

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри
доц. Давиденко І. В.

« ____ » _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи»
на тему:
«Стан та перспективи впровадження інновацій
в діяльність закладів готельного господарства
(на прикладі готелю «WOL.121»)

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки
Науменко Любов Андріївна

(підпис)

Науковий керівник:

кандидат економічних наук, доцент
Галасюк Світлана Сергіївна

(підпис)

Одеса – 2024

АНОТАЦІЯ

Науменко Л.А. «Стан та перспективи впровадження інновацій в діяльність закладів готельного господарства (на прикладі готелю «WOL.121»)»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи»

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процес впровадження інновацій в діяльність закладів готельного господарства на прикладі готелю «WOL.121».

У роботі вивчено сутність понять «інновація», «інноваційна діяльність» та «інноваційний розвиток»; визначено види інновацій та особливості їх застосування в закладах готельного господарства; розглянуто провідний досвід застосування інновацій в готельному бізнесі.

В аналітичній частині виявлено специфіку функціонування готелю «WOL.121» та застосування інновацій в його діяльності; досліджено формування готельного продукту та оцінку якості надання послуг; проаналізовано динаміку виробничо-економічної діяльності готелю з урахуванням впровадження інновацій; зроблено оцінку конкурентної позиції готелю «WOL.121» для вивчення можливостей щодо вдосконалення його інноваційної діяльності;

Внесені та економічно обґрунтовані пропозиції спрямовані на вдосконалення інноваційної діяльності готелю «WOL.121».

Ключові слова: інновація, інноваційний розвиток, інноваційна діяльність, апарт-готель, технологічні інновації, організаційні інновації, соціальні інновації.

ANNOTATION

Naumenko L.A. "The State and Prospects of the Introduction of Innovations in the Operational Activity of Hotels (using the Example of the "WOL.121" Hotel)"

**Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in a specialty 241 «Hotel and restaurant business»
for the educational program «Economics and organization of Hotel and restaurant business»**

Odesa National University of Economics. – Odesa, 2024.

The qualifying work consists three chapters. The object of the research is the process of implementing innovations into the operational activity of hotel establishments, using the example of the "WOL.121" hotel.

There are the essence of the concepts of "innovation", "innovative activity", and "innovative development"; the types of innovations and the specifics of their application in hotel establishments; the leading experience of applying innovations in the hotel business in the work.

In the analytical part, the specifics of the operation of the "WOL.121" hotel and the application of innovations in its activities had studied; the formation of the hotel product and the assessment of service quality had investigated; the dynamics of the hotel's production and economic activities, taking into account the implementation of innovations had analyzed; the competitive position of the "WOL.121" hotel to explore opportunities for improving its innovative activities had evaluated.

Economically substantiated proposals are aimed at improving the innovative activities of the "WOL.121" hotel.

Key words: innovation, innovative activity, innovative development, aparthotel, technological innovations, organizational innovations, social innovations.

З М І С Т

ВСТУП		4
РОЗДІЛ 1.	Теоретичні аспекти застосування інновацій в закладах готельного господарства	
1.1.	Сутність понять «інновація», «інноваційна діяльність» та «інноваційний розвиток»	6
1.2.	Види інновацій та особливості їх застосування в закладах готельного господарства	12
1.3.	Провідний досвід застосування інновацій в готельному бізнесі	18
РОЗДІЛ 2.	Сучасний стан впровадження інновацій в діяльність готелю «WOL.121»	
2.1.	Виявлення специфіки функціонування готелю «WOL.121» та застосування інновацій в його діяльності	24
2.2.	Формування готельного продукту та оцінка якості надання послуг в готелі «WOL.121»	36
2.3.	Динаміка виробничо-економічної діяльності готелю «WOL.121» з урахуванням впровадження інновацій	42
РОЗДІЛ 3.	Перспективи впровадження інновацій різних видів в діяльність готелю «WOL.121»	
3.1.	Оцінка конкурентної позиції готелю «WOL.121» для вивчення можливостей щодо вдосконалення його інноваційної діяльності	50
3.2.	Розробка комплексу заходів щодо впровадження інновацій різних видів в діяльність готелю «WOL.121»	61
3.3.	Економічне обґрунтування окремих пропонованих заходів із впровадження інновацій в готелі «WOL.121».....	65
ВИСНОВКИ		70
Список використаних джерел		73

ВСТУП

Актуальність теми.

Тема інновацій в готельних господарствах є однією з найактуальніших в сучасному світі в сфері гостинності. Щоб бути конкурентоспроможним, необхідно впроваджувати в діяльність готелів інновації різних видів, вміти їх використовувати. Крім того, інновацій стає більше з кожним роком, одні замінюють інші, тож керівникам та іншим працівникам потрібно бути в курсі останніх інновацій та розумно оновлювати їх в діяльності готелю.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка та обґрунтування практичних рекомендацій, спрямованих на виявлення сучасного стану та перспектив впровадження інновацій в діяльність закладів готельного господарства на прикладі готелю «WOL.121».

Завданнями даного дослідження є такі:

- вивчити сутність понять «інновація», «інноваційна діяльність» та «інноваційний розвиток»;
- визначити види інновацій та особливості їх застосування в закладах готельного господарства;
- розглянути провідний досвід застосування інновацій в готельному бізнесі;
- виявити специфіку функціонування готелю «WOL.121» та застосування інновацій в його діяльності;
- дослідити формування готельного продукту та оцінку якості надання послуг в готелі «WOL.121»;
- проаналізувати динаміку виробничо-економічної діяльності готелю «WOL.121» з урахуванням впровадження інновацій;
- оцінити конкурентну позицію готелю «WOL.121» для вивчення можливостей щодо вдосконалення його інноваційної діяльності;

- розробити комплекс заходів щодо впровадження інновацій різних видів в діяльність готелю «WOL.121»;
- обґрунтувати економічно окремі пропоновані заходи із впровадження інновацій в готелі «WOL.121».

Об’єктом дослідження є процес впровадження інновацій в діяльність закладів готельного господарства.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних аспектів, пов’язаних з впровадженням інновацій в діяльність закладів готельного господарства на прикладі готелю «WOL.121».

Для написання кваліфікаційної роботи використані такі **методи дослідження**: діалектичний метод пізнання, аналізу, синтезу, індукції, дедукції, спостереження, системного аналізу, класифікації, порівняння, графічний, метод середніх, абсолютних і відносних величин, економіко-статистичний, ситуаційний аналіз, SWOT-аналіз.

Інформаційну базу склали наукові публікації і монографічні видання вітчизняних і зарубіжних вчених, нормативно-правові документи України з провадження готельного бізнесу, матеріали наукових конференцій, інтернет-джерела, звітні дані готелю «WOL.121».

Участь у конференціях і публікаціях. Окремі результати дослідження були представлені на міжнародній науково-практичній конференції у вигляді тез доповіді: Системи охорони та безпеки в готельному та ресторанному бізнесі / Л.А. Науменко // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти, 10.04.2024 р. Одеса: ОНЕУ, 2024. С. 192-196 [10].

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Сутність понять «інновація», «інноваційна діяльність» та «інноваційний розвиток»

Інновації – невід’ємна частина нашого життя. Кожен, в тій чи іншій мірі, з ними стикається. Сучасний світ іде вперед все швидше, тому потрібно бути в курсі інновацій в різних сферах та використовувати їх. Адже вони прискорюють, оптимізують багато процесів та навіть роблять їх цікавішими.

Інновації – невід’ємна складова науки, адже науковці та експерти різних сфер і створюють їх. Особливо велике значення інновації мають для бізнесу, в тому числі, готельного. Зовнішні та внутрішні чинники, які впливають на підприємства, стають причиною винаходження та введення інновацій в їх роботу.

Термін «інновація» вперше ввів австрійський учений-економіст Йозеф Шумпетер в ХХ століті. Запроваджений ним термін звучить так в різних джерелах: інновація –

- втілення наукового відкриття, технічного винаходу в новій технології або новому виді виробу. [2, с.10].

- будь-яка можлива зміна, що відбувається внаслідок використання нових або вдосконалених рішень технічного, технологічного, організаційного характеру в процесах виробництва, постачання, збуту продукції, післяпродажного обслуговування. [3, с.21]

Тож, Йозеф Шумпетер розглядав інновації як якісну зміну, використання наявних джерел для цієї зміни.

З розвитком економічної думки цей термін набував нових значень та трактувань, різні вчені пропонували свої визначення терміну. Деякі з них наведені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Тлумачення терміну «інновація» різними вченими

Вчені	Тлумачення терміну «інновація»
Борис Санто (угорський вчений-економіст):	– суспільний, технічний та економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів і технологій. [6]
Брайан Твісс (американський економіст, автор книг)	– процес, в якому винахід чи ідея набуває економічного змісту. [6]
Мочерний Степан Васильович (український економіст)	впровадження нової техніки, технології, організації виробництва і збуту товарів тощо, що дає змогу здобувати переваги над конкурентами. [6]
Бажал Юрій Миколайович (український економіст, випускник Одеського національного економічного університету (тоді – Одеський інститут народного господарства) в 1971 році)	– зміна технології виробництва, яка становить стрибок від старої виробничої функції до нової. [6]
Дубчинський Володимир Володимирович (український мовознавець, доктор філологічних наук)	– комплекс заходів для впровадження в економіку нової техніки, технологій та ін. [6]

Джерело: створено автором за [6]

Ще одне тлумачення терміну «інновація» – принципове джерело добробуту і результат творчої діяльності, спрямованої на розроблення, створення і поширення нових видів конкурентоспроможної на світовому ринку продукції. [3, с.21]

Термін «інновація» також зазначений в Законі України «Про інноваційну діяльність»:

Інновації – 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. [1].

Проаналізувавши різні тлумачення терміну «інновація», можна зробити висновок, що вчені трактують його по-різному, як саме – представлено в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Трактування терміну «інновація» від різних джерел

Термін «інновація» трактується як...	Які джерела так трактують
– зміни (технічні, організаційні тощо) для задоволення потреб, переходу на новий рівень виробництва.	Й. Шумпетер; Бажал Ю.М.
– процес створення, поширення нового практичного засобу для задоволення потреб.	Б. Санто; Б. Твісс
– кінцевий результат від введення нової ідеї, який робить підприємство більш конкурентноспроможним.	Мочерний С.В.; Закон України «Про інноваційну діяльність».

Джерело: створено автором за табл. 1.1

Також інновації мають наступні риси:

- Є доцільною і корисною зміною об'єкту, процесу;
- Повинні:
 - застосовуватись на практиці,
 - мати корисний результат;
- Предметом інновацій є:
 - продукція, послуги,
 - процес виробництва,
 - процес управління;
- Є найважливішим засобом реалізації цілей розвитку суб'єкта, результатом чого є підвищення ефективності його діяльності. [3, с.22]

Поняття «інновація» включає елементи, які наведено на рис. 1.1.

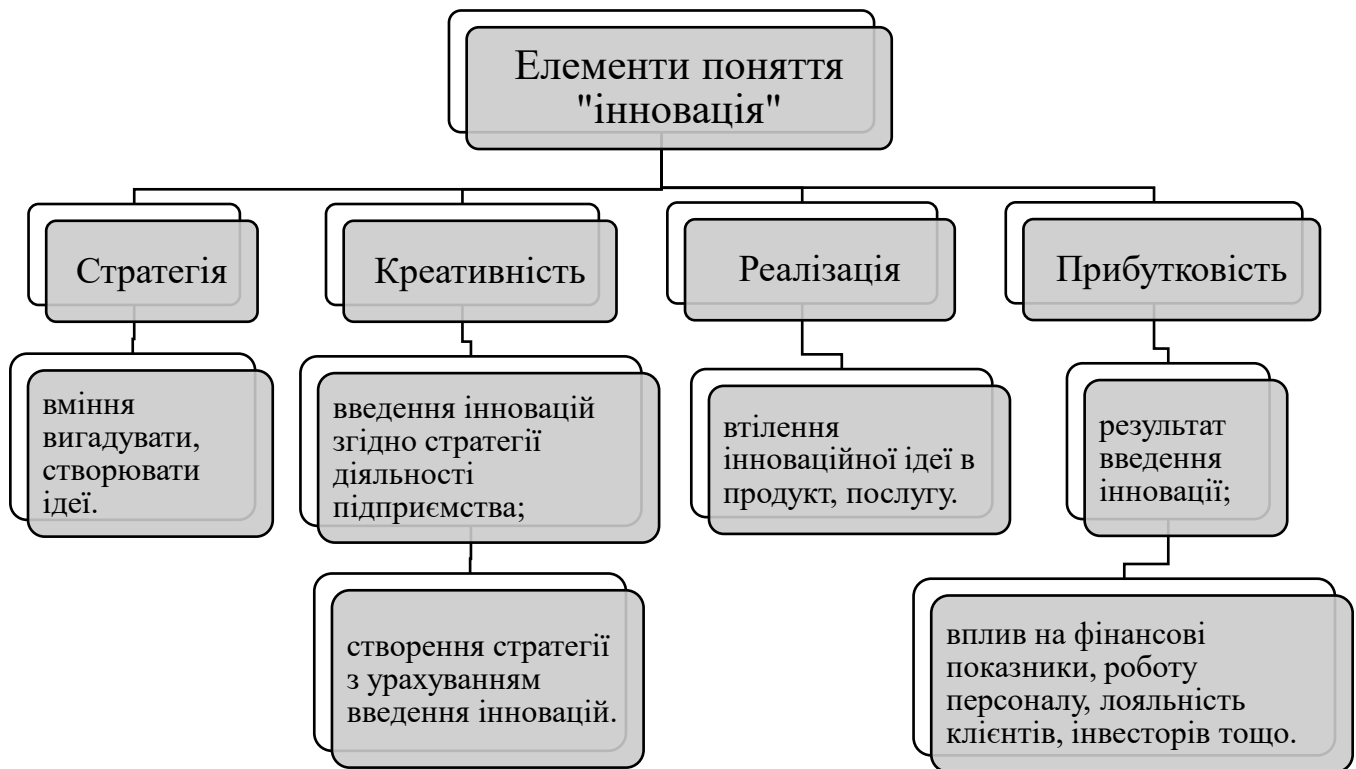


Рис. 1.1. Елементи поняття «інновація»

Термін «інновація» пов'язаний з низкою інших термінів, серед яких:

1. Винахід,
2. Відкриття,
3. Новація,
4. Нововведення. [7, с.5]

Винахід – нове технічне чи технологічне вирішення певного завдання, яке:

- дає позитивний ефект,
- покращує якість продукції, умови праці, життя тощо. [2, с.12].

(нове обладнання)

Відкриття – встановлення невідомих раніше об'єктивних закономірностей, властивостей та явищ матеріального світу, що сприяють накопиченню теоретичних знань. [2, с.13].

Новація – це новинка, кінцевий метод, принцип, новий порядок, винахід, новий продукт чи процес:

- якісно відмінний від попереднього аналога,
- являє результат інтелектуальної діяльності, завершених наукових досліджень і розробок. [2, с.14].

Нововведення – впровадження будь-якого винаходу, способу, порядку, методу тощо в господарську практику і якісно відмінного від попереднього аналога, яке має економічний чи соціальний ефект. [2, с.14]. Головною рисою нововведення є його вплив на спосіб життя людей. [2, с.14].

Отже, інновація поєднує не тільки інтелектуальну, а й практичну діяльність людей, адже інновація не може бути нею, якщо нововведення не застосоване в практичній діяльності суб'єкта.

Наступним поняттям, яке необхідно розглянути є «інноваційна діяльність». Її регулює зазначений вище Закон України «Про інноваційну діяльність» і трактування цього терміну за цим джерелом звучить так:

Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг. [1]

Згідно з Розділом II даного Закону, державне регулювання інноваційної діяльності здійснюється через:

- Визначення і підтримку пріоритетних напрямів інноваційної діяльності;
- Формування і реалізацію інноваційних програм;
- Створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для підтримки інноваційної діяльності;
- Захист прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності;
- Фінансову підтримку інноваційних проектів;

- Стимулювання фінансово-кредитних установ, що кредитують виконання інноваційних проектів;
- Встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності;
- Підтримку функціонування і розвитку сучасної інноваційної інфраструктури. [1]

В Розділі IV Закону України «Про інноваційну діяльність» зазначені джерела фінансової підтримки інноваційної діяльності, а саме кошти:

- Державного бюджету України;
- Місцевих бюджетів;
- Власні кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ;
- Власні чи запозичені суб'єктів інноваційної діяльності;
- Інвестиції будь-яких фізичних і юридичних осіб;
- Інші джерела, не заборонені законодавством України. [1]

Інноваційна діяльність в бізнесі, зокрема, готельному, включає:

- Пошук ідей для впровадження інноваційного проекту;
- Маркетингові дослідження;
- Інформаційне забезпечення для оцінювання товарів, послуг. [3, с.26]

Останнім поняттям для розгляду є «інноваційний розвиток». Термін має багато трактувань, деякі з них наступні:

Інноваційний розвиток:

- неперервний процес якісних змін у структурі виробництва або соціальної сфери в результаті створення, застосування та розповсюдження нових знань, машин, технологій [8];
- процес господарювання, що спирається на безупинний пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємств [8];

– неперервний процес впроваджуваних новинок, які ґрунтуються на нових інформаційних технологіях [8].

Загалом, в розумінні поняття «інноваційний розвиток» є два підходи:

1. Предметно-технологічний – інноваційний розвиток як кінцевий результат наукової діяльності;
2. Функціональний – інноваційний розвиток пов'язаний зі створенням та впровадженням інноваційних проектів. [3, с.27]

Варто зазначити трактування поняття «інноваційний розвиток» саме підприємства – це процес спрямованої закономірної зміни стану підприємства:

- що залежить від інноваційного потенціалу цього підприємства,
- джерелом якого є інновації, що створюють якісно нові можливості для подальшої діяльності підприємства на ринку шляхом реалізації уміння знаходити нові рішення, ідеї та у результаті винаходів. [3, с.30]

Отже, ґрунтовно дослідивши поняття «інновація», «інноваційна діяльність» та «інноваційний розвиток» нами було виявлено їх суть, тлумачення. Тож, покладений початок для подальшого дослідження інновацій, в тому числі, в розрізі окремого підприємства.

1.2. Види інновацій та особливості їх застосування в закладах готельного господарства

Інновації мають багато ознак, видів. Багато вчених займалися класифікацією інновацій, першим з яких був Йозеф Шумпетер. Інновації за його класифікацією поділяються на:

1. Базисні:
 - ґрунтуються на новому відкритті,

- приклад: нові послуги в готелі;
- 2. Вторинні:
 - є доповненням базисних,
 - приклад: технологічне оснащення для цих нових послуг. [2, с.59]

Також Й. Шумпетер виділив п'ять видів інновацій:

1. Виготовлення нового продукту;
2. Впровадження нового методу виробництва;
3. Освоєння нового ринку;
4. Отримання нового джерела сировини;
5. Проведення реорганізації. [7, с.6]

Розповсюдженою класифікацією інновацій є класифікація за «Керівництвом Осло» – основним методологічним інструментом Організації економічного співробітництва і розвитку у сфері інновацій [7, с.6]. Має такі види інновацій:

1. Продуктові – інноваційна техніка, послуги;
2. Процесні – поліпшені методи надання послуг (програмне забезпечення для бронювання номерів, організації фінансової звітності);
3. Організаційні – новітні методи управління персоналом, продажами;
4. Маркетингові – просування готельного продукту. [7, с.7]

За ступенем дієвості є інновації:

1. Приросні;
2. Істотні;
3. Інновації-прориви / революційні;
4. Радикальні. [3, с.23-25]

Варто розглянути їх детальніше. Приросні інновації мають такі риси:

- Підвищують задоволеність клієнтів, а значить, їх лояльність;
- Підвищують продуктивність роботи;
- Знижують витрати підприємства;
- Не мають істотного впливу на чистий прибуток;

- Приклади:
 - чат-боти для того, щоб клієнт дізнався про готель,
 - QR-коди з меню, розміщені на столах,
 - сучасні системи контролю доступу з використанням біометричних

технологій.

Істотні інновації:

- Мають вже більший прямий вплив на діяльність підприємства;
- Дають змогу підприємству:
 - стрімко розвиватися,
 - збільшити частку ринку,
 - знизити операційні витрати;
- Приклад – POS-системи для ресторанних закладів при готелі

Інновації-прориви або революційні:

- Ведуть до значного збільшення:
 - доходів,
 - чистого прибутку;
- Які саме інновації вводити, залежить від підприємства (визначає чи є інновація революційною саме для даного готелю, адже різні підприємства мають різні цілі, які можна досягти різними за рівнями інноваціями).

Радикальні інновації:

- Є тими, які вимагають від підприємства створення нових напрямів роботи на основі нових ідей та технологій [3, с.25];
- Мають суттєвий вплив на розвиток галузі та економіки в цілому;
- Приклад: кондо-готель, власником кожного номера якого є окремий інвестор. Напрямок дозволяє бізнесу зростати дуже високими темпами. Активно використовується в готельній мережі «Ribas».

Схожою на попередню є класифікація інновацій за ступенем глибини змін у сфері їх створення та використання [2, с.64]:

1. Радикальні:
 - нові відкриття,
 - створюють нові напрямки та галузі;
2. Ординарні:
 - нові рішення, які не змінюють суть діяльності;
 - приклад: робот-дворецький;
3. Поліпшуючі:
 - покращують попередні інновації,
 - приклад: використання спеціальної техніки для нового програмного

забезпечення.

Ще однією є класифікація за джерелом появи [2, с.67]:

1. Результат НТП:
 - винахід науковців будь-якої сфери, який використовується в готельній,
 - приклад: інноваційні матеріали для меблів, які показують високий рівень

зносостійкості;

2. Потреба ринку та виробництва:
 - частіше використовуються готельними господарствами, ніж перший вид,
- адже виникає через чіткі проблеми та запити клієнтів, персоналу тощо,
- приклад: нові професії в готельній сфері, менеджер з щастя.

Наступною є класифікація за масштабом новизни – головною ознакою інновацій.

Це інновації, які мають новизну для:

1. Світу – наприклад: штучний інтелект;
2. Країни – для України це інновації від сервісу «Дія», які використовуються майже у всіх сферах бізнесу та окремими фізичними особами;
3. Галузі – для готельної це системи дистанційного замовлення послуг через

додаток в телефоні, месенджери тощо;

4. Підприємства – приклад від готелю «WOL.121» – можливість розрахування криптовалютою за послуги.

Останньою класифікацію, яку буде розглянуто – за рівнем сприйняття споживачем, а саме, інновації які мають новизну:

1. Абсолютну – інновація не має аналогів;
2. Відносно – інновації вже були застосовані в галузі, наприклад, системи електронних замків (одні використовують їх з картками, інші – за допомогою біометричних даних;
3. Умовну – інновація є сполученням вже відомих складових, наприклад, системи бронювання номерів;
4. Суб’єктивну – інновації, з якими вже знайомі з інших галузей, наприклад, оплата послуг за допомогою телефона з NFC: спочатку в магазинах, пізніше і в готелях.

Але загальною класифікацією, на якій буде побудована дана робота та на основі якої можна представити інновації саме в готельній сфері – це інновації:

1. Технологічні;
2. Організаційні;
3. Соціальні.

Їх детально буде розглянуто в підрозділі 1.3. даної кваліфікаційної роботи.

Для узагальнення, наведеної в підрозділі, інформації, слугуватиме рис. 1.2, який демонструє класифікаційні групи інновацій.

Отже, було розглянуто вісім класифікаційних груп інновацій, визначено їх відмінності та наведено приклади до кожного виду. Класифікацій інновацій є ще багато, вчені та практики будуть створювати нові, адже інновації – беззупинний процес розвитку людства.

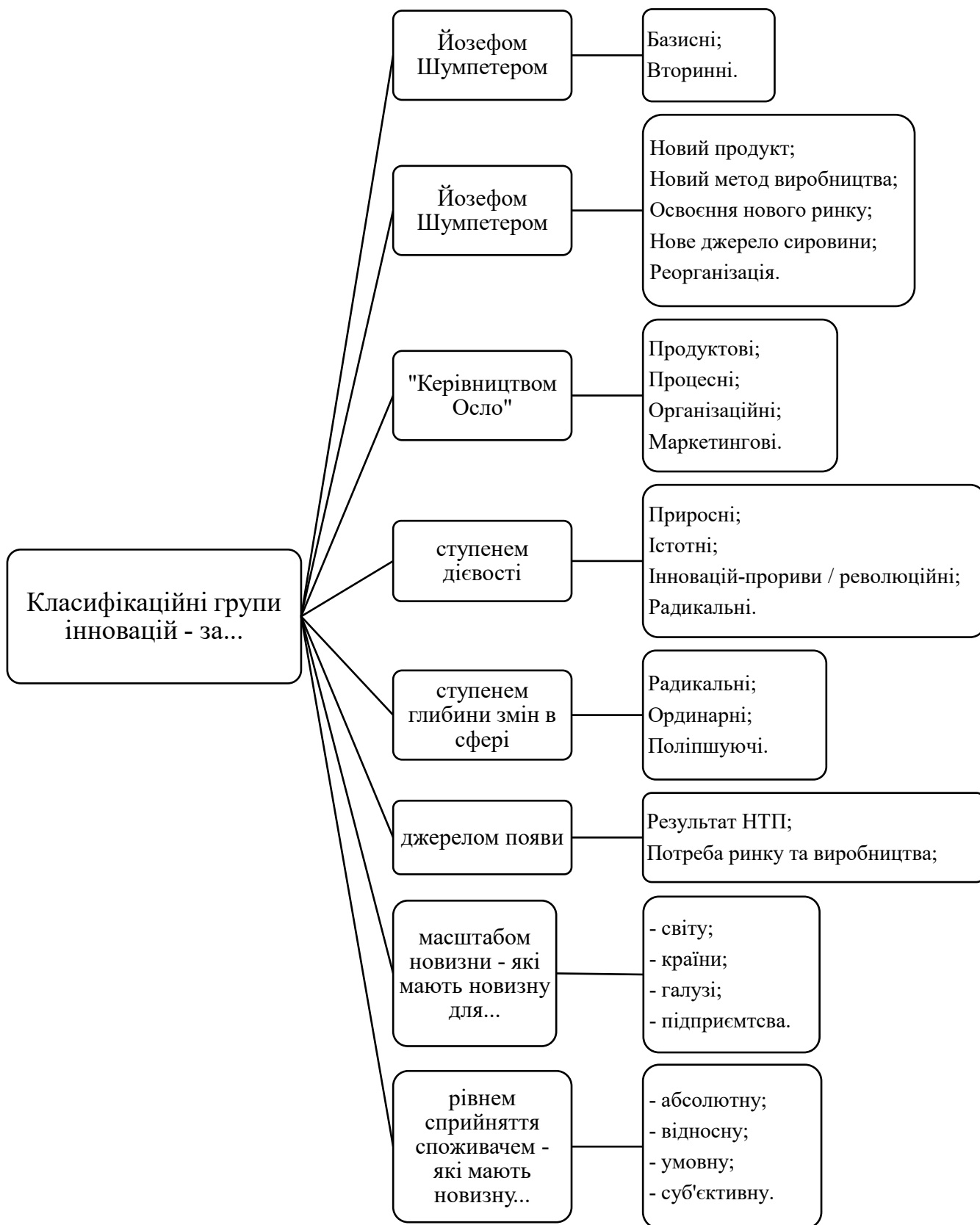


Рис. 1.2. Класифікаційні групи інновацій

1.3. Провідний досвід застосування інновацій в готельному бізнесі

В сфері готельного бізнесу кількість інновацій стрімко зростає та розширюється їх різноманітність. Діяльність готелів повинна швидко пристосовуватись до змін в зовнішньому середовищі для розвитку та конкурентоспроможності. Українські готелі є чудовим прикладом такого пристосування, зокрема готелі мережі «Ribas Hotels Group», яка стрімко розширюється та виходить на ринки інших країн.

Український сервіс вважається одним з найкращих в світі, адже є попит на послуги високої якості. Щоб якість була високою, в готелях і вводять інновації різних видів, адже навіть інновації, які є дуже затратними, але роблять клієнтів щасливими та лояльними, в подальшому призведуть і до матеріального прибутку. Інновації вводять і для оптимізації роботи персоналу, адже якщо працівник скоріше та якісніше виконує свої завдання, то в нього є можливість виконувати їх більше, при цьому не витратити занадто багато сил.

Готелі – матеріальні об'єкти і первинна їх задача – задовольнити гостей в матеріальних аспектах: зручному ліжку, смачній їжі, техніці, яка б задовольнила їх потреби тощо. Персоналу також важливі технологічні інновації для зручної роботи та якіснішого виконання послуг.

Тож, перше, що буде розглянуто – технологічні інновації. Вони дуже різноманітні, та надано їх в такому розрізі:

1. Одразу в усьому готелі;
2. В номерах окремо.

Проривом останніх двох років є штучний інтелект, його неймовірно стрімкий розвиток та популяризація. Зараз його використовують всюди і майже всі. В готелях він важливий для таких задач:

- Для клієнта: автоматичний збір даних про клієнта для пропонування йому найбільш підходящих рішень, наприклад послуг. Гарно працює з клієнтами, які вже були в готелі або в мережі і в базі є данні про нього.

- Для персоналу: автоматичний розрахунок даних, пов'язаних з фінансовою звітністю, автоматичне бронювання номера тощо.

Активно працює на базі штучного інтелекту програма бронювання авіаквитків та готельних номерів «Hooper» [18]. Програма має змогу аналізувати дані для надання інформації на рік вперед.

Потужною інновацією, яку поступового запроваджують в готелях – роботи. Вони працюють на базі того ж штучного інтелекту. Прикладом є робот південноамериканської розробки – «GAEMI», який виконує таку роботу:

- Надає послуги гостям – приймає їх, доставляє їжу;
- Допомогає вирішувати щоденні завдання персоналу;
- Патрулює готель для усунення небезпеки.

Сучасні іновації все більше стосуються віртуальної реальності. Так, готелі можуть впроваджувати віртуальні тури по своїх готелях, щоб потенційні клієнти могли оцінити та вибрати готель більш детально.

Говорячи про інновації необхідно оглянути тему систем охорони та безпеки готелів. Ці системи обов'язково мають бути в кожному готелі, а з початком повномасштабного вторгнення вони є ще більш актуальними.

Складовою систем охорони, яка зазанє найбільше оновлень та успішно застосовується в готелях є системи контролю доступу. Ці системи використовуються для:

- Окремих номерів готелю, для яких існують спеціальні інноваційні готельні замки різних відів;
- Приміщень для персоналу, де використовуються термінали доступу. [10, с.194]

Ці технічні засоби працюють з біометричними даними: відбитки пальців, рогівка очей, геометрія обличчя, венозна сітка долонь тощо. Зараз готелі більше працюють з картками, але скоро буде перехід до використання біометричних даних в готельній сфері більш активно, адже це мінімізує хакерські атаки та фізичний взлом.

Успішними компаніями, які займаються технічними засобами безпеки є:

- ZKTeco (Китай);
- Hikvision (Китай);
- Ajax Systems (Україна).

Для окремих номерів є теж багато інновацій. Наприклад, «інтернет речей», суть якого в підключенні побутових приладів до гаджетів як клієнтів, так і персоналу. Це дає змогу дистанційно управляти приладами та мінімізувати небезпеку через, наприклад, невимкнену плиту, коли гість вийшов з номеру та забув про неї. Це є частиною «розумного номеру», в якому можна заздалегідь налаштувати температуру, освітлення. Це зручний кейс і для персоналу, який може підготувати номер до заїзду гостя дистанційно і не витратити час на похід до номера.

Окремими прикладами інновацій, які можуть бути в номері є сенсорні панелі для замовлення послуг, інтерактивні дзеркала в ванній кімнаті та багато іншого.

Наступним видом інновацій для розгляду є організаційні. Вони стосуються інтелектуальної праці, а не матеріального оснащення. Вони надають гнучкості в роботі готельного підприємства. [7, с.18]

До організаційних інновацій належать:

- Аутсорсинг – передача функцій більш кваліфікованій компанії (наприклад, охоронній, клінінговій);
- Аутстафінг – вивід персоналу у штат компанії-провайдера (працівники виконують обов'язки компанії-замовника та компанії-провайдера);
- Фрілансери – задіяння професіоналів у різних сферах: ІТ, маркетинг тощо.
- Коучінг – тренування персоналу, їх мотивація;

- Підвищення кваліфікації для керівників. [7, с.18]

До організаційних інновацій також відносяться методи прискорення, покращення та оптимізації роботи персоналу.

Організаційні інновації мають позитивний ефект на результати роботи, стимулювання персоналу.

Останнім видом інновацій, який було розглянуто – соціальні. Це синтез технологічних та організаційних інновацій, адже мають і матеріальну, і інтелектуальну складову. [7, с.18]

Соціальні інновації є такими, які мають економічний ефект в подальшому після впровадження, а не одразу. Вони мають на меті зробити більш комфортним перебування гостей в готелі та персоналу на роботі.

Соціальні інновації поділяються на два види:

- Внутрішні – для персоналу;
- Зовнішні – для суспільства. [7, с.19]

Прикладами внутрішніх соціальних інновацій є:

- Навчання персоналу;
- Нематеріальні нагороди;
- Створення приємної атмосфери в робочому колективі;
- Гарантування безпеки;
- Бонуси.

Зовнішні соціальні інновації більш розширені та включають багато концепцій, адже стосуються створення зручностей для клієнтів та стимулюють інвесторів до вкладу коштів в готельний проєкт.

Надзвичайно актуальною в наш час є екологічна концепція. Щоб її притримуватись, готель має діяти так, щоб не тільки не шкодити навколишньому середовищу, а й допомагати йому. Для цього впроваджуються такі ініціативи:

- Сортування сміття;

- Зменшення використання пластику;
- Відмова від міні-косметики;
- Перехід на користування альтернативними джерелами енергії;
- Проведення тренінгів з екологічної свідомості для персоналу.

Актуальною також є концепція універсального дизайну, яка передбачена для маломобільних груп населення. Нажаль, для Українських готелів є зовнішня причина активного впровадження цієї концепції – повномасштабне вторгнення російських окупантів, яке призводить до збільшення кількості населення з травмами. Використовуються:

- Архітектурні рішення – пандуси, широкі проходи, спеціальні ванні кімнати з додатковими зручностями тощо;
- Способи надання інформації для людей з сенсорними вадами.

Сучасне життя та тенденції (поширення віддаленої роботи) та виклики (пандемія COVID-19) дали поштовх до такої інновації як окремі кімнати для переговорів та зум-конференцій.

Цікавою інновацією є впровадження готелями мережі «Starwood Luxury Collection» концепції «подорожі без нічого». Вона передбачає окреме перевезення багажу від дому клієнтів до їх номеру фірмою-перевізником «Luggage Forward».

Зараз популярним напрямком є колаборації готелів з іншими бізнесами, установами наприклад мережа «Ribas Hotels Group» має колаборації з:

- «Укрзалізницею»;
- «Megogo»;
- баром «The Fitz»;
- благодійним фондом «Повернись живим».

Колаборації дають змогу розвиватися бізнесам, просувати один одного, підтримувати в складні часи.

Іншими соціальними інноваціями в готелях також можна назвати:

- Коворкінги, які є місцем роботи та відпочинку з настільними іграми за чашкою кави;
- Руф-топи, які можуть слугувати баром, майданчиком для проведення заходів тощо.

Соціальні інновації значно покращують конкурентоспроможність готелю, його репутацію та роблять гостей своїми постійними клієнтами.

Висновки до розділу

Отже, підсумовуючи роботу над Розділом 1. кваліфікаційної роботи, можна зробити висновок, що інновації мають позитивний ефект на діяльність готелів, життя працівників та гостей. Є багато тлумачень терміну «інновація», багато видів, що підкреслює важливість інновацій, зацікавленості вчених та практиків в них. Також було розглянуто окремі приклади інновацій, які запроваджено в готельних господарствах, тенденції щодо їх впровадження.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЮ «WOL.121»

2.1. Виявлення специфіки функціонування готелю «WOL.121» та застосування інновацій в його діяльності

При описі готелю, виявленні його специфіки, варто надати його концепцію.

«WOL.121» – сучасний апарт-готель від компанії «Ribas Hotels Group», розташований в Одесі в 10 хвилинах від моря. [12, с. 6]

Основна ідея, закладена в концепцію готелю – оренда квартири з готельним сервісом, home hotel – відчувати себе як вдома. Є можливість бронювання номерів на кілька днів, як в готелі, і орендувати апартаменти на великий проміжок часу (наприклад, 2 роки). [12, с. 6]

Згідно з дослідженнями фахівців, визначені основні параметри, за якими відрізняється оренда житла в апарт-готелях та приватних квартирах.

Наприклад, в апарт-готелях, на відміну від орендованих квартир, відсутні або малоймовірні:

- Шахрайства, з якими може зіткнутися як орендатор з боку власника квартири, так і власник квартири з боку орендатора;
- Додаткових витрат на документи та формальності;
- Невідповідності фото та реальності;
- Нестачі побутової техніки.

Натомість присутні:

- Ергономічність;
- Сучасний дизайн в порівнянні з більшістю пропонованих варіантів квартир в оренду;

- Готельне обслуговування;
- Спеціальні тарифи для тих, хто орендує довгостроково.

Ці чинники стали основою для активного будівництва апарт-готелів в світі, зокрема, в Україні. Цим напрямом в Україні займається керуюча компанія «Ribas Hotels Group», чий готель «WOL.121» став одним з перших апарт-готелів в Україні та є популярним серед гостей Одеси. Також компанія активно впроваджує кондо-готелі, які є схожими з апарт-готелями, головна сутність яких в тому, що окремий номер може придбати окремий інвестор. Але у «WOL.121» один власник, інші готелі мережі «Ribas», які засновувались пізніше, є вже кондо-готелями.

Іншими чинниками (основними саме для створення «WOL.121») є:

- Пандемія коронавірусу;
- Небажання представників сучасного покоління купувати житло;
- Поширення віддаленої роботи в молоді. [12, с. 8-9]

Таким чином, через коронавірус з'явилась потреба суспільства в місці, де можна віддалено жити та працювати з комфортом. Для Одеси це також було і є актуально.

Крім номерів-апартаментів, на 5 поверсі цього готелю наявні:

- Рецепція;
- Лоббі-бар (часто є і коворкінгом);
- Тренажерна зала;
- Тераса.

Серед окремих переваг «WOL.121» слід виділити:

- Розвинену інфраструктуру – поблизу є:
 - магазини «Сільпо», «АТБ», «Таврія В»,
 - кафе, ресторани («Штрудель», «Арт-Шат», «Wood», «Мамап на Фонтані»),
 - транспорт (185 маршрут, 17 та 18 трамваї);
- Pet-friendly – можна заселятися з невеликими тваринами;

- Можливість взяти в оренду необхідну побутову техніку, а не купувати чи брати з собою в готель.

В розрізі концепції слід оглянути і цільову аудиторію готелю «WOL.121». Представники – люди, які: молоді (переважно), активні, креативні, люблять нові знайомства, не потребують багато зручностей для проживання, мають «сучасні» професії та напрямки діяльності: блогери, крипто-спеціалісти, інфлюенсери. [12, с. 7]

Загальні відомості про готель «WOL.121» представлено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Загальна характеристика апарт-готелю «WOL.121»

Показники	Значення
Початок роботи	IV квартал 2021 року, (17 січня)
Адреса	Фонтанська дорога, 121, Одеса
Тип колективного засобу розміщення	апарт-готель
Площа	загальна – 2265 м ² , житлова – 2130 м ²
Кількість номерів, од.	63
Середня ціна номеру, грн.	1775
Кількість поверхів	5 (фактично, 6)
Кількість та місткість конференц-залів, од.	відсутні (в наявності конференц-зона на 12 посадкових місць)
Кількість та місткість ресторану, од. / місць	1 лоббі-бар / 24
Розрахунковий час	Заїзд – 14:00 Виїзд – 12:00
Способи здійснення бронювання	– на рецепції; – офіційний сайт готелю; – сайти бронювання готелів (Booking, Hotels 24)
Кредитні картки, що приймаються	– VISA – Master Card – Maestro
Способи оплати	– готівковковий

	– безготівковий – криптовалюти
--	-----------------------------------

Джерело: створено автором за [12, с. 7-8]

Примітки:

- В назві готелю наявне число «121», що є відсилкою на його адресу;
- Фактично, в готелі 6 поверхів, але вважається – 5 (більшу частину 1-го поверху займає магазин «АТБ» і цей поверх вважається нульовим. Так, нумерація поверхів починається з, фактично, 2-го поверху).

Далі буде надано інформацію про будівлю та інтер'єр апарт-готелю «WOL.121».

Окремі зони готелю представлено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Поділ готелю «WOL.121» на зони по поверхам

1 поверх (нульовий; далі 1, 2 і тд.)	1-4 поверхи	5 поверх
– зона у входу з великим дзеркалом на всю стіну; – ліфт; – сходовий майданчик; – зона для зберігання речей (велосипедів); – магазин «АТБ» (не відноситься до готелю, але займає більшу частину його 1-го поверху).	– зона ліфту; – зона сходових майданчиків (основний та пожежний); – номери; – локерні кімнати для персоналу; – технічні приміщення.	– рецепція; – кабінет керуючої готелю; – лоббі-бар, коворкінг; – тренажерна зала; – тераса; – вбиральня для гостей; – кухня; – зона миття посуду; – склад; – локерна кімната для персоналу; – вбиральня для персоналу.

Джерело: створено автором за [12, с. 9-10]

Варто зазначити, що 1-4 поверхи готелю функціонують як житлові приміщення, як в житловому домі. А 5-й поверх є таким, де надаються додаткові послуги гостям й функціонує керуючий та виконавчий персонал (крім покоївок).

Всі приміщення готелю «WOL.121» виконані в стилі лофт та мінімалізм, про що свідчить:

- Кольорова гамма: сірий, білий, чорний, деталі інших яскравих кольорів;
- Помітність деяких комунікацій;
- Чорні стелі-решітки в нежитлових приміщеннях;
- Характерні стилям меблі, деталі інтер'єру, аксесуари;
- Оздоблення під камінь, залізо. [12, с. 10]

Отже, стилі лофт та мінімалізм є сучасними, практичними та естетичними, що ідеально вписується в концепцію готелю.

Варто зауважити, що в готелі «WOL.121» встановлена сучасна система безпеки та охорони від «HikVision» (камери нагляду, домофони, датчики диму тощо).

Апарт-готель «WOL.121» має три типи номерів:

1. Open Spaces – студія з одним двоспальним ліжком;
2. Spaces – апартаменти з одним двоспальним ліжком та одним диваном;
3. Double Spaces – апартаменти з 2-ма двоспальними ліжками та одним диваном. [12, с. 13]

Структура номерного фонду готелю і вартість проживання наведені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Структура номерного фонду готелю «WOL.121» і вартість проживання

Типи номерів	Номерний фонд		Кількість місць, од.	Вартість послуг розміщення	
	Кількість номерів, од.	Питома вага, %		Вартість номера	Вартість місця
Open Spaces (студія)	21	33,3	42	1550 грн/доба 13 000 грн/міс	775 грн/доба 6500 грн/міс

Spaces (апартаменти)	41	65,1	82	2000 грн/доба 15 000 грн/міс	1000 грн/доба 7500 грн/міс
Double Spaces (апартаменти з 2-ма спальнями)	1	1,6	4	27 000 грн/міс	6 750 грн/міс
Всього	63	100	128	X	X

Джерело: створено автором за [12, с. 13; 22].

Слід зазначити, що вартості проживання на момент складання звіту (лютий) та на травень не змінились.

Структура номерного фонду апарт-готелю «WOL.121» представлена наочно на рис. 2.1.

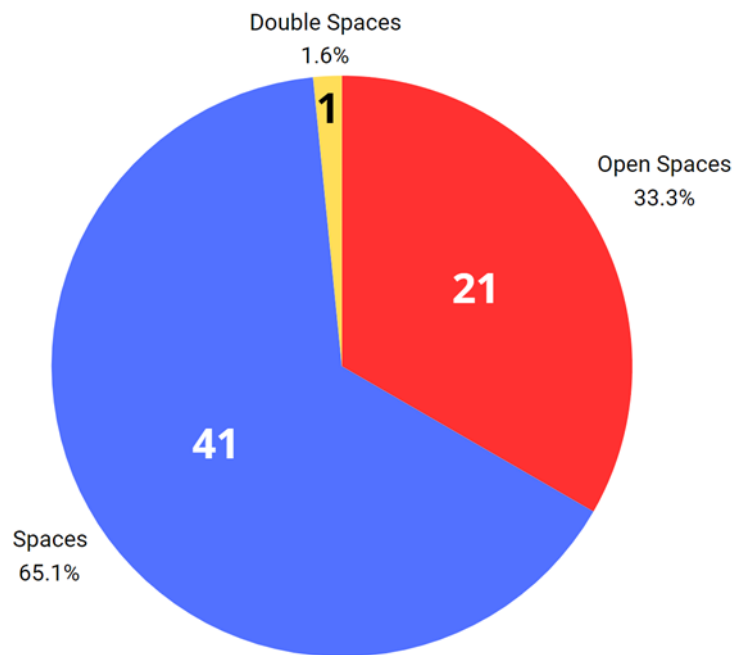


Рис. 2.1. Структура номерного фонду готелю «WOL.121»

Згідно з круговою діаграмою, найбільше в готелі «WOL.121» номерів категорії Spaces (апартаменти), частка яких в загальному обсязі номерів становить 65,1% (41

номер). Вдвічі менше від попередньої частку займають номери категорії Open Spaces (студія) – 33,3% (21 номер). Номер категорії Double Spaces (апартаменти з 2-ма спальнями) тільки один і займає частку 1,6%.

Характеристику кожної категорії номерів та наповнення в них і представлено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Характеристика типів номерів в готелі «WOL.121»

Тип номеру Критерії	Open Spaces (студія)	Spaces (апартаменти)	Double Spaces (апартаменти з 2-ма спальнями)
Площа	25 м ²	35 м ²	60 м ²
Кількість кімнат	1	2	3
Вміст:			
спальні	– велике двоспальне ліжко; – шафа; – Smart TV; – штори blackout; – Wi-Fi; – кондиціонер.	– велике двоспальне ліжко; – шафа-купе; – штори blackout; – Wi-Fi; – кондиціонер; (+) праска.	– 2 великих двоспальних ліжка (+1); – 2 шафи-купе (+1); – 2 Smart TV (+1); (зазначені вище найменування розділяються по одному в окремій спальні); – штори blackout; – Wi-Fi; – кондиціонер; – праска.
вітальні	– робоча зона.	(+) диван; – робоче місце; – Smart TV.	– диван; – робоча зона.
кухні	– міні-кухня; – індукційна плита; – духовка; – мікрохвильова піч; – електрочайник; – холодильник; – пральна машина; – кухонне приладдя; – посуд.	– міні-кухня; – індукційна плита; – духовка; – мікрохвильова піч ; – електрочайник; – холодильник; – пральна машина; – кухонне приладдя; – посуд.	– міні-кухня; – індукційна плита; – духовка; – мікрохвильова піч; – електрочайник; – холодильник; – пральна машина; – кухонне приладдя;

			– посуд.
ванної кімнати	– душова кабіна; – набір рушників; – міні-косметика; – фен.	– душова кабіна; – набір рушників; – міні-косметика; – фен.	– душова кабіна; – набір рушників; – міні-косметика; – фен.

Джерело: створено автором за [12; 22].

(Позначка «(+)» – найменування предметів, яких не було в попередній категорії номеру в таблиці).

В номер категорії:

- Spaces, порівняно з Open Spaces, додаються один диван та праска;
- Double Spaces, порівняно зі Spaces, додаються по два ліжка, шафи та телевізора.

Наступним буде представлено інформацію про структуру персоналу готелю «WOL.121» в 2023 році. Дані в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Структура персоналу готелю «WOL.121»

Посади	Чисельність осіб	Частка, %
1. Керівник готелю	1	7,1
2. Адміністратори рецепції	3	21,4
3. Су-шеф	1	7,1
4. Кухар	1	7,1
5. Старша покоївка	1	7,1
6. Покоївки	4	28,6
7. Клінери	2	14,3
8. Технік	1	7,1
Загалом	14	100

Наочно продемонстровано структуру персоналу готелю «WOL.121» на рис. 2.2.



Рис. 2.2. Структура персоналу готелю «WOL.121»

Отже, в даному готелі:

- Існує 8 посад;
- Найбільшу частку займають покоївки – 4 ос. (28,6 %);
- За ними – адміністратори рецепції – 3 ос. (21,4 %);
- Потім клінери – 2 ос. (14,3 %);
- Інші – по 1 ос. (7,1 %).

Щодо посадових обов'язків, то в цьому готелі має особливості посада адміністратора рецепції, адже він виконує функції одразу 4-х посад:

- Власне адміністратора рецепції;
- Офіціанта;
- Бариста;
- Бармена.

Фактично, адміністратор обслуговує всіх гостей на 5-му поверсі, в розрізі його обов'язків. Зменшення кількості персоналу в готелях є тенденцією останніх років і частиною концепції «WOL.121». На інших посадах персонал має стандартні обов'язки.

Також функціонувати готелю допомагають працівники та спеціалісти, які не входять в штат, наприклад бухгалтери, HR-менеджери, IT-спеціалісти тощо. Допомагають адміністраторам, при великих заходах, офіціанти на аутсорсі. Такі працівники функціонують для блага не тільки «WOL.121», а й всієї мережі «Ribas Hotels Group».

Окремо будуть наведені інновації, які задіяні в готелі «WOL.121» в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Інновації, впроваджені в готелі «WOL.121» по категоріям

Технологічні	Організаційні	Соціальні
1. Інформаційні панелі для кожного номера; 2. Сучасні дверні замки; 3. Термінал для криптовалюти; 4. Окремі лічильники для кожного номера.	1. Онлайн платформа для навчання персоналу; 2. Тренінги: – приготування кави (для адміністраторів рецепції), – екологічного напрямку (економія електроенергії, сортування сміття); 3. Аутсорсинг (офіціанти на великі заходи).	1. Eco-friendly; 2. Pet-friendly; 3. Розважальні та освітні заходи для гостей; 4. Колаборації; 5. Використання нових програм та додатків; 6. Робота з платформою корпоративного добробуту «Розумію»; 7. Зменшення кількості співробітників; 8. Оплата криптовалютою; 9. Комунікація з гостями в чаті Телеграм; 10. Відносини гостей з адміністраторами рецепції як з друзями.

Деякі позиції потребують детальнішого пояснення.

Електронні інформаційні панелі:

- Для зручності роботи персоналу;
- Знаходиться біля дверей до номеру (ззовні);
- Показує 3 види повідомлень:

- гість в номері (картка знаходиться в слоті),
- не турбувати,
- потрібне прибирання.

Дверні замки:

- Працюють разом з:
 - картками (найчастіше використання),
 - додатком до телефона гостя;
- Зчитують відбитки пальця (не використовується).

Eco-friendly:

- Заходи з еко-свідомості:
 - тренінги для персоналу,
 - від організації «Місто Майбутнього» – школа еко-урбанізму;
- Відмова від пластику (пляшки, трубочки тощо);
- Відсутність щоденного прибирання та заміни рушників (якщо гість не попросить/не замовить);
- Економія електроенергії та води за допомогою спеціальних приладів.

Pet-friendly:

- Дружнє піклування про тварин з боку персоналу (адміністраторів рецепції);
- Можливість замовлення в номер годівниці та рушника для тварин;
- Можливість для господарів залишити улюбленця в номері під час його прибирання.

Заходи для гостей:

- Розважальні: вечори живої музики, діджей-сети, бранчі, кіновечори, стендапи, творчі майстеркласи, інші тематичні заходи);
- Освітні: бізнес-тренінги, екологічного напрямку.

Колаборації:

- Благодійний фонд «Повернись живим» – донати до збройних сил України;
- Організація «Місто Майбутнього» – школа екоурбанізму;
- Доставка їжі «Вилки Палки» (кухня доставки знаходиться через дорогу від готелю);
- Стендап-спільнота «Вирій»;
- Жіночий клуб «Witch Space» – творчі майстеркласи;
- Бренд обладнання для барбекю «Weber»;
- Бренд кормів для котів та собак «Savory» – подарунковий бокс з корисним вмістом для тварин;

- Окремі люди (переважно – інстаграм-блогери) – для реклами.

Нові на ринку програми та додатки:

- Choice:
 - онлайн-меню кафе, бару,
 - відстежування відгуків;
- Poster:
 - POS-система,
 - бронювання столів,
 - облік та звіт замовлених страв;
- Vinotel:
 - бізнес-телефонія,
 - зберігання номерів телефону,
 - повторне прослуховування.

Платформа «Розумію»:

- Wellbeing вебінари;
- Психологічна підтримка персоналу;
- Підвищення продуктивності команди.

Дружні відносини між персоналом і гостями:

- Переписка гостей з адміністратором готелю, який є help-менеджером, в чаті телеграм на рівні, суміжному між формальним і неформальним (адміністратор має дружньо, але ввічливо спілкуватися з гостем, не переходити на «ти» зі свого боку);
- Група в Телеграмі з новинами про заходи в готелі для гостей, які орендують номер на довгий строк.

Можемо зробити висновок, що в готелі «WOL.121» велику увагу приділяють соціальним інноваціям і для гостей, і для персоналу. Це означає, що керівництво готелю дбає про життя та гарний настрій тих, хто знаходиться в «WOL.121». Така тактика загалом притаманна діяльності готелей мережі «Ribas Hotels Group», що робить компанію дуже популярною в Україні.

В книзі «Більше ніж сервіс», автором якої є власник компанії «Ribas Hotels Group», Артур Лупашко, наведена влучна цитата від Андрія Маренчука, операційного директора компанії на той час (2022-2023 рр.) щодо персоналу: «Людина більшість часу знаходиться на роботі, тому потрібно для неї створювати атмосферу другого дому». [4, с. 216]

2.2. Формування готельного продукту та оцінка якості надання послуг в готелі «WOL.121»

В даному підрозділі кваліфікаційної роботи буде детально описано основні та додаткові послуги, які надаються в готелі «WOL.121».

Наочно продемонстровано підрозділи та послуги, виконання яких вони забезпечують на, рис. 2.3.



Рис. 2.3. Підрозділи, які забезпечують надання послуг в готелі «WOL.121»

Детальнішу інформацію про підрозділи наведено далі.

Підрозділ послуг реєстрації:

- Індивідуальна та експрес-реєстрація заїзду/виїзду – ранній заїзд та пізній виїзд (вартість послуг – половина вартості номеру за добу);
- Стійка працює цілодобово;
- Шляхи реєстрації:
 - на рецепції,
 - офіційний сайт готелю,
 - сайти бронювання номерів («Booking», «Hotels 24»);
- Способи оплати: готівка, безготівковий, криптовалюти.

Підрозділ послуг проживання:

- Додаткове спальне місце – 500 грн/доба (підготовка дивану).

Підрозділ послуг харчування:

- Лоббі-бар надає послуги харчування як кафе, кав'ярня та бар;
- Способи замовлення страв, напоїв:
 - на стійці рецепції, звернувшись до адміністратора,
 - через онлайн-меню ChoiceQR,
 - через повідомлення в телеграмі (повідомлення отримує адміністратор рецепції та передає замовлення на кухню через систему Poster);
- Широкий вибір страв та напоїв (в тому числі, вегетаріанських) + доставка «Вилки Палки»;
- Напої та готові снеки можна замовляти цілодобово (напої готує адміністратор рецепції);

Підрозділ послуг дозвілля:

- Розважальні та освітні заходи на:
 - конференц-зоні коворкінгу (великий довгий стіл на 12 посадкових місць + великий телевізор),
 - терасі;
 (заходи можуть відвідувати і не проживаючі в готелі, зазвичай вони платні (ті, що організовує окрема організація))
- Велика зона з полицями в зоні коворкінгу з книгами та настільними іграми (переважно для проживаючих в готелі);
- Коворкінг можуть відвідувати всі:
 - проживаючі – входить в основні послуги (безкоштовно),
 - не проживаючі – 300 грн/день.

Підрозділ послуг прибирання та побуту:

- Вартість прибирання в залежності від категорії номеру:
 - Open Spaces – 550 грн,

- Spaces – 660 грн,
- Double Spaces – 770 грн;
- Інші послуги:
 - прасування одягу (окрема оплата),
 - заміна постільної білизни – 350 грн;
- Є можливість самотійного прибирання (пилосос знаходиться в коридорі кожного поверха, де є номери, безкоштовний);
- Оренда техніки – 100-200 грн/доба, а саме: блендер, відпарювач, вінчик, кавомолка, міксер, ноутбук, плойка, подовжувач, принтер, сотейник, тостер;
- Оплата комунальних послуг при довгостроковій оренді номера (електроенергія, вода).

Отже, основні послуги в готелі «WOL.121» такі: проживання, коворкінг, тренажерна зала, користування Wi-Fi. Інші – додаткові.

Окремими послугами готелю є:

- Парковка – 80 грн/доба;
- Трансфер;
- Організація заходів;
- Продаж:
 - книги «Більше, ніж сервіс» – 830 грн,
 - мерчу (фірмові наліпки) – 200 грн;
- Друк документів (на рецепції).

Адміністратори рецепції знають та обслуговують українською, англійською та російською мовами.

В номерах є такі зручності: розетки та вимикачі поблизу ліжка, можливість проживання з маленькою твариною, сейф, приладдя для прасування одягу, праска, сушарка для одягу, вішалки для одягу, москітні сітки, звукоізоляція.

Щодо безпеки, то в готелі встановлені системи охорони від зловмисників та протипожежна.

Друга частина цього підрозділу – оцінка якості обслуговування в готелі «WOL.121» (способом обробки інформації із сайту бронювання номерів «Booking»).

На основі відгуків гостей (220 відгуків) сформовано готельний продукт «WOL.121» та представлено в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Дослідження специфіки організації готельного продукту готелю «WOL.121»

Найменування рівнів	Відгуки клієнтів про готельний продукт «WOL.121»	
	Позитивні	Негативні
Базовий продукт	– наявність коворкінга; – тераса з гарним видом; – спортзал; – pet-friendly сервіс; – функціонал і наповнення номерів.	– непорозуміння через парковку (вона не належить готелю, тому спочатку не зазначалася в переліку послг).
Очікуваний продукт	– стильний інтер'єр; – чистота; – зручне ліжко; – наявність необхідних, для проживання, речей; – косметика хорошої якості; – смачні страви; – персонал привітний та ненав'язливий; – індивідуальна увага від персоналу; – немає потреби часто звертатися до персоналу; – можливість раннього заїзду та пізнього виїзду.	– недосконале кондиціонування приміщень; – погана звукоізоляція (горизонтально); – менші ліжка, ніж заявлено (менше 180 см. в ширину); – малий розмір ковдри; – нестача гарячої води через малий об'єм бойлера; – мала кількість предметів для повноцінного довгострокового проживання, зокрема, посуду; – незручна система освітлення в номерах; – непорозуміння з сусідами; – дискофорт від тварин.
Розширений продукт	– море не далеко від готелю; – поряд магазину, заклади ресторанного господарства.	– шум з вулиці.
Потенційний продукт	– вирішення проблем з кондиціонуванням та обігрівом номерів; – надання посуду та постільної білизни в необхідній кількості; – вдосконалення системи водонагрівання; – вирішення проблем з якістю сигналу Wi-Fi.	

Отже, зроблено висновок, що найбільше схвальних відгуків було за:

- Доброзичливий персонал;
- Гарний інтер'єр;
- Хорошу інфраструктуру.

А найбільша кількість скарг була за:

- Повільне нагрівання номера через кондиціонер;
- Погану звукоізоляцію.

Було помічено, що на всі відгуки, де письмово наведені причини оцінок, були розгорнуті відповіді від персоналу, з індивідуальним, не шаблонним, текстом. Це, безумовно, покращує імідж готелю.

Щодо відгуків гостей саме на інновації в готелі, то вони чудово оцінюють соціальні інновації та завдяки їм і обирають «WOL.121». Особливо добре вони оцінюють дружнє обслуговування адміністраторів рецепції, pet-friendly сервіс, наявність регулярних розважальних та освітніх заходів, які можуть відвідувати і не проживаючи в готелі. З матеріальною та технічною складовою є проблеми, як то погана звукоізоляція та робота кондиціонерів, недостатня кількість предметів для повноцінного проживання довгостроково.

Оцінки обслуговування гостей готелю «WOL.121» за різними складовими наведені в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Структура оцінки якості обслуговування в готелі «WOL.121»

№	Складові оцінки	Кількість балів
1	Персонал	9,7
2	Зручності	9,7
3	Чистота	9,6
4	Комфорт	9,7
5	Співвідношення ціна/якість	9,6
6	Розташування	9,3

7	Безкоштовний Wi-Fi	8,8
Загальна оцінка за 10-бальною шкалою		9,6

Джерело: створено автором за [24].

Найбільш висока оцінка з наявних (9,7) стоїть за декілька складових:

- Персонал,
- Зручності,
- Комфорт.

Найнижча оцінка з наявних – 8,8 – за якість Wi-Fi.

Отже, діяльність готелю «WOL.121» показує чудові результати в наданні послуг гостям, судячи з рейтингу готелю на сайті «Booking». Самі послуги є рінманітними та мають інноваційні соціальні напрямки.

2.3. Динаміка виробничо-економічної діяльності готелю «WOL.121» з урахуванням впровадження інновацій

В даному підрозділі буде розглянуто та проаналізовано різні показники виробничо-економічної діяльності готелю «WOL.121» в динаміці.

Динаміка показників буде розглядатися за період 2022-2023 рр., адже готель відкрився на початку 2022 року.

Спочатку буде наведено дані про основні показники використання економіко-експлуатаційних можливостей готелю «WOL.121» в табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Основні показники використання економіко-експлуатаційних можливостей готелю
«WOL.121» за 2022-2023 роки

№ з/п	Показники		Од. вим.	Значення показників по роках		Темп приросту, %
				2022	2023	
1	Одноразова місткість		ном.	63	63	—
			місць	128	128	—
2	Обслуговано гостей		осіб	8176	15389	88,2
3	Надано місце-діб (H_k)		місце-діб	16352	30778	88,2
4	Середня тривалість перебування одного гостя		діб	2,0	4,0	—
5	Дохід від надання основних послуг	всього	тис. грн.	2885	6139	112,8
		від 1 гостя	грн.	353	399	13,05
		від 1 місце-добы	грн.	176,4	199,5	13,05
6	Максимальне завантаження		місце-діб	46720	46720	—
7	Рівень завантаження (K_3)		%	35	66	88,2

Д
жере
ло:
ство
рено
авто
ром
за
[12,
с. 18-
19].
Д
ля
знах
одже
ння
темпу

приросту використовується наступна формула:

$$T_{\text{пр}} = T_{\text{р}(\%)} - 100 \quad (2.1)$$

де

$T_{\text{пр}}$ – темп приросту,

$T_{\text{р}(\%)}$ – темп росту у відсотках.

Для знаходження темпу росту використовується така формула:

$$T_{\text{р}} = \frac{y_i}{y_{i-t}} \cdot 100 \quad (2.2)$$

де

y_i – дані за поточний рік,

t – різниця між роками.

Формула темпу росту за 2022-2023 має вигляд:

$$T_{\text{р}22-23} = \frac{y_{23}}{y_{22}} \cdot 100 \quad (2.3)$$

Далі до прикладу наведено розрахунок темпу росту для кількості обслуговуваних гостей за 2022-2023 рр.

$$T_{\text{р}22-23} = \frac{15389}{8176} \cdot 100$$

$$T_{\text{р}22-23} = 188,2 \%$$

Таким чином, темп приросту для кількості обслуговуваних гостей за 2022-2023 рр. буде:

$$T_{\text{пр}} = 188,2\% - 100$$

$$T_{\text{пр}} = 88,2 \%$$

Отже, в 2023 р., порівняно з 2022 р., кількість гостей збільшилась:

- на 7213 ос. (абсолютний приріст);
- на 88,2 %;
- в 1,9 разів.

Більше, ніж в 2 рази став загальний дохід від надання основних послуг. При цьому, в частці загальних доходів від надання основних послуг збільшились на 13,05% доходи від одного:

- гостя,
- місця-добы.

Також, майже в 2 рази стали більші:

- кількість наданих місце-днів;
- рівень завантаження.

Зростання показників використання економіко-експлуатаційних можливостей в близько 2 рази можна пояснити більш напруженою обстановкою в Україні в 2022 році, більше людей в 2023 році прагнуло подорожувати та зупинятися в готелях.

Отже, 2023 рік для готелю «WOL.121» є більш успішним в плані економіко-експлуатаційних можливостей.

Щодо завантаженості по порах року, то наведені такі дані за 2023 рік:

- Літо (~ 86 %);
- Осінь (~ 75 %);
- Весна (~ 71 %);
- Зима (~ 65 %). [12, с. 22]

Можна прослідкувати залежність завантаженості номерів від літнього сезону в Одесі.

По місяцях в 2023 році завантаження номерів було таке:

- Найбільше – липень (88%);
- Найменше – лютий (64%). [12, с. 22]

Наступним до вивчення є доходи готелю «WOL.121». Дані наведено в табл. 2.10

Таблиця 2.10

Загальні доходи від виробничо-економічної діяльності готелю «WOL.121»

Доходи	Од. вим.	Значення показників по роках		Зміна значень
		2022	2023	
1. Дохід від основних послуг	тис. грн	2885	6139	3254 / 112,8 %
	%	63,5	66,2	2,7
2. Дохід від послуг ресторанного господарства	тис. грн	1399	2559	1160 / 83 %
	%	30,8	27,6	- 3,2
3. Дохід від надання додаткових послуг	тис. грн	259	573	314 / 121 %
	%	5,7	6,2	0,5
Всього	тис. грн	4543	9271	4728 / 104 %
	%	100,0	100,0	X

Джерело: створено автором за [12, с. 41-41; 26].

Отже, загальні доходи готелю «WOL.121» в 2023 р., порівняно з 2022 р. виросли на 104 % (на 4,728 тис.грн) або в 2,04 разів.

Дохід від основних послуг збільшився на 112,8 % (на 3254 тис. грн) або в 2,12 разів.

Дохід від надання додаткових послуг збільшився на 121 % (на 314 тис. грн).

Дохід від послуг ресторанного господарства збільшився на 83 % (на 1160 тис. грн) або в 1,8 разів.

Щодо часток окремих складових в загальній сумі доходу, то частки доходів від основних послуг та від додаткових послуг в 2023 р., порівняно з 2022 р., збільшились на 2,7% та на 0,5% відповідно. А частка доходу від послуг ресторанного господарства зменшилась на 3,2%.

Такі дані свідчать про активацію перебування гостей в готелі «WOL.121» в 2023 р., і в якості проживаючих, і як відвідувачі заходів. Також на значне збільшення доходів від додаткових послуг послужила набагато більша кількість заходів в 2023 р., порівняно з 2022 р. адже для цього замовники орендують приміщення коворкінгу або руф-топу.

Останнім буде наведено данні про ефективність функціонування готелю «WOL.121» в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Ефективність функціонування готелю «WOL.121» в 2022-2023 рр.

№	Показники	Од. вим.	Значення показників по роках		Зміна значень показників 2023 р. до 2022 р.	
			2022	2023	в абсолютному вимірі	у відносному вимірі
1	Дохід	тис. грн	4543	9271	4728	104%
2	Витрати	тис. грн	4106	8177	4071	99,3%
3	Результат від основної діяльності (прибуток, збиток)	тис. грн	+ 437	+ 1094	657	150,3%
4	Рентабельність продажів (ряд. 4 : ряд. 1 x 100%)	%	9,6	11,8	2,2	X
5	Рентабельність витрат (ряд. 4 : ряд. 2 x 100%)	%	10,6	13,4	2,7	X

Джерело: створено автором за [12, с. 41-41, 26].

Отже, результати від основної діяльності в 2023 р., порівняно з 2022 р., збільшились на 150,3 % (на 657 тис. грн) або в 2,5 разів.

Доходи збільшились на 104% (на 4728 тис. грн) або в 2,04 разів.

Витрати також збільшились, на 99,3 % (на 4071 тис. грн).

Таким чином, рентабельність продажів і витрат збільшились на 2,2 % та на 2,7 % відповідно.

Найвища рентабельність з аналізованих по показнику витрат за 2023 р. – 13,4 %. Загалом, показники рентабельності витрат вищі, ніж показники рентабельності доходів за обидва роки. Це означає, що витрати виправдані. Показники рентабельності доволі високі як на воєнні часи.

Рекомендується підвищувати рентабельність продажів.

В підсумку, в даному підрозділі було розглянуто динаміку:

- основних показників використання економіко-експлуатаційних можливостей,
 - доходів від виробничо-економічної діяльності,
 - ефективності функціонування
- ... готелю «WOL.121» в 2022-2023 рр.

Загалом, в 2023 році результати набагато кращі, ніж в 2022 році. Це пов'язано зі складнішою військовою ситуацією в 2022 році, тоді Одесі було мало туристів. Звичайно, зі збільшенням попиту на проживання в готелі, збільшились і витрати на забезпечення функціонування готелю, але вони менші, ніж доходи і показують високий показник рентабельності. Тож, готель «WOL.121» має прибуток і вищий, ніж в 2022 році.

Однією з причин хороших результатів є ефективне провадження інновацій різного виду в діяльність готелю, які збільшують продуктивність роботи персоналу та залучають більше клієнтів, роблячи їх лояльними.

Висновки до розділу

Отже, другий розділ даної кваліфікаційної роботи присвячений ґрунтовному дослідженню діяльності готелю «WOL.121», в тому числі, з урахуванням різноманітних інновацій. Зроблено висновок, що в готелі:

- Активно впроваджуються інновації, особливо соціальні;

- Персонал оперативно реагує на зауваження та виправляє недоліки;
- Загалом хороші результати виробничо-економічної діяльності в динаміці.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ РІЗНИХ ВИДІВ В ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЮ «WOL.121»

3.1. Оцінка конкурентної позиції готеля «WOL.121» для вивчення можливостей щодо вдосконалення його інноваційної діяльності

Для оцінки конкурентної позиції досліджуваного готелю, перш за все, портібно порівняти його з конкурентами. Для цього було обрано 3 готелі, які мають номери-апартаменти та які знаходяться приблизно в 20 хв. пішки від «WOL.121», а саме:

1. «Shellman Apart Hotel» [28];
2. «Mykonos Hotel Apart Maestro» [29];
3. «Sorrento Apart Hotel». [30]

Порівняння та оцінка будуть проводитись за даними сайту «Booking» про ці готелі, а саме, по відгукам.

Спочатку буде представлено складові оцінки якості обслуговування в готелях-конкурентах «WOL.121» та в самому досліджуваному готелі в табл. 3.1.

Таблиця 3.1.

Складові оцінки якості надання послуг в апарт-готелях «Shellman», «Mykonos», «Sorrento» та «WOL.121»

Критерії	Апарт-готелі			
	«Shellman»	«Mykonos»	«Sorrento»	«WOL.121»
Кількість опитаних респондентів	164	365	251	220
Оцінки за 10-бальною шкалою				
Персонал	9,2	9,1	9,7	9,7
Зручності	8,1	9,2	9,4	9,7
Чистота	8,1	9,4	9,5	9,6
Комфорт	8,0	9,2	9,5	9,7

Співвідношення ціна/якість	8,2	9,1	9,3	9,6
Розташування	8,5	9,3	9,4	9,3
Безкоштовний Wi-Fi	8,2	8,4	9,3	8,8
Комплексний показник сприйняття споживачем	8,3	9,0	9,5	9,6

Джерело: створено автором за [24; 28; 29; 30]

Як можна помітити, готелі в табл. 3.1 розташовані в порядку збільшення комплексного показника сприйняття готелей споживачем. Найвищу оцінку має досліджуваний апарт-готель «WOL.121», трохи нижчу – «Sorrento», «Mykonos» має оцінку «9», а «Shellman» найнижчу – «8,3».

Загалом готель «WOL.121» має найвищі оцінки по складовим, серед трьох конкурентів, окрім розташування та якості Wi-Fi. По цих параметрах вищі оцінки має готель «Sorrento», адже розташований ближче до Аркадії – однієї з головних туристичних локацій Одеси.

Варто зазначити, що всі досліджувані готелі мають доволі високі оцінки.

Наступним буде наведена шкала відгуків по цим готелям від позначення «Чудово» до «Дуже погано» в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Шкала відгуків гостей апарт-готелів «Shellman», «Mykonos», «Sorrento» та «WOL.121»

Назва апарт-готелю	Од. вим.	Кількість відгуків	Зокрема за складовими				
			Чудово (9+)	Добре (7-9)	Досить непогано (5-7)	Погано (3-5)	Дуже погано (1-3)
«Shellman»	од.	164	94	42	20	6	2
	%	100	57,3	25,6	12,2	3,7	1,2
«Mykonos»	од.	365	273	62	10	9	6
	%	100	74,8	17	2,7	2,5	1,6
«Sorrento»	од.	251	223	24	1	2	1
	%	100	88,8	9,6	0,4	0,8	0,4
«WOL.121»	од.	220	200	20	0	0	0
	%	100	90,9	9,1	0	0	0

Джерело: створено автором за [24; 28; 29; 30]

Отже, можна прослідкувати логічну, з минулою табл. 3.1, тенденцію в розташуванні готелів в порядку кращої оцінки, а саме, в збільшенні частки оцінок «Чудово» (9+). Варто зазначити, що в готеля «WOL.121» окрім переважання оцінок «9+» серед інших, відсутні й оцінки нижче позначення «Добре».

Далі, для оцінки конкурентних переваг готелів, потрібно дослідити контингент гостей. Дані наведені в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Контингент клієнтів апарт-готелів «Shellman», «Mykonos», «Sorrento» та «WOL.121»

Назва апарт-готелю	Од. вим.	Кількість відгуків	Зокрема за складовими				
			Сім'ї	Пари	Групи друзів	Індивідуальні мандрівники	Бізнес-андрівники
«Shellman»	од.	164	54	66	15	29	23
	%	100	32,9	40,2	9,1	17,7	14
«Mykonos»	од.	365	105	171	28	56	56
	%	100	28,8	46,8	7,7	15,3	15,3
«Sorrento»	од.	251	66	122	20	43	37
	%	100	26,3	48,6	8	17,1	14,7
«WOL.121»	од.	220	33	131	10	50	46
	%	100	15	59,5	4,54	22,7	20,9

Джерело: створено автором за [24; 28; 29; 30]

Тож, можна зробити такі висновки щодо гостей, які відвідують досліджувані готелі:

- Переважають – пари;
- Найменша частка – групи друзів.

Інші складові відрізняються помітно, серед інших, в готелі «WOL.121», а саме, в ньому:

- Переважає частка пар ще більше, ніж в конкурентів;
- Значно переважають частки індивідуальних та бізнес-андрівників;
- Менше, ніж в конкурентів, частки сімей та груп друзів.

Отже, в «WOL.121» гості переважно пари, індивідуальні та бізнес-мандрівники, що відповідає концепції готелю.

Останнім потрібно зазначити конкурентні переваги кожного готеля по різних показниках в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Дослідження конкурентних переваг апарт-готелів «Shellman», «Mykonos», «Sorrento» та «WOL.121»

Показники	Найменування апарт-готелів			
	«Shellman»	«Mykonos»	«Sorrento»	«WOL.121»
Рік заснування	2014	2019	2015	2022
Номерний фонд	18	12	10	63
Середня вартість проживання за номер-апартамент, грн/доба	1000	1175	1300	2000
Способи оплати	готівковий	готівковий; безготівковий.	готівковий	готівковий; безготівковий; криптовалюти.
Мови, якими обслуговують	українська; російська.	українська; англійська; російська.	українська; російська.	українська; англійська; російська.
Заклади ресторанного господарства	– кав'ярня	–	–	– лоббі-бар (кафе)
Можливість проводити заходи	–	–	–	– конференц-зона на 35 місць; – тераса.
Місця для дозвілля	– тераса з барбекю-зоною; – спільна зона відпочинку; – сауна;	– тераса	–	– коворкінг (лоббі-бар); – тераса; – тренажерна зала.

	– салон краси.			
Наявність парковки	– безкоштовна; – на території готелю; – для осіб з обмеж. фіз. можл..	– безкоштовна; – на території готелю.	– безкоштовна; – на території готелю.	– відсутня на тер. готелю; – є договір з сусідньою парковкою (80 грн/доба).
Можливість перебування з тваринами	– можна	– можна; – стягується додаткова плата.	–	– можна; – pet-friendly сервіс.
Особливості	– зручності для людей з обмеж. фіз. можл.; – окремі входи в номери; – є номери з балконами; – спільна пральня; – застарілі системи входу (звичайні ключі).	– в будівлі ЖК «Mykonos»; – номери з балконами; – можливість вибору виду з номера.	– не можна з дітьми до 6 років	– мережевий готель «Ribas Hotels Group»; – можливість довгострокової оренди номерів за спец. тарифом; – наявність повноцінного кафе; – можливість проводити заходи; – тренажерна зала; – можливість оплати криптовалютою. – платна парковка.

Джерело: створено автором за [24; 28; 29; 30]

Отже, дослідивши трьох конкурентів готелю «WOL.121», можна виділити його сильні та слабкі сторони.

Сильні сторони готелю «WOL.121»:

- Найновіший серед досліджуваних конкурентів;
- Має набагато більший номерний фонд;
- Можливість довгострокової оренди номерів за спеціальним тарифом;
- Наявність:
 - повноцінного закладу ресторанного господарства,
 - тренажерної зали;
- Є можливість проводити заходи.

Слабкі сторони готелю «WOL.121»:

- Порівняно дорожчі апартаменти;
- Платна парковка не на території самого готелю.
- Відсутність номерів з балконами.

Варто також виділити соціальну інновацію, яку запровадили в готелі «Shellman» – концепцію універсального дизайну для людей з обмеженими фізичними можливостями. В цьому готелі є зручності для таких людей, що є актуально в наш час. В готелі «WOL.121» таких спеціальних зручностей немає, а обладнати вже функціонуючий готель під стандарти універсального дизайну важко. Але, пропонуємо наступні заходи для наближення «WOL.121» до концепції універсального дизайну:

- Встановити кнопку виклику персоналу на вході в готель, для того, щоб адміністратор рецепції міг допомогти людині на візку зайти та піднятися ліфтом, переходити пороги, сходи тощо;
- Встановити плавні переходи через пороги в загальних зонах готелю;

- Відвідування курсів персоналом, на яких навчають особливостям обслуговування людей з обмеженими фізичними можливостями.

В іншому готелі – «Mykonos», є можливість обрати вид з номеру, що можна запровадити і в послуги готелю «WOL.121».

Загалом, можна зробити висновок, що всі три конкуренти «WOL.121» здебільшого направлені на обслуговування гостей літнього сезону, про що свідчить їх дизайн та розташування. А в готелі «WOL.121» є можливість довгострокової оренди номерів, що робить його актуальним не тільки в літній сезон. Також, досліджуваний готель має загалом більше сильних сторін, ніж наведені конкуренти.

Далі буде проводитись аналіз діяльності готелю «WOL.121» окремо. Для оцінки конкурентної позиції підприємств, зокрема, готелів підходить метод SWOT-аналізу, в якому потрібно дослідити сильні і слабкі сторони готелю (внутрішнє середовище), а також можливості і загрози для нього (зовнішнє середовище).

Перелік чинників внутрішнього та зовнішнього середовищ готелю «WOL.121» представлено в табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Перелік чинників внутрішнього та зовнішнього середовищ готелю «WOL.121»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<i>Маркетингова складова:</i> – відоме ім'я мережі; – активне ведення соціальних мереж (Instagram); – високий рейтинг на букінг; – оперативне реагування на скарги; – колаборації з іншими брендами та блогерами. <i>Економічна складова:</i> – загалом хороші результати виробничо-економічної діяльності; – підвищення рентабельності в динаміці. <i>Зручності:</i>	<i>Матеріально-технічна складова:</i> – погана звукоізоляція номерів та шум з кухні на 5-му поверсі; – повільна робота кондиціонерів в номерах; – малий об'єм бойлерів; – недостатньо предметів в номерах для повноцінного довготривалого проживання; – незручне освітлення в номерах; – недотримання правил меблювання (поверхні стільниць на рецепції та в номерах легко брудняться); – відсутність повноцінного конференц-залу.

– можливість довгострокової оренди номера; – розвинена інфраструктура; – близькість моря; – коворкінг (який доступний не тільки для проживаючих); – кухонні зони в кожному номері; – можливість орендувати побутову техніку та інші девайси. <i>Обслуговування:</i> – приділення великої уваги чистоті; – дружні відносини між адміністраторами рецепції та гостями (адміністратори вміло балансують між формальним і неформальним спілкуванням); – активне проведення розважальних та освітніх заходів (які доступні не тільки проживаючим в готелі) <i>Інноваційна складова:</i> – соціальні інновації; – організаційні інновації; – використання сучасних програм для різної діяльності; – оплата криптовалютою. <i>Соціальна складова:</i> – фінансова підтримка ЗСУ (збір донатів в колаборації з благодійним фондом «Повернись Живим»); – еко-свідомість; – pet-friendly сервіс; – мінімізація чисельності персоналу.	<i>Соціальна складова:</i> – відсутність укриття; – нестача покоївок в літній сезон (наприклад, влітку 2 покоївкам потрібно прибирати 20 номерів щодня); – велике навантаження для одного адміністратора рецепції в літній сезон (на цій посаді виконуються задачі власне адміністратора, офіціанта, бариста та бармена).
Можливості	Загрози
– популяризація апарт-готелів серед населення; – акцентування уваги на інноваціях різних видів в діяльності готелю; – приділення більшої уваги технологічним інноваціям; – використання більше якісних методів для	– пошкодження будівлі готелю через атаки російськими ракетами; – погіршення військової ситуації в Україні, зокрема, Одеській області; – наростання нестабільної економічної та політичної ситуації в країні;

економії грошових ресурсів, а не кількісних; – розширення колаборацій з брендами та медійними особами, блогерами; – продовження розвитку в напрямку екології; – поповнення предметів для повноцінного довготривалого проживання гостей; – додати в літній сезон на зміну ще одного: - адміністратора (всього буде два), - покоївку (всього буде три) ... для пришвидшення виконання завдань та з вищою якістю. – додати іграшки для тварин для можливості оренди гостям.	– постійні вимкнення світла; – поява нових апарт-готелів в Одесі; – незручності через тварин, вони можуть: - заважати іншим гостям (шум, спричинення алергії тощо), - наносити шкодити меблям; – зменшення кількості гостей чоловічої статі через жорсткіші умови мобілізації з 18 травня 2024 р. (стосується більше відвідуваності заходів непроживаючими в готелі клієнтами); – проблеми з поставками продуктів харчування, інших ресурсів; – хакерські атаки на бази даних, програми.
---	---

З наведеної в табл. 3.5 інформації, можна зробити висновок, що в готеля «WOL.121»:

- Більше переваг, ніж недоліків;
- Більша кількість недоліків стосується матеріально-технічної складової;
- Найбільше загроз, на даний час, через війну в Україні.

Деякі чинники слід розглянути окремо в розрізі використання можливостей для подолання / мінімізації слабких сторін готелю «WOL.121». Аналіз наведений в табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Заходи для подолання недоліків готелю «WOL.121»

Недоліки	Заходи для подолання
Погана звукоізоляція номерів та кухні на 5-му поверсі	Рішення для звукоізоляції кухні: – замовити перегородку зі спеціальних, призначених

	для кухні, матеріалів замість тканинної.
Повільна робота кондиціонерів в номерах	Приділення більшої уваги технологічним інноваціям: – включення кондиціонера до приїзду гостей – задіяння системи «розумний дім» для дистанційного ввімкнення кондиціонера адміністратором або гостем.
Малий об'єм бойлерів	Приділення більшої уваги технологічним інноваціям: - вдосконалення системи нагріву води.
Недостатньо предметів в номерах для повноцінного довготривалого проживання	– поповнення предметів; – створення опитування в телеграм-групі для довготривалих проживаючих на тему «Які предмети та девайси необхідно додати в номери та в якій кількості?»
Незручне освітлення в номерах	– додати клейкі світлодіодні стрічки для більш затишного освітлення в зонах: ліжка, робочій, кухонній.
Чорні поверхні стільниць легко брудняться	Придбання спеціальних миючих засобів та ганчірок, які дозволятимуть поверхні довго бути без плям. Продовження розвитку в напрямку екології – засоби, які не шкодять природі.
Відсутність повноцінного конференц-залу	Акцентування уваги на: – затишності коворкінгу (лоббі-бару), – вільному просторі без обмежень у вигляді стін (психологічний вплив).
Відсутність укриття	– акцентування уваги гостей та персоналу на місцезнаходженні найближчого укриття.
Нестача адміністраторів рецепції та покоївок в літній сезон	Додати в літній сезон на зміну ще одного: – адміністратора (всього буде два), – покоївку (всього буде три) ... для пришвидшення виконання завдань та з вищою якістю.

Джерело: створено автором за табл. 3.5

Отже, недоліки матеріально-технічної сфери готелю «WOL.121» (погані звукоізоляція, кондиціонери та бойлери) на етапі активного функціонування готелю виправити не так легко (особливо, покращити звукоізоляцію), але можна мінімізувати ці проблеми завдяки допомозі відповідних спеціалістів.

Найскладніше та найдорожче – впровадити укриття, яке буде зручним для гостей, тому наразі доречно буде повідомляти гостей про найближче укриття за допомогою вивісок в зонах загального користування, на сайтах та в соціальних мережах.

Багато недоліків можна виправити за допомогою різних інновацій, технологічних і за допомогою соціальних мереж, сучасних способів комунікації.

Якщо розглядати загрози, то можна дослідити незручності через тварин. Так як готель «WOL.121» дуже багато уваги приділяє pet-friendly сервісу, то повністю позбутися незручностей не вийде. Але можна покращити ситуацію, наприклад, з псуванням меблів шляхом впровадження негучних іграшок для тварин (наприклад, кігтеточок для котів, м'ячиків тощо). Перед заселенням адміністратор має запитати, чи буде з гостями тварина, яка саме та підготувати номер відповідно. Також можна звернутися за допомогою до спеціалістів, які знають, що впровадити для покращення перебування тварин в готелі.

Таким чином, в підрозділі було досліджено два аспекти: готель «WOL.121» в порівнянні з конкурентами та його окремо за допомогою методу SWOT-аналізу. В ході роботи виявлено функції та особливості готелів-конкурентів, які можна впровадити «WOL.121», в тому числі, інноваційні. Також розглянуто варіанти вирішення недоліків готелю «WOL.121», в той же час, ці рішення дадуть змогу вдосконалити його інноваційну діяльність.

3.2. Розробка комплексу заходів щодо впровадження інновацій різних видів в діяльність готелю «WOL.121»

В данному підрозділі буде розглянуто інновації, які на наш погляд слід впровадити в діяльність готеля «WOL.121» для його кращого функціонування та репутації.

Такими інноваціями є впровадження:

- Сонячної електростанції (панелей) (технологічна + соціальна);
- Годинник-пейджер для адміністраторів рецепції (технологічна + організаційна);
- Кнопка виклику персоналу (технологічна + організаційна);
- Штучного інтелекту (організаційна).

Першими буде досліджено процес впровадження сонячних панелей в готель. Сонячні панелі – вдале рішення через наступні дві головні причини:

- Екологічність – використання невичерпних ресурсів (сонячної енергії);
- Зменшення фінансових витрат на електроенергію (у випадку «WOL.121» не тільки для підприємства, а й для гостей довготривалого перебування, адже вони оплачують рахунки за світло окремо),

Екологічність такого рішення призводить до значних конкурентних переваг, покращення репутації, іміджу. А так як готель «WOL.121» є eco-friendly, то це є навіть необхідним.

В економічному плані, особливо в час постійних відключень світла, суттєвою перевагою сонячних панелей є їх вплив на незалежність функціонування готелю від зовнішньої електричної мережі. Навіть в кризові часи вони допоможуть готелю бути набагато більш стійким.

Також, надлишки виробленої електроенергії можна продавати державі за програмою «Зелений тариф». [31]

Крім того, Одеська область – одна з лідерів вироблення сонячної енергії в Україні через її південне розташування. Тож, такими можливостями необхідно користуватися для успішного функціонування готелю.

Сонячна електростанція має такі складові:

1. Сонячні панелі:
 - основний компонент СЕС,
 - перетворює сонячну енергію на електричну,
 - встановлюються на даху будівель або земельній ділянці;
2. Інвертор:
 - передає перероблену електроенергію від сонячних панелей у внутрішню мережу підприємства, надлишки віддає у зовнішню мережу;
3. Акумулятори:
 - накопичують надлишок електроенергії.
 - забезпечують живлення приладів у разі відключення загальної електромережі;
4. Лічильник:
 - вимірює споживану та передану в мережу електроенергію,
 - забезпечує інтелектуальне керування;
5. Загальна мережа:
 - основне джерело електроенергії для об'єкта. [31]

В табл. 3.7 описано процес впровадження сонячної електростанції в діяльність готелю, зокрема, «WOL.121».

Таблиця 3.7

Опис впровадження сонячної електростанції в діяльність готелю «WOL.121»

№	Аспект	Опис
1	Попередня оцінка встановлення сонячної електростанції для готелю	1. Оцінка місцевого клімату та сонячного випромінювання; 2. Аналіз площі на даху для встановлення панелей; 3. Розрахунок вартості встановлення.
2	Розробка проектного рішення	1. Підготовка технічного завдання для проектувальників; 2. Розробка: – інженерного проекту,

		– 3D-моделі; 3. Підрахунок кількості обладнання та якого саме.
3	Встановлення сонячної електростанції	1. Доставка об'єктів, обладнання; 2. Монтаж; 3. Пуско-налагоджувальні роботи; 4. Перевірка роботи СЕС; 5. Надання документів.
4	Подальша допомога від компанії-встановника	1. Моніторинг роботи СЕС; 2. Оформлення документів; 3. Допомога в оформленні «Зеленого тарифу».

Джерело: створено автором за [31]

Тож, встановлення сонячної електростанції є складним процесом, та доволі великим фінансовим вкладом, який окупиться повною мірою в майбутньому (розрахунок впровадження буде наданий в підрозділі 3.3 даної кваліфікаційної роботи).

Наступною інновацією до впровадження в діяльність готелю «WOL.121» є годинник-пейджер для адміністратора рецепції. Ця посада в досліджуваному готелі особлива тим, що передбачає виконання завдань власне адміністратора, офіціанта, бариста та бармена.

В часи великого навантаження, коли одночасно потребується виконання багатьох задач, потрібно особливу увагу приділяти структуруванню виконання цих задач. Для того, щоб адміністратор не забув про замовлення гостя за столиком лоббі-бару або вчасно прийшов до нього, коли відносив замовлення в номер і потрібен такий пейджер. Він стане чудовим доповненням до комунікації через чат в телеграм, адже чат існує тільки для проживаючих в готелі, а до «WOL.121» приходять також багато непроживаючих, наприклад на кіновечір.

Годинник-пейджер має вигляд сенсорного наручного годинника та має такий функціонал:

- Сповіщення про замовлення, необхідність обслуговування;

- Керування чергою;
- Комунікація між персоналом (у випадку досліджуваного готеля – між адміністратором та су-шефом та кухарем);
- Повідомлення про готовність страв;
- Можливість:
 - підключення до інших передачів інформації, які вже є в готелі «WOL.121»,
 - налаштування характеру сповіщення (звук, вібрація або разом).

До пейджера є сенс придбати іншу технологічну інновацію – кнопку виклику персоналу і поставити на стійці рецепції, адже для замовлення страв зазвичай клієнти підходять до рецепції та замовляють в адміністратора. А за наявністю пейджера в адміністратора та цієї кнопки, він може одразу підійти до рецепції, до клієнта. Це особливо доречно, коли адміністратор знаходиться далеко від рецепції, наприклад, допомагає в підготовці номеру для особливих гостей.

Останньою інновацією до впровадження, яка активно розповсюджується в світі, є штучний інтелект. Він буде корисним для збору та обробки інформації багатьох напрямків, наприклад:

- Бронювання номерів;
- Замовлення страв та напоїв;
- Операційна діяльність;
- Маркетинг (наприклад, прогнозування попиту на певну послугу);
- Аналіз роботи готелю по даним фінансових звітів;
- Аналіз витрат фінансових та інших ресурсів;
- Систематизація відгуків;
- Створення контенту для соц. мереж.

Варто зазначити, що сервіси «Booking», «Servio» тощо працюють на базі штучного інтелекту, тож в готелі «WOL.121» він вже активно використовується. Але

сфера III стрімко розвивається і за допомогою нього можна вирішувати набагато ширший перелік завдань.

Крім того, в готелі «WOL.121» є сучасні дверні замки до кожної двері номеру та до двері окремого поверху. Вони теж мають потенціал штучного інтелекту завдяки можливості обробки відбитків пальців. Але наразі ними користуються за допомогою карток або спеціального телефонного додатку. Для використання цих замків за допомогою відбитків пальців в штат персоналу потрібно залучити окремого ІТ-спеціаліста, що є доволі затратно та не вписується в частину концепції готелю – мінімізацію кількості персоналу. Але, на нашу думку, скоро гості в готелях світу загалом будуть готові до нового етапу в процесі входу в номер – через аналіз їх біометричних даних.

Отже, в даному підрозділі було детально досліджено кожен запропонований нами інноваційний в діяльність апарт-готелю «WOL.121».

3.3. Економічне обґрунтування окремих запропонованих заходів із впровадження інновацій в готелі «WOL.121»

В останньому підрозділі даної кваліфікаційної роботи буде наведено економічне обґрунтування впровадження інновацій, які були запропоновані та описані нами в підрозділі 3.2.

Для точного розрахунку впровадження сонячної електростанції в готель «WOL.121» потрібно багато даних, які можуть вирахувати тільки спеціалісти та ті, хто безпосередньо має доступ до даних готелю, наприклад:

- Інтенсивність сонячного випромінювання на місцевості, де розташований готель;
- Щомісячне споживання енергії в готелі.

Для обрання СЕС необхідної потужності для забезпечення всього готелю електроенергією, треба розрахувати цю потужність за формулою:

$$P = \frac{E}{S \cdot q} \quad (3.1)$$

де

P – потужність СЕС;

E – загальне енергоспоживання готелю на місяць;

S – середня кількість сонячних годин на місяць в Одесі, в год.;

q – коефіцієнт ефективності системи.

Є наступні дані:

$E = 20$ тис. кВт·год

$S = 175$ год/міс

$q \approx 0,8$.

$$P = \frac{20000}{175 \cdot 0,8}$$

$P = 142,8$ кВт·год

Отже, для забезпечення готелю «WOL.121» електроенергією, потрібно встановити сонячну електростанцію потужністю приблизно 142,8 кВт·год.

Для цього випадку, на ринку наявні СЕС, потужністю 100 кВт·год. Варіант дасть змогу частково забезпечити готель електроенергією. А СЕС більшої потужності, наприклад, 200 кВт, дасть змогу і забезпечити готель електроенергією, і продавати її надлишок за «Зеленим тарифом». Проте, в другому варіанті надлишок буде дуже великим, що не є необхідним.

Тож, варто обрати сонячну електростанцію, потужністю 100 кВт·год, яка зможе виробити близько 87% необхідної, для користування готелем, електроенергії. Це означає, що готель не буде надавати електроенергію за «Зеленим тарифом».

Як зазначалося, сонячні електростанції дорогі, але є дуже вигідним вкладом.

Наприклад, мережева СЕС, потужністю 100 кВт для підприємства від компанії «Сонергія» [33] має такі характеристики:

- Вартість – 63,27 тис. дол. (2,6 млн. грн);
- Економія на рік – 26,2 тис. дол. (1 млн. грн);
- Період експлуатації – 30 років.

Варто підрахувати час окупності даної електростанції. Як зазначалося, СЕС, потужністю 100 кВт·год зможе забезпечити готель 87% від необхідної електроенергії, а це 17,5 тис. кВт·год від 20 тис. кВт загальних.

Отже, формула для підрахунку терміну окупності даної СЕС така:

$$T = \frac{V}{s} \quad (3.2)$$

де

T – термін окупності СЕС;

V – вартість встановлення СЕС;

s – сума грошей, зекономлена щомісячно на СЕС.

Для знаходження суми зекономлених грошей, потрібна така формула:

$$s = E_n \cdot 0,87 \cdot r \quad (3.3)$$

де

E_n – кількість кВт, яку виробляє СЕС вмісяць для даного готелю;

K – коефіцієнт від відсотка забезпечення електроенергією = 0,87;

$г$ – тариф на електроенергію в місяць = 4,32 грн/кВт · год.

$$s = 17500 \cdot 0,87 \cdot 4,32$$

$$s = 65,52 \text{ тис. грн}$$

Тож, термін окупності обраної СЕС:

$$T = \frac{2564309}{65520}$$

$$T = 39 \text{ міс. або } 3.25 \text{ роки}$$

Отже, термін окупності сонячної електростанції, потужністю 100 кВт для готелю «WOL.121», становить 3 роки і 3 місяці.

За даними табл. 2.11, в 2023 році готель «WOL.121» мав прибуток в розмірі 1094 тис. грн, що в 2,5 рази більше, ніж в 2022 р. Але 2022 р. – рік відкриття готелю та складної військової ситуації, тож такі результати не варто вважати середніми. Проте, якщо прибуток буде щорічно збільшуватись приблизно в 1,5 рази, то встановити цю СЕС можна буде в 2026 р. Та робити чіткі прогнози на декілька років вперед в нестабільні військові часи не варто.

Далі буде розрахунок витрат на більш прості, в плані впровадження, інновації:

- годинника-пейджера для адміністраторів рецепції;
- кнопки виклику персоналу;

Наприклад:

- Пейджер моделі ZJ-41E-A (black) [35] коштує 2406 грн;
- Кнопка виклику персоналу моделі YK500-1E [36] коштує 296 грн.

Загальні витрати на систему – 2702 грн.

Отже, загалом витрати на цю маленьку, але дуже корисну систему становлять 2702 грн. Витрати, в порівнянні з загальними фінансовими даними готеля, незначні, але зроблять процес обслуговування адміністратора рецепції простішим.

Тож, в цьому підрозділі ми, за допомогою розрахунків, довели потребу в впровадженні окремих, пропонованих нами, інновацій в діяльність апарт-готелю «WOL.121».

Висновки до розділу

Отже, працюючи над останнім розділом роботи, можна зробити такі підсумки:

- Було досліджено трьох конкурентів готелю «WOL.121», детально вивчено недоліки готелю та запропоновано заходи для їх подолання або мінімізації;
 - Досліджено впровадження, в тому числі, економічне, таких інновацій різних видів:
 - сонячної електростанції,
 - годинника-пейджера для адміністратора рецепції,
 - кнопки виклику персоналу,
 - штучного інтелекту
- ... в діяльність готелю.

ВИСНОВКИ

Отже, при виконанні даної кваліфікаційної роботи, були вирішені поставлені завдання.

Вивчивши сутність понять «інновація», «інноваційна діяльність» та «інноваційний розвиток», нами було виявлено, що:

- Різні вчені трактують поняття «інновація» по-різному – як зміни, процес створення, кінцевий результат від введення нової ідеї.
- Інновації обов'язково мають використовуватись на практиці та мати корисний результат.
- Інноваційну діяльність в Україні регулює Закон України «Про інноваційну діяльність», де вказано, що держава може підтримувати інноваційну діяльність, корисну для країни, фінансово та захищаючи права суб'єктів інноваційної діяльності.
- Поняття «інноваційний розвиток» може розглядатися як кінцевий результат наукової діяльності (предметно-технологічний підхід), а може бути пов'язаний зі створенням та впровадженням інноваційних проектів (функціональний підхід).

Визначивши види інновацій та особливості їх застосування в закладах готельного господарства, було підсумовано, що найпоширенішими класифікаційними групами інновацій є групи за: Йозефом Шумпетером, «Керівництвом Осло», ступенем дієвості, ступенем глибини змін в сфері, джерелом появи, масштабом новизни, рівнем сприйняття споживачем. Також нами було створено рис.1.2, на якому наочно продемонстровано види інновацій за наведеними класифікаційними групами.

Розглянувши провідний досвід застосування інновацій в готельному бізнесі, наведено конкретні технологічні, організаційні та соціальні інновації, які використовуються в сфері готельного бізнесу. Варто зазначити, що всі сучасні готелі використовують в своїй діяльності штучний інтелект, який є складовою багатьох інших інновацій.

Виявивши специфіку функціонування готелю «WOL.121» та застосування інновацій в його діяльності, надано та детально описано його:

- Концепцію – оренда номеру-апартаменту (квартири) з готельним сервісом;
- Будівлю:
 - поверхи 1-4 – житлові приміщення, 5-й – місце додаткових послуг та функціонування керуючого та виконавчого персоналу (крім покоївок),
 - приміщення виконані в стилі лофт та мінімалізм;
- Номери (3 категорії, їх структура, характеристика);
- Персонал:
 - структура – 14 осіб, 8 посад (концепція мінімізації кількості персоналу),
 - особлива посада – адміністратор рецепції (виконує функції власне адміністратора, офіціана, бариста та бармена),
 - є персонал на аутсорсі, який не входить в штат (наприклад, офіціанти на великі заходи);
- Конкретні інновації в діяльності (технологічні, організаційні та соціальні), наприклад концепції eco-friendly та pet-friendly, колаборації тощо. Варто зазначити, що в готелі «WOL.121» велику увагу приділяють соціальним інноваціям і для гостей, і для персоналу.

Дослідивши формування готельного продукту та оцінку якості надання послуг в готелі «WOL.121», описано підрозділи, які забезпечують надання послуг, зручності, які надаються в готелі. Була проведена оцінка якості обслуговування в готелі «WOL.121» способом обробки інформації із сайту бронювання номерів «Booking», сформований готельний продукт. Виявлено загальну відмінну оцінку (9,6) від гостей, які залишали відгуки на «Booking».

Проаналізувавши динаміку виробничо-економічної діяльності готелю «WOL.121» з урахуванням впровадження інновацій, зроблено висновок, що:

- Показники використання економіко-експлуатаційних можливостей зросли приблизно в 2 рази в 2023 р., порівняно з 2022 р.
- Доходи від виробничо-економічної діяльності збільшились в 2 рази в 2023 р., порівняно з 2022 р. Окремі складові (доходи від основних та додаткових послуг, послуг харчування) також збільшились, проте частка доходу від послуг ресторанного господарства єдина, що зменшилась, а саме, на 3,2%.
- Рентабельності продажів і витрат в 2023 р. збільшились, порівняно з 2022 р. та становлять 11,8% та 13,4% відповідно. Самі показники рентабельності доволі високі як на воєнні часи.
- Загалом, в 2023 році результати набагато кращі, ніж в 2022 році.

Оцінивши конкурентну позицію готелю «WOL.121» для вивчення можливостей щодо вдосконалення його інноваційної діяльності можна зробити висновок, що досліджуваний готель має кращі оцінки, згідно з «Booking», ніж три його конкуренти. Також виявлено деякі функції конкурентів, які досліджуваний готель може перейняти в свою діяльність. В розрізі проведеного SWOT-аналізу, детально розглянуто слабкі сторони «WOL.121» та запропоновано шляхи їх вирішення, в тому числі, інноваційні.

Розробивши комплекс заходів щодо впровадження інновацій різних видів в діяльність готелю «WOL.121», виявлені переваги впровадження таких інновацій, як сонячна електростанція, годинник-пейджер для адміністраторів рецепції, кнопка виклику персоналу, штучний інтелект в діяльність готелю.

Обґрунтувавши економічно окремі пропоновані заходи із впровадження інновацій в готелі «WOL.121» зроблено висновок, що обрана сонячна електростанція, потужністю 100 кВт має термін окупності 3 роки та 3 місяці, а комплект пейджер для адміністратора та кнопка виклику персоналу є, порівняно, легким та недорогим до впровадження в діяльність готелю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Законодавчі та нормативні документи:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 2849-IX: станом на 31.03.2023 р. : вебсайт. URL:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#>

Навчальні посібники та монографії:

2. Інноваційні технології в готельному господарстві: основи теорії: навчальний посібник / Т. В. Капліна, В. М. Столярчук, Л. П. Малюк, А. С. Капліна. – Полтава: ПУЕТ, 2018. – 357 с.
3. Микитюк П. П., Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Сковчиляс С. М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.
4. Лупашко А. Більше ніж сервіс. видавництво «Punkt Publishing». Київ: 2023 . – 240 с.
5. Курс лекцій з дисципліни «Менеджмент в туризмі та готельно-ресторанній справі» для студентів III-IV курсів усіх форм навчання спеціальностей «Туризм» і «Готельно-ресторанна справа» / І. В. Лебедев. – Одеса, 2020 р. – 214 с.

Статті:

6. Пересунько З. М. Теоретичні аспекти розвитку інноваційної теорії // Ефективна економіка. 2013. №7.
7. Науменко Л. А. Сучасні підходи до впровадження інноваційних технологій в готельному господарстві : курсова робота з дисципліни «Організація готельного господарства». Одеса: ОНЕУ, 2022. – 56 с.
8. Горбач Л. М., Кобук А. Л. Інноваційний розвиток у сучасному світі: основні підходи до вивчення. Луцьк: Волинський інститут МАУП.

9. Галасюк К.А. Класифікація інновацій на підприємствах готельного господарства / К. А. Галасюк // Економіка підприємства : сучасні проблеми теорії та практики. Вип. (4). – Одеса: ОНЕУ, 2015. – с. 105-106.
10. Системи охорони та безпеки в готельному та ресторанному бізнесі / Л.А. Науменко // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти, 10.04.2024 р. Одеса: ОНЕУ, 2024. С. 192-196
11. Горяшин А. Інновації у готельному бізнесі // Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасна наука та освіта: стан, проблеми, перспективи» Полтава: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2023. – 774 с.
12. Науменко Л. А. Звіт з проходження практики на підприємстві «WOL.121». Одеса: ОНЕУ, 2024. – 51 с.
13. Галасюк С. С. Готельний продукт та його складові: термінологічні уточнення і практичне застосування // Матеріали електронного журналу «Економіка та суспільство». випуск № 40 – 2022

Інтернет-джерела:

14. Салонний маркетинг // 15 трендів готельного бізнесу плюс інсайти для індустрії краси та wellness: вебсайт. URL:
<https://ua.salonmarketing.pro/blog/15-trendiv-gotelno-go-biznesu-plyus-insayti-dlya-industrii-krazy-ta-wellness.html>
15. Дія Бізнес // Готельна індустрія: тренди якісного сервісу у 2023 році: вебсайт. URL:
<https://business.diia.gov.ua/cases/antikrizovi-risenna/gotelna-industria-trendi-akisnogo-servisu-u-2023-roci>
16. Mediacom // AI в подорожах і готельному бізнесі – Персоналізація та покращення досвіду гостей: вебсайт. URL:

<https://mediacom.com.ua/ai-v-podorozhax-i-gotelnomu-biznesi-personalizatsiya-ta-pokrashennya-dosvidu-gostej/>

17. Unite AI // 10 найкращих програм зі штучним інтелектом (травень 2024 р.)
: вебсайт. URL:

<https://www.unite.ai/uk/10-best-ai-apps/>

18. Сайт бронювання номерів та турів «Hopper»: вебсайт. URL:

<https://hopper.com>

19. Укрінформ // Південнокорейська компанія ROBOTIS презентувала робота третього покоління GAEMІ, який допомагає у готелях»: вебсайт. URL:

<https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3729660-pivdennokorejska-kompania-predstavila-robotapomicnika-u-gotelah.html>

20. Ribas Hotels Group // PR-директорка Ribas Hotels Group, про останні колаборації з УЗ, Megogo та баром The Fitz

<https://ribashotelsgroup.ua/blog/pr-direktor-ribas-hotels-group-o-poslednih-kollaboratsiyah-s-uz-megogo-i-barom-the-fitz/>

21. Офіційний сайт компанії «Ribas Hotels Group»: вебсайт. URL:

<https://ribashotelsgroup.ua>

22. Офіційний сайт готелю «WOL.121»: вебсайт. URL:

<https://www.wollifestyle.com/wol121/hotel/>

23. Офіційний Instagram-акаунт готелю «WOL.121»: вебсайт. URL:

<https://www.instagram.com/wol.121byribas>

24. Готель «WOL.121». Booking: вебсайт. URL:

<https://www.booking.com/hotel/ua/wol-121.uk.html>

25. You Control – «WOL.121»: вебсайт. URL:

https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/44245924/

26. Опендабот – «WOL.121»: вебсайт. URL:

<https://opendatabot.ua/c/44245924>

27. Готель «Shellman». Booking: вебсайт. URL:

<https://www.booking.com/hotel/ua/shellman-apart.uk.html>

28. Готель «Mykonos». Booking: вебсайт. URL:

<https://www.booking.com/hotel/ua/mykonos.uk.html>

29. Готель «Sorrento». Booking: вебсайт. URL:

<https://www.booking.com/hotel/ua/sorriento.uk.html>

30. Helios Strategia // Сонячні рішення для бізнесу: вебсайт. URL:

<https://solar.heliosstrategia.com>

31. Сонергія // Сонячні електростанції під ключ: вебсайт. URL:

<https://sonergia.com.ua>

32. Join Up! // Штучний інтелект: загрози чи можливості для туризму? :

вебсайт. URL:

<https://joinup.ua/uk/news/shtuchnij-intelekt-zagrozi-chi-mozhливosti-dlya-turizmu/>

33. Сонергія // Мережева СЕС 100 кВт для підприємства: вебсайт. URL:

<https://sonergia.com.ua/product/merezheva-ses-100-kvt-dlya-pidpryyemstva/>

34. Форсаж-Південь: вебсайт. URL:

<https://forsage-od.com.ua/en/>

35. Агент 007. Системи безпеки та відеоспостереження // Пейджер-годинник офіціанта ZJ-41E-A (black): вебсайт. URL:

<https://agent-007.com.ua/ua/zj-41e-a-black-pejdzher-godinnik-ofitsianta-49702>

36. Агент 007. Системи безпеки та відеоспостереження // Кнопка виклику персонала YK500-1E

<https://agent-007.com.ua/ua/products/sistemy-vyzova-personala/yk500-1e-knopka-vyzova-ofitsianta-53342>