелю на майбутнє [12].

До основних модулів комплексу Fidelio Front Office відносяться:

* модуль бронювання, який цілком автоматизує процес бронювання номерів готелю, що дозволяє працювати з індивідуальними, корпоративними, груповими замовленнями;
* модуль керування тарифами – дозволяє досягти оптимальної структури тарифів, беручи до уваги такі фактори, як рівень заповнюваності готелю, типи номерів, пакети послуг, корпоративні угоди;
* модуль прийому і розміщення – дозволяє гнучко організувати і реалізувати поселення споживачів та ефективно здійснювати операції з обслуговування проживаючих;
* модуль ведення рахунків і розрахунку з клієнтами – дозволяє вести індивідуальні рахунки гостей, компаній, реєструвати послуги, зроблені споживачеві (як вручну, так і автоматично) за допомогою інтерфейсів різними системами;
* модуль керування номерним фондом (модуль господарського відділу) – дозволяє отримувати оперативну інформацію про стан номерів, видавати персональні завдання покоївкам на прибирання номерного фонду готелю (відображає поверховий план та історії кімнат);
* модуль головного інженера – дозволяє реєструвати заявки на ремонт обладнання гостьових номерів, службових приміщень та простежувати їх виконання;
* модуль керування дозвіллям – дозволяє ефективно бронювати центри дозвілля готелю як для споживачів, так і для відвідувачів, які не проживають у готелі;
* модуль звітів включає більш 500 стандартних звітів (бронювання, проживання, профайли, фінансові звіти, звіти нічного аудиту, статистика, звіти змін тощо), а також генератор звітів, що дозволяє створювати власні звіти;
* модуль роботи з дебіторами дозволяє оперативно відслідковувати заборгованості контрагентів / замовників;
* модуль постійного гостя – дозволяє працювати з програмами заохочення постійних споживачів (як існуючі програми авіакомпаній, так і власні програми готелю);
* модуль роботи з турагентами дозволяє оперативно розраховувати комісійні для туристичних фірм.

Комплекс Fidelio Front Office забезпечує зв’язок майже з 500 різними системами, використовуваними в готелях, - телефонними станціями, ресторанними системами, системами контролю доступу, платного телебачення, міні-барів, авторизації кредитних карток, енергозабезпечення, централізованого бронювання і багатьма іншими. У найближчий час готелям запропонується новий інтерфейс з фіскальним реєстратором, що дозволяє замінити використання касових апаратів.

До переваг Fidelio Front Office слід віднести легкість в експлуатації, обумовлену досить простою логікою побудови системи та зручністю інтерфейсу; підвищений рівень безпеки використовується суворе розмежування доступу користувачів, гнучкість настроювання; як показала практика, Fidelio Front Office може з успіхом використовуватися як у готелях, що належать міжнародним мережам з суворим стандартами роботи, так і в незалежних готелях і пансіонатах із зовсім різною технологією роботи.

Система Hotel 2000 – це класична front office програма, яка здійснює автоматизацію основних готельних служб – бронювання, портьє, касирів, покоївок тощо. Система забезпечує індивідуальне й групове бронювання номерного фонду, а також бронювання компаніями і туроператорами блоків номерів з відстеженням квот по кожній організації.

Необмежена кількість тарифів дозволяє готелю вести власну цінову політику й оперативно реагувати на зміни ринку. В системі реалізована гнучка система розрахунків з гістьми і забезпечений контроль за роботою касирів. Крім цього, HOTEL 2000 дозволяє здійснювати керування номерним фондом, забезпечуючи контроль за роботою покоївок. У систему вбудований могутній аналітичний апарат, який дозволяє за допомогою системи запитів сформувати для менеджерів готелю більше ста різних статистичних операційних аудиторських і фінансових звітів.

Система Restaurant 2000 призначена для автоматизації роботи (насамперед служб харчування – барів, ресторанів і т.д.). Вона забезпечує роботу з необмеженою кількістю страв, з їх групуванням по меню, категоріям тощо. У системі передбачено ведення складних комбінацій податків і націнок, а також облік і контроль цін асортименту та руху продуктів і напоїв.

Система Stock 2000 служить для ведення обліку складських запасів товарів (продуктів і напоїв) і їхнього руху по складу, надходження, продажу й списання товарів зі складів, калькуляції меню, а також формування необхідних первинних документів (накладні, рахунки й ін.). У системі передбачені автоматичний розрахунок цін і автоматичне списання товарів за результатами продажів, отриманих з системи Restaurant 2000.

Автоматизований інтерфейс з системами бухгалтерського обліку реалізує перенесення проводок з систем Hotel 2000 і Restaurant 2000 у будь-яку бухгалтерську систему, що має у своєму складі функцію імпорту даних із зовнішніх систем. Використання цієї технології дозволяє істотно скоротити трудовитрати бухгалтерії і виключити дублювання інформації.

Автоматизований інтерфейс з внутрішньою АТС керує процесом включення та відключення телефонних номерів і здійснює перенос інформації про телефонні розмови на загальний гостьовий баланс у систему Hotel 2000.

Система Hotel 2000 може бути зв’язаною з будь-якою системою обмеження прав доступу, встановленою в готелі. Управління системою електронних замків здійснюється з використанням магнітних карт.

Одна з серйозних переваг комплексу – можливість здійснення технічної підтримки засобами вилученого доступу, що насамперед важливо для регіональних готелів. При такому підході будь-яку проблему можна вирішити з офісу розробника за декілька хвилин.

Серед інновацій у технології обслуговування можна зазначити також систему дисконтів, бонусів, клубних карт та інші інновації, які покликані мотивувати споживача до повторного вибору засобу розміщення. Особливо актуальною у сучасних умовах є система клубних карт, це технології, які дозволяють здійснювати централізований облік, миттєву обробку замовлень, автоматичне обслуговування кредитних карт, контроль за виконанням замовлень в режимі on-line тощо [12].

Винахід QR-коду ‑ двомірного штрих-коду ‑ відкрило нові необмежені можливості для on-line взаємодії компаній і споживачів. У маленькому яскравому квадратному лабіринті QR-коди можна запрограмувати всі відомі інновації ресторанного бізнесу, а також безліч нових можливостей. Абревіатура QR перекладається з англійської як «швидкий доступ», а сам матричний код здатний утримати величезний обсяг інформації у вигляді тексту, цифр, URL-адрес, календарів, схем, зображень. Швидкість розпізнавання QR-коду дуже висока, його можна розміщати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню і закінчуючи різними вивісками і навіть розтяжками. Сканувати ж його можна мобільним телефоном або відеокамерою ноутбука [16].

QR-код, розміщений на врученому споживачеві рахунку, ‑ це дивовижний рекламний хід. У яскравому квадратику можна закодувати історію ресторану, походження, вік, авторство унікальних деталей інтер'єру і картин. Відвідувачі із задоволенням вивчають меню закладу з докладною інформацією про кожному блюді: склад і походження інгредієнтів, етапах і способах обробки, поживності та калорійності.

Більше багатообіцяючим напрямком використання web- і телекомунікаційних технологій є технології з нарощування потоку відвідувачів готелів і ресторанів і непрямої реклами закладів. В даному випадку пробки на дорогах можуть бути звернені на користь підприємствам ресторанного господарства. Мова йде про RFID-технології. RFID ‑ радіочастотна ідентифікація. Радіочастотне розпізнавання здійснюється за допомогою закріплених за об'єктом спеціальних міток, що несуть і[дентифікаційну](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F) та іншу інформацію. Про цей метод, що вже став основою побудови сучасних безконтактних інформаційних систем, і що має стійку назву RFID-технології. Системи поки мало поширені в Україні, але вже завоювали популярність за кордоном.

Цікава інновація впроваджується в США. Там відкривається мережа ресторанів здорового швидкого харчування під такою назвою «Жуй, граючи». Вона абсолютно інноваційна. Адже там можна їсти і насолоджуватися проведенням часу в соціальних мережах. Або грати в комп'ютерні ігри з іншими відвідувачами. Фахівці підрахували, що ресторан економить 8-12% прибутку. Адже не витрачає гроші на маркетинг. За підприємство рекламу роблять його відвідувачі. Тому, як відмітив власник ресторану Майкл Шуман: «Ми можемо витратити зекономлені кошти на те, щоб покласти в наш продукт найкращі інгредієнти».

Ще одна причина чому інноваційні ресторани такі популярні – їжа там швидка, але при цьому корисна. У меню – більше двохсот найменувань різноманітних сандвічів з натуральних продуктів без генетично модифікованих організмів і з мінімальним вмістом жиру. Особливо успішні геймери можуть там виграти смачні безкоштовні додатки до свого замовлення, якщо будуть грати з професіоналами ресторану.

Ресторанний бізнес у сучасному світі починає охоплювати все нові і нові сфери, які дозволяють відкривати незвичайні ресторани. А також екологічна ситуація в усьому світі змушує людей замислюватися про якість їжі, яку вони споживають, в яких умовах вирощена сировина для неї. Розуміючи цю проблему, керівники багатьох ресторанів приділяють велику увагу здоровому харчуванню споживачів своїх закладів і вже сьогодні в деяких з них реалізуються страви з екологічно чистих продуктів, корисних для здоров'я.

Для виробництва якісної продукції багато із закладів купують сировину у перевірених постачальників, деякі з них організовують вирощування сировини у власному сільському господарстві.

Захопленість здоровою їжею сприяла популярності японської, італійської кухні, морепродуктів. Наприклад, ресторатори Франції реалізують не тільки якісні і корисні страви, але і піклуються про стан здоров'я споживачів. Так, у французькому Ліоні відкрився перший ресторан «Моя історія в тарілці», в меню якого немає продуктів, які викликають алергію. Для цього були залучені кваліфіковані кардіологи, дієтологи та інші фахівці. Медики вилучили з меню всі напівфабрикати та інші продукти, що викликають алергію, після чого урізноманітнили його великою кількістю свіжих фруктів і овочів. На вечерю пропонують два варіанти спеціальних меню ‑ за 20 і 27 євро. Лактоза, глютен, яйця, арахіс, селера, гірчиця, люпин, молюски, ракоподібні, горіхи, соя і кунжут ‑ усього 11 продуктів, здатних викликати алергічні реакції або харчову непереносимість. У ресторані подають тільки свіжі продукти, ніяких напівфабрикатів. Наприклад, карпаччо з качки з базиліком і салат із свіжої зелені, або фуа-гра з грушею і хрустким фенхелем. Повний обід обійдеться в 13,0‑15,0 євро. Ресторан розрахований на 25 місць, але через поширений попит у населення планується збільшення потужності закладу у зв'язку з постійним зростанням кількості хворих на алергію.

Таким чином, правильно вибрана маркетингова політика і стратегія розвитку, спрямована на виробництво і надання якісної продукції й послуг надає більших можливостей закладам ресторанного господарства бути конкурентоспроможним.

Отже, розуміння суті інновацій і механізму інноваційної діяльності у сучасних умовах дає змогу закладам готельно-ресторанного господарства більш ефективно здійснювати свою діяльність, підвищувати результативність функціонування підприємства та конкурентоспроможність на ринку.

При постійній зміні зовнішнього і внутрішнього середовища однією з цілей будь-якої організації є вміння приймати виклики зовнішнього середовища, вміння оперативно перебудовуватися, переходити у відповідність з новими вимогами. І в цьому, одну з головних ролей грає своєчасне впровадження в практику нових технологій. Знання та використання даного аспекту сучасними рестораторами дає їм в руки сильний інструмент для підвищення ефективності свого бізнесу, а значить – конкурентну перевагу.

Отже, інновації у сучасних умовах дають змогу закладам готельно-ресторанного господарства підвищувати результативність функціонування та забезпечити конкурентоспроможність на ринку.

**Висновки до 1 розділу**

Розглянуто основні напрямки діяльності готельно-ресторанного бізнесу як одного з найбільш значущих складових індустрії гостинності, який повинний мати високий рівень конкурентоспроможності. Визначено поняття інновацій, інноваційної діяльності, інноваційних технологій, наведені чинники інноваційної діяльності, які чинять вплив на готельно-ресторанне господарство. Обґрунтовані основні причини вивчення та впровадження інновацій у закладах готельно-ресторанного господарства.

Приведені сучасні інновації, які застосовуються у готельно-ресторанному бізнесі і у сучасних умовах дають змогу закладам індустрії гостинності підвищувати результативність функціонування та забезпечити конкурентоспроможність на ринку.

Доведено, що запровадження інновацій, вкладання інвестицій та жорстка конкуренція дозволить підвищити рівень глобальної та регіональної конкурентоспроможності готельно-ресторанної індустрії.

**РОЗДІЛ 2**

**АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ГОТЕЛЬ «ХАРКІВ»»**

**2.1 Організаційно-економічна характеристика ТОВ «ГОТЕЛЬ «ХАРКІВ»»**

Готельно-ресторанний комплекс ТОВ «ГОТЕЛЬ «ХАРКІВ»» має категорію 4\*\*\*\* і розташований у центрі міста Харків (рис. 2.1).

Адреса ТОВ «Готель «Харків»», м. Харків, вул. Сумська, 13.

Готель «Харків» побудований архітектором Г.А. Яновицьким у1936 році. Будівля, що ним побудована, вважається шедевром архітектури. На всесвітній виставці в Парижі у 1937 році його проект отримав найвищу оцінку і зайняв перше місце. Перша назва готелю – «Інтернаціональ». В середині 1950-х років готель отримав назву «Готель «Харків». Старі корпуси готелю цегляні, 5-6-8-поверхові, покрівля залізна, перекриття дерев’яні. Новий корпус готелю 16-поверховий з класичними інтер’єрами та сучасним обладнанням.

Рисунок 2.1 - Готель «Харків»

Згідно до міждержавного стандарту туристично-екскурсійного обслуговування, готель «Харків» відповідає вимогам, що висуваються до готелів категорії «1 зірка» (\*), а номери нового корпусу – категорії «4 зірки» (\*\*\*\*) і відповідає вимогам Міждержавного стандарту 28681.4-95 «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Класифікація готелів».

Готель обладнаний світловою рекламою. В готелі є двір і прилегла територія, є благоустроєні під’їдні шляхи, функціонує платна автостоянка, що охороняється.

Комунальне обладнання включає водопровід, каналізацію, цілодобове постачання гарячої води, центральне опалення, готель має душові кімнати на тих поверхах, де в номерах відсутні повні санітарні вузли. Готель обладнаний трьома пасажирськими ліфтами, 4 вантажопасажирськими, 2 вантажними ліфтами, в найменуванні є 1 підйомник. Пасажирські ліфти працюють цілодобово.

Готель Харків - це сучасний готельний комплекс, який має все необхідне для забезпечення максимального комфорту і затишку. Висотна будівля готелю є однією з візитних карток міста. Готель Харків зручно з’єднаний транспортними засобами з усіма районами міста, знаходиться в 5 км. від залізничного вокзалу і в 12 км. від аеропорту. Готель також здійснює ресторанну діяльність не тільки для своїх постояльців, але і для інших споживачів. Даний фактор важливо впливає на виживаність готелі в сезони з найменшим попитом на готельні послуги.

Предметом діяльності товариства є:

1. надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого майна;
2. надання різного роду послуг;
3. торговельно-посередницька діяльність;
4. створення та утримання об’єктів соціальної інфраструктури;
5. виконання будівельно-ремонтних, художньо-оформлювальних і дизайнерських робіт;
6. організація туризму, спортивно-оздоровчих, культурно-масових заходів, виставок, симпозіумів, навчальних процесів;
7. благодійна діяльність;
8. інші види діяльність, які не суперечать цілям Товариства і вимогам закону.

Окремими видами діяльності Товариство може займатися тільки на підставі дозволу (ліцензій).

Готелем отримана ліцензія на організацію прийому та обслуговування іноземних та вітчизняних туристів в Україні, на організацію туристських поїздок за межі України.

Товариство має право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність відповідно до законодавства України, в тому числі:

1. здійснювати експорт і імпорт послуг та робіт;
2. здійснювати прямі виробничо-кооперативні зв’язки із зарубіжними країнами;
3. створювати підприємства з іноземними інвестиціями і свої філії і представництва за кордоном;
4. купувати виробничі та інші будівлі і споруди, землю за кордоном;
5. здійснювати експорт і імпорт робочої сили;
6. інші види зовнішньоекономічної діяльності, не забороненої законодавством України.

Готелю «Харків» видано свідоцтво учасника зовнішньоекономічної діяльності під № ПП - 1353/8956, що дозволяє здійснювати експорт і імпорт товарів (послуг): послуги готелів, послуги інших місць проживання, послуги із забезпечення харчування з повним ресторанним обслуговуванням, перевезення пасажирів, оренда транспортних засобів з водіями, телефонні послуги, послуги в області технічної підготовки кадрів, інші послуги.

У громадських приміщеннях (вестибюль, хол) - гарнітурні меблі, художнє оформлення інтер'єру.

Оплата за проживання в готелі можлива як за готівку, так і кредитними картками «Visa», «Master Card». Сучасні транспортні засоби, наявність метрополітену дозволяє дістатися до готелю в найкоротший термін з різних районів міста.

У підприємства є виробнича програма - завдання щодо кількості, асортименту товарів або послуг певної якості, яке встановлюється підприємством, виходячи з потреб споживачів і можливості підприємства щодо їх задоволення.

Знаючи обсяг послуг, управлінський персонал планує і розраховує основні показники діяльності. Для їх вимірювання застосовуються натуральні одиниці - ліжко-добу, грошові - тисячі гривень.

Формування фонду оплати праці здійснюється відповідно до інструкції «Про склад коштів, що спрямовуються на споживання», затвердженої Мінстатом України, Мінфіном України, Нацбанком України з урахуванням змін, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 11.09.1995г. по № 725 і від 28.12.1995 по № 1063.

Кошти, спрямовані на споживання, складаються з наступних виплат, в грошовій і натуральній формах:

1) витрати на оплату праці всіх працівників підприємств, установ, організацій, куди входить фонд основної ЗП, фонд додаткової ЗП, оплати основних і додаткових відпусток, премії тощо;

2) грошові виплати і заохочення, куди відносяться матеріальна допомога, суми пільг;

3) доходи, відсотки по акціях і складах трудового колективу.

Цілями готелю є:

* стабілізація фінансового стану підприємства шляхом здійснення маркетингових заходів;
* підвищення конкурентоспроможності послуг на ринку в’їзного та внутрішнього туризму;
* визначення стратегій підприємства щодо збереження та розширення його виробництва та надання послуг;
* комплексний маркетинговий вплив на споживачів послуг на всіх етапах обслуговування;
* прогнозування поточних та перспективних потреб споживачів для визначення основних напрямів діяльності;
* створення і підтримання іміджу підприємства;
* цілеспрямованість інформаційності рекламних заходів;
* стабілізація доходів підприємства;
* завоювання довіри споживачів послуг.

Готель «Харків» пропонує такі види діяльності:

* надання тимчасового проживання (забезпечення житловими і побутовими послугами під час подорожі);
* послуги харчування;
* надання додаткових послуг (обслуговування бенкетів, прокат відео, Інтернет - послуги, спортивні, медичні, посередницькі послуги, послуги салону красоти «Континент Стиль», чищення взуття, дрібний ремонт одягу та взуття та інші);
* транспортні послуги;
* рекламно-інформаційна діяльність.

Загальна площа готелю складає 7860,5 кв.м., при цьому житлова площа усіх номерів займає 2049,1 кв.м. Готель розрахований на 145 місць. Кількість усіх номерів складає 85. Види номерів готелю «Харків» наведені в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 ‑ Види номерів готелю «Харків»

|  |  |
| --- | --- |
| Види номерів | Кількість |
| люкс | 7 |
| напівлюкс | 5 |
| одномісні | 34 |
| двохмісні | 25 |
| тримісні | 14 |
| Усього | 85 |

Номерний фонд готелю складається з одно- та двомісних номерів. Номерний фонд містить декілька двокімнатних номерів, площею 12 м2. У кожному номері є санітарний вузол, який оснащено умивальником ванною або душовою кабіною та унітазом. Площа санвузла складає приблизно 3,5 м2.

Двері та замки у всіх номерах з внутрішнім запобіжником. Звукоізоляція відповідає нормі 35 дБА. Освітлення в номерах та громадських приміщеннях від світильників стелі. У кожному номері, окрім освітлення від світильників стелі, кімнату освічується за допомогою світильників над ліжком, а санвузол – світильника над умивальником. У всьому приміщенні готелю та ресторану електророзетки з вказівкою напруги. Опалюється готель за допомогою власної котельні, яка дозволяє регулювати температуру протягом опалювального періоду залежно від погодних умов. Номери класу люкс мають підлоги з підігрівом у ванній кімнаті. Також у кожному номері встановлено телефонний апарат та кольоровий телевізор. 25% номерів оснащені холодильниками, а номери класу люкс – міні-барами та сейфами табл. 2.2.

Санітарно-гігієнічне оснащення номерів складається з дзеркала над умивальником, полиці для туалетних приналежностей, завіси у ванній (лише у номерах класу люкс та напівлюкс), килимок, крючки для одежі та рушників, рушники (1-банне, 1 – лицеве), туалетне мило, шампунь, паперові серветки, туалетний папір, кришка для унітазу, корзина для сміття.

Громадські приміщення готелю мають меблі, які відповідають функціональному значенню приміщення. Служба прийому (рецепція) розміщена у центральній частині вестибюлю готелю, має зону для відпочинку та чекання: крісла, дивани та журнальні столики. У вестибюлі готелю мармурове покриття для підлоги. У коридорах та холах на поверхах - паркет.

Таким чином, номери готелю оснащені усім необхідним для короткочасного перебування в ньому. Про це свідчить матеріально-технічна база, яка відповідає категорії готелю – 4(\*\*\*\*) зірки.

На території готелю розміщені автостоянка, ресторан «Континент», кафе «Сьоме небо», заклади торгівлі, конференц-зал, а також інші підрозділи з надання послуг за ринковими цінами (Інтернет - центр, пункт відео прокату).

Таблиця 2.2 ‑ Оснащеність номеру типу «стандарт» готелю «Харків» меблями та інвентарем

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № з/п | Оснащеність | Кількість, од. |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Ліжко двоспальне 160 см х 200 см; | 2 |
| 2 | Килимовий покрив підлоги | 2 |
| 3 | Тумбочка (столик) біля кожного спального місця | 4 |
| 4 | Вішалка для верхнього одягу і головних уборів | 1 |
| 5 | Комплект постільних речей і білизни:   * матрац з наматрацником * наволока (дві) * ковдра (дві) * ковдра додаткова (дві) * подушка (дві) * подушка додаткова (дві)   покривало на ліжко | 2 |
| 6 | Шафа з поличками, вішалкою та плічками (не менше ніж 5 шт./місце) | 1 |
| 7 | М який диван | 1 |
| 8 | Крісло для відпочинку | 2 |
| 9 | Письмовий стіл зі стільцем або робочим кріслом | 2 |
| 10 | Журнальний столик | 2 |
| 11 | Поличка (підставка) для багажу | 1 |
| 12 | Цупкі завіски (або жалюзі), що затемнюють приміщення | 3 |
| 13 | Прозорі завіски (або жалюзі) | 3 |
| 14 | Дзеркало у кімнаті,  у ванній кімнаті або над умивальником;  Щонайменше одне великого розміру або у повний зріст | 2  2  2 |
| 15 | Швацький набір (голка, нитки) | 2 |
| 16 | Щітки: для одягу, для взуття | 2 |
| 17 | Набір посуду для питної води, чаю та міні-бару | 2 |
| 18 | Вода мінеральна або столова, 0,2 л на гостя щоденно | 2 |
| 19 | Попільничка | 1 |
| 20 | Ключ скомбінований (для відкривання пляшок) | 1 |
| 21 | Інформаційні матеріали у номері  1) перелік послуг та прейскуранти цін на них | 2 |
| 22 | 2) рекламні матеріали (буклети, брошури тощо) з туристичною та іншою інформацією | 2 |
| 23 | 3) телефонний довідник | 2 |
| 24 | 4) матеріали іноземними мовами | 2 |
| 25 | 5) у папці з емблемою готелю | 2 |

Продовження таблиці 2.2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 |
| 26 | Набір письмового приладдя (конверти, поштовий папір, ручка, олівець) | 2 |
| 27 | Ярлики: «Прошу не заважати», «Можна прибирати» | 1 |
| 28 | Пакети для пральні та хімчистки | 2 |
| 29 | Протипожежна інструкція та інструкція щодо дій в екстремальних умовах | 2 |
| 30 | Дзеркало над умивальником з боковим або верхнім освітленням | 2 |
| 31 | Поличка для туалетних речей | 2 |
| 32 | Завіски для ванни чи душу | 2 |
| 33 | Килимок на підлозі | 2 |
| 34 | Фен для сушіння волосся | 2 |
| 35 | Тримач для рушників, гачки для одягу | 2 |
| 36 | Склянка | 4 |
| 37 | Рушники на кожного гостя не менше ніж | 4 |
| 38 | Банний рушник | 2 |
| 39 | Халат банний (на кожного гостя) | 4 |
| 40 | Шапочка банна (на кожного гостя) | 4 |
| 41 | Тапочки банні (на кожного гостя) | 4 |
| 42 | Туалетні речі на кожного гостя (замінюють в міру використовування): | 4 |
|  | а) туалетне мило; | 2 |
|  | б) туалетне мило або дозатор рідкого мила | 2 |
| 44 | Шампунь, піна (сіль) для ванни з емблемою готелю | 2 |
| 45 | Туалетний папір; | 2 |
| 46 | Тримач для туалетного паперу; | 2 |
| 47 | Щітка для унітаза (у футлярі); | 2 |
| 48 | Кошик для сміття з вогнетривкого матеріалу; | 2 |
| 49 | Пакети для предметів гігієни | 2 |
| 50 | Накривка до унітаза | 2 |
| 51 | Міні сейф | 2 |
| 52 | Телефон у номері | 2 |
| 53 | Міні бар | 2 |
| 54 | Телевізор | 3 |
| 55 | Радіоприймач | 2 |

**2.2 Характеристика організаційної структури готелю «Харків»**

Для досягнення поставлених цілей та завдань у готелі «Харків» розроблено організаційну структуру, яка дозволяє розподілити роботу між усіма працівниками.

До організаційної структури готелю «Харків» входять такі відділи та служби:

1. відділ кадрів;
2. маркетингова служба;
3. інженерно-технічна служба;
4. служба охорони праці й техніки безпеки;
5. плановий відділ (бухгалтерія);
6. служба прийому та обслуговування.

Організаційна структура ТОВ «Готель «Харків»» є лінійно-функціональною.

Середньооблікова чисельність штатних працівників складає 118 осіб.

У табл. 2.3 наведений режим роботи служб підприємства.

Таблиця 2.3 ‑ Режим роботи служб підприємства

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Найменування служб підприємства | Режим роботи |
| 1 | салон краси | 9.00 – 20.00 |
| 2 | ресторан | 8.00 – 24.00 |
| 3 | Інтернет-Зал | цілодобово |
| 4 | пральня | 9.00 – 18.00 |
| 5 | Адміністратор (надання інформаційних послуг, замовлення квитків) | цілодобово |

Характеристика функціональних обов’язків працівників окремих підрозділів та служб:

* + Відділ кадрів (організація роботи в колективі: підбір, їх навчання, стабільність, скорочення витрат праці, підвищення матеріального стимулювання);
  + Прийом та обслуговування гостей (бронювання, реєстрація, розподіл номерів, надання гостям різноманітних інформаційних послуг, оплата проживання та оформлення необхідної документації);
  + Служба маркетингу (служба складається з трьох відділів: відділ збуту, відділ реклами та відділ туризму. Відділ збуту організовує власну діяльність з вивчення попиту та планування асортименту товарів і послуг та стимулювання збуту. Відділ туризму вивчає попит і планує). Спектр туристичних послуг узагальнює роботу з іншими туристичними фірмами. Відділ реклами організовує просування реклами та стимулювання попиту);
  + Служба інженерії (інженерно-технічні питання всього персоналу готелю);
  + Служба охорони праці та безпеки життєдіяльності (ведеться безперервна робота з усунення найменших причин виробничого травматизму, постійний контроль за роботою всіх служб і структурних підрозділів готелю з метою вдосконалення та створення безпечної психіки, підвищення безпеки та захисту, підвищення культури виробництва, розвитку організаційної, технічні та санітарно-гігієнічні заходи щодо запобігання);
  + Плановий відділ (бухгалтерія) (аналіз виробничо-фінансової діяльності, збір даних по підприємству за рік та звітність).

Згідно з відгуками TripAdvisor, багато гостей відгукуються про чудову їжу та чудовий персонал [33]. У «Готель «Харків» багато досить сильних конкурентів з категорії 4 зірки. Тим не менш, «Готель «Харків» має відмінне розташування в самому центрі міста, тому може бути популярним як серед туристів, так і для тих, хто приїжджає до міста Харків у відрядження. «Готель «Харків» пропонує чисті номери, в кожному номері є телевізор, кондиціонер, Wi-Fi, окремий санвузол. Відповідно до відгуків TripAdvisor, багато гостей відгукнулися про чудову їжу та чудовий персонал (Додаток А).

За відгуками Booking.com [4], цей готель знаходиться в найпопулярнішому районі Харкова. Оцінка відмінного розташування: 9,4, «Готель «Харків» приймає гостей Booking.com з 18 березня 2011 року. Відповідно до цього Booking.com, гості повертаються сюди частіше, ніж в інші варіанти розміщення. Що стосується відгуків, то люди кажуть, що «Готель «Харків» - це спокійне та комфортне місце для проживання.

**2.3** **Оцінка впливу чинників зовнішнього середовища на діяльність «Готель «Харків»»**

З метою дослідження впливу різних факторів навколишнього середовища на готель «Харків» проведено аналіз PEST, який демонструє політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори:

* Політичні фактори

Законодавство чітко регулює готельне господарство (стандарти). Це означає, що підприємство має дотримуватися певних інструкцій. податки. Прозора податкова система. Останнім часом діють обмеження на в’їзд та виїзд з України. Це не дуже сприятлива ситуація для готельного бізнесу в Україні (немає стабільності);

* Економічні фактори

Безробіття сповільнилося (порівняно з початком пандемії). Згідно з показниками за 2021 рік, рівень безробіття серед громадян віком від 15 років та віком 15-70 років у другому кварталі 2021 року в Україні почав знижуватися – з понад 10% у першому кварталі до 9,3% або 1,6 млн осіб. Про це повідомляє УНН з посиланням на Держстат. Це означає, що відрядження також не втрачають актуальності;

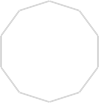
* Соціальні фактори

Рівень освіти, кваліфікація персоналу. «Готелю «Харків» ще належить працювати над цим напрямком, поки що це слабке місце готелю. Динаміка міграції. Досить багато гарних кваліфікованих кадрів покидає Україну, що негативно позначається на якості вітчизняного готельного бізнесу;

* Технологічні фактори

«Готель «Харків» має власну систему бронювання на офіційному сайті. Також доступні сторонні сайти (наприклад, booking). Нажаль, нових технологій, які могли б виділитися на тлі інших готелів тієї ж категорії - поки не спостерігалося. Над цим ще варто працювати. Що стосується конкуренції на ринку, то готелів однієї категорії (або близької) багато, тому конкуренція велика і учасники повинні докласти максимум зусиль, щоб залучити якомога більше гостей. На рис. 2.2 показано стан готелю «Харків» серед конкурентів.

Для оцінки основних конкурентів використовувався бал, який дозволяє на основі відгуків, відкритої інформації оцінити діяльність готелів. Для побудови багатокутника конкурентоспроможності використовувалася 5-бальна шкала, де 1 бал є найнижчим, а 5 – найвищим.



Робота з відгуками

Вебсайт

Клієнторієнтованість

Реклама

Акції

0

Просування у соц.

мережах

2

1

Відповідність послуг до

заявлених

3

Ціни

4

Якість сервісу

Розташування

5

Готель "Харків"

Cosmopolit Hotel

Premier Hotel Aurora

Рисунок 2.2 ‑ Полігон основних конкурентів

На рис. 2.2 порівнюється «Готель «Харків» з готелями «Космополіт» і «Прем’єр готелем Аврора». Ці готелі були обрані в якості конкурентів через схожий спектр послуг і категорію готелю. Прем’єр-Аврора має здебільшого вищі показники «Готелю «Харків», але завдяки цьому показнику стає зрозуміло, над якими напрямками варто працювати «Готелю «Харків».

Таким чином, можна зробити висновок щодо сильних і слабких сторін «Готелю «Харків»:

Сильні сторони:

* гарне розташування та взаємодія зі сторонніми сайтами бронювання, такими як Booking.com;
* великий номерний фонд і різна вартість, що дозволяє приймати гостей з різним бюджетом;
* надання високоякісних послуг;
* робота з відгуками;
* різні додаткові послуги.

Слабкі сторони:

* маркетингова політика (просування в соціальних мережах, крім офіційного сайту готелю);
* невелика кількість реклами;
* діяльність відділу роботи з працівниками (необхідно більше часу приділяти мотивації, покращенню умов праці працівників різних категорій, проведенню просвітницької роботи, проведенню тренінгів для розвитку працівників у різних напрямках).

Так, оцінка «Готелю «Харків» показала, що минулого року підприємство спрацювало прибутковіше, ніж цього року. Дані вибрано за 2019-2021 роки. Однією з причин зниження доходів стала пандемія коронавірусної інфекції, яка сприяла зменшенню кількості гостей у готелі.

**2.4 Аналіз фінансово-господарської діяльності готелю «Харків»**

Метою роботи кожного підприємства є одержання прибутку, що досягається в результаті виробництва і реалізації продукції, послуг, робіт. На підприємстві фінансовий результат господарської діяльності визначається різницею доходів і витрат. Якщо цей баланс негативний, витрати значно перевищують доходи, підприємство є збитковим. Якщо навпаки – підприємство є прибутковим.

Для аналізу фінансових результатів роботи підприємства використовуються дані форми №2 «Звіт про фінансові результати» і наведені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 ‑ Фінансові результати роботи готелю, тис. грн.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Показники | Роки | | |
| 2019 | 2020 | 2021 |
| 1 | Доход від реалізації послуг | 801,9 | 1021,6 | 1352,5 |
| 2 | ПДВ | 133,7 | 170,0 | 225,4 |
| 3 | Чистий доход від реалізації послуг | 935,6 | 1191,6 | 1577,9 |
| 4 | Дохід від надання додаткових послуг (автостоянки, сауни, ресторану, кафе, бару, аптечного кіоску) | 381,8 | 487,0 | 541,7 |
| 5 | Дохід від іншої реалізації (оренда, відсотки до одержання й ін.) | 343,8 | 513,8 | 429,0 |
| 6 | Витрати на виробництво реалізованих послуг | 1372,0 | 1807,2 | 2056,3 |
| 7 | Інші витрати | 16,7 | 17,1 | 9,2 |
| 8 | Фінансові результати (до оподатковування) | 5,1 | 28,1 | 32,3 |
| 9 | Податок на прибуток | 17,8 | 16,7 | 18,6 |
| 10 | Чистий прибуток | -12,7 | 11,4 | 13,1 |

Як видно з таблиці в 2019 р. чистий дохід від реалізації послуг становив 935,6 тис. грн., в 2020 р. збільшився до 1191,6 тис. грн., а у 2021 р. до 1577,9 тис. грн. Також збільшилися доходи від іншої реалізації з 343,8 тис. грн. до 429 тис. грн. Під час виробництва та реалізації послуг зросли витрати готелю з 1372 тис. грн. в 2019 р. до 2056,3 тис. грн. В результаті в 2019 р. готель отримав збиток в розмірі 12,7 тис. грн., в 2020 р. прибуток 11,4 тис. грн., а в 2021 р. він знову зріс до 13,7 тис. грн.

Фінансовий результат діяльності готелю представлений на рис. 2.3.

**Фінансовий результат готелю**

-12,7

11,4

13,1

**-15**

**-10**

**-5**

**0**

**5**

**10**

**15**

2019

**2020**

**2021**

**роки**

Тис.грн.

Рисунок 2.3 ‑ Фінансовий результат діяльності готелю

**2.5 Аналіз ліквідності готелю**

Фінансовий стан підприємства у короткостроковий період оцінюється показниками ліквідності та платоспроможності, які характеризують можливість своєчасного та повного виконання розрахунків за короткостроковими обов’язками перед контрагентами.

Аналіз платоспроможності та ліквідності важливий не тільки для підприємства, а й для зовнішніх інвесторів.

Платоспроможність – наявність у підприємства грошових коштів та їх еквівалентів у кількості, достатньої для розрахунку за кредиторською заборгованістю, яка потребує погашення. Поняття платоспроможності та ліквідності дуже близькі. Від ступеню ліквідності залежить платоспроможність підприємства. Ліквідність характеризує не тільки текучий стан активів, а й майбутній.

Ліквідність балансу визначається як ступінь покриття обов’язків організації її активами, строк перетворення яких у гроші відповідає строку погашення обов’язків. Аналіз ліквідності балансу виражається у порівнянні засобів по активу з обов’язками по пасиву.

Залежно від ступеню ліквідності, тобто швидкості перетворення у грошові кошти, активи підприємства розподіляють на наступні групи:

Л1. Найбільш ліквідні активи. До них належать усі статті грошових засобів підприємства та текучі фінансові інвестиції. Дана група розраховується наступним чином:

 *(2.1)*

Л2. Активи, які швидко реалізуються. До цієї групи належать активи, для обігу яких у грошову форму потрібен час: готова продукція, товари, дебіторська заборгованість, векселі отримані. Ця група розраховується за формулою 2.2.

 *(2.2)*

Л3. Активи, що реалізуються повільно. До цієї групи належать виробничі запаси у незавершеному виробництві, витрати майбутніх періодів, а також оборотні активи, які не увійшли у перші дві групи:

 *(2.3)*

Л4. Активи, які важко реалізуються. До цієї групи належать необоротні активи підприємства, вартість яких відбита у першому розділі балансу:

 *(2.4)*

Пасиви балансу згруповуються за ступенем підходу строку їх оплати наступним чином:

П1. Найбільш термінові зобов’язання. До них прийнято відносити кредиторську заборгованість за отриманими товарами, роботами, послугами:

 *(2.5)*

П2. Короткострокові пасиви. До цієї групи належать короткострокові займані засоби, текучі обов’язки за розрахунками та інші поточні зобов’язання. Крім цього, до цієї групи відносять статті четвертого розділу пасиву балансу без кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги, і статті другого та п’ятого розділів пасиву балансу з урахуванням вище сказаних обмеженостей. Формула визначення суми таких пасивів має наступний вигляд:

 *(2.6)*

П3. Довгострокові пасиви. Ця група пасивів представлена довгостроковими обов’язками підприємства, які відбиваються у третьому розділі пасиву балансу, а також статті другого та п’ятого розділів пасиву балансу, які не віднесені до другої групи:

 *(2.7)*

П4. Постійні (стійкі) пасиви – це статті першого розділу пасиву балансу:

* (2.8)*

Для визначення ліквідності балансу необхідно зрівняти результати наведених груп за активом та пасивом. Баланс є абсолютно ліквідним, якщо:

 *(2.9)*

При розрахунку оцінки ліквідності балансу у розрахунок приймаються оборотні активи підприємства та залучені джерела фінансування. Зрівняння результатів першої групи активів та пасивів відбиває відповідність текучих платежів та надходжень. Зрівняння другої групи активів та пасивів балансу показує тенденцію збільшення або зменшення текучої ліквідності у майбутньому. Зрівняння результатів третьої та четвертої груп активів та пасивів відбиває відповідність платежів та надходжень у далекому майбутньому.

Наведемо розрахунок груп активів та пасивів балансу в табл. 2.5.

Результати розрахунку показують, що зрівняння результатів груп активів та пасивів має наступний вигляд:

Таблиця 2.5 ‑ Ліквідність балансу готелю

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Актив та пасив балансу | 2020 | | 2021 | |
| на початок року | на кінець року | на початок року | на кінець року |
| Л1 | 8,4 | 8,4 | 8,4 | 8,4 |
| Л2 | 102,9 | 115,4 | 115,4 | 137,3 |
| Л3 | 39,4 | 51,0 | 51,0 | 55,5 |
| Л4 | 1803,8 | 1763,3 | 1763,3 | 1787,7 |
| Баланс | 2030,1 | 1938,1 | 1938,1 | 1988,9 |
| П1 | 135,0 | 90,2 | 90,2 | 108,6 |
| П2 | 101,3 | 122,2 | 122,2 | 147,9 |
| П3 | 17,5 | 17,3 | 17,3 | 19,8 |
| П4 | 1703,4 | 1715,6 | 1715,6 | 1721,2 |
| Баланс | 1957,2 | 1945,3 | 1945,3 | 1997,5 |

У 2020 році:

- на початок року – ;

- на кінець року - ;

У 2021 році:

- на початок року – ;

- на кінець року - .

Як бачимо, баланс за 2019-2021 роки є абсолютно не ліквідним. постійно зростає нестача активів, що реалізуються повільно та активів для покриття довгострокових зобов’язань.

Аналіз, який було проведено, є приблизним. Більш детальним є аналіз ліквідності за допомогою фінансових коефіцієнтів.

Коефіцієнт загальної ліквідності показує ступінь оборотних засобів достатніх для задовольняння текучих обов’язків. Цей коефіцієнт повинен знаходитись у межах від одиниці до двох. Формула для розрахунку така:

* .(2.10)*

За допомогою цього коефіцієнту ліквідності оцінюється не тільки можливість підприємства погасити текучі обов’язки, а й потенційна можливість розрахуватися за довгостроковими обов’язками.

Проміжний (уточнений) коефіцієнт ліквідності є більш жорстким тестом на ліквідність, так як при його розрахунку не береться до уваги найменш ліквідна частина оборотних засобів – активи, що реалізуються повільно. Цей коефіцієнт розраховується за формулою:

 *(2.11)*

Важливо, щоб цей коефіцієнт був приблизно 1,5.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності розраховується по показникам першої групи активів. Його оптимальне значення – 0,2-0,35. Формула для розрахунку така:

 *(2.12)*

Показники ліквідності представлені в табл. 2.6.

Таблиця 2.6 ‑ Показники ліквідності балансу

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показник | 2020 | 2021 | Відхилення |
| Коефіцієнт загальної ліквідності | 0,82 | 0,78 | -0,04 |
| Проміжний коефіцієнт ліквідності | 0,58 | 0,57 | -0,01 |
| Коефіцієнт абсолютної ліквідності | 0,04 | 0,03 | -0,01 |

Як видно з наведеного розрахунку, коефіцієнти текучої та термінової ліквідності нижче нормального рівня. При цьому ліквідність балансу протягом 2020-2021 року знизилась. Але це може привести до погіршення фінансового стану підприємства у короткостроковій перспективі. Також це не свідчить про більш раціональне використання засобів та оптимізації структури балансу. Підприємству необхідно піднімати коефіцієнт абсолютної ліквідності до нижньої границі оптимального значення.

**2.6 Аналіз рентабельності готелю**

Рентабельність – це відносний показник прибутковості, що характеризує ефективність господарської та фінансової діяльності підприємства.

Залежно від того, з чим порівнюється вибраний показник прибутку, виділяють дві групи показників рентабельності:

- рентабельність капіталу або інвестицій, а саме рентабельність сукупного капіталу та рентабельність власного капіталу;

- рентабельність продажів, а саме рентабельність валова реалізованої продукції, операційна рентабельність реалізованої продукції, чиста рентабельність реалізованої продукції.

Рентабельність сукупного капіталу розраховується за формулою:

 *(2.13)*

Показник рентабельності власного капіталу цікавить здебільшого інвесторів і розраховується за формулою:

* (2.14)*

Цей показник показує, який прибуток приносить кожна інвестована власниками капіталу грошова одиниця, і є основним показником, що використовується для характеристики ефективності вкладень у діяльність того чи іншого виду.

Валова рентабельність реалізованої продукції показує ефективність виробничої діяльності підприємства, а також ефективність політики ціноутворення і визначається за формулою:

 *(2.15)*

Операційна рентабельність реалізованої продукції (послуг) визначає рентабельність підприємства після вирахування витрат на виробництво і збут товарів та показує спроможність керівництва підприємства одержати прибуток від діяльності до вирахування витрат, що не відносяться до операційної діяльності. Коефіцієнт обчислюється за формулою:

 *(2.16)*

Чиста рентабельність реалізованої продукції – показує повний вплив структури капіталу і фінансування компанії на її рентабельність і визначається за формулою:

 *(2.17)*

Валова рентабельність виробництва розраховується за формулою:

 *(2.18)*

Чиста рентабельність виробництва обчислюється за формулою:

 *(2.19)*

Показники рентабельності готелю «Харків» наведені в табл. 2.7.

Таблиця 2.7 ‑ Рентабельність готелю

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показник | 2020, % | 2021, %: | Абсолютна зміна |
| Рентабельність сукупного капіталу | 1,45 | 1,62 | 0,17 |
| Рентабельність власного капіталу | 0,66 | 0,76 | 0,1 |
| Валова рентабельність реалізованої продукції (послуг) | 15,53 | 16,67 | 1,14 |
| Операційна рентабельність реалізованої продукції (послуг) | 3,09 | 2,11 | -0,98 |
| Чиста рентабельність реалізованої продукції (послуг) | 0,81 | 0,70 | -0,9 |
| Валова рентабельність виробництва | 18,38 | 20,00 | 1,62 |
| Чиста рентабельність виробництва | 0,96 | 0,84 | -0,12 |

Як видно з розрахунків, показники рентабельності капіталу перебувають на досить низькому рівні. Позитивним є їх зростання в динаміці. Заради зростання рентабельності власного капіталу готелю доводиться жертвувати своєю фінансовою незалежністю. При цьому спостерігається операційної рентабельності (на 0,98%) та чистої рентабельності (на 0,9% ) із одночасним збільшенням валової рентабельності реалізованої продукції та послуг. Збільшення в динаміці показника валової рентабельності зумовлене перевищенням темпів зростання виручки від реалізації над темпами зростання собівартості продукції.

**2.7 Організація ресторанного господарства готелю «Харків»**

Окрім послуги розміщення, туристам у готелі «Харків» надаються і послуги ресторанного господарства, які є важливою складовою туристської індустрії. Харчування гостей та туристів відбувається в ресторані «Континент» 1 класу, який розташований на першому поверсі підприємства та складається з залу ресторану на 200 місць, банкетного залу на 60 місць, кафе «Сьоме небо».

Ресторан діє з метою повноцінного насичення регіонального ринку послугами ресторанного господарства, реалізації програм економічного і соціального розвитку шляхом використання матеріальних, виробничих та природних ресурсів для більш повного задоволення потреб населення та проживаючих у готелі.

Предметом діяльності ресторану є:

* виготовлення та реалізація продуктів харчування;
* посередницька, закупівельна та торговельна діяльність, в тому числі у вигляді комерційної, гуртової, дрібно гуртової та роздрібної торгівлі продуктами харчування, алкогольними напоями та тютюновими виробами;
* організація дозвілля населення;
* виконання посередницьких послуг в гуртовій торгівлі та продовольчому постачанні;
* закупівля сільськогосподарської продукції та сировини, їх переробка і реалізація;
* інші види діяльності, які не суперечать чинному законодавству.

Ресторан «Континент» працює цілодобово, кафе «Сьоме небо» працює з 7.30 до 23.00.

Під час обіду та вечері використовується форма обслуговування офіціантами. При обслуговуванні споживачі самостійно обирають страви з меню, а офіціанти виконують всі елементи техніки обслуговування.

*Організація роботи закладу ресторанного господарства*

Основою діяльності підприємств ресторанного господарства є виробничий процес, який являє собою сукупність процесів праці, що перетворюють вихідну сировину у готову продукцію. Управління виробничим процесом здійснюється за допомогою оперативного планування, яке дозволяє встановити завдання для кожної ділянки виробництва з урахуванням комплексного випуску продукції та найбільш повного використання можливостей виробництва.

У готелі «Харків» щоденно складається план-меню, під час розробки якого враховані асортимент страв, напоїв та кулінарних виробів, що рекомендується для ресторану та лобі-бару, співвідношення страв у асортименті, споживчий попит, наявність сировини на складі, кількісний та професійний склад виробничих робітників, рівень механізації праці. План-меню є підставою для складання меню, яке знаходиться у залі підприємства, а також є також підґрунтям для розрахунку потреби у сировині та складанні завідуючим виробництвом потреби у комори на відпускання сировини, що необхідна для виготовлення страв на день. Розрахунок кількості сировини виконується на основі Збірника рецептур страв та кулінарних виробів для підприємств ресторанного господарства, а також технологічних та калькуляційних карт на страви, що є фірмовими та розробленими підприємством.

У готелі «Харків» для збереження сировини, напівфабрикатів відповідно до науково-обґрунтованих режимів без перевищення норм природного збитку, передбачені спеціальні приміщення, в яких створені оптимальні умови для збереження якості певних видів продуктів.

Складські приміщення розміщені у цокольному поверсі підприємства «Харків» і мають зручний зв’язок із виробничою та торговельною групами приміщень. Для забезпечення нормативних умов праці з приймання продуктів та оформлення транспортних засобів і супровідних документів в групі складських приміщень обладнано спеціальне приміщення для приймання сировини та продуктів – завантажувальна. Під’їзд транспорту та розвантаження продуктів здійснюється з боку господарчого двору. Для забезпечення збереженості продуктів в складських приміщеннях створені оптимальні умови: вологість повітря, температура, кратність обміну повітря за добу. Для цього є холодильні камери, обладнанні системами природної припливно-витяжної вентиляції.

Виробничі приміщення підприємства включають заготівельні та доготівельні цехи з виготовлення напівфабрикатів та готових страв.

Виробництво напівфабрикатів організовано в м’ясо-рибному та овочевому цехах. Воно передбачає розділення виробничого процесу на спеціалізовані лінії та ділянки з виготовлення подібних за технологією напівфабрикатів та виробів. При цьому враховані асортимент продукції, способи кулінарної обробки, вимоги санітарії, умови збереження та реалізації продукції.

До групи доготівельних цехів готелю «Харків» належать гарячий та холодний цехи. В них здійснюється приготування різних страв для наступної реалізації та споживання в залах.

Гарячий цех є центральною виробничою дільницею підприємства ресторанного господарства. Тут здійснюється теплова обробка продуктів, напівфабрикатів, варка бульйонів, приготування супів, соусів, гарнірів, других страв, а також теплова обробка продуктів для холодних та солодких страв. Гарячий цех розташований поряд з холодним цехом і має зручний зв’язок із заготівельними цехами, складськими приміщеннями, роздавальною. Поруч з гарячим цехом розміщені мийні кухонного та столового посуду. В цеху організовані лінії приготування перших страв, других страв, солодких страв та гарячих напоїв. Виробнича програма цеху визначається за планом-меню.

Гарячий цех умовно ділиться на супове та соусне відділення. При цьому деякі види обладнання використовується двома відділеннями сумісно (плити, електросковороди та ін.). В цеху установлено секційно-модульоване обладнання. Над тепловим обладнанням установлені місцеві вентиляційні відсоси, які уловлюють пари та продукти розпаду, що утворюються при тепловій обробці продуктів.

Холодний цех розміщений на першому поверсі ресторануготель “Харків” у безпосередній близькості від гарячого цеху. В цеху організовані лінії приготування холодних страв та закусок і лінія приготування солодких страв та напоїв.

Для відвідувачів передбачені: вестибюль, гардероб з кількістю місць для збереження одягу в гардеробній рівним кількості місць у залах. Вестибюль – перше приміщення, куди входять споживачі і де починається обслуговування. Роздавальна розташована таким чином, що є зручний зв’язок із залом ресторану, сервізною, мийною столового посуду.

Важливим у організації роботи підприємства є організація праці.

Розробка раціонального режиму труда та відпочинку здійснена відповідно до КЗпП України та режиму роботи підприємства, правил внутрішнього трудового розпорядку. На підприємстві ресторанного господарства застосовується комбінований графік виходу на роботу робітників – лінійний – для адміністративно-обслуговуючого персоналу, ступінчатий – для робітників виробництва, залу та торговельних робітників Для високоякісного виробництва кулінарної продукції ресторан забезпечений усім необхідним обладнанням.

Виробничо-торговельна структура ресторану наведена на рис. 2.4.

Як відомо, правильне розміщення виробничих цехів, раціональна організація робочих місць забезпечують підвищення продуктивності праці, дозволяють економічно використовувати сировину, скорочувати відходи при первинній обробці продуктів і покращують якість виготовлених виробів.

В ресторані «Континент» висота виробничих приміщень складає 3,2 метра, стіни обкладені плиткою на висоту 1,5 метри у цехах водонепроникна підлога з поклоном для стікання води, використовується як природне так і штучне освітлення (люмінесцентні лампи денного освітлення). Цехи окрім вентиляції обладнані автоматичними установками для кондиціювання повітря, що забезпечує потрібну температуру та вологість повітря, створює добрий мікроклімат.

Охолоджувані камери

Фруктів,

зелені та

напоїв

Молочно-жирових

продуктів та

гастрономії

М’ясо - рибна

Овочів

Вино -

горілчаних

виробів

Овочевий

М’ясо-рибний

Гарячий

Холодний

Мийна

кухонного

посуду

Охолоджувана

камера харчових

відходів

Буфет

Хліборізка

Вестибюль з гардеробом та туалетними кімнатами

Зал ресторану

Мийна

столового посуду

Зал лобі-бару

з барною стійкою

Сухих

продуктів

Роздавальна

Приміщення для

надання інформацій-но-консультативних

послуг

Сервізна

Комора

та мийна тари

Комора інвентарю

Неохолоджувані комори

Заготівельні цехи

Доготівельні цехи

Технічні приміщення

Адміністративно-побутові приміщення

Торговельні приміщення

Складські приміщення

ЗАВАНТАЖУВАЛЬНА

Рисунок

2.4 ‑‑ Виробничо-торговельна структура підприємства ресторанного господарства

Гаряча і холодна вода підведена до ванн, раковин, плит і котлів. Каналізація забезпечує швидке видалення відходів і стічних вод, всі труби сховані у підлозі і настилах.

* 1. **Організація надання послуг ресторанного господарства у ресторані**

**«Континент» при готелі «Харків»**

Служба ресторанного господарства, яка працює у готелі «Харків» цілодобово, забезпечує обслуговування споживачів в ресторані, кафе та буфеті, які надають номенклатуру послуг ресторанного господарства (рис. 2.5).

*Послуга харчування ресторану* є послугою з виготовлення, реалізації і організації споживання широкого асортименту страв та виробів складного виготовлення всіх основних груп з різних видів сировини, покупних товарів і винно-горілчаних виробів, що надається кваліфікованим виробничим і обслуговуючим персоналом в умовах підвищеного рівня комфорту і матеріально-технічного оснащення в поєднанні з організацією дозвілля. Ця послуга надається усім проживаючим у готелі, а також споживачам зі сторони за плату, яка відповідає їхнім замовленням.

*Послуга з виготовлення кулінарної продукції і кондитерських виробів* включає виготовлення кулінарної продукції і кондитерських виробів за замовленнями споживачів, у тому числі, в складному виконанні і з додатковим оформленням на підприємстві ресторанного господарства. За організацію цієї послуги відповідає завідуюча виробництвом, яка дає розпорядження для її виконання кухарам, що виготовляють продукцію у виробничих приміщеннях ресторану. Ця послуга надається висококваліфікованими кухарами у гарячому та холодному цехах.

Послуга харчування ресторану

Послуги

харчування

Послуга харчування кафе

П

О

С

Л

У

Г

И

Р

Е

С

Т

О

Р

А

Н

Н

Г

О

Г

О

С

П

О

Д

А

Р

С

Т

В

А

Виготовлення кулінарної продукції і кондитерських

виробів за замовленнями споживачів

Послуги з

виготовлення

кулінарної

продукції

Організацію і обслуговування торжеств, сімейних обідів у залі ресторану та банкетного залу

Організація харчування і обслуговування учасників

конференцій, семінарів, нарад, культурно-масових заходів

Послуги з організації споживання

продукції та

обслуговування

Доставка кулінарної продукції, кондитерських виробів і обслуговування споживачів на робочих місцях

Доставка кулінарної продукції і кондитерських виробів за замовленням і обслуговування в номерах готелів

Організація раціонального комплексного харчування

Послуги з реалізації

кулінарної

продукції

Комплектацію наборів кулінарної продукції в дорогу

туристам для самостійного приготування кулінарної

продукції

Організація музичного обслуговування в залі ресторану та кафе

Послуги з

організації дозвілля

Організація проведення концертів, програм вар'єте і

відеопрограм

Надання газет, журналів, настільних ігор

Надання парфумерії, обладнань для чищення взуття

Дрібний ремонт і чищення одягу

Упаковка страв і виробів, що залишилися після

обслуговування споживачів

Упаковка кулінарних виробів, придбаних на підприємстві

Консультації спеціалістів з виготовлення, оформлення кулінарної продукції та сервіровці стола

Рис. 2.1 – ПОСЛУГИ, ЯКІ НАДАЮТЬСЯ ПІДПРИЄМСТВОМ, ЩО ПРОЕКТУЄТЬСЯ, КОТРЕ ВКЛЮЧАЄ РЕСТОРАН ТА ДЕСЕРТНИЙ БАР

Надання газет, журналів (у вестибулі підприємства)

Організація проведення концертів, відеопрограм із запрошенням співаків, естрадних груп, ведучих програм

Організація музикального обслуговування

у залі ресторану та десертного бара

Установка ігрових автоматів (у вестибулі підприємства)

Інформаційно-консультативні

послуги

Послуги з організації дозвілля

Надання споживачам телефонного і факсимільного зв'язку

Інші

послуги

Виклик таксі за замовленням споживача

Паркування особистих автомашин споживачів на

організовану стоянку поряд з підприємством.

Рисунок 2.5 – Номенклатура

послуг ресторанного

Гарантоване зберігання особистих речей (верхнього одягу), сумок і цінностей споживача

господарства

*Послуги з організації споживання продукції та обслуговування* включають:

1) організацію і обслуговування торжеств, сімейних обідів. За цю послугу відповідає адміністратор ресторану, який залучає для її виконання усіх працівників ресторану: барменів, офіціантів, прибиральників, мийників столового посуду, кухарів тощо. Ця послуга надається майже кожного вихідного дня. Крім вартості страв споживач сплачує вартість музичного обслуговування та оренду залу, а також усі інші додаткові послуги за його бажанням;

2) організацію харчування і обслуговування учасників конференцій, семінарів, нарад, культурно-масових заходів в зонах відпочинку і т. ін. За цю послугу також відповідає адміністратор ресторану під чітким керівництвом директора ресторану. Цю послугу замовляють заздалегідь, обговорюючи усі питання; послуга надається 2-3 рази на місяць у приміщенні ресторану або банкетного залу. За проханням учасників конференції надається послуга секретаря та необхідна техніка для проведення такого роду заходів.

Надання цих послуг передбачає розробку меню, добір столового посуду, наборів, білизни, оформлення інтер’єру, розстановку меблів, попередню сервіровку столів, обслуговування офіціантами та музичне обслуговування. Для надання музичного обслуговування на підприємстві передбачена естрада та місце для танців.

3) доставку кулінарної продукції, кондитерських виробів і обслуговування споживачів на робочих місцях. Замовлення приймає старший офіціант;

4) доставку кулінарної продукції і кондитерських виробів за замовленням і обслуговування в номерах готелю. Останнім часом ця послуга є дуже поширеною, бо вона є зручною для споживачів, які живуть у готельних номерах. Послуга є платною та становить 10% від замовлення. Відповідає за надання офіціант, який обслуговує даний номер (усі номери розподілені та закріплені за офіціантами);

5) організацію раціонального комплексного харчування. Ця послуга полягає в тім, що для споживачів готелю, надається 6 варіантів комплексного харчування за однаковою ціною: 3 варіанти по 55 гривень та 3 варіанти по 80 гривень. Варіанти харчування розробляє завідувач виробництвом, а затверджує директор ресторану.

*До послуги з реалізації кулінарної продукції* відносять комплектацію наборів кулінарної продукції в дорогу туристам для самостійного приготування кулінарної продукції. Ця послуга надається дуже рідко і лише за замовленням споживачів, тобто туристів, які складають список необхідних їм продуктів та надають адміністратору ресторану, який підраховує загальну кількість та суму продуктів. Усі продукти офіціант запаковує у спеціальні пакети та видає туристам.

*Послуги з організації дозвілля* включають:

1) організацію музичного обслуговування, яке включає запрошення співаків, танцювальних гуртків, надання необхідної апаратури, живу музику, магнітофони, радіомовлення та т. ін.;

2) організацію проведення концертів, програм вар'єте і відео програм: надання відеоапаратури для зйомки заходів, які проходять у залі ресторану або банкетному залі, запрошення гуртів (співаків та танцюристів);

3) надання газет, журналів, настільних ігор у аванзалі. Номери газет та журналів, які містять туристську інформацію змінюють двічі на тиждень. За це несе відповідальність адміністратор ресторану.

*Інші послуги* включають:

1) надання парфумерії, обладнань для чищення взуття і т. ін. Ця послуга надається гардеробником у вестибюлі під час обслуговування торжеств, банкетів, семінарів тощо;

2) дрібний ремонт і чищення одягу. Цей вид послуг надається кожного дня усім споживачам ресторанного господарства у гардеробника в вестибюлі;

3) упаковку страв і виробів, що залишилися після обслуговування споживачів;

4) упаковку кулінарних виробів, придбаних на підприємстві виконують виключно для усього контингенту споживачів кожного дня. Пакування виконує той, хто відпускав продукцію, це може бути офіціант, буфетник, старший офіціант та ін.;

5) надання споживачам телефонного і факсимільного зв’язку на підприємстві. З цією ціллю у вестибюлі встановлено телефонний апарат під акустичним ковпаком, який забезпечує міський, міжміський, міжнародний зв’язок, яким можна скористатися придбавши телефонну картку у адміністратора. Факсимільний зв’язок надається учасникам конференцій, семінарів за їх проханням;

6) гарантоване зберігання особистих речей (верхнього одягу), сумок і цінностей споживача. Для організації цієї послуги у гардеробі встановлено сейф, речі до якого приймає гардеробник і несе за них відповідальність. Послуга надається для всього контингенту споживачів кожного дня;

7) виклик таксі за замовленням споживачів. Послуга надається водієм, який працює на підприємстві та за допомогою служб таксі. Таксі викликає старший офіціант та піклується про те, щоб саме той споживач, який його замовляв, поїхав на ньому;

8) паркування особистих автомашин споживачів на організовану стоянку поряд з підприємством. До цієї послуги адміністрація ресторану залучає водія, який припарковує машину, а потім під’їжджає на ній до входу у ресторан, або це робить сам споживач.

За послуги з організації дозвілля та інші додаткові послуги несе відповідальність адміністратор ресторану, вони є платними і організовуються за замовленнями споживачів.

Послуги ресторанного господарства, що надає ресторан «Континент» відповідають таким вимогам:

- відповідність цільовому призначенню;

- точність і своєчасність надання;

- безпека та екологічність;

- ергономічність та комфортність;

- естетичність;

- культура обслуговування;

- соціальна адресність;

- інформативність.

Послуги ресторанного господарства відповідають вимогам безпеки і екологічності, цільовому призначенню і надаються споживачам в умовах, що відповідають вимогам діючих нормативних документів.

Також при наданні послуг врахована вимога ергономічності, яка характеризує відповідність умов обслуговування гігієнічним, антропометричним, фізіологічним можливостям споживання. Дотримання вимог ергономічності забезпечує комфортність обслуговування і сприяє збереженню здоров'я і працездатності споживача.

Послуги, що надаються, відповідають вимогам естетичності. Естетичність характеризується гармонійністю архітектурно-планувального і колористського рішення приміщень ресторанного господарства, а також умовами обслуговування, у тому числі, зовнішнім виглядом обслуговуючого персоналу, сервіровкою столу, оформленням і подачею кулінарної продукції.

Послуги мають соціальну адресність, тобто відповідність вимогам певного контингенту споживачів.

Послуги ресторанного господарства, так само як і готельні послуги готелю «Харків», інформативні. Вимога інформативності припускає повне, достовірне і своєчасне інформування споживача про послугу, що надається. Своєчасна і достовірна інформація про харчову і енергетичну цінність кулінарної продукції дозволяє споживачу правильно, з урахуванням вікових особливостей і стану здоров'я, вибрати необхідне блюдо і кулінарний виріб. Вимога інформативності припускає використовування різноманітних видів реклами.

Особливу увагу на підприємствах ресторанного господарства приділяється безпеці послуг та їх наданню для життя і здоров'я споживачів, забезпеченню збереження їх майна і охорону навколишнього середовища.

Виробнича програма ресторану відбиває завдання за кількістю та якістю надання послуг у спеціально устаткованих приміщень. Виробнича програма підприємства ресторанного господарства – план-меню – одноденний перелік страв з вказівкою виходу та кількості страв. На підставі плану-меню розробляється завдання з випуску визначеного асортименту та обсягу продукції. План-меню є підставою для складання меню, яке повинно бути у залі підприємств ресторанного господарства. План-меню є також підставою для розрахунку потреб у сировині та складанні завідуючим виробництвом потреби у комору на відпустку сировини, що необхідна для виготовлення страв на день.

Споживач має можливість вибору будь-якого варіанту харчування. Це може бути або сніданок, або дворазове харчування (сніданок і вечеря), або триразове харчування. Сніданок надається не пізніше сьомої години ранку і до десятої. Також для гостей надається послуга бронювання місць у ресторані через адміністратора ресторану.

Ресторан розташовано в одній будівлі з готелем, їх лише розділяють двері. Але, якщо споживач бажає замовити собі сніданок, обід чи вечерю, або ще щось інше у номер, то він телефонує до ресторану та робить замовлення. Останнім часом ця послуга є дуже поширеною, але вона не працює цілодобово – лише з сьомої ранку до дванадцятої ночі.

**Організація сніданків у готелі «Харків»**

Для споживачів готелю щоденний ресторанний сервіс починається зі сніданку. Види сніданків залежать від контингенту споживачів.

*Континентальний сніданок* одержав свою назву від англ. continental breakfast, тобто прийнятий на європейському континенті протягом багатьох десятиліть. Він включає стандартний набір: каву, чай або гарячий шоколад, цукор, вершки (молоко), лимон, два види повидла, джему або мед, кілька видів хлібобулочних виробів. Часто континентальний сніданок буває включений у ціну проживання в номері готелю.

*Розширений сніданок* ‑ в меню передбачені різноманітні фруктові й овочеві соки, шинка, сир, ковбаса, страви з яєць, сир, йогурти, пластівці кукурудзи з молоком. Деякі зі страв готують за індивідуальними замовленнями споживачів, про що повідомляють офіціанти.

*Англійський сніданок* є класичним варіантом, оскільки містить у собі чай або каву, які доставляють у номер. Доповненням до напоїв є: цукор, булочки, тости, вершкове масло, джем, мед, варення. Цей так званий короткий сніданок (short breakfast) за бажанням гостя він може бути доповнений яєчнею із шинкою або беконом; яйцями, смаженими на хлібі; омлетом із шинкою або печерицями; рибними стравами; вівсяною кашею або супом на молоці із цукром. Сервірується сніданок так само, як і розширений, але під час замовлення рибної страви або вівсянки офіціант додатково сервірує стіл наборами для риби столовою ложкою).

*Американський сніданок* передбачає подання питної води з кубиками льоду, фруктових соків, свіжих фруктів (грейпфруту, кавуну, ягід з молоком або вершками) або компоту з фруктів (слив, персиків), страв зі злаків (кукурудзяних, рисових пластівців), невелику порцію м'яса, пирогів та ін.

*Сніданок із шампанським* проходить у термін між 10.00 та 11.30. Він передбачає подання кави, чаю, алкогольних напоїв (шампанського, вина), холодних закусок та гарячих страв, супів, салатів, десерту Цей сніданок пропонується споживачам у формі буфета. Шампанське подається за наявності будь-якого приводу, наприклад, дня народження одного з учасників обслуговування.

*Пізній сніданок* проходить у термін між 10.00 й 14.00 та передбачає подання гарячих й холодних напоїв, булочок, масла вершкового, джему, ковбаси, сиру, супів, гарячих м'ясних страв, десерту. Цей сніданок є альтернативою сніданку й обіду. Під час організації сніданків, обідів та вечерь можуть використовуватись такі методи обслуговування:

* а-ля карт (a la carte) – з меню страв та напоїв споживачі вибирають те, що їм найбільше подобається, після чого замовлення передається на виробництво та відразу ж починається готування замовлених страв та напоїв. Офіціант активно допомагає споживачам вибрати страви та напої;
* а парт (a part) – споживачі замовляють страви попередньо, обслуговування здійснюється у суворо встановлений проміжок часу;
* табльдот (table d'hote) – відрізняється від a part тим, що усі споживачі обслуговуються в один і той же час та за однаковим меню;
* «шведський стіл» – споживачі самостійно вибирають страви з широкого асортименту за бажанням.

**Обслуговування споживачів у номерах готелю**

У готелі «Харків» здійснюється обслуговування туристів у номерах, що вимагає від працівників готелю особливої підготовки. Це пов’язано не тільки з виконанням побажань гостей, сервіровкою стола, послідовністю подачі страв, технікою обслуговування, але й із правилами поведінки в номері. Усі працівники готелю, що беруть участь в обслуговуванні номерів, повинні пройти спеціальний інструктаж про дотримання правил етикету, поводження в номері.

Кількість офіціантів визначають залежно від класу готелю, числа проживаючих у ній гостей, наявності службових ліфтів, що забезпечують зв’язок між поверхами, торговельним залом і виробництвом ресторану. Графік роботи становлять заздалегідь. Офіціант перед початком роботи підготовляє сіль, перець, гірчицю, посуд, необхідний для виконання замовлень. Готуючись для подачі сніданку на одну людину, офіціант повинен мати предмети, необхідні для сніданку, і приготовлені страви розмістити на підносі так, як при сервіровці столу, оскільки їжу можна приймати на підносі. Якщо передбачається сніданок (вечеря) на кілька людей, то для подачі використовують офіціантський візок.

Замовлення на обслуговування в номері, що не надійшли заздалегідь передаються споживачами офіціантові по телефону. Іноді (у вечірні години) гості просять працівника ресторану прийти для складання замовлення в номер. Потім офіціант по телефону передає замовлення на виробництво ресторану й під час його виконання підготовляє посуд і прибори, необхідні для сервіровки столу в номері. Якщо замовлення надходять у той час, коли черговий офіціант зайнятий обслуговуванням у номері, то їх приймає й реєструє в книзі обліку метрдотель або інший член бригади офіціантів залу, при цьому записуючи з якого номера він переданий, час його виконання, асортимент страв та напоїв, особливості готування, кількість гостей тощо.

Підібравши необхідні для сервіровки предмети, офіціант розміщає їх на підносі так, щоб найбільш важкі перебували ближче до центру. По краях підносу навантаження повинно бути розподілено рівномірно. Направляючись до номеру, офіціант несе піднос на лівій руці. Якщо в номері немає обіднього стола, для сервіровки використають частину письмового стола або журнальний столик. Сервірують стіл так само, як у залі ресторану, але використовують меншу кількість скляного посуду. Якщо при обслуговуванні в номері застосовують офіціантський візок, то на ньому комплектують кілька невеликих замовлень із номерів одного поверху.

Страви офіціант одержує на виробництві та доставляє їх у номери в посуді із кришками або покриває лляними серветками. При великій кількості замовлень номери обслуговують два офіціанти. Один з них займається підготовчою роботою з підбору посуду для сервіровки, передачі й одержанню замовлень із виробництва, комплектуванням замовлень на піднос, візок, а інший або обоє безпосередньо обслуговують у номері. Після обслуговування офіціант забирає усі набори, посуд, прибирає стіл. Іноді посуд, прибори на прохання гостей можна залишити в номері до наступного дня.

У книзі обліку посуду записують номер, у якому залишений посуд, і її кількість. Про це попереджають покоївку й чергову на поверсі. Офіціанти іншої зміни, перевіряючи перед початком роботи наявність переданого посуду, приборів і столової білизни, ураховують кількість, залишених в номері. У процесі роботи використаний посуд, що звільнився, забирають із номера, відзначаючи в журналі обліку, що вона повернута. Додаткову плату за обслуговування в номерах установлюють за тарифами на додаткові послуги.

Досить важливим ресурсом підприємства, без якого воно не могло б здійснювати свою діяльність є персонал. Структура персоналу ресторану представлена на рис. 2.6.

Рада акціонерів готелю

Адміністративно-побутовий персонал

Виробничий

персонал

Обслуговуючий персонал

Директор

готелю

Бухгалтер

Завідувач

виробництвом

Кухар

Мийники кухонного посуду

Кухонний

працівник

Бармени

Офіціанти

Мийники столового посуду

Комірник

Гардеробник

Рисунок 2.6‑ Структура персоналу ресторану

В ресторані працює 25 працівників, які здійснюють безпосереднє виготовлення продукції, доставку її в торговельні зали та обслуговування споживачів.

**Висновки до 2 розділу**

Наведена організаційно-економічна характеристика ТОВ «Готель «Харків»». Готельний комплекс «Харків» знаходиться у центрі міста Харків, має категорію 4\*\*\*\* та пропонує широкий спектр послуг. Товариство має право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність відповідно до законодавства України. Окреслені предмет, цілі та напрями діяльності готелю «Харків».

Сформовано організаційну структуру готелю «Харків», яка дозволяє розподілити роботу між усіма працівниками. Проведено оцінку впливу чинників зовнішнього середовища на діяльність «Готель «Харків»».

Наведено матеріально-технічне та санітарно-гігієнічне оснащення номерів

Характеристика функціональних обов’язків працівників окремих підрозділів та служб:

З метою дослідження впливу різних факторів навколишнього середовища на готель «Харків» проведено аналіз PEST, який демонструє політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори. В якості конкурентів готелю «Харків» обрані готелі «Космополіт» і «Прем’єр готелем Аврора» через схожий спектр послуг і категорію готелю. Результати дослідження показали сильні і слабкі місця та виявили напрями покращення діяльності готелю «Харків».

Проаналізовано фінансово-господарську діяльність готелю «Харків». Розрахунки показали низький рівень показників рентабельності капіталу, але позитивним є їх зростання в динаміці.

Охарактеризовано послуги ресторанного господарства, що надаються у ресторані «Континент» 1 класу, який складається з залу ресторану на 200 місць, банкетного залу на 60 місць, кафе «Сьоме небо». Наведено організацію ресторанного господарства готелю «Харків», виробничо-торговельну структуру ресторану.

Наведено організацію надання послуг ресторанного господарства у ресторані «Континент» при готелі «Харків». Охарактеризовано організацію сніданків у готелі «Харків», організацію обслуговування у номерах готелю, наведено структуру персоналу ресторану.

**РОЗДІЛ 3**

**РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ТОВ «ГОТЕЛЬ «ХАРКІВ»**

**3.1 Моделювання інновацій у ТОВ «Готель «Харків»»**

Особливе значення у готелі «Харків» необхідно приділяти якості сервісу, котрий позначає систему методів, які забезпечують високий рівень комфорту та задоволення різних побутових, господарських, культурних потреб гостей за умов своєчасного і професійного обслуговування.

Основні послуги, що надає готель наведені у табл. 3.1. та на рис. 3.1, 3.2.

Для готелю головною інновацією є його реконструкція: проектування у його складі підприємства ресторанного господарства – ресторану та лобі-бару та розширення спектру послуг готельно-ресторанного господарства з метою задоволення потреб споживачів.

Під час реконструкції виконано перепланування та оновлення житлових номерів. Також у готелі «Харків» запропоновані нові приміщення: сауна, тренажерна зала, медичний кабінет, перукарня, в яких надаються відповідні послуги.

Найважливішими інноваціями, розробленими для закладів готельно-ресторанного господарства є інформаційно-комп’ютерні технології, тому у готелі «Харків» впроваджено програму R-keeper, яка дозволяє значно спростити, оптимізувати і прискорити низку складних, специфічних для готельно-ресторанного бізнесу операцій. Зручність введеної автоматизації та інформатизації процесів у готелі «Харків» є очевидною як для керівників, так і для споживачів, так як дозволяють більш оперативно працювати з розрахунками відвідувачів, черговістю обслуговування, забезпеченістю пропонованого меню всіма необхідними інгредієнтами тощо.

ПОСЛУГИ ГОТЕЛЮ

Готельні послуги

Послуги ресторанного

господарства

Автотранспортні

послуги

Інші додаткові послуги

* надання номерів для проживання;
* бронювання готельних місць;
* прибирання номерів і санвузлів;
* заправка ліжок покоївкою;
* заміна білизни;
* заміна рушників;
* махрові рушники;
* кондиціювання;
* кольоровий телевізор;
* прямий телефон
* послуги харчування;
* послуги з виготовлення кулінарної продукції;
* послуги з реалізації кулінарної продукції;
* послуги з організації дозвілля;
* послуги з організації споживання та обслуговування;
* обслуговування у номерах цілодобово;
* надання сніданку;
* доставка продукції ресторану, бару до номеру
* автостоянка;
* оренда автомобілів;
* паркування автомобілів
* бронювання місць у готелі та ресторані;
* бізнес-центр;
* відео канали;
* виклик таксі;
* вечірнє підготування номеру;
* сауна;
* тренажерний зал;
* масажний кабінет;
* виклик швидкої допомоги;
* прасування одягу;
* копіювання документів;
* дрібний ремонт одягу;
* прасування білизни;
* чищення взуття;
* торговельний кіоск;
* туристська інформація та інші

Рисунок 3.1 ‑ Основні послуги готелю «Харків»

Таблиця 3.1 ‑‑ Перелік послуг, що надавите готель «Харків»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Послуга | Безкоштовна | Платна |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Служба приймання цілодобово | + |  |
| 2 | Швейцар | + |  |
| 3 | Прибирання номеру покоївкою (щоденне) і санітарних вузлів | + |  |
| 4 | Контроль санітарного стану номера протягом дня | + |  |
| 5 | Заправляння ліжок покоївкою | + |  |
| 6 | Замінювання постільної білизни (щодня або за бажанням споживача) | + |  |
| 7 | Замінювання рушників (щоденно або за бажанням споживача) | + |  |
| 8 | Махрові рушники (4 шт. на одного споживача, у т.ч. банний рушник) | + |  |
| 9 | Додаткова ковдра | + |  |
| 10 | Кондиціонер в усіх номерах | + |  |
| 11 | Телефон в рецепції, доступний для споживачів | + |  |
| 12 | Прямий телефон із міським, міжміським та міжнародним зв’язком | + | + |
| 13 | Телефон колективного користування у вестибюлі під акустичним ковпаком – міський, міжміський, міжнародний |  | + |
| 14 | Радіоприймач | + |  |
| 15 | Перенесення багажу (з машини до номеру і з номеру до машини) цілодобово | + |  |
| 16 | Надання сніданку | Входить до вартості номеру | |
| 17 | Робота ресторану |  | + |
| 18 | Робота бара цілодобово |  | + |
| 19 | Бізнес-центр (конференц-зал з телефаксом, копіювальною технікою, комп’ютерами, із доступом до Інтернету) |  | + |
| 20 | Обслуговування офіціантами в номерах (рум-сервіс) цілодобово | + |  |
| 21 | Доставка продукції ресторану і бара до номеру | + |  |
| 22 | Телевізор кольоровий у кожному номері із прийманням програм основних телекомпаній світу та готельного відеоканалу, з дистанційним управлінням | + | + |
| 23 | Фен в усіх номерах | + |  |
| 24 | Міні-бар в усіх номерах |  | + |
| 25 | Міні-сейф в усіх номерах | + |  |

Продовження таблиці 3.1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 26 | Збереження цінностей у сейфі адміністрації | + |  |
| 27 | Камера схову (цілодобово) | + |  |
| 28 | Автостоянка з охороною | + |  |
| 29 | Оренда (прокат) автомобілів |  | + |
| 30 | Бронювання місць у ресторані | + |  |
| 31 | Бронювання місць у готелі | + |  |
| 32 | Зал універсальний для проведення культурних та ділових заходів з аудіо- та відеоапаратурою з комп’ютерами, підключеними до Інтернету (wi-fi) | + | + |
| 33 | Послуги цирульні вищої категорії (салон краси) |  | + |
| 34 | Виклик таксі | + |  |
| 35 | Вечірнє підготування номеру | + |  |
| 36 | Тренажерний зал |  | + |
| 36 | Сауна |  | + |
| 37 | Масажний кабінет |  | + |
| 38 | Виклик швидкої допомоги | + |  |
| 39 | Користування аптечкою першої допомоги | + |  |
| 40 | Бронювання білетів на різні види транспорту |  | + |
| 41 | Бронювання і (або) продаж білетів до театрів, концертних зал та інші розважальні заклади |  | + |
| 42 | Прання білизни (повернення білизни протягом 12 г) | + |  |
| 43 | Прасування білизни (протягом 1 години) | + |  |
| 44 | Чищення одягу (хімчистка) |  | + |
| 45 | Дрібний ремонт одягу | + |  |
| 46 | Чищення взуття персоналом готелю | + |  |
| 47 | Прання одягу |  | + |
| 48 | Обмін валют цілодобово (на відстані 15 м від готелю за договором) |  | + |
| 49 | Приймання кредитних карточок | + |  |
| 50 | Паркування автомобілів | + |  |
| 51 | Організація зустрічі та проводжання (до аеропорту, вокзалу) |  | + |
| 52 | Туристські послуги (туристська інформація, екскурсії) |  | + |
| 53 | Торговельний кіоск із продажу сувенірів, цигарок, газет, журналів та іншої поліграфічної продукції й т.п. |  | + |
| 54 | Послуги секретаря, перекладача, посильного |  | + |
| 55 | Надання у користування (самостійне або за участю обслуговуючого персоналу) комп’ютерів, електронних засобів зв’язку, відео-, аудіо-обладнання |  | + |

Бізнес-центр (конференц-зал з телефаксом, копіювальною технікою, комп’ютерами, із доступом до Інтернету)

Платні

Безкоштовні

ПОСЛУГИ ГОТЕЛЮ

Міні-бар в усіх номерах

Оренда (прокат) автомобілів

Обслуговування офіціантами в номерах (рум-сервіс) цілодобово

Доставка продукції ресторану і бара до номеру

Міні-сейф в усіх номерах

Тренажерний зал

Обмін валют цілодобово

Прибирання номеру покоївкою (щоденне) і санітарних вузлів

Замінювання рушників

(щоденно або за бажанням споживача)

Сауна

Прання одягу

Послуги секретаря,

перекладача, посильного

Масажний кабінет

Організація зустрічі та

проводжання

Чищення одягу (хімчистка)

Торговельний кіоск із продажу сувенірів, журналів

Прання та прасування білизни

Салон краси

Камера схову

Паркування автомобілів

Заправляння ліжок покоївкою

Бронювання місць у готелі та ресторані

Автостоянка з охороною

Дрібний ремонт одягу

Служба приймання цілодобово

Послуги швейцару

Туристські послуги

Рисунок 3.2 – Послуги готелю «Харків»

Для готелю головною інновацією є його реконструкція: проектування у його складі підприємства ресторанного господарства – ресторану та лобі-бару та розширення спектру послуг готельно-ресторанного господарства з метою задоволення потреб споживачів.

Під час реконструкції виконано перепланування та оновлення житлових номерів. Також у готелі «Харків» запропоновані нові приміщення: сауна, тренажерна зала, медичний кабінет, перукарня, в яких надаються відповідні послуги.

Найважливішими інноваціями, розробленими для закладів готельно-ресторанного господарства є інформаційно-комп’ютерні технології, тому у готелі «Харків» впроваджено програму R-keeper, яка дозволяє значно спростити, оптимізувати і прискорити низку складних, специфічних для готельно-ресторанного бізнесу операцій. Зручність введеної автоматизації та інформатизації процесів у готелі «Харків» є очевидною як для керівників, так і для споживачів, так як дозволяють більш оперативно працювати з розрахунками відвідувачів, черговістю обслуговування, забезпеченістю пропонованого меню всіма необхідними інгредієнтами тощо.

Створення спеціальних програмних продуктів, що автоматизують вирішення задач різних підсистем закладу готельно-ресторанного господарства дозволить керівництву у будь-який час вносити корективи у процес функціонування закладу, а отже і його підсистем, а також контролювати роботу своїх підлеглих. Також автоматизація створює суттєве покращання оперативної обробки даних щодо діяльності закладу.

Таким чином, впровадження автоматизованої системи управління закладом дозволить прискорити та підвищити ефективність процесу прийняття управлінських рішень щодо ведення готельно-ресторанного бізнесу, спростити і поліпшити облік та контроль, сприятиме кращому за якістю й швидкістю сервісу та підвищенню рентабельності закладу.

У готелі працюватиме безкоштовний Wi-Fi.

У ресторані передбачені теплан-інновації: поряд з робочим місцем кухара у гарячому цеху встановлені камери, а відвідувачі спостерігають за його діями по монітору телевізору. Застосування стратегії «теплан-кухар» прекрасне піар-рішення, що дозволить упевнити споживачів у якості та безпеці страв, які вони споживатимуть.

У готелі «Харків» запланована бонусна система. У готельно-ресторанному бізнесі велике значення має не ціна, а якість обслуговування, уважність персоналу та індивідуальний підхід до відвідувача. Накопичувальна бонусна система спонукує споживача частіше відвідувати заклад ресторанного господарства та витрачати більше, тому що вигоду (приз) він отримує за мірою накопичення балів, отже, у людини є стимул для повторного замовлення, що збільшить кількість балів. На відміну від знижок, бонуси персоніфіковані, тобто вони даються конкретній людині, яка зацікавлена в накопиченні бонусів.

Бонусна система дозволяє інвестувати наступну покупку, даючи можливість підприємству бути впевненим у своєму майбутньому та в прихильності своїх споживачів. За допомогою заповнених анкет планується робити адресні розсилання для повідомлення про події та акції, що проводитимуться у готелі (наприклад, пропозиція відзначити Новий Рік). Адресне розсилання допомагає підприємству підтримувати постійний контакт з постійними відвідувачами.

Запропонована видача постійним споживачам спеціальної дисконтної картки ресторану, що дає їм право на знижку у розмірі 10%.

У готелі передбачається впровадження гнучкої системи вартості номерів залежно від терміну бронювання. Чим раніше заброньовані номери, тим більше знижка, яка становитиме від 5 до 20%. Такий прийом дозволить розробити успішну гнучку цінову політику, привабливу для споживачів та прибуткову й конкурентоспроможну для підприємства.

До штату працівників готельно-ресторанного комплексу запропоновано ввести PR-менеджера, який займатиметься просуванням закладу, організацією маркетингової діяльності та організацією різноманітних подій з метою залучення якомога більшої кількості споживачів.

У готелі «Харків» планується регулярно організовувати різноманітні вечірки, спеціальні event-події, арт-виставки художніх робіт молодих та відомих українських художників тощо. Проведення таких заходів сприятиме зростанню обсягів реалізації продукції, є вдалим рекламним прийомом, що залучає нових та постійних споживачів до регулярних відвідувань закладу.

У підприємстві заплановано впровадження рекламного прийому «пряма пошта» (англ. Direct-mail). Прийом «пряма пошта» полягає у періодичних повідомленнях своїх споживачів через поштові листівки, е-mail адресу, viber про новинки, пропоновані заходи та акції у закладі готельно-ресторанного господарства, надсилання купонів на знижки. Це сприятиме зростанню обсягів реалізації послуг та продукції, є вдалим рекламним прийомом, що спонукає споживачів до повторних відвідувань закладу, а також надає інформацію, яка може стати у нагоді під час вибору місця для проведення вільного часу. Для ефективної реалізації передбачена наявність у споживачів дисконтних або бонусних карток, що дасть змогу зібрати базу даних споживачів закладу. Все це створить добрий імідж: заклад сприйматимуть як такий, що піклується про своїх споживачів.

У ресторані передбачається розробка та презентація нових фірмових страв, а також проведення Сімейних фестивалів. Це додасть унікальності пропозиції продукції, можливість скуштувати нові, як правило, вишукані за смаком і незвичні за оформленням страви.

Передбачається реалізація яскраво прикрашених сформованих кошиків (ковбас, буженини, курчат-гриль, кулічів, наливок тощо) власного приготування до свят – Пасха, Новий рік, Різдво, День знань, Масляниця та ін.

Для малюків передбачається проведення майстер-класів із виготовлення десертів, шоколаду тощо, а для дорослих ‑ кулінарних майстер-класів із приготування окремих страв, майстер-класів із флористики, малювання тощо, під час яких працюватиме професійний фотограф.

Планується надання послуги «Комплімент» від закладу. Це щоденне надання (у номері) безкоштовного набору: живі квіти (заміна за мірою свіжості), дві пляшки води мінеральної ємністю 0,5 л, багатофункціональний ключ для відкривання пляшок, набор пакетованих чаю в асортименті, кави, сухих вершків, цукру. Така безкоштовна послуга створить приємне враження від відвідування закладу та створить нові можливості для приваблення споживачів до готелю і, таким чином, спонукає споживачів до повторного відвідування.

Впроваджені інновації у готель «Харків» та переваги від їх впровадження наведені у табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Інновації, впроваджені у готельно-ресторанний комплекс «Харків» та переваги від їх впровадження

|  |  |
| --- | --- |
| Сутність інновації | Конкурентні переваги |
| Створення закладу нового  формату (реконструкція  готелю 4 зірки ‑ проектування ресторану та лобі-бару) | Розширення спектру та якості послуг для  задоволення потреб споживачів |
| Перепланування та оновлення житлових номерів.  Проектування тренажерної зали, медичного кабінету,  сауни, перукарні | Розширення спектру та якості послуг для  задоволення потреб споживачів |
| Організація розважальних заходів, спеціальних event-подій, арт-виставок  дитячих анімаційних програм | Сприяє зростанню обсягів реалізації продукції. Вдалий рекламний прийом, що залучає нових та постійних споживачів до регулярних  відвідувань закладу |
| Автоматизація системи  управління у готельно-ресторанному комплексі | Спрощення і поліпшення обліку та контролю. Кращий за якістю й швидкістю сервіс |

Продовження табл. 3.2

|  |  |
| --- | --- |
| Сутність інновації | Конкурентні переваги |
| Рекламний прийом «пряма пошта» (англ. Direct- mail) | Сприяє зростанню обсягів реалізації продукції. Вдалий рекламний прийом, що спонукає споживачів до повторних відвідувань закладу |
| Нові фірмові страви  Сімейні фестивалі | Додає унікальності пропозиції продукції. Можливість скуштувати нові, як правило, вишукані за смаком і незвичні за оформленням страви |
| Теплан-інновації | Чудове піар-рішення, що дозволить упевнити споживачів у якості та безпеці страв |
| Бонусна система, дисконтні картки | Створення бази даних споживачів закладу та доброго іміджу. Сприяє залученню нових та постійних споживачів до регулярних відвідувань закладу та зростанню обсягів реалізації продукції |
| Система «Раннє  бронювання» | Дозволяє розробити успішну гнучку цінову політику, привабливу для споживачів та прибуткову й конкурентоспроможну для підприємства |
| Святкові продуктові кошики власного виробництва | Розширення виробничої програми, залучення нових споживачів |
| Посада PR-менеджера | Сприяє залученню якомога більшої кількості споживачів. Розширення спектру та якості послуг для задоволення потреб споживачів |
| Майстер-класи для малюків та дорослих. Фоторепортажі |
| «Комплімент» від закладу | Нові можливості для приваблення споживачів до готельно-ресторанного комплексу, спонукання споживачів до повторного відвідування |
| Сертифікація готелю щодо підтвердження «\*\*\*\*» | Впевненість споживачів у отриманні безпечних та якісних послуг. Підвищення іміджу та конкурентоспроможності готелю та ресторану |

Отже, впровадження інновацій у сучасних умовах дозволить готелю «Харків» підвищити результативність функціонування та забезпечити конкурентоспроможність на ринку.

**3.2 Інновацій та ефективність їх впровадження**

Інновації визначаються Законом Україні «Про інноваційну діяльність» як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери, а інноваційну діяльність як діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг.

Впровадження інновацій забезпечує підприємству певні конкурентні переваги та підвищення рівня його конкурентоспроможності. Рівень конкурентоспроможності підприємства залежить відреалізації сформованої сукупності конкурентних переваг на конкретному сегменті споживчого ринку на момент оцінки. Оцінку ефективності впровадження інновацій проведено за допомогою «Радіальної діаграми конкурентоспроможності».

Для побудови діаграми:

- відібрано критерії конкурентоспроможності (*К1, К2, …Кп*) за визначеними конкурентними перевагами на основі впроваджених інновацій (табл. 3.3).

- визначено числові значення цих критеріїв на основі застосування методів експертних оцінок (кількість експертів 10). У якості експертів виступали фахівці теоретики (викладачі ХНЕУ ім. С. Кузнеця) та практики (провідні спеціалісти в сфері готельного господарства). Процедура оцінки складалася з наступних етапів:

а) присвоєння експертами балів кожному критерію по підприємству та конкурентом виходячи зі значущості даної інновації (максимальна кількість балів – 5). У разі відсутності у конкурентів такої інновації присвоюється 5 балів, а конкуренту 1 бал;

б) розрахунок середньої кількості балів за кожним із критеріїв за допомогою формули середньої арифметичної (табл. 3.4);

* побудовано радіальну діаграму конкурентоспроможності для готелю та підприємства-конкурента шляхом поєднання відповідних точок (рис. 3.3).

Таблиця 3.3 - Визначення критеріїв конкурентоспроможності готелю «Харків»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Критерій конкурентоспроможності | Сутність інновації | Конкурентні переваги |
| *К1* | Автоматизована система управління готельно-ресторанним комплексом | Спрощення і поліпшення обліку та контролю. Кращий за якістю й швидкістю сервіс Зменшення поточних витрат |
| *К2* | Сімейні фестивалі | Унікальність пропозиції продукції та послуг готельно-ресторанного комплексу. Зростання доходів |
| *К3* | Святкові продуктові кошики власного виробництва | Розширення виробничої програми, залучення нових споживачів. Створення іміджу клієнтоорієнтованого бізнесу |
| *К4* | Майстер-класи для малюків та дорослих | Розширення спектру та якості послуг для задоволення потреб споживачів. Збільшення доходів комплексу |
| *К5* | Організація розважальних заходів, спеціальних event-подій, арт-виставок, дитячих анімаційних програм | Нові послуги розважального спрямування. Інструмент залучення нових клієнтів і збільшення доходів підприємства |

Таблиця 3.4 - Визначення критеріїв конкурентоспроможності готелю «Харків»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № експерта  Критерій | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | Середня  кількість балів |
| *К1 готелю* | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| *К1 конкурента* | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| *К2 готелю* | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| *К2 конкурента* | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| *К3 готелю* | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4,8 |
| *К3 конкурента* | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1,4 |
| *К4 готелю* | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4,6 |
| *К4конкурента* | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2,0 |
| *К5 готелю* | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4,5 |
| *К5 конкурента* | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2,3 |

К21

К11

К31,4

К42

К52,3

0

1

2

3

4

5

К15

К25

К34,8

К44,6

К54,5

Готель

Конкурент

Рисунок 3.3 ‑Радіальна діаграма конкурентоспроможності готелю

У результаті оцінки ефективності впровадження інновацій готелю «Харків» визначено його конкурентні переваги, які сформуються завдяки реалізації цих інновацій. Їх сукупність забезпечить готелю підвищення рівня його конкурентоспроможності на конкурентному ринку, що доводить доцільність та ефективність впровадження розроблених інновацій.

**Оцінка прибутковості інновацій**

Прибутковість інноваційних послуг визначається абсолютними та відносними показниками.

Абсолютним показником є величина прибутку від впровадження інновацій, що розраховується за формулою:

*Пін = ЧП - ЦЧП*, (3.1)

де *Пін* – прибуток від реалізації інноваційних послуг, тис. грн.

*Пін =* 9276,5 – 7300,2 = 1976,3 (тис. грн..)

Відносний показник – рентабельність інновацій може бути визначено наступним чином:

, (3.2)

де *Рін* – рентабельність реалізації інноваційних послуг, %

*Рін =* 1976,3 / 5475,0 × 100 = 36,1 (%)

У результаті оцінки ефективності впровадження інновацій готелю визначено його конкурентні переваги, які сформуються завдяки реалізації цих інновацій. Їх сукупність забезпечить готелю певне підвищення рівня його конкурентоспроможності на конкурентному ринку, що доводить доцільність та ефективність впровадження розроблених інновацій.

**Висновки до 3 розділу**

Проведено формування послуг, що надаються готелем «Харків».

Розроблені інновації та змодельовані умови їх впровадження у готельно-ресторанний комплекс. Наведені переваги від впровадження інновацій.

Впровадження інновацій забезпечує підприємству певні конкурентні переваги та підвищення рівня його конкурентоспроможності.

Проведена оцінка ефективності впровадження інновацій у готелі «Харків», визначено його конкурентні переваги, які сформуються завдяки реалізації цих інновацій. Оцінку ефективності впровадження інновацій проведено за допомогою «Радіальної діаграми конкурентоспроможності». Побудовано радіальну діаграму конкурентоспроможності для готелю «Харків» та підприємства-конкурента.

Результати розрахунків довели, що впровадження розроблених інноваційних рішень забезпечить готелю «Харків» підвищення рівня його конкурентоспроможності на конкурентному ринку.

.

**ВИСНОВКИ**

Сьогодні інноваційний шлях розвитку є невід’ємною та визначальною складовою економічного зростання будь-якої країни світу. Досвід інших країн засвідчує, що лише за умови широкого впровадження інноваційних технологій можливо досягти конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, у сучасних умовах розробка та впровадження інновацій у підприємство готельно-ресторанного господарства, яке надаватиме якісні послуги готельного і ресторанного господарства є необхідним та доцільним, тому тема дипломної роботи є актуальною.

Розглянуто основні напрями діяльності готельно-ресторанного бізнесу як одного з найбільш значущих складових індустрії гостинності, який повинний мати високий рівень конкурентоспроможності. Визначено поняття інновацій, інноваційної діяльності, інноваційних технологій, наведені чинники інноваційної діяльності, які чинять вплив на готельно-ресторанне господарство. Обґрунтовані основні причини вивчення та впровадження інновацій у закладах готельно-ресторанного господарства.

Приведені сучасні інновації, які застосовуються у готельно-ресторанному бізнесі і у сучасних умовах дають змогу закладам індустрії гостинності підвищувати результативність функціонування та забезпечити конкурентоспроможність на ринку.

Доведено, що запровадження інновацій, вкладання інвестицій та жорстка конкуренція дозволить підвищити рівень глобальної та регіональної конкурентоспроможності готельно-ресторанної індустрії.

Наведена організаційно-економічна характеристика ТОВ «Готель «Харків»». Готельний комплекс «Харків» знаходиться у центрі міста Харків, має категорію 4\*\*\*\* та пропонує широкий спектр послуг. Товариство має право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність відповідно до законодавства України. Окреслені предмет, цілі та напрями діяльності готелю «Харків».

Сформовано організаційну структуру готелю «Харків», яка дозволяє розподілити роботу між усіма працівниками. Проведено оцінку впливу чинників зовнішнього середовища на діяльність «Готель «Харків»».

Наведено матеріально-технічне та санітарно-гігієнічне оснащення номерів

Характеристика функціональних обов’язків працівників окремих підрозділів та служб:

З метою дослідження впливу різних факторів навколишнього середовища на готель «Харків» проведено аналіз PEST, який демонструє політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори. В якості конкурентів готелю «Харків» обрані готелі «Космополіт» і «Прем’єр готелем Аврора» через схожий спектр послуг і категорію готелю. Результати дослідження показали сильні і слабкі місця та виявили напрями покращення діяльності готелю «Харків».

Проаналізовано фінансово-господарську діяльність готелю «Харків». Розрахунки показали низький рівень показників рентабельності капіталу, але позитивним є їх зростання в динаміці.

Охарактеризовано послуги ресторанного господарства, що надаються у ресторані «Континент» 1 класу, який складається з залу ресторану на 200 місць, банкетного залу на 60 місць, кафе «Сьоме небо». Наведено організацію ресторанного господарства готелю «Харків», виробничо-торговельну структуру ресторану.

Наведено організацію надання послуг ресторанного господарства у ресторані «Континент» при готелі «Харків». Охарактеризовано організацію сніданків у готелі «Харків», організацію обслуговування у номерах готелю, наведено структуру персоналу ресторану.

Проведено формування послуг, що надаються готелем «Харків».

Розроблені інновації та змодельовані умови їх впровадження у готельно-ресторанний комплекс «Харків»: створення підприємства нового формату (реконструкція готелю 4 зірки із проектуванням ресторану та лобі-бару); регулярна організація різноманітних вечірок, спеціальних event-подій, арт-виставок, художніх робіт українських художників, дитячих анімаційних програм тощо; автоматизація системи управління; рекламний прийом «пряма пошта» (англ. Direct- mail); нові фірмові страви, теплан-інновації; бонусна система, дисконтні картки; система «Раннє бронювання»; посада PR-менеджера, який займається просуванням закладу, організацією маркетингової діяльності та організацією різноманітних подій; проведення сімейних фестивалів, майстер-класів для малюків та дорослих, «Комплімент» від закладу.

Проведена оцінка ефективності впровадження інновацій у готелі «Харків», визначено його конкурентні переваги, які сформуються завдяки реалізації цих інновацій. Оцінку ефективності впровадження інновацій проведено за допомогою «Радіальної діаграми конкурентоспроможності». Побудовано радіальну діаграму конкурентоспроможності для готелю «Харків» та підприємства-конкурента.

Результати розрахунків довели, що впровадження розроблених інноваційних рішень забезпечить готелю «Харків» підвищення рівня його конкурентоспроможності на конкурентному ринку.

Впровадження розроблених інновацій сприяє зростанню обсягів реалізації послуг та продукції, є вдалим рекламним прийомом, що залучить нових та постійних споживачів до регулярних відвідувань закладу, забезпечить фінансову стійкість та конкурентоспроможність підприємства.

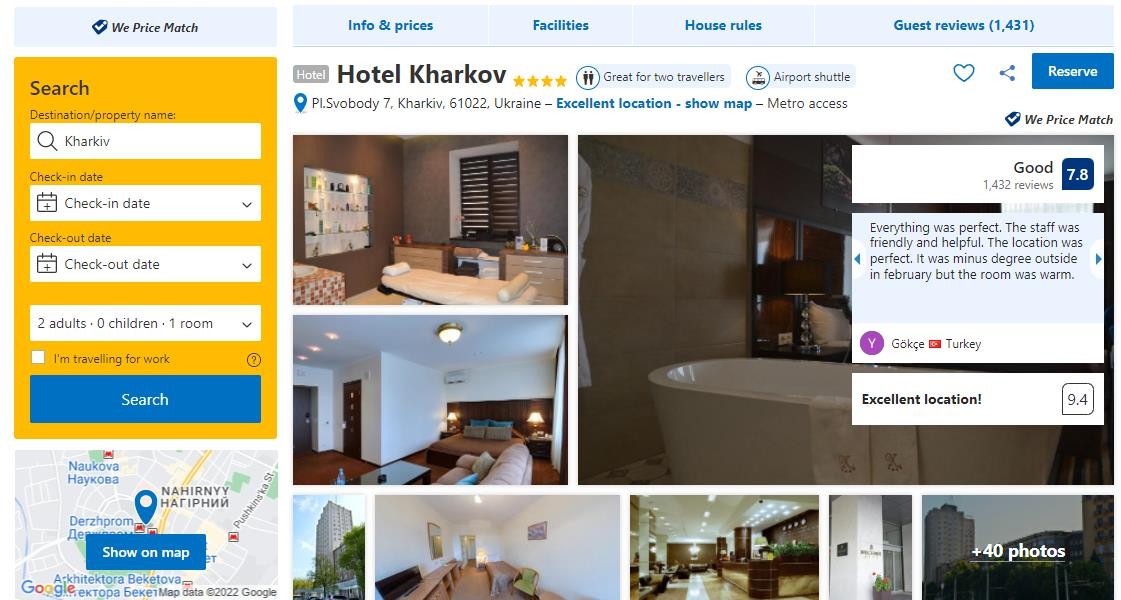
Під час виконання проекту використовувались стандартні пакети Ecsel-2014 MathCad-12 Word-2010, AutoCad 2015 в Microsoft Office у середовищі Windows 7.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство: проблемы, перспективы, сертификация. - К.: ВИРА-Р, 2011. 240 с.
2. Безносюк В.Д. Туризм і народне господарство // Трибуна. - 2020. - №5-6. - С.21.
3. Виноградская А. Стратегия развития гостиничного бизнеса // Бизнес информ, № 1, 2020. – с. 73-78.
4. http://[www.](http://www/) leisureplan.com – система прийняття рішень для тур- агентств та їх клієнтів, містить інформацію по 4 розділах: готелі, тури, визначні пам'ятки, прокат автомобілів. Дружня система пошуку.
5. http://[www.](http://www/) travel – tour.com.ua.
6. http://[www.](http://www/) wold- tourism.org.
7. http://www.all- hotels.cjm.ua.
8. http://www.all-hotels.com.ua – онлайнова служба бронювання готелів. http://[www.visas.com.ua](http://www.visas.com.ua/) – новини з і світу туризму.
9. http://[www.finnair.com](http://www.finnair.com/) – інформаційний розділ Finnair розділ (Фінляндія).
10. [**http://www.hotel.ua**](http://www.hotel.ua) - Тенденции развития гостиничного рынка в Украине 27.12.2008.
11. http://www.hotel-bristol.com.
12. http://[www.hotels.net](http://www.hotels.net/) – розділ містить інформацію про готелі та готельні мережі, пропонуються відомості про умови проживання, послуги, резервування, додаються слайди готелів. Розділ має систему пошуку за назвою або адресою готелю.
13. http://[www.hotels.net.](http://www.hotels.net/)
14. http://[www.karpaty.com.ua](http://www.karpaty.com.ua/) – про активний відпочинок у Карпатах.
15. http://[www.lufthansa.com](http://www.lufthansa.com/) – інформаційний розділ Lufthansa (Німеччина).
16. http://[www.premier-hotels.com.ua](http://www.premier-hotels.com.ua/) – Сайт української готельної мережі Premier Hotels;
17. http://www.premier-hotels.com.ua.
18. http://[www.rada.kiev.ua.](http://www.rada.kiev.ua/)
19. [**http://www.refine.org.ua**](http://www.refine.org.ua) - Державне регулювання розвитку гостинності на сучасному єтапі.
20. http://[www.swissair.com](http://www.swissair.com/) – інформаційний розділ Swissair (Швейцарія).
21. http://www.tourism. gov.ua.
22. http://www.travelocity.com – система комп'ютерного бронювання всіх сегментів туру через Інтернет. Система дозволяє отримати детальну інформацію про авіарейси, готелі, прокат автомобілів, тури, визначні пам'ятки, має дружню систему пошуку готелів і рейсів. У картці бронювання необхідно вказати номер кредитної картки клієнта.
23. http://www.utis.com.ua – українська інформаційна система.
24. http://[www.utis.com.ua.](http://www.utis.com.ua/)
25. http://www.world hotel.com – розділ з туризму, що вміщує такі підрозділи: готелі, авіакомпанії, туроператори, фірми прокату, залізничні тури, круїзи, довідники курсів національних валют, погоди, географічні карти країн, календарі туристичних подій. Основна частка інформації припадає на країни Північної Америки.
26. [**http://www.worldhotel.com**](http://www.worldhotel.com)**.**
27. Гончар Л.О. Контролінг у готельно-ресторанному та туристичному бізнесі. Практикум. Київ : Ліра-К. 2020. 70 с.
28. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV. URL :<https://ips.ligazakon.net/document/t030436>
29. Давидова О. Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: методологія, теорія і практика : монографія. Харків : Вид-во Іванченка І.С., 2018. 448 с.
30. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : підручник Харків : Іванченко І.С. 2018. 488 с.
31. Давидова О.Ю. Аналіз та оцінювання ризиків інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр. НАУ. Київ. 2019. Вип. 2 (70). С. 93-98. Режим доступу:<http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_70_1_2019_ukr/14.pdf>
32. Давидова О.Ю. Аналіз та оцінювання ризиків інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр. /НАУ. Київ, 2019. Вип. 2 (70). С. 93-98. URL :<http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_70_1_2019_ukr/14.pdf>
33. Давидова О.Ю. Методологічні аспекти формування стандартів обслуговування в ресторанному бізнесі : монографія / під заг. ред. проф. О.Ю. Давидової. Харків: ХДУХТ, 2019. 157 с.
34. Давидова О.Ю. Оцінка складових інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: методичні аспекти / Бізнес Інформ : наук. журнал. – № 4 (483), 2018. С. 436‒444. Режим доступу: [https://business-inform.net/annotated-catalogue/?year=2018&abstract=2018\_04\_0&lang =ua&stqa=61](https://business-inform.net/annotated-catalogue/?year=2018&abstract=2018_04_0&lang%20=ua&stqa=61)
35. Давидова О.Ю. Технологія впровадження інноваційних методів управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства на основі синергетичного підходу / Бізнес Інформ : наук. журнал. – № 2 (481), 2018. – С. 278–273. URL : [https://business-inform.net/annotated-catalogue/?year= 2018&abstract=2018\_02\_0&lang=ua&stqa=39](https://business-inform.net/annotated-catalogue/?year=%202018&abstract=2018_02_0&lang=ua&stqa=39)
36. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В. Інноваційні технології в туризмі та гостинності. Київ : Каравелов. 2022. 348 с.
37. ДСТУ 3008:2015. Інформація та документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання URL :<https://science.kname.edu.ua/images/dok/derzhstandart_3008_2015.pdf>
38. ДСТУ 4269:2003 Послуги туристичні. Класифікація готелів [Чинний від 01.07.2004].
39. Журнал «Академія гостинності» URL :<https://e.hotel-rest.com.ua/>
40. Журнал «Ресторатор» URL :<https://www.restorator.ua/>
41. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі : підручник / Скопень М.М. та ін. Київ : Ліра-К. 2020. 768 с.
42. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес. Менеджмент : Київ. Центр учбової літератури. 2021. 344 с.
43. Нормативно-правові акти України. URL :<https://www.drs.gov.ua/regulations/>
44. Про внесення змін до порядку державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи : наказ Міністерства юстиції України від 24.12.2021 р. № 4655/5. URL :<https://minjust.gov.ua/n/22642>
45. Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) : Постанова Кабінету Міністрів України від 29.07.2009 р. № 803. Поточна редакція 26.07.2022 р. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-%D0%BF#Text>
46. Про затвердження порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) : Постанова Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р. № 297. Поточна редакція 22.06.2023 р. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/297-2006-%D0%BF#Text>
47. Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг : наказ Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 р. N 19. Поточна редакція від 12.11.2010 р. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04#Text>
48. Про захист прав споживачів : Закон України №1023 –ХІІ. Поточна редакція від 19.11.2022 р. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
49. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2004 р. № 40-ІV. Поточна редакція від 31.03.2023 р. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
50. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
51. Про туризм : Закон України № 324/95-ВР. Поточна редакція від 01.04.2023 р. URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
52. Федорченко В.К., Мініч І.М. Готельне гоподарство: основні показники, оцінка якості послуг. – К., 2000.
53. Шнипко О. С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації. - К.: Наукова думка, 2003.
54. Якщо вже ходити в ресторани, то в найкращі.// Український дiловий тижневик „Галицькі контракти” № 13, березень 2021.

Додатки

Додаток А



Додаток Б

Тези доповідей

