

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
Інститут культури і креативних індустрій
Кафедра туризму та готельно-ресторанного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ HYATT REGENCY В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Виконала: студентка групи БЗГР-20
спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
освітньої програми «Підприємництво в готельно-
ресторанному бізнесі»

Кароліна НЕДБАЄВА

Науковий керівник: к.е.н., доц.

Лариса ГОРОДЯНСЬКА

Київ 2024

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Інститут культури і креативних індустрій

Кафедра туризму та готельно-ресторанного бізнесу

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

Освітня програма Підприємництво в готельно-ресторанному бізнесі

ЗАТВЕРДЖУЮЗавідувач кафедри
туризму та готельно-ресторанного
бізнесу

Олена СТЕПАНОВА

(підпис)

«_____» _____ 2024 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ**

Недбаєвій Кароліні Юріївні

-
1. Тема кваліфікаційної роботи «Шляхи підвищення конкурентоспроможності готелю Hyatt Regency в умовах цифровізації»
Науковий керівник роботи Городянська Лариса Володимирівна, к.е.н., доцент, затверджені наказом КНУТД від « 01 » березня 2024 року № 49-уч.
 2. Строк подання студенткою кваліфікаційної роботи: 10 червня 2024 року
 3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи закони та інші чинні нормативно-правові документи провідних країн світу та України; підручники, посібники, монографії, фахові наукові видання; дані нефінансової звітності підприємств готельно-ресторанного бізнесу.
 4. Зміст кваліфікаційної роботи: визначення теоретичних основ цифровізації готельного господарства; аналіз конкурентоспроможності готелю «Hyatt Regency Kyiv» в умовах цифровізації; обґрунтування шляхів підвищення конкурентоспроможності готелю «Hyatt Regency Kyiv» в умовах цифровізації.
 5. Дата видачі завдання: 10 березня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	До 20.04.2024	
2	Розділ 1. Теоретичні основи цифровізації готельного господарства	До 30.04.2024	
3	Розділ 2. Дослідження конкурентоспроможності готелю «Hyatt Regency Kyiv» в умовах цифровізації	До 15.05.2024	
4	Розділ 3. Шляхи підвищення конкурентоспроможності готелю «Hyatt Regency Kyiv» в умовах цифровізації	До 30.05.2024	
5	Висновки	До 03.06.2024	
6	Оформлення кваліфікаційної роботи (чистовий варіант)	До 05.06.2024	
7	Здача кваліфікаційної роботи на кафедру для рецензування (за 14 днів до захисту)	До 07.06.2024	
8	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність ознак плагіату (за 10 днів до захисту)	До 07.06.2024	
9	Подання кваліфікаційної роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	До 10.06.2024	

Студентка

(підпис)

Кароліна НЕДБАЄВА

Науковий керівник роботи

(підпис)

Лариса ГОРОДЯНСЬКА

АНОТАЦІЯ

Недбаєва К. Ю. Шляхи підвищення конкурентоспроможності готелю Hyatt Regency в умовах цифровізації. Рукопис.

Кваліфікаційна робота першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа. Київський національний університет технологій та дизайну. Київ, 2024 рік.

Кваліфікаційну роботу присвячено дослідженню теоретичних положень та обґрунтуванню практичних рекомендацій підвищення конкурентоспроможності готелю в умовах цифровізації. Проведено комплексний аналіз діяльності готелю «Hyatt Regency Kyiv» із використанням цифрових технологій. Обґрунтовано економічну ефективність запропонованих заходів із визначенням суми витрат на їх впровадження та розрахунку окупності вкладених коштів.

Ключові слова: цифровізація, конкурентоспроможність, готельний бізнес, SWOT-аналіз, цифрові технології.

ABSTRACT

Nedbayeva K. Yu. Ways to increase the competitiveness of the Hyatt Regency hotel in the conditions of digitalization. Manuscript.

Qualification work of the first (bachelor) level of higher education in specialty 241 Hotel and restaurant business. Kyiv National University of Technology and Design. Kyiv, 2024.

The qualification work is devoted to the research of theoretical provisions and the justification of practical recommendations for increasing the competitiveness of the hotel in the conditions of digitalization. A comprehensive analysis of the operation of the Hyatt Regency Kyiv hotel was carried out using digital technologies. The economic efficiency of the proposed measures is substantiated with the determination of the amount of costs for their implementation and the calculation of the return on investment.

Keywords: digitalization, competitiveness, hotel business, SWOT-analysis, digital technologies.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	6
1.1. Сутність та складові готельного господарства.....	6
1.2. Економіко-правові засади забезпечення діяльності суб'єктів туристичного бізнесу.....	13
1.3. Міжнародний досвід запровадження цифровізації готельного бізнесу.....	16
Висновки до розділу 1.....	16
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ «HYATT REGENCY KYIV» В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	19
2.1. Організаційно-економічна характеристика готелю «Hyatt Regency Kyiv».....	19
2.2. Оцінювання конкурентоспроможності готелю «Hyatt RegencyKyiv».....	30
2.3. Цифровізація діяльності готелю «Hyatt Regency Kyiv».....	35
Висновки до розділу 2.....	48
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ «HYATT REGENCY KYIV» В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	49
3.1. Проблеми запровадження цифровізації готелю «HyattRegencyKyiv».....	49
3.2. Розробка заходів щодо вдосконалення конкурентоспроможності готелю «HyattRegencyKyiv» із використанням цифрових технологій.....	51
3.3. Економічне обґрунтування запропонованих заходів.....	53
Висновки до розділу 3.....	56
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ	66

ВСТУП

Актуальність теми. досліджуваної теми зумовлюється тим, що у сучасних умовах суб'єкти готельного бізнесу щоразу стають все більш залежними від цифрових технологій. Використання цифрових технологій дає змогу готелям підвищити рівень обслуговування, оптимізувати бізнес-процеси, забезпечити безпеку своїх гостей та збільшити ефективність управління. Впровадження вдалих цифрових рішень також здатне допомогти готелям залучати нових споживачів, підвищувати рівень їх задоволеності та підтримувати високий рівень конкурентоспроможності на ринку готельних послуг.

На сьогоднішній день значна кількість закладів у сфері гостинності в Україні та світі в певній мірі вже розпочали процес цифровізації. Однак, якщо уважно поспостерігати за їх діяльністю, то можна помітити, що хоча цифрові технології поступово впливають на частину операційних процесів, багато представників цієї сфери ще не до кінця розуміють, як саме може змінитися особливості надання послуг, їх вартість та, взагалі, модель ведення готельного бізнесу. Саме тому суб'єкти готельного підприємництва часто обмежуються лише інвестуванням в окремі сервісні програми або автоматизацію певних процесів. У той же час реальність демонструє, що цифрові послуги поступово починають займати все більш важливе місце у галузі гостинності та у результаті зможуть допомогти готелям виділитися на ринку серед своїх основних конкурентів.

Питання шляхів підвищення конкурентоспроможності готелю в умовах цифровізації у своїх працях розглядали такі українські та зарубіжні науковці, як Г. Гарбар, Р. Кожухівська, Н. Намлієва, В. Непочатенко, Н. Олійник, Н. Рибальченко, С. Тищенко, С. Lam, М. Wynn та інші. У даних працях підкреслюється важливість впровадження цифрових технологій для покращення якості обслуговування клієнтів, оптимізації бізнес-процесів та підвищення конкурентоспроможності. Однак, сучасні технології швидко

розвиваються, що робить пошук ефективних методів та засобів для реалізації цифрової стратегії у готельному бізнесі актуальним завданням, яке вимагає проведення подальших досліджень та аналізу.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних основ цифровізації готельного господарства, а також конкурентоспроможності готелю «HyattRegencyKyiv» в умовах цифровізації та розробка шляхів її підвищення.

Відповідно до мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- розкрити сутність та складові готельного господарства;
- охарактеризувати цифровізацію готельного господарства як складову підвищення конкурентоспроможності;
- дослідити міжнародний досвід запровадження цифровізації готельного бізнесу;
- навести організаційно-економічну характеристику готелю «HyattRegencyKyiv»;
- провести оцінювання конкурентоспроможності готелю «HyattRegencyKyiv»;
- проаналізувати процес цифровізації діяльності готелю «HyattRegencyKyiv»;
- визначити проблеми запровадження цифровізації готелю «HyattRegencyKyiv»;
- розробити заходи щодо вдосконалення конкурентоспроможності готелю «HyattRegencyKyiv» із використанням цифрових технологій;
- здійснити економічне обґрунтування запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є процес підвищення конкурентоспроможності готелю «Hyatt Regency Kyiv» в умовах цифровізації.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методологічних та прикладних аспектів конкурентоспроможності готелю в умовах цифровізації.

У процесі виконання кваліфікаційної роботи було застосовано наступні методи: логічно-теоретичний метод – для розкриття сутності та складових

готельного господарства; метод аналізу – для дослідження процесу цифровізації готельних послуг «Hyatt Regency Kyiv»; економіко-математичний метод – для визначення ключових показників рівня конкурентоспроможності готелю «Hyatt Regency Kyiv» та його діяльності на ринку готельних послуг; метод прогнозування – для розробки шляхів підвищення конкурентоспроможності готелю «Hyatt Regency Kyiv» із застосуванням цифрових технологій; графічний метод – для побудови таблиць, графіків та блок-схем, а також абстрактно-логічний метод – для формування теоретичних узагальнень та висновків із проведеного дослідження.

Інформаційною базою дослідження виступають теоретичні основи підвищення конкурентоспроможності готелю в умовах цифровізації, наукові праці та методологічні розробки провідних українських і зарубіжних науковців у галузі туризму, готельно-ресторанної справи, економіки, маркетингу, монографічні дослідження, джерела мережі Internet, інструктивно-методичні документи та звітність готелю «HyattRegencyKyiv», а також результати власних розробок.

Практичне значення отриманих результатів можна застосовувати в діяльності готелю «HyattRegencyKyiv» в процесі підвищення його конкурентоспроможності в умовах цифровізації.

Апробація отриманих результатів. Основні пропозиції дослідження було заслухано та схвалено науковцями на III Всеукраїнській науково-практичній конференції (м. Київ, 12 квітня 2024 р.), за результатами якої опубліковано тези доповідей: Городянська Л. В., Недбаєва К. Ю. Шляхи підвищення конкурентоспроможності готелю «Hyatt Regency Kyiv» в Україні. *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій* : зб. тез III Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 12 квіт. 2024 р., Київ : КНУТД, 2024.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел і додатків. Робота містить 66 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Сутність та складові готельного господарства

Готельне господарство є важливим для галузі туризму, оскільки воно забезпечує різноманітні функції, які сприяють комфортному перебуванню гостей під час подорожі. Це також є складовою соціальної інфраструктури, яка створює сприятливі умови для подорожей та тимчасового проживання.

Розвиток готельного господарства впливає на розвиток туризму, покращення взаємовідносин та стимулює економічну діяльність. Порівнюючи Україну з іншими зарубіжними державами, можна відзначити, що готельна галузь сприяє наданню належних послуг населенню, створює робочі місця і сприяє підвищенню рентабельності готелів шляхом створення конкурентних умов на ринку [20, с. 234].

Різні категорії населення, включаючи туристів, користуються різними типами готелів: відпочинковими закладами, мотелями, спеціалізованими об'єктами (наприклад, транспортні засоби для ночівлі, кемпінги) та медичними закладами для відновлення здоров'я. Готельна галузь стрімко розвивається, приносячи більше фінансових засобів, включаючи валюту.

Статтею 1 Закону України «Про туризм» визначено, що готель – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням [19].

Типізація та класифікація готелів мають велике значення, оскільки впливають на розвиток готельного бізнесу. На сьогоднішній день готелі різняться за багатьма параметрами, такими як рівень комфорту, послуги харчування, ціни, місце розташування, кількість номерів, призначення, кількість поверхів, години роботи та багато іншого. Кожен з цих факторів

впливає на будівництво, дизайн та організацію готелю, а також визначає різноманіття його приміщень. Рівень комфорту, призначення, кількість номерів і поверхів є основними характеристиками при описі готелів.

Система класифікації використовується для поділу готелів на категорії за певними критеріями. Зазвичай існують офіційний та професійний підходи до класифікації. Офіційний підхід встановлює вимоги до якості та комфорту готелю та регулюється державними органами влади. Професійний підхід здійснюється недержавними об'єднаннями та асоціаціями в галузі гостинності[Класифікація].

Класифікація готелів ґрунтується на різних критеріях, що наведено на рис. 1.1.

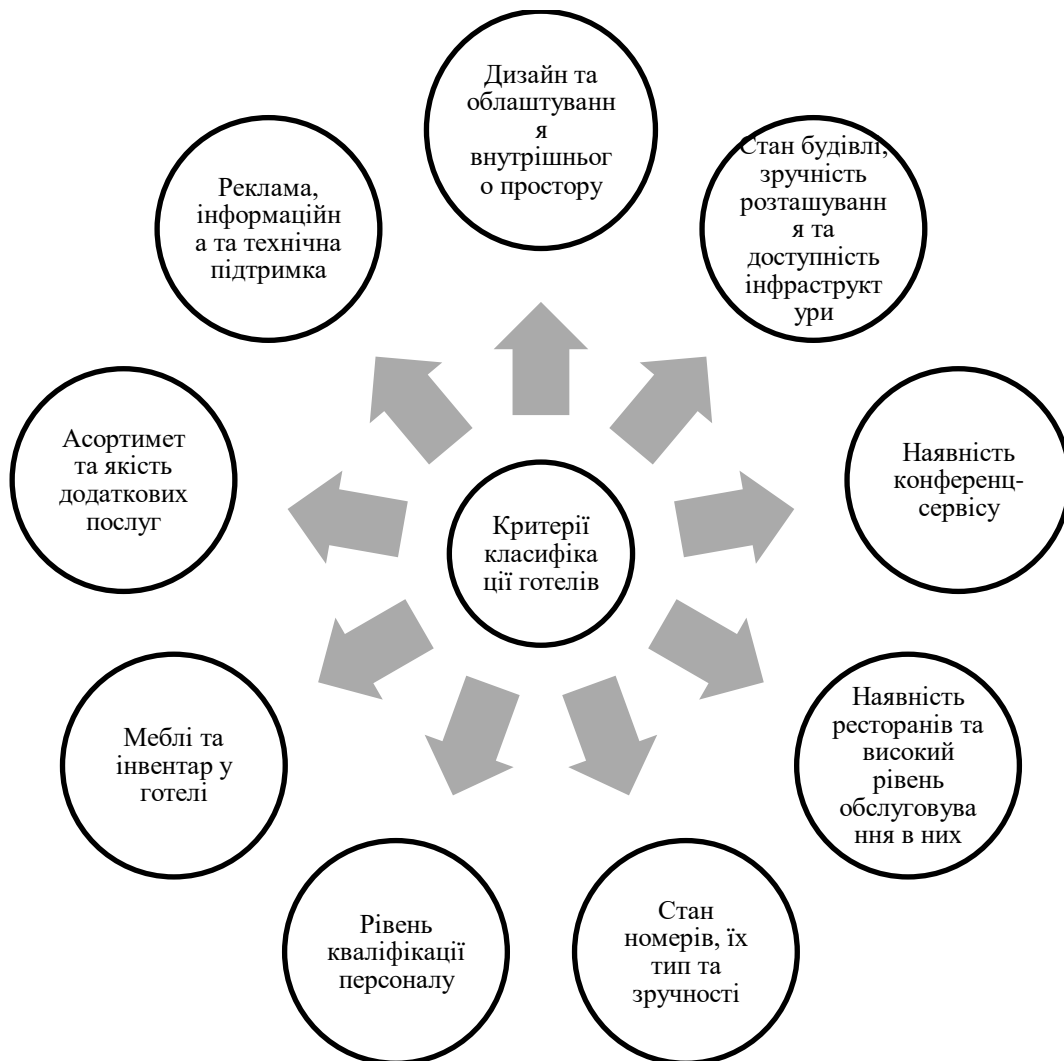


Рис. 1.1. Критерії класифікації готелів

Джерело: сформовано автором на основі [39, с. 276]

Ці всі критерії застосовують до всіх систем класифікації. До персоналу в свою чергу також висуваються вимоги щодо знання іноземних мов, зовнішнього вигляду, кваліфікації, віку, освіти.

Загалом в світі існує понад тридцять систем класифікації, в основі яких лежить рівень комфорту. Втім найрозповсюдженішими є [23; 50]:

1) європейська система, яку називають як «система зірок», в основі якої лежить поділ готелів на зірки від 1 до 5, та яка базується на національній системі класифікації Франції. Таку систему використовує Україна, Єгипет, Австралія, Угорщина та інші країни;

2) система літер, яка застосовується в Греції (A,B,C,D + DeLux);

3) система корон (Великобританія): готелю може бути присвоєно від 1 до 6 корон. Одна корона на фасаді означає відповідність самим мінімальним стандартам чистоти і зручностей, інші корони розподіляються приблизно як в зоряній класифікації. Тобто, тризірковий готель відповідає 4 корон, а п'ятизірковий – 6 корон .

5) індійська система, яка використовується в країнах, що розвиваються, і базується на системі балів.

В Україні готелі класифікуються за європейською системою з поділом на п'ять категорій (зірок). Також в Україні існує два стандарти, які регламентують діяльність суб'єктів готельного господарства, серед яких:

- ДСТУ 4268: 2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» [14];

- ДСТУ 4269: 2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [15].

Готелі з однією зіркою в Україні є невеликими закладами, які зазвичай мають до 50 номерів і використовують доступні будівельні матеріали для свого спорудження. Вони оснащені світловою вивіскою та мають зони зеленого насадження поруч із закладом. Розміри номерів варіюються: одномісні номери мають площу 8 кв.м., двомісні – 10 кв.м., а трьохмісні – 14 кв.м. У кожному номері обов'язково є основні зручності, такі як ліжко з постільною білизною, гардини, вішалка, килим, склянка для кожного гостя,

щітка для одягу, а також ванна кімната з необхідними зручностями. Готелі з однією зіркою також надають послуги, такі як зміна білизни кожні три дні, виклик таксі та щоденне прибирання номерів.

Готелі з двома зірками пропонують всі зручності, як і однозіркові готелі, але розміри номерів є трохи більшими: одномісні номери – 9 кв.м., двомісні – 12 кв.м., трьохмісні – 16 кв.м. Крім того, обов'язковою умовою є наявність бару, кафе або ресторану, а також можливість замовлення або придбання квитків на розважальні заходи.

У трьохзірковому готелі є одномісні номери площею 10 м² та двомісні – 14 м². Він має унікальний дизайн, меблі середньої якості та спеціально оформлену рецепцію з двома входами. В номерах є різноманітні зручності, такі як телевізори, холодильники, меблі та освітлення, а також надаються рушники та кошики для сміття. Обслуговування включає піднесення багажу, щоденне прибирання, заміну білизни, прання, сейфи, обмін валюти, прокат туристичного спорядження та сніданки.

У готелях з чотирма зірками площа номерів для одного гостя становить 12 м², а для двох гостей – 15 м². Кожен номер обладнаний міні-баром, міні-сейфом, журнальним столиком, швацьким набором, а також набором для чаю та кави. Гостям щоденно доставляється мінеральна вода та надаються пакети для прання та хімчистки. Ванна кімната має фен, чотири рушники та гігієнічні засоби. Готель пропонує широкий спектр додаткових послуг, включаючи банкетний зал, бізнес-центр, басейн, сауну, спортзал, перукарню та камеру для цінних речей. Надаються стандартні послуги, такі як заміна білизни, зустріч та проводи гостей, робота принаймні одного бару цілодобово та вимога до персоналу щодо знання щонайменше двох іноземних мов.

Готелі з п'ятьма зірками відрізняються вишуканим дизайном, який доповнений авторськими творами та живими рослинами. Меблі в цих готелях створюють єдиний стильний ансамбль. Тут також забезпечено підвищені стандарти безпеки, наявність телефону, халата та капців, додаткового бару, медичного кабінету та послуг паркування, які обслуговуються персоналом. Для

роботи в таких готелях працівники повинні володіти як мінімум двома-трьома іноземними мовами.

Світова організація торгівлі розробила класифікацію підприємств готельного господарства, яка включає дві основні категорії засобів розміщення [55]:

- заклади колективного розміщення, такі як готелі, оздоровчі табори праці та відпочинку, а також інші місця для колективного відпочинку, наприклад, помешкання для відпочинку та кемпінги;

- індивідуальні засоби розміщення, такі як приватні помешкання, орендовані кімнати в сімейних будинках, оренда через агентства або житло, що надається родичами або друзями.

Типізація сучасних готелів має свої характерні ознаки, що наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Типізація сучасних готелів в Україні

Типізація	Характерні ознаки
За розташуванням	у центрі міста; у курортних містах; у сільській місцевості; на транспортних засобах; на пришляхових територіях
За місткістю номерного фонду	малі готелі – до 150 номерів; середні – від 150 до 300 номерів; великі – від 300 до 600 номерів; мега-готелі – понад 600 номерів
За рівнем цін	бюджетні – 25-30\$; економ-готелі – 35-55\$; середні – 55-95\$; апарт-готелі – 65-125\$; першокласні готелі – 95-195\$; фешенебельні готелі – від 250\$
За режимом роботи	- постійні; сезонні
За часом перебування	короткочасного та довгострокового перебування
За спеціалізацією	для відпочинку; для ділових туристів; транзитні готелі та ін.
За наданням послуг харчування	без харчування; зі сніданком; з повним пансіоном
За формою власності	приватні; державні; муніципальні
За поверховістю	малоповерхові; середньої поверховості; підвищеної поверховості; багатоповерхові; висотні

Джерело: сформовано автором на основі [7]

В галузі гостинності велике значення має якість готельного сервісу та надання готельних послуг. Готельний сервіс включає різноманітні послуги для

туристів, які визначають перспективи розвитку туризму у країні. Готельна послуга означає надання тимчасового проживання в готелі та пов'язані з цим послуги. Вона є частиною сфери послуг і включає кілька етапів надання послуги клієнтам. Загалом, обслуговування гостей у готелі включає чотири основні етапи, що наведено на рис. 1.2.

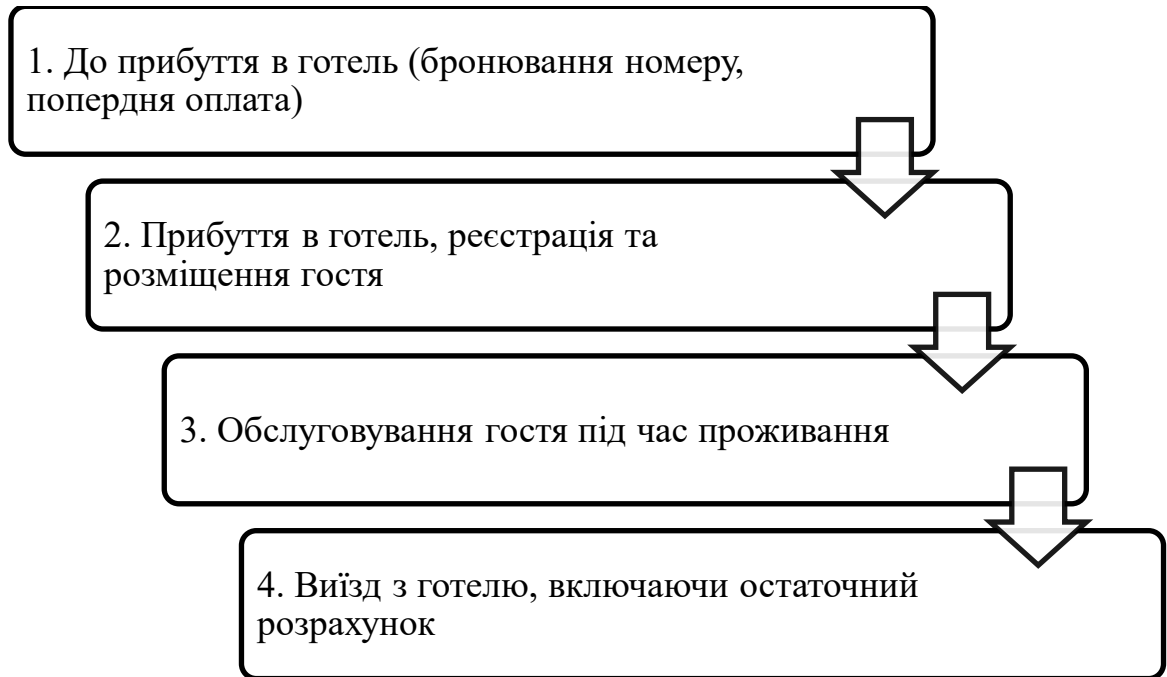


Рис. 1.2. Етапи надання готельних послуг

Джерело: сформовано автором на основі [40, с. 305]

Готельні послуги мають свої особливості, такі як змінна якість, нерозривність виробництва та споживання, а також неможливість зберігання. Їх можна розділити на дві категорії: основні та додаткові. Основні послуги, такі як проживання та харчування, включають загальні послуги, які надаються за вартість номеру. Додаткові послуги надаються за додаткову плату, наприклад, прання, паркування, SPA-послуги тощо, і можуть бути надані лише за попереднім запитом гостя. Деякі додаткові послуги, такі як виклик швидкої допомоги, мають бути безкоштовними [44, 58].

Сфера надання послуг залежить від різноманітних факторів, серед яких можна виокремити економічні (рівень доходів, ціни), науково-технічні,

психологічні та соціально-демократичні. Крім того, вона виконує різні функції, що наведено на рис. 1.3.

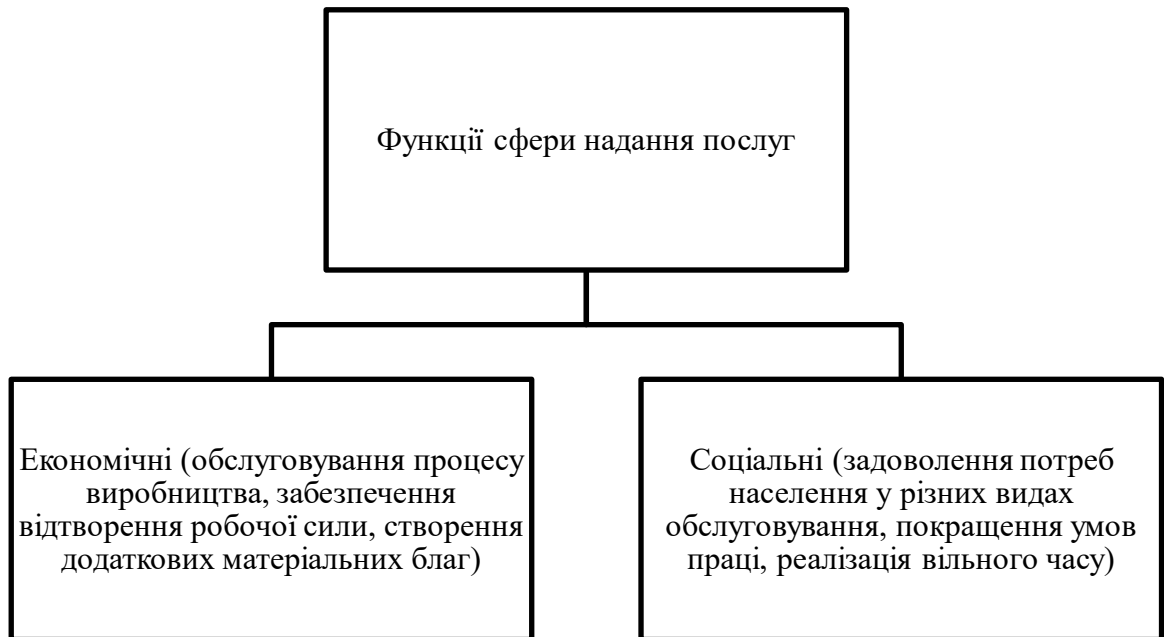


Рис. 1.3. Функції сфери надання послуг

Джерело: сформовано автором на основі [44, с. 62]

Все це в комплексі складає індустрію гостинності, адже це комплексна послуга, яка веде до створення хорошого іміджу підприємства. Найкращою оцінкою гостинності є вторинне використання послуги.

Отже, готельне господарство є важливою складовою туристичної індустрії та має великий вплив на якість послуг та їх сприйняття. Зважаючи на різноманітну класифікацію готелів за різними критеріями завжди можна знайти варіант, який відповідає потребам, зрозуміти, як покращити сервіс певного готелю, та переконатися, що він надає всі необхідні послуги для своєї категорії.

1.2. Економіко-правові засади забезпечення діяльності суб'єктів туристичного бізнесу

Здійснення діяльності суб'єктами туристичного бізнесу базується на чіткій правовій основі, яку становить Конституція України, міжнародні нормативно-правові акти у сфері туристичної діяльності, Закон України «Про туризм», як спеціальний нормативно-правовий акт, галузеве законодавство та підзаконні нормативно-правові акти у галузі туризму. Правове забезпечення діяльності суб'єктів туристичного бізнесу в Україні має комплексний та міжгалузевий характер і покликане забезпечити правову основу для організації, безпеки та здійснення туристичної діяльності в Україні. Правове регулювання галузі туризму в Україні здійснюється з використанням джерел конституційного, цивільного, господарського, податкового, трудового, земельного, екологічного, адміністративного та кримінального права. Комплексний характер нормативно-правового забезпечення діяльності суб'єктів туристичного бізнесу зумовлює необхідність аналізу його основних понять та дефініцій.

На рис. 1.4 наведено класифікацію нормативно-правової бази, що регламентує діяльність мережі туристичних агенцій «Поїхали з нами», яку сформовано за даними аналізу нормативно-правових актів.

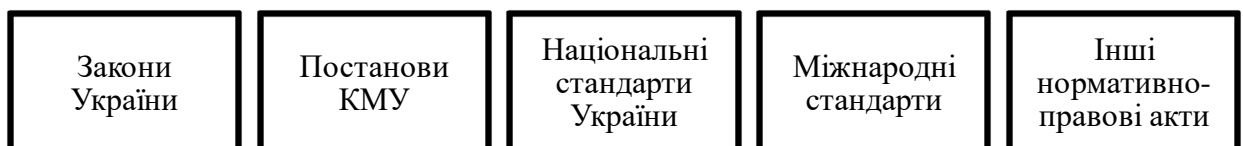


Рис. 1.1. Класифікація нормативно-правової бази, що забезпечує діяльність суб'єктів туристичного бізнесу

З рис. 1.4 можна зробити висновок, що забезпечення діяльності суб'єктів туристичного бізнесу з точки зору нормативно-правового регулювання здійснюється на 5 основних рівнях, таких як закони України, постанови КМУ,

національні стандарти України, міжнародні стандарти та інші нормативно-правові акти. У табл. 1.2 наведено нормативно-правове забезпечення діяльності суб'єктів туристичного бізнесу.

Таблиця 1.2

**Нормативно-правове забезпечення діяльності суб'єктів
туристичного бізнесу**

№ з/п	Назва	Опис
КОДЕКСИ ТА ЗАКОНИ УКРАЇНИ		
1	Цивільний кодекс України	Визначає загальні правові норми, що регулюють відносини у сфері туристичної діяльності
2	Господарський кодекс України	Визначає правові основи господарювання в Україні, зокрема, порядок створення, діяльності та припинення діяльності туристичних підприємств
3	Закон України «Про туризм»	Визначає правові, економічні, соціальні та організаційні основи розвитку туризму в Україні, зокрема, права та обов'язки туристичних підприємств тощо
4	ЗУ «Про ліцензування видів господарської діяльності»	Визначає види господарської діяльності, які підлягають ліцензуванню
5	ЗУ «Про страхування»	Регулює відносини у сфері страхування і спрямований на створення ринку страхових послуг
6	ЗУ «Про порядок виїзду з України і в'їзду громадян на територію України»	Регулює порядок здійснення права громадян України на виїзд з України і в'їзд в Україну, порядок оформлення документів для зарубіжних поїздок,
ПОСТАНОВИ КАБІНЕТУ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ		
1	Постанова Кабінету Міністрів України від 27 січня 1995 року № 57 «Про затвердження Правил перетинання державного кордону громадянами України»	Ці правила визначають порядок та умови перетинання громадянами України державного кордону
НАЦІОНАЛЬНІ ТА МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ		
1	ДСТУ ISO 21401:2020 «Туризм та супутні послуги»	Цей стандарт розроблено для того, щоб допомогти закладам розміщення будь-яких розмірів різного географічного, культурного та соціального контексту покращити сталість у пов'язаній з ними діяльності

Туристична діяльність в Україні регулюється низкою нормативно-правових актів, які встановлюють правила і вимоги для туристичних підприємств.

Основними нормативно-правовими актами, які регулюють діяльність туристичних підприємств, є:

1) Конституція України, яка гарантує громадянам право на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інші права під час здійснення туристичних подорожей;

2) Закон України «Про туризм», який визначає правові, економічні, соціальні та організаційні основи розвитку туризму в Україні;

3) Господарський кодекс України, який визначає правові основи господарювання в Україні, зокрема, порядок створення, діяльності та припинення діяльності туристичних підприємств;

4) Цивільний кодекс України, який визначає загальні правові норми, що регулюють відносини у сфері туристичної діяльності.

Ці нормативно-правові акти визначають:

- права та обов'язки туристичних підприємств, зокрема, право на здійснення туристичної діяльності, обов'язок дотримуватися вимог законодавства, гарантувати якість туристичних послуг тощо;

- порядок створення та діяльності туристичних підприємств, зокрема, вимоги до створення, реєстрації, ліцензування, припинення діяльності туристичних підприємств;

- умови надання туристичних послуг, зокрема, вимоги до якості туристичних послуг, відповідальності туристичних підприємств за порушення законодавства тощо.

Усі суб'єкти туристичного бізнесу зобов'язані дотримуватися всіх вимог вище наведених нормативно-правових актів. У разі їх порушення будь-яке підприємство може бути притягнуте до відповідальності, зокрема, до адміністративної, цивільної або кримінальної відповідальності.

Наприклад, у разі порушення вимог законодавства щодо надання готельних послуг суб'єкт господарювання може бути притягнутий до адміністративної відповідальності у вигляді штрафу. У разі порушення вимог законодавства щодо безпеки проживання у готелі суб'єкт господарювання може бути притягнутий до цивільної відповідальності за завдану шкоду туристам. У разі порушення вимог законодавства щодо ведення бухгалтерського обліку готель може бути притягнутий до кримінальної відповідальності.

Таким чином, діяльність суб'єктів туристичного бізнесу в Україні регулюється комплексом нормативно-правових актів, які спрямовані на забезпечення прав і законних інтересів туристів, а також на розвиток туристичної галузі в Україні.

1.3. Міжнародний досвід запровадження цифровізації готельного бізнесу

Питання використання сучасних технологій у готельній галузі є важливим для багатьох країн світу. Вплив інформаційних технологій та рівня підготовки персоналу на розвиток готельного бізнесу має велике значення. У сучасному інформаційному суспільстві з'являються нові потреби і можливості для життя та професійної діяльності людей, що потребує їх детального розгляду.

На думку Шикіної О.В., «бути в тренді останніх технологічних тенденцій є важливим для тих, хто працює у готельно-ресторанній галузі, оскільки рівень конкуренції у ній дуже високий. Це означає, що ті, хто не здатний адаптуватися, можуть швидко відставати від готельних та туристичних компаній, які впроваджують нові підходи та ідеї [48, с. 58].

Розглянемо кілька основних тенденцій цифрової трансформації, які вже успішно впроваджені міжнародній практиці готельного бізнесу:

1) технологія розпізнавання обличчя: у сфері гостинності існує потреба в ефективних системах ідентифікації та авторизації для великих кількостей клієнтів. Технології розпізнавання обличчя дозволяють автоматизувати цей процес та зробити системи безпеки надійнішими. Наприклад, у деяких готелях Marriott в Китаї гості можуть пройти реєстрацію за допомогою спеціальних кіосків з технологією розпізнавання обличчя;

2) використання роботів: у готельній галузі все більш поширюється використання роботів для полегшення обслуговування гостей. Наприклад, робот-консьєрж Hilton «Конні» використовує передові технології для спілкування з гостями та відповіді на їх запитання. Іншим прикладом є готелі Henn-na Hotel, які використовують роботів-рецепціоністів для реєстрації гостей та видачі кімнатних ключів. Ще вони мають роботів-порт'є, які допомагають перевезти багаж до кімнати. Наступним прикладом є готелі Південної Кореї, вони використовують роботів-офіціантів для обслуговування гостей у ресторанах. Ці роботи можуть приносити страви, забирати посуд та взаємодіяти з гостями, що робить процес обслуговування більш ефективним [38, с. 19].

3) віртуальні компаньйони: цифрові асистенти та чат-боти стають все більш популярними в готельній індустрії, надаючи підтримку та інформацію гостям у режимі реального часу. Наприклад, готель The Cosmopolitan of Las Vegas використовує віртуального помічника під назвою Rose, який забезпечує різноманітні послуги для гостей. За допомогою текстових повідомлень у режимі реального часу Rose проводить гостей мистецькими екскурсіями, організовує доставку зручностей (рушників, подушок і вішалок) у номери, пропонує ідеальні ресторани, рекомендує унікальні коктейлі та навіть грає в ігри. Після запуску Rose змогла автоматично відповісти на 80% запитань гостей. Крім того, Rose може зчитувати настрої та виявляти, чи є у гостя проблема чи занепокоєння щодо номеру чи послуги, і негайно викликати агента обслуговування гостей або інші внутрішні команди для швидкого та безперешкодного вирішення [54].

4) Internet of Things (IoT): у готельній галузі все більше використовується «розумна» технологія, яка дозволяє автоматизувати різні процеси та підвищує комфорт для гостей. Наприклад, датчики IoT можуть виявляти, коли гості покинули номер, щоб персонал міг здійснити прибирання.

В готельній індустрії по всьому світу широко застосовуються IoT-технології. Наприклад, у Європі деякі готелі, такі як CitizenM Amsterdam та Hilton Barcelona, впроваджують IoT-рішення для поліпшення комфорту та контролю в номерах гостей. У регіоні Азії також велика популярність IoT-технологій у готелях, зокрема в Китаї, Японії та Кореї. Крім того, готелі в Австралії, Новій Зеландії та на Близькому Сході поступово впроваджують IoT-рішення для автоматизації та поліпшення якості обслуговування.

Отже, вдосконалення у готельному секторі грають ключову роль у функціонуванні готелю та привертанні клієнтів. Щоб ефективно розвиватись, готельні компанії шукають нові методи надання якісних послуг, захисту номерів та впровадження нових сервісів для своїх споживачів.

Практично всі інновації у міжнародному готельному бізнесі, незалежно від їхнього типу, пов'язані з використанням цифрових технологій та обробки даних. Ці інновації спрямовані на два основні напрямки: ефективне використання ресурсів шляхом зменшення часу, фінансових та людських витрат, а також збільшення обсягу надання послуг шляхом привертання уваги клієнтів, утримання їхньої уваги та вивчення їхньої поведінки.

Висновки до розділу 1

1. Готельне господарство є важливою складовою туристичної індустрії, що забезпечує комфортне проживання для туристів та сприяє розвитку туризму в цілому. Різноманітні типи готелів, що класифікуються за рівнем комфорту, послугами, цінами, розташуванням, кількістю номерів, призначенням, кількістю поверхів, годинами роботи тощо, дозволяють задовольнити потреби будь-якого мандрівника.

2. Якість готельного сервісу та надання послуг відіграють ключову роль у сприйнятті туристами готелю та країни загалом. Готельні послуги поділяються на основні (проживання, харчування) та додаткові (прання, паркування, SPA тощо). Розвиток готельного господарства стимулює економічну діяльність, створює робочі місця та сприяє підвищенню рентабельності готелів завдяки створенню конкурентних умов на ринку. Вибираючи готель, важливо зважати на його категорію, критерії класифікації та перелік послуг, що надаються, щоб отримати максимально приємний досвід відпочинку чи ділової подорожі.

3. Правове забезпечення діяльності суб'єктів туристичного бізнесу в Україні ґрунтується на Конституції України, міжнародних нормативно-правових актах, Законі України «Про туризм», а також на галузевому законодавстві та підзаконних нормативно-правових актах. Ця система права покликана гарантувати правову основу для організації, безпеки та здійснення туристичної діяльності в Україні. Важливими складовими цієї системи права є Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, інші нормативно-правові акти: постанови Кабінету Міністрів України, національні та міжнародні стандарти, які встановлюють конкретні правила і вимоги для туристичних підприємств. Суб'єкти туристичного бізнесу зобов'язані дотримуватися всіх вимог вищезазначених нормативно-правових актів. У разі їх порушення підприємство може бути притягнуте до відповідальності, зокрема, адміністративної, цивільної або кримінальної.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ «HYATT REGENCY KYIV» В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

2.1. Організаційно-економічна характеристика готелю «Hyatt Regency Kyiv»

«Hyatt Hotels Corporation» – це велика мережа готелів преміум-класу, яка була заснована в 1957 році братами Джейм та Дональдом Прицкерами. Штаб-квартира готельної мережі знаходиться у м. Чикаго. Станом на кінець 2023 року «Hyatt Hotels Corporation» є світовою компанією з надання послуг гостинності, володіє 20 відомими брендами та має у своєму складі понад 900 готелів у 65 країнах світу на шести континентах.

Готельна мережа працює під брендами «ParkHyatt», «Miraval», «GrandHyatt», «Alila», «Andaz», «The Unbound Collection» від Hyatt, «Destination», «Hyatt Regency», «Hyatt», «Hyatt Ziva», «Hyatt Zilara», «Thompson Hotels», «Hyatt Centric», «Captionby Hyatt», «Joiede Vivre», «Hyatt House», «Hyatt Place», «tommie», «Hyatt Residence Clu», має торгову марку «Exhale» та керує програмою лояльності «Worldof Hyatt», яка надає чіткі переваги та ексклюзивний досвід для постійних відвідувачів. У компанії також є портфелі готелів, які є її власністю, але їх назви є комерційною таємницею. Компанія «HyattHotelsCorporation» не працює на франшизі, тому фактично керує готелями самостійно, без залучення третіх осіб, що, як правило, відображається на якості наданих послуг.

Корпоративна культура «Hyatt Hotels Corporation» спрямована на наданні можливостей кожній людині стати кращою шляхом охоплення 127 тис. населення з 65 країн, які мають різну стать, сексуальну орієнтацію, расу та етнічну приналежність [33].

Діяльність «Hyatt Hotels Corporation» орієнтована на ділових та рекреаційних туристів, що зумовлює розташування мережі готельних

комплексів у великих містах, у безпосередній близькості до міжнародних аеропортів, великих бізнес-центрів, а також у популярних місцях для відпустки по всьому світу.

Основні цінності у діяльності «Hyatt Hotels Corporation» наведено на рис. 2.1.

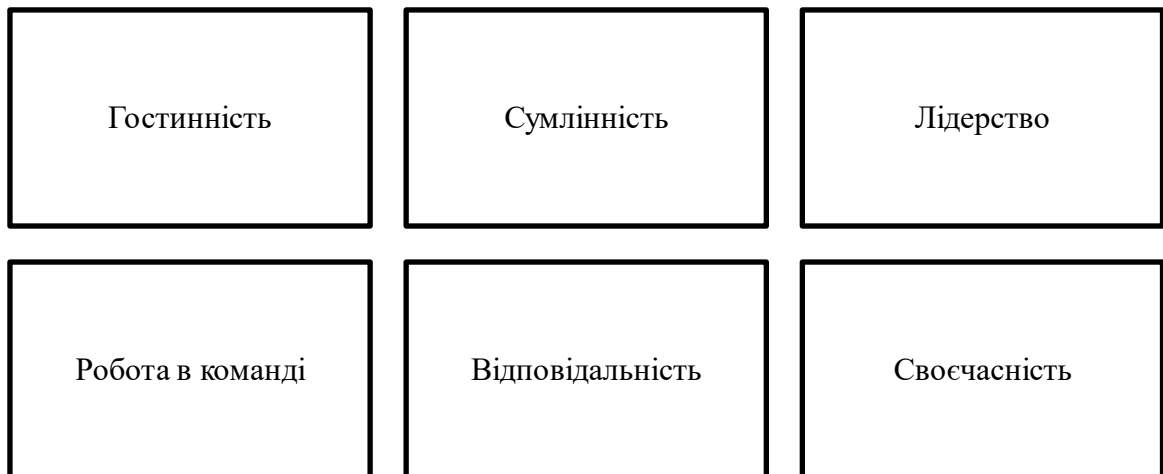


Рис. 2.1 – Основні цінності у діяльності «Hyatt Hotels Corporation»
(складено автором на основі [33])

Кожен готель мережі «HyattHotelsCorporation» має свої характерні особливості. Готелі «ParkHyatt» розташовані в найкращих в найкращих курортних містах світу, де інтер'єр оформлений з акцентом на місцевий колорит. Цільова аудиторія даних готелів складається з туристів, які надають перевагу високоякісному обслуговуванню та збереженню приватності. Саме тому в готелях «ParkHyatt» кількість персоналу може значно перевищувати кількість самих гостей, а стандарти сервісу є вищими ніж в інших готелях мережі.

Готелі «GrandHyatt» мають найвищий рівень розкішності з унікальними номерами (близько 400 номерів у кожному готелі) та дизайном інтер'єру. Дані готелі підходять як для туристів, які подорожують з метою відпочинку, так і для ділових мандрівників.

«RegencyHyatt» – одна з найстаріших торгових марок мережі. Всі готелі цього бренда знаходяться у великих містах, поруч з бізнес-центрами і, зазвичай, орієнтуються на бізнес-туристів. Готелі типу «Regency» пропонують гостям спеціально обладнані приміщення для проведення конференцій та ділових заходів, цілодобовий Wi-Fi, послуги перекладача та секретаря, а також тренажерний зал та затишні ресторани і бари.

Готель «HyattRegency Kyiv» – це п'ятизірковий готель, який розташований в самому центрі Києва в декількох хвилинах від головних культурно-розважальних закладів та бізнес-центрів. Всього за декілька хвилин туристи зможуть дістатися до головної вулиці столиці, а також до найвизначніших пам'яток, що робить готель ідеальним варіантом як для ділових людей, так і для подорожуючих із метою побачити визначні історико-культурні місця. З кожного номеру «HyattRegency Kyiv» відкривається неймовірний вигляд на історичний район Києва – Поділ.

Управління готелем здійснює ПрАТ «Нові інжинірингові технології», інформацію про яке наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Інформація про ПрАТ «Нові інжинірингові технології»

(джерело: розроблено автором на основі [51])

Повна назва	Приватне акціонерне товариство «Нові інжинірингові технології»
Скорочена назва	ПрАТ «Нові інжинірингові технології»
ЄДРПОУ	32962525
Адреса	Україна, 01030, місто Київ, вулиця Івана Франка, будинок 40б
Дата заснування	12.11.2004
Основний вид діяльності	55.10 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування
Директор	Фурса Олександр Олександрович
Статутний капітал	215 316 000 грн.
Власники	Кабабе Маврокордатос Елена, Кіпр (215 316 000 грн., 100%) ПОНТЕНА ХОЛДИНГЗ ЛІМІТЕД ЮНІГЛОУ ЛІМІТЕД PrandicleLimited

«Hyatt Regency Kyiv» пропонує 234 комфортабельних номери (табл. 2.2). та апартаменти, які є одними з найрозкішніших у Києві, з них: 56 номерів – Deluxerooms; 32 номери – RegencyClubrooms; 10 – RegencyExecutiveSuites; 6 – RegencySuites; 5 – Ambassador Suites; 3 – DiplomaticSuites; 1 – PresidentialSuite

Таблиця 2.2

Характеристика номерів «Hyatt Regency Kyiv»

Розроблено автором на основі [33]

Категорія номерів	Характеристика	Вартість за добу, євро
2 Twin Beds 1 King Bed	Площа номерів – 35 метрів квадратних, де є два односпальних ліжка або одне ліжко розміру «king-size», письмовий стіл і мармурована ванна кімната з ванною та душовою кабіною	319
2 Twin Beds with Cathedral View 1 King Bed with Cathedral View	Площа номерів (з видом на Собор) – 38 метрів квадратних, де є два односпальних ліжка або одне ліжко розміру «king-size», письмовий стіл і мармурована ванна кімната з ванною та душовою кабіною	345
Regency Suite King	Номери-люкс площею 50 квадратних метрів, які вирізняються просторою вітальнею та робочою зоною, одним двоспальним ліжком розміру «king-size», сучасним дизайном з темною паркетною підлогою та привілеями RegencyClub	460
Regency Executive Suite	Номери-люкс площею 70 квадратних метрів з мальовничим видом на місто, зоною відпочинку та обідньою зоною, ліжком розміру «king-size», робочим столом і оздобленою мармуром ванною кімнатою з ванною та душовою кабіною	660
Ambassador Suite	Номери преміум-люкс класу площею 105 квадратних метрів із спальнею з двоспальним ліжком розміру «king-size», окремою вітальнею, робочим столом і мармурованою ванною з ванною і тропічним душем	910
Diplomatic Suite	Номери преміум-люкс класу на верхньому поверсі площею 140 квадратних метрів, які мають окрему вітальню та обідню зону, одне ліжко розміру «king-size», міні-кухню, гостьовий санвузол, оздоблену мармурову ванну кімнату з ванною та душем	1523
Presidential Suite	Номер преміум-люкс класу площею 210 квадратних метрів на верхньому поверсі, де гості отримують чудову терасу з видом на місто, окремий ліфт, двоспальне ліжко розміру «king-size», ванну кімнату з душовою кабіною та ванною, окремі вітальню, обідню та робочу зони та міні-кухню	3323

Відстань від «Hyatt Regency Hotel» до залізничної станції «Київ-Пасажирський» становить 3,5 км (25 хвилин).

На території готелю працює парковка на 93 автомобіля. Гості мають можливість безкоштовно припаркувати власні автомобілі у підземному та наземному паркінгу, або ж скористатися послугами паркувальника.

Недалеко від готелю знаходяться: Пейзажна алея – 1,4 км; Ботанічний сад ім. Фоміна – 2,8 км; Маріїнський Палац – 2,4 км; торговий центр «ЦУМ» – 1,5 км.

На базі «Hyatt Regency Kyiv» також є можливість організувати різні види конференцій, ділових зустрічей та банкетів. Готель пропонує понад 1000 квадратних метрів приміщень для проведення заходів, включаючи бальний зал площею 256 квадратних метрів, 8 конференц-залів і 3 зали для проведення нарад.

Також у «Hyatt Regency Kyiv» гості можуть скористатися такими послугами, як:

1) «Luxury Spa Naturel»: пропонує широкий спектр процедур, включаючи сауну та гідромасажний басейн для повного розслаблення та омолодження;

2) гімнастичний зал «Hyatt Stay Fit»: пропонує сучасне спортивне обладнання, спеціальні тренування, заняття та індивідуальні фітнес-програми відповідно до індивідуальних потреб;

3) 20-ти метровий критий басейн з підігрівом;

4) ресторан «GrillAsia», де гостям пропонуються автентичні страви wok приготовані на деревному вугіллі. У ресторані кожен знайде щось для себе: від суші/ролів, смаженої локшини, яка є популярною в Індонезії, грилю з морепродуктами та устриць до десертів – чізкейку з білого шоколаду.

5) «Baron 8th floor», який розташований на 8 поверсі та має літню терасу, з якої відкривається вид на Київ. Коктейлі для гостей подаються з традиційними стравами на грилі;

6) Lobby Lounge, який порадує своїх відвідувачів великим вибором унікальних брендів і коньяків преміум-класу, десертами від шеф-кондитера, а

також безалкогольними напоями. У меню бару знайдуться і легкі закуски, і повноцінні страви набудь-який смак. Для шанувальників здорового харчування – широкий вибір смузі. Раз в тиждень, бар організовує для гостей вечори живої музики у віртуозному виконанні піаніста, що надає закладу вишуканого шарму [33].

Для більш детального аналізу функціонування «Hyatt Regency Kyiv» доцільно навести показники виробничої програми за 2021-2022 рр., що наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Аналіз виробничої програми «HyattRegencyKyiv» за 2021-2022 рр.

(розроблено автором на основі власних досліджень)

Назва показника	2021 рік	2022 рік	Абсолютне відхилення (+/-)	Відносне відхилення, %
Одночасна місткість номерів	234	234	0	0,0
Кількість номеро-діб, н-д.	85410	85410	0	0,0
Кількість простоїв, н-д.	12	20	8	66,7
Кількість номерів в експлуатації, н-д.	85398	85390	-8	-0,01
Кількість проданих номеро-діб, н-д.	74989	70345	-4644	-6,6
Коефіцієнт завантаження готелю, %	87,8	82,4	-5,1	-6,2

З табл. 2.3 можна зробити висновок, що одночасна місткість номерів та кількість номеро-діб у готелі протягом 2021-2022 рр. залишалася незмінною, а кількість номерів в експлуатації зменшилася лише на 8 номеро-діб (-0,01%), що свідчить про високу ефективність експлуатації номерного фонду. Однак, у той же час в готелі збільшилася кількість простоїв на 8 діб (66,7%), кількість проданих номеро-діб знизилася на 4644 тис. грн. (-6,6%), а коефіцієнт завантаження готелю знизився на 6,2%. Причинами збільшення кількості простоїв, а також зниження кількості проданих номеро-діб та, відповідно, коефіцієнту завантаження готелю можна пояснити початком повномасштабної війни в Україні, а також зростанням конкуренції з боку інших готелів у м. Київ.

Організаційна структура «Hyatt Regency Kyiv» є оптимальною, адже всі структурні підрозділи підприємства доповнюють процес створення готельних послуг, забезпечують його діяльність та допомагають досягнути максимальної ефективності функціонування для максимізації кінцевого результату, яким вважається надання конкурентоздатних послуг (Додаток А).

Оскільки готельний комплекс є приватним акціонерним товариством, то його вищим органом є Збори Акціонерів, а також Голова правління та його заступники, які приймають важливі рішення стратегічного характеру. Також на розгляд виносяться питання щодо виходу готелю на певні сегменти ринків, визначаються загальні напрями політики підприємства та план дій, який спрямований на задоволення потреб гостей. На щорічних зборах акціонерів готельного комплексу затверджується бізнес-план на поточний рік та стратегічні плани щодо подальшого розвитку, визначаються форми розрахунків в готелі.

Генеральним директором «Hyatt Regency Kyiv» є Брудний Андрій Ігорович, який вирішує завдання, що стосуються загальних напрямів діяльності готелю, фінансової політики, здійснює планування господарських витрат та визначає обсяги витрат на утримання персоналу. Частина завдань з управлінської діяльності в готелі покладена на генерального менеджера Олександру Трубіщину.

Керівники структурних підрозділів «Hyatt Regency Kyiv» виконують повноваження та приймаються оперативні рішення у межах своєї компетенції та в рамках своїх підрозділів.

У табл. 2.4 наведено структуру кадрового складу Hyatt Regency Kyiv за 2021-2022 рр. З табл. 2.4 можна зробити висновок, що протягом 2021-2022 рр. спостерігається значне скорочення персоналу «Hyatt Regency Kyiv» (на 16 %). Протягом досліджуваного періоду змінився гендерний склад персоналу: частка чоловіків значно знизилася, а частка жінок, навпаки, зросла. Частка персоналу віком до 35 років та 35-45 років залишилася незмінною, а частка персоналу старше 45 років у 2022 році значно знизилася.

Таблиця 2.4

Структура кадрового складу «Hyatt Regency Kyiv» за 2021-2022 рр.

(розроблено автором на основі власних досліджень)

Категорія	2021 рік		2022 рік	
	осіб	%	осіб	%
Структура кадрового складу за статтю				
Чоловіки	150	60	40	81
Жінки	100	40	170	19
Разом	250	100,00	210	100,00
Структура кадрового складу за віком				
До 35	100	40	100	48
35-45	100	40	80	38
Від 45	50	20	30	14
Разом	250	100,00	210	100,00
Структура кадрового складу за рівнем освітньої підготовки				
Вища освіта за фахом	120	48	93	44
Середня освіта за фахом	100	40	67	32
Без фахової освіти	30	12	50	24
Разом	250	100,00	210	100,00
Структура кадрового складу за категоріями посад				
Керівний персонал	120	48	90	48
Спеціалісти	80	32	100	43
Технічний персонал	50	20	20	10
Разом	250	100,00	210	100,00
Структура кадрового складу за стажем роботи в галузі				
Немає	60	24	80	38
До 5 років	60	24	65	31
5-10 років	90	36	50	24
Від 10 років	40	16	15	7
Разом	250	100,00	210	100,00

Частка персоналу з вищою освітою за фахом протягом 2021-2022 рр. знизилася, а частка персоналу без фахової освіти зросла. Змінилася також структура персоналу в готелі за категоріями посад: частка керівного персоналу залишилася незмінною, частка спеціалістів зросла, а частка технічного персоналу значно знизилася. Частка персоналу без досвіду роботи значно зросла, а частка персоналу до 5-10 років досвіду роботи, навпаки, значно знизилася.

Наступним етапом є аналіз динаміки продуктивності праці персоналу «HyattRegencyKyiv» за 2021-2022 рр., що наведено у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

**Аналіз динаміки продуктивності праці персоналу «Hyatt Regency Kyiv»
за 2021-2022 рр. (розроблено автором на основі власних досліджень)**

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			+/-	%
Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	233	207	-26,0	-11,2
Чистий дохід від реалізації послуг, тис. грн.	345805	163090	-182715	-52,8
Кількість обслуговуваних клієнтів, осіб	32854	24345	-8509	-25,8
Продуктивність праці у вартісному вимірі, тис. грн./особу	1484,1	787,8	-696,2	-46,9
Продуктивність праці в натуральному виразі, клієнтів/особу	141,0	117,6	-23,3	-16,5

З табл. 2.5 можна зробити висновок, що у 2022 році спостерігається значне зниження продуктивності праці персоналу «HyattRegencyKyiv». Це пов'язано зі зменшенням доходів від реалізації послуг та кількості обслуговуваних клієнтів внаслідок повномасштабної війни в Україні, яка негативно вплинула на туристичну галузь.

Оцінку діючої стратегії «HyattRegencyKyiv» доцільно провести за допомогою розрахунку та порівняння основних фінансово-економічних показників діяльності підприємства за 2021-2022 рр., що наведено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

**Аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності
«HyattRegencyKyiv» за 2021-2022 рр.**

(розроблено автором на основі власних досліджень)

Показники	2021 рік	2022 рік	Відхилення	
			+/-	%
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації послуг, тис. грн.	345805	163090	-182715	-52,8
Собівартість реалізованих послуг, тис. грн.	147449	103641	-43808	-29,7
Валовий прибуток	198356	59449	-138907	-70,0
Інші операційні доходи	5597	33590	27993	50,1
Адміністративні витрати	83539	58152	-25387	-30,3
Витрати на збут	16938	5053	-11885	-70,1
Інші операційні витрати	10082	10819	737	7,3
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	93394	19015	-74379	-79,6
Інші доходи	11	5	-6	-54,5

Продовження таблиці 2.6

1	2	3	4	5
Інші витрати	28	4	-24	-85,7
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток)	93337	19016	-74231	-79,6
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-17207	-3127	14080	-81,8
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	76170	15889	-60281	-79,1

Аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності «HyattRegencyKyiv» за 2021-2022 роки свідчить про значне погіршення результатів роботи готелю у 2022 році порівняно з 2021 роком. Чистий дохід від реалізації послуг знизився на 52,8%, що пов'язано з падінням попиту на готельні послуги внаслідок повномасштабної війни в Україні. Собівартість реалізованих послуг знизилась на 29,7%, що частково нівелювало негативний вплив на валовий прибуток. Валовий прибуток скоротився на 70,0%, що свідчить про значне погіршення операційної ефективності готелю. Фінансовий результат від операційної діяльності також суттєво погіршився, перетворившись з прибутку 93,394 тис. грн. у 2021 році на збиток 19,015 тис. грн. у 2022 році. Чистий фінансовий результат також зазнав значного погіршення, змінившись з прибутку 76,170 тис. грн. у 2021 році на збиток 60,281 тис. грн. у 2022 році.

Для більш детального аналізу фінансового стану «HyattRegencyKyiv» необхідно провести аналіз показників ліквідності та рентабельності за 2021-2022 рр., що наведено в табл. 2.7.

З табл. 2.7 можна зробити висновок, що в «HyattRegencyKyiv» коефіцієнт абсолютної ліквідності знаходиться в межах норми в 2021 році і становить 0,42, а в 2022 році коефіцієнт зменшився на 0,18 і становить 0,24. У 2021 році готель мав дуже високий коефіцієнт проміжної ліквідності (4,78), що свідчить про його здатність погасити поточні зобов'язання за рахунок оборотних активів.

Таблиця 2.7

Показники оцінки фінансового стану «Hyatt Regency Kyiv»
за 2021-2022 рр. (розроблено автором на основі власних досліджень)

Показники	Нормативне значення	2021 рік	2022 рік	Абсолютне відхилення (+/-)	Відносне відхилення (%)
Показники ліквідності					
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,25-0,35	0,42	0,24	-0,18	-17,5
Коефіцієнт проміжної (швидкої) ліквідності	0,7-0,8	4,78	4,75	-0,03	-3,26
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,0-2,0	1,97	1,19	-0,78	-52,14
Показники рентабельності					
Чиста рентабельність продажів	> 0	0,231	0,159	-0,072	-7,19
Рентабельність власного капіталу	> 0	0,005	0,004	-0,001	-0,10

У 2022 році коефіцієнт трохи знизився до 4,75, але все ще знаходиться на високому рівні. Це свідчить про те, що готель має достатньо оборотних активів для погашення поточних зобов'язань. У 2021 році готель мав високий коефіцієнт поточної ліквідності (1,97), що свідчить про його здатність погасити всі поточні зобов'язання за рахунок оборотних активів. У 2022 році коефіцієнт значно знизився до 1,19, що знаходиться нижче нормативного значення (1,0-2,0). Це свідчить про те, що готель може мати проблеми з погашенням поточних зобов'язань. У 2021 році чиста рентабельність продажів готелю становила 0,231, що свідчить про те, що 23,1% від кожної гривні виторгу готель отримував у вигляді чистого прибутку. У 2022 році чиста рентабельність продажів знизилась до 0,159, що свідчить про погіршення рентабельності діяльності готелю.

В цілому можна сказати, що в «Hyatt Regency Kyiv» через повномасштабну війну в Україні значно погіршилися показники фінансового стану та економічні показники діяльності. Щодо персоналу готелю, то аналіз кадрового потенціалу показав, що на підприємстві у 2022 році вибуло 110 працівників серед чоловіків, адже вони стали на захист країни від агресора в умовах повномасштабного вторгнення, а продуктивність праці знизилася через

зменшення відвідувачів готелю і, відповідно, чистого доходу від реалізації готельних послуг. Не дивлячись на всі негативні фактори, «HyattRegencyKyiv» продовжує працювати, розробляти програми лояльності для своїх відвідувачів та підтримувати економіку України навіть у складних умовах воєнного стану.

2.2. Оцінювання конкурентоспроможності готелю «Hyatt Regency Kyiv»

Для оцінювання конкурентного середовища «Hyatt Regency Kyiv» необхідно провести детальний аналіз впливу основних факторів зовнішнього середовища. До зовнішнього середовища готельного підприємства належать політичні, правові, економічні, соціальні, екологічні, технологічні, культурні та конкурентоспроможні тенденції, а також певні події та фактори, які можуть створити загрозу на шляху до успішного розвитку підприємства на ринку туристичних послуг, для досягнення стратегічних цілей і в той же час допомагають розробити альтернативні шляхи розвитку.

Аналіз факторів макросередовища «Hyatt Regency Kyiv» наведено в табл. 2.8. Аналіз проводиться за 10-ти бальною шкалою, де: 1-4 бали – низький вплив факторів макросередовища; 5-7 балів – середній вплив факторів макросередовища; 8-10 балів – високий вплив факторів макросередовища. Усі розглянуті в табл. 2.8 фактори мають вплив на діяльність «Hyatt Regency Kyiv», проте сила впливу є різною.

Найбільш впливовими групами факторів є політичний, економічний, соціально-демографічний та технологічний. Саме технологічний фактор можна розглядати з точки зору позитивного впливу на підприємство.

Для ідентифікації сильних та слабких сторін «Hyatt Regency Kyiv» необхідно здійснити SWOT-аналіз, який є найефективнішим стратегічним інструментом для визначення конкурентних переваг, що виокремлюють готельне підприємство від інших, які діють на ринку туристичних послуг.

Таблиця 2.8

Аналіз факторів макросередовища «Hyatt Regency Kyiv»

розроблено автором на основі власних досліджень

Групи факторів	Найменування фактора у групі	Оцінка впливу факторів макросередовища за 10-ти бальною шкалою	Середня оцінка впливу факторів макросередовища
Міжнародний	Міжнародні зв'язки, заходи, спрощення візового режиму для іноземних туристів	9	8
	Військові дії на території України	10	
	Розвиток корупції	5	
Політичний	Підтримка туристичного бізнесу з боку держави	10	9,3
	Нестабільна політична ситуація в країні	10	
	Постійні зміни в податковому законодавстві	8	
Економічний	Низький рівень заробітних плат	9	9
	Зростання інфляції, зростання цін, високі ставки оподаткування	10	
	Зниження зайнятості населення	8	
Соціально-демографічний	Низький рівень надання послуг	10	8,6
	Низький рівень якості життя населення	8	
	Низька продуктивність праці, виїзд молоді за кордон	8	
Технологічний	Прогресивний розвиток м. Києва	10	9
	Розвиток інноваційних стартапів	8	
	Високі ризики при інвестуванні	9	
Екологічний	Використання екологічних інновацій	6	6,6
	Забрудненість навколишнього середовища	5	
	Використання озеленення біля готелю та в приміщенні	9	

SWOT-аналіз «Hyatt Regency Kyiv» наведено в табл. 2.9.

Таблиця 2.9

SWOT-аналіз «Hyatt Regency Kyiv»

(розроблено автором на основі власних досліджень)

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
<p>Зручне розташування Репутація на ринку туристичних послуг Наявність офіційного Веб-сайту Постійна клієнтська база Надання великого переліку додаткових туристичних послуг Наявність конференц-залів, SPA-центру, ресторанів та бару</p>	<p>Висока сезонна залежність Обмеженість фінансових та кадрових ресурсів Низька продуктивність праці Пасивна рекламна діяльність Відсутність ефективних маркетингових досліджень</p>
Можливості (O)	Загрози (T)
<p>Постійний інтерес до подорожей з боку внутрішніх та міжнародних туристів Спрямованість м. Київ на розвиток туризму Сприятливий мікроклімат, створений органами місцевого самоврядування Розвинена туристична інфраструктура в місті Розвиток ділового туризму в столиці України Унікальна культурна спадщина Сприяння розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності</p>	<p>Несприятлива політико-економічна ситуація через повномасштабну війну Несприятливий інвестиційний клімат Постійні зміни у законодавстві Зменшення кількості іноземних прибуттів в Україну через військові дії Руйнування цивільної та критичної інфраструктури на території України країною-агресором Відсутність кваліфікованого персоналу в галузі туризму Зростання цін на готельні послуги Низька якість життя населення та купівельна спроможність</p>

Отже, у табл. 2.9 було показано як сильні, так і слабкі сторони «Hyatt Regency Kyiv», що свідчить про те, що готелю є що покращувати і над чим працювати в майбутньому. Можна також зробити висновок, що готель має досить вагомні сильні сторони, проте й не менш важливіші слабкі сторони. Все це свідчить про значний потенціал «Hyatt Regency Kyiv».

На основі проведеного SWOT-аналізу для «Hyatt Regency Kyiv» можна запропонувати наступні стратегії використання можливостей та подолання загроз, що наведено в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Стратегії використання можливостей та подолання загроз для «Hyatt Regency Kyiv» (розроблено автором на основі власних досліджень)

SO стратегії	WO стратегії
<ol style="list-style-type: none"> 1. Розсилка пропозицій щодо знижок та програм лояльності постійним клієнтам на електронну пошту 2. Співпраця з підприємствами та організаціями в галузі туризму, а також органами державної влади та місцевого самоврядування, на постійній основі 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Удосконалення наявних послуг, які надаються в готелі, відповідно до конкурентних переваг 2. Розвиток послуг, спрямованих на внутрішніх туристів 3. Активна маркетингова діяльність у міжсезонний період 4. Участь у програмах розвитку туризму в Україні 5. Впровадження нових видів додаткових послуг в готелі
ST стратегії	WT стратегії
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ведення прозорої фінансової політики для підвищення рівня довіри стейкхолдерів 2. Створення нового бізнес-плану з детальним поясненням коротко- та довгострокових цілей розвитку готелю 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Залучення кваліфікованих кадрів, які зацікавлені у співпраці з готелем 2. Розробка маркетингової політики, орієнтованої на клієнтів преміум-сегменту 3. Допомога армії та наближення перемоги України в війні 4. Адаптація діяльності готелю до нових викликів в умовах воєнного стану

Серед 5-ти зіркових готелів Києва прямими конкурентами «Hyatt Regency Kyiv» є такі готельні мережі, як Fairmont, Hilton, Inter Continental та Riviera House, в управлінні яких знаходиться близько 75% номерного фонду даного сегменту.

Усіх гостей «Hyatt Regency Kyiv» очікує якісне обслуговування, дбайливе ставлення та індивідуальний підхід зі сторони персоналу. Однак, слід також зауважити, що основні конкуренти надають схожі послуги – наявність бізнес-центру, SPA, власних ресторанів та барів та ін., що свідчить про високий рівень конкуренції.

Для з'ясування конкурентних позицій «Hyatt Regency Kyiv» було здійснено бальну оцінку його позицій серед конкурентів у м. Київ на основі відгуків споживачів готельних послуг у мережі Інтернет шляхом додавання оцінки та визначення середньоарифметичного значення (5 – найвищий бал, 1 – найнижчий бал), що наведено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Бальна оцінка позицій «Hyatt Regency Kyiv» серед головних конкурентів у м. Києві (розроблено автором на основі власних досліджень)

Показники	Hyatt Regency	Fairmont	Inter Continental	Hilton Kyiv	Riviera House
Місце розташування	5	5	5	5	5
Середній рівень завантаженості	5	4	4	4	3
Популярність серед туристів	5	4	4	5	3
Кваліфікація персоналу	5	4	4	5	4
Якість основних послуг	5	5	4	5	5
Асортимент додаткових послуг	5	4	4	5	4
Якість маркетингу та реклами	5	4	4	4	3
Цінова політика	4	4	4	4	4
Середній бал	4,8	4,2	4,1	4,5	3,9

З табл. 2.11 можна зробити висновок, що конкуренція серед 5* готелів у м. Київ є високою. Всі вони мають майже однакові середні бали, але «Hyatt Regency Kyiv» за відгуками споживачів займає провідне місце на ринку готельних послуг.

Готель «Hyatt Regency Kyiv» здебільшого зосереджений на обслуговуванні бізнес-туристів, які приїжджають до міста в середньому на 3 дні з діловою метою. Цей сегмент клієнтів є більш вигідним для готелю, адже окрім основних послуг (проживання та сніданок), бізнес-туристи користуються й додатковими, як оренда конференц-залів та переговорних кімнат. Зважаючи на специфіку даного сегменту, «Hyatt Regency Kyiv» має вдале розташування – в центрі міста, зі зручною транспортною доступністю до вокзалів, аеропортів, виставкових та бізнес-центрів. Попит на послуги готелю з боку бізнес-туристів

залежить від економічної ситуації та ділової активності. Зазвичай, спад попиту спостерігається в сезон відпусток, свят та вихідні дні. Організуючи ділові поїздки, бізнес-туристи очікують від готелю зручності, гнучкості та широкого спектру послуг. Якісний доступ до Інтернету та постійна наявність Wi-Fi по всьому готелю є неодмінними умовами для ділових туристів, адже їм важливо бути онлайн 24/7.

Незважаючи на наявність постійних клієнтів, «Hyatt Regency Kyiv» має значний потенціал для розширення та залучення нових сегментів споживачів. Це можна здійснити завдяки можливості розширювати спектр послуг та позиціонувати себе як готельний комплекс високого класу, що орієнтується на потреби бізнес-клієнтів.

Отже, можна підсумувати, що «Hyatt Regency Kyiv» має гарну репутацію на внутрішньому та зовнішньому ринках, а також високий потенціал для підвищення рівня конкурентоспроможності за рахунок . цифровізації усіх сфер діяльності.

2.3. Цифровізація діяльності готелю «Hyatt Regency Kyiv»

Як уже відомо, «Hyatt Regency Kyiv», готель міжнародного рівня, з ухилом у бік бізнес класу, і грамотний розподіл інформаційних ресурсів – одне з найважливіших його завдань. Для коректної роботи та максимально прискореного процесу обробки даних у готелі «Hyatt Regency Kyiv» використовують автоматизовану систему управління jSolutions.

Інформаційна система готелю jSolutions повністю відповідає всім вимогам українського законодавства – це стосується питань захисту персональних даних, роботи з фіскальними реєстраторами, дозволеними до використання в готельному бізнесі, а також реєстрації українських та іноземних громадян.

Важливою перевагою jSolutions є те, що це надійна та швидка система. На відміну від багатьох інших програм, готельна система повинна працювати

цілодобово в режимі реального часу: через систему щомиті проводиться велика кількість транзакцій, особливо за наявності платних телеканалів і телефонних тарифікаторів, і будь-який збій загрожує втратою даних.

Готельна система jSolutions має зручний та зрозумілий інтерфейс. Він має найширші опції налаштування, користувачеві пропонують безліч зручних «гарячих» клавіш і можливість одночасної роботи з кількома бронюваннями, поселеннями, фоліо і т.д. Іконки допомагають швидко зорієнтуватися у функціоналі кнопок керування. Вікна відкриваються як вкладки. Доступне самостійне налаштування зовнішнього вигляду програми: зміна колірної схеми, використання зображень на локаціях, підказок.

Система управління готелем jSolutions дозволяє отримувати найрізноманітніші звіти, які потрібні керівнику готелю для контролю сервісу, аналізу та планування діяльності. У програмі можна здійснювати sms та e-mail-розсилки гостям для отримання зворотного зв'язку з питань якості обслуговування.

Функціональність програмно-апаратного комплексу для управління готелем охоплює всі аспекти готельного бізнесу:

1. Робота з гостями (ведення бази даних, бронювання, розміщення, виселення тощо).

2. Управління внутрішніми службами готелю.

3. Облік продажу, ведення документообігу, робота з рахунками.

4. Реалізація рекламних пропозицій.

5. Контроль роботи персоналу.

6. До основних функцій системи jSolutions відносяться: бронювання та заселення гостей; нарахування за проживання та інші послуги, що надаються готелем; акумулювання інформації про неоплачені рахунки клієнтів, що надходять із різних точок продажу; виставлення проміжних та остаточних рахунків для розрахунків із клієнтами; облік інформації про безготівкові розрахунки; отримання фінансових та статистичних звітів; ведення інформації про клієнтів та клієнтські рахунки.

У функцію «ведення інформації про клієнтів та клієнтські рахунки» включається така інформація: ведення історії щодо клієнтів; бронювання; заселення; ведення рахунків; витяг; безготівкові розрахунки із клієнтами.

Програмний модуль для надання інформації щодо кількості кімнат призначений для оперативного моніторингу його стану, збору статистичної інформації про завантаження приміщень, отримання різноманітних звітів про стан кімнат, моніторинг роботи служби покоївки. Система відстежує, чи очищений номер чи ні, і видає попередження, якщо клієнт відмічений як «номер без прибирання».

У програмі застосовуються такі поняття: гостьова карта; бронювання кімнати та рахунки клієнта; сервісний код; Інструкція з перенаправлення.

1. Гостьова карта містить інформацію про клієнта: прізвище, ім'я, мову (рідну або ту, якою клієнт бажає розмовляти), VIP-код, адресу, країну проживання, телефон, дату народження, номер у готелі і т.д. Комп'ютер надає повну інформацію про кількість ночей, проведених раніше в готелі, про характеристики номерів, в яких зупинявся гість, його паспортні дані, способи оплати тощо.

Отримання цієї інформації дозволяє забезпечити постійного гостя готелю своїм улюбленим номером, надати йому бажані додаткові послуги і т. д. Все це створює високий рівень обслуговування клієнтів, що, звісно ж, гарантує добрий прибуток.

Бронювання формується на період часу, протягом якого номер буде зарезервовано, потім бронювання може бути скасовано або змінено. Бронювання завжди пов'язане лише з однією гостьовою картою, але для однієї гостьової картки може бути кілька видів бронювання.

- Гостьова карта містить таку інформацію: тривалість перебування (вимірюється ночами); кількість людей, котрі живуть у кімнаті. Якщо серед них є діти, то це слід зазначити, оскільки в багатьох готелях діти до певного віку проживають безкоштовно або зі знижкою при оплаті; тип кімнати.

Визначення типу та категорії номера, в якому проживатиме гість, залежить від його побажань, а також від наявності номерів цієї категорії. Нумери розрізняються за категоріями, ціною, кількістю спальних місць. Зазвичай найдешевші кімнати продаються першими, потім середнього цінового сегменту і в останню чергу найдорожчі. У кожному номері є певна кількість відмінних рис, які можуть бути привабливими або ж відштовхувачими для гостей (вікна виходять у двір або на жваву вулицю; номер центральний або кутовий, поряд є сходи або ліфт тощо). При бронюванні номера перш за все варто керуватися побажаннями гостя. Потрібно враховувати:

- код ціни, який зазвичай це позначається кількома літерами або цифрами, які легко запам'ятати і часто несуть смислове навантаження: містять перші літери або комбінацію перших літер слів, що містяться в назві компанії, ціни для груп і т.д. Для компаній та туристичних агентств, які регулярно надсилають запити на бронювання та забезпечують достатню кількість ночей, готель встановлює спеціальні знижки, які фіксуються спеціальним ціновим кодом. До завдань служби бронювання входить відстеження правильних цін для компаній чи туристичних агенцій;

- тип бронювання, який поділяється на гарантований чи не гарантований. Гарантоване бронювання дозволяє тримати кімнату до прибуття гостя, тобто гість може прийти в будь-який час, і він гарантовано буде заселений в кімнату. У свою чергу, гість гарантує оплату номера, навіть якщо він не використовувався у разі незаїзду, або скасування бронювання до певної години, встановленої готелем, дня прибуття. Таким чином, якщо гість бронює номер, але не прибуває та не скасовує бронювання взагалі або до закінчення терміну, то на нього накладаються штрафи. Наступні способи гарантують бронювання.

- Трансфер передоплати готелю. Повідомлення про передплату трансферу має бути отримане готелем до дня прибуття гостя. Зазвичай, це банківський переказ. Термін підтвердження передоплати визначається готелем і становить від кількох тижнів до одного дня.

- Гарантії кредитних карток. Великі компанії-емітенти кредитних карток розробили систему, яка дозволяє стягувати штраф за неприбуття у разі гарантованого бронювання. Якщо бронювання, гарантоване кредитною картою, не було скасовано до години, встановленої готелем, і гість не зареєструвався, готель може стягувати штраф із кредитної картки (зазвичай це вартість ночівлі). Потім банк перерахує цю суму на рахунок готелю та повідомить про це власника картки.

- Внесення депозиту. Депозит зазвичай вноситься, якщо банківський переказ чи гарантія кредитною картою неможливі. Гість чи його представник отримують певну суму грошей у касі готелю до прибуття. Ця сума грошей зазвичай перевищує вартість ночі в готелі і часто включає депозит за використання телефонів, пральні і т.д. У разі скасування бронювання депозит повертається. У разі зміни дати заїзду – переноситься. Згодом депозит використовується гостем для оплати проживання та послуг, які надає готель.

- Гарантії компанії. Цей тип гарантії бронювання найчастіше використовується компаніями, з якими готель уклав угоду. В цьому випадку в обов'язковому порядку компанія надсилає лист уповноваженим представником, що містить фразу «у разі неявки... (ім'я гостя) та неможливість скасування бронювання до 18:00 у день прибуття компанії, ... (ім'я) гарантує оплату за проживання протягом однієї ночі».

У разі штрафних санкцій компанія зобов'язується їх сплатити. При прийнятті такої гарантії необхідно бути обережними. Готель «Hyatt Regency» приймає гарантію тільки від тих компаній, які позитивно зарекомендували себе в процесі співробітництва, чиє фінансове становище стабільне і не викликає занепокоєння. В іншому випадку існує ризик неможливості отримання штрафу.

Проаналізувавши асортимент пропонованих послуг в готелі Hyatt Regency Київ, з'ясувалося, що вони діляться на основні та додаткові, платні та безкоштовні.

Зокрема, в готелі безкоштовно здійснюється:

- вручення кореспонденції гостям;

- ранкове пробудження (на прохання);
- щоденне прибирання номера покоївкою, включаючи заправку ліжок;
- зміна постільної білизни не рідше одного разу на п'ять днів;
- зміна рушників не рідше одного разу на три дні;
- надання праски, дошки для прасування;
- зберігання цінностей в індивідуальних сейфах у номерах та/або у сейфових осередках у службі прийому.

Готель оснащений багаторівневою безкоштовною парковкою, що допомагає перетворити пересування центром міста на приємну прогулянку. Таким чином, готель «Hyatt Regency Kyiv» має перспективи успішного поступального розвитку, в тому числі і для впровадження нових додаткових послуг. Важливо постійно підтримувати стан номерного фонду на рівні, що гарантує надання зручностей не менше, ніж у сучасних готелях аналогічного класу. У готелі Hyatt Regency важливо не пропустити появи на ринку нових провідних технологій. Безумовно, нова технологія привертає додаткову увагу до готелю бізнесменів, туристів, а також організаторів високо бюджетних ІТ-конференцій. Стійке фінансове становище та наявність вільних коштів дозволяє готелю «Hyatt Regency» інвестувати у розвиток додаткових послуг. Отже, в готелі Hyatt Regency Kyiv є фінансові, організаційні та технічні резерви для розширення переліку додаткових послуг. Якщо при бронюванні немає номерів потрібного типу, бронювання може бути розміщене у список очікування. При звільненні будь-якої кімнати такого ж типу система сама попереджає, що список бронювань містить резервування для такої кімнати.

Система jSolutions складається з таких основних модулів: бронювання, порт'є, касира, бухгалтера.

1. Модуль бронювання призначений для оформлення замовлення клієнтів. Цей модуль дозволяє:

- здійснити броню для клієнта;
- здійснити групову броню;
- відмінити бронювання;

- коригувати броню;
- перенести броню до списку тих, хто очікує;
- призначити конкретні номери раніше зробленого бронювання;
- роздрукувати підтвердження бронювання;
- ухвалити депозит для бронювання.

2. Модуль портєє призначений для розміщення гостей готелю, які мають бронювання. Багато в чому функціональність цього модуля аналогічна модулю бронювання. Цей модуль дозволяє виконувати такі операції: пошук броні; присвоєння номерів та реєстрація; зміна броні; відміна бронювання; роздруковування підтвердження; спільне використання; отримання повідомлень для гостей, що прибувають або виїжджають; приймання депозиту для бронювання; переміщення бронювання до списку очікування; створення офіційних готельних рахунків.

3. Модуль касира вважається найскладнішим модулем системи jSolutions. Користувач, який працює в цьому модулі, має можливість: проводити постійну роботу з рахунками клієнтів; виставляти проміжні рахунки; перемістити клієнта в інший номер; проводити виписку; вести головну касу; проводити операції обмінного пункту; ухвалювати депозити для бронювання; друкувати звіти для касирів; правильно оформлювати замовлення клієнта; проводити платежі; переказувати нарахування з одного рахунку на інший; ділити та об'єднувати нарахування; проводити нарахування в речну на рахунки клієнтів.

4. Бухгалтерський модуль. Системний модуль jSolutions – це дуже спрощена бухгалтерська програма, або, скоріше, книга продажу готелів, призначена для відстеження боргів клієнтів, які вже були видані та яким виставлені рахунки за послуги. Функціональні можливості цього модуля системи не дуже багаті, але дозволяють виконувати деякі маніпуляції з нарахованими сумами (переводити нарахування з одного рахунку на інший, вводити платежі за кожною позицією, відстежувати історію клієнтів, друкувати звіти та листи для клієнтів).

Операційний день готелю в системі jSolutions завершується нічним аудитом, який зазвичай проводиться о 8 годині ранку і включає ряд процедур: переведення дати програми; аналіз дій користувача у системі; вказівку на незавершеність певних операцій; роздрукування пакету звітів про роботу готелю за день, який буде передано в управління та бухгалтерію наступного дня; автоматичний розрахунок вартості номера на гостьових рахунках; збереження даних та статистики за день; виконання системних процедур.

Нічний аудит може бути розпочато лише після завершення всіх операцій за минулий день, що визначає час його проведення.

Система jSolutions надає можливість скласти різні види звітів та прогнозів, які необхідні для подальшого планування готелю. Прогнозування є важливою функцією служби бронювання готелю Hyatt Regency, оскільки правильна координація роботи інших готельних служб залежить від правильної підготовки прогнозу. Усі готельні послуги тісно пов'язані між собою. Отже, збільшення чи зменшення завантаженості готелю призводить до зміни графіку всіх послуг. Також варто відмітити, що система jSolutions забезпечує конфіденційність під час роботи з інформацією, тобто для кожного користувача існує певний набір системних модулів, з якими він може працювати.

Ідентифікація користувача здійснюється за допомогою імені користувача та пароля. Для зручності система передбачає «блокування» системи користувачем (у разі короткочасної відсутності на робочому місці), і потім для подальшої роботи знову необхідно ввести ім'я та пароль.

Система також веде журнал операцій, тобто можна відобразити звіт про дії кожного користувача в системі за період, що цікавить. Крім того, у гостьовій картці, бронюванні, нарахуванні є поле, де проставляється ім'я оператора (користувача), який їх створив.

Система телебачення у готелі – складний апаратно-програмний комплекс, призначений для прийому, обробки та доставки на телевізійний приймач гостя у номері програм телебачення: ефірного, супутникового та внутрішнього, а також різноманітних функцій та послуг розважального, інформаційного та

сервісного призначення. Сучасні досягнення електроніки та створення програмних додатків, індустрії розваг та систем управління та контролю, втілені в мультимедійних платформах для готельного бізнесу, здатні забезпечити якісний сервіс та престиж готелю будь-якого рівня. У кожній кімнаті встановлюється стандартний телевізор (або LCD-панель з телевізійним тюнером), який налаштований на канали, сформовані, наприклад, головною станцією місцевого телевізійного оператора – це рідкісний випадок через економічну недоцільність, коли готель є, так би мовити, великим абонентом.

Готель Hyatt Regency обладнаний системою інтерактивного готельного телебачення Quadriga, але якість мовлення аналогової головної станції недостатньо відповідала сучасним вимогам до якості та гнучкості управління. Устаткування займало значну площу, споживало значну кількість електроенергії, було технологічно застарілим, а тому необхідність заміни аналогової телевізійної головної частини на цифрову IPTV-станцію була очевидною. Також перед RCI Consulting було поставлено завдання розробити і впровадити концепцію телевізійної системи, що дозволяє дистанційно змінювати перелік і кількість трансльованих телеканалів (без установки додаткових пристроїв в готелі). Таке завдання актуальне для всіх готелів, які приймають іноземних гостей. Як правило, гості вважають за краще дивитися свої національні телеканали.

Готель Hyatt Regency Kyiv надав список з більш ніж 50 найменувань бажаних базових телеканалів. Щоб мінімізувати витрати на організацію прийому телеканалів, фахівцями RCI Consulting було прийнято рішення організувати прийом з декількох джерел – DVB-T2, з супутника і від телеком-провайдера. В якості технічного рішення для цифрової IPTV станції була обрана універсальна модульна IP-платформа WISI Tangram, яка дозволяє приймати сигнали в будь-якому зі стандартів DVB-S/S2/C/T/T2 і перетворювати їх в потоки SPTS/MPTS для системи мовлення IPTV. Впровадження даного рішення також дозволило значно знизити енергоспоживання станційної частини телевізійної системи за рахунок масштабного скорочення кількості

телевізійного обладнання, а також за рахунок значного зниження тепла, що виділяється нею, позитивно позначилося на енергоефективності системи кондиціонування головної станції.

Варто звернути увагу, що в готелі є служба рум-сервіс (room-service), тобто обслуговування в номерах. Найчастіше під цим поняттям мають на увазі доставку їжі та напоїв безпосередньо в номери, але готелі високого класу включають в рум-сервіс та безліч інших послуг, наприклад можливість виклику перукаря, візажиста, масажиста, косметолога і т.д. Про категорію готелю найчастіше судять саме за обсягом та рівнем послуг рум-сервісу.

Ця служба пропонує додатковий сервіс у готелі як індивідуальне обслуговування клієнта в номері. На сьогоднішній день подібна послуга набуває популярності не тільки в готелях високого рівня, а й у тих, що є власниками меншої кількості зірок. Фахівці служби рум-сервісу в готелі пропонують насамперед доставку в номер гостя страв та напоїв, які той замовив за спеціальним меню. Ще однією функцією таких співробітників є підготовка номерів категорії VIP перед заселенням.

Напрями і види цифровізації готелю «Hyatt Regency Kyiv» можуть значно покращити якість обслуговування клієнтів, підвищити ефективність управління, збільшити доходи та підвищити рівень конкурентоспроможності. Вважаємо, що основними напрямками і видами цифровізації, які можуть бути впроваджені в діяльності готелю «Hyatt Regency Kyiv», мають бути такі.

1) Цифровізація діяльності, яка пов'язана із резервацією та бронюванням, шляхом впровадження онлайн-букінг системи, що забезпечує інтеграцію з популярними системами онлайн-бронювання, такими як Booking.com, Expedia та власною системою на офіційному сайті готелю. Це створює зручні умови для клієнтів при бронюванні номерів. Також популярним видом цифровізації є розробка мобільного додатку для бронювання номерів, реєстрації та отримання послуг у готелі.

2) Цифрове управління клієнтськими даними шляхом впровадження CRM-систем для управління взаємодією з клієнтами, збору та аналізу даних про

їхні уподобання, що дозволить надавати більш персоналізовані послуги. Цей напрям доцільно ще підсилити цифровими програмами лояльності, які надають бонуси та знижки постійним клієнтам, сприяючи їх поверненню.

3) Автоматизація операцій засобами системи управління готелем (PMS). Сучасні PMS-систем використовуються для автоматизації процесів бронювання, реєстрації, управління номерами, виставлення рахунків тощо. Можливе також використання чат-ботів та віртуальних асистентів, які на сайті готелю та в мобільних додатках надають інформацію та допомогу клієнтам в режимі 24/7.

4) Цифровий маркетинг із застосуванням соціальних мереж та контент-маркетингу забезпечує активну присутність в соціальних мережах, створення контенту, який привертає увагу потенційних гостей, проведення цифрових маркетингових кампаній. Важливу роль відіграє оптимізація сайту для пошукових систем та використання платних рекламних кампаній для залучення більшої кількості клієнтів через Інтернет.

5) Впровадження технологій інтернет речей (IoT) та розумного дому, таких як голосові асистенти, автоматизоване управління освітленням, кліматом та іншими зручностями в номерах. Використання енергозберігаючих технологій, сенсорів для контролю споживання енергії, що дозволить знизити витрати на електроенергію та підвищити екологічну відповідальність готелю.

6) Кібербезпека та захист даних клієнтів набувають важливого значення в умовах сьогодення. Впровадження сучасних засобів кібербезпеки для захисту особистих даних клієнтів та забезпечення конфіденційності інформації – це окремий напрям діяльності, який вимагає підвищення обізнаності персоналу, навчання співробітників готелю принципам кібербезпеки та захисту даних.

7) Завершальним напрямом цифровізації готелю «Hyatt Regency Kyiv» має бути використання аналітичних платформ для збору та аналізу даних про діяльність готелю, що дозволить приймати обґрунтовані управлінські рішення, прогнозувати попит на послуги готелю та оптимізувати цінову політику.

Зазначені напрями цифровізації допоможуть готелю «Hyatt Regency Kyiv» залишатися конкурентоспроможним на ринку, підвищити якість обслуговування гостей та ефективність внутрішніх процесів.

Висновки до розділу 2

1. Впровадження сучасних технологій суттєво впливає на готельний бізнес. Завдяки їм з'являються нові можливості для покращення якості послуг, оптимізації роботи та персоналізації досвіду клієнтів. Серед ключових тенденцій можна виділити: використання штучного інтелекту та машинне навчання, впровадження IoT, розвиток мобільних технологій, використання віртуальної та доповненої реальності. Впровадження цих та інших технологій дозволяє готелям підвищувати конкурентоспроможність, покращувати якість обслуговування та створювати незабутній досвід для своїх клієнтів.

2. Напрями і види цифровізації готелю «Hyatt Regency Kyiv» можуть значно покращити якість обслуговування клієнтів, підвищити ефективність управління, збільшити доходи та підвищити рівень конкурентоспроможності.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ «HYATTREGENCYKYIV» В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

3.1. Проблеми запровадження цифровізації готелю «Hyatt Regency Kyiv»

Запровадження цифровізації в готелі «Hyatt Regency Kyiv» може стикнутися з низкою проблем, які слід враховувати та вирішувати їх для успішної реалізації проектів. Розглянемо найбільш суттєві, на нашу думку, проблеми.

Висока вартість цифровізації, яка зумовлена, по-перше, фінансовими витратами на впровадження сучасних цифрових технологій, таких як PMS, CRM-системи, IoT-пристрої, та інші, потребою значних інвестицій. Це включає не лише вартість самих технологій, але й витрати на встановлення, інтеграцію та підтримку. По-друге, повернення інвестицій та необхідність аналізу окупності інвестицій, що може створити сумніви у доцільності великих витрат, особливо якщо немає чіткої стратегії або досвіду у впровадженні подібних проектів.

Потреба у навчанні персоналу та підвищенні кваліфікації працівників. Персонал може не мати необхідних навичок для роботи з новими технологіями, що потребуватиме додаткових тренінгів і навчання. Також працівники можуть бути скептично налаштовані до нововведень або чинити опір змінам, особливо якщо це впливатиме на їхні повсякденні обов'язки та процедури.

Технічні труднощі, які пов'язані з інтеграцією цифрових систем: Впровадження нових цифрових рішень потребує інтеграції з уже існуючими системами, що може бути складним і вимагати часу та ресурсів. Нові технології можуть зіткнутися з технічними збоями або проблемами

сумісності, що може вплинути на роботу готелю та створити незручності для гостей.

Запровадження цифрових технологій збільшує загрози безпеці даних, ризик появи кіберзлочинів, таких як хакерські атаки, витоки даних або шахрайство. Це вимагає посилення заходів кібербезпеки, постійного моніторингу стану систем та захисту персональних даних. Збереження конфіденційності та безпеки даних клієнтів є критично важливим, що вимагає впровадження надійних систем захисту.

Необхідність дотримання вимог законодавства, конфіденційності, правових аспектів відповідати вимогам місцевого та міжнародного законодавства щодо обробки персональних даних (наприклад, GDPR) може створити додаткові складнощі. Гості можуть бути занепокоєними щодо того, як використовуються та зберігаються їхні особисті дані, що вимагає прозорості та чіткого інформування та може стати проблемою.

Необхідність вибору надійних постачальників технологічних рішень та співпраця з ними може бути досить складним завданням, враховуючи різноманітність пропозицій на ринку та їх якість. Після впровадження нових технологій готель може стати залежним від певних постачальників, що може обмежувати гнучкість у майбутньому та скласти проблему.

Потреба у постійному оновленні й підтримці. Цифрові технології швидко розвиваються, тому необхідно постійно оновлювати системи та програмне забезпечення, щоб залишатися конкурентоспроможними. Забезпечення постійної підтримки та технічного обслуговування може вимагати додаткових ресурсів та витрат.

Впровадження цифрових технологій потребує ретельного стратегічного планування та управління змінами, щоб мінімізувати ризики та забезпечити плавний перехід. Важливо забезпечити підтримку з боку всіх зацікавлених сторін, включаючи керівництво, персонал та клієнтів, для успішного впровадження цифрових технологій.

Подолання цих проблем вимагатиме чіткої стратегії, інвестицій у навчання та підтримку персоналу, а також належної технічної та кібербезпекової підготовки. Важливо також постійно моніторити процес впровадження та адаптувати стратегію за потреби.

3.2. Розробка заходів щодо вдосконалення конкурентоспроможності готелю «Hyatt Regency Kyiv» із використанням цифрових технологій

Для вдосконалення конкурентоспроможності готелю «Hyatt Regency Kyiv» із використанням цифрових технологій можна вжити такі заходи:

1) Підвищення якості обслуговування гостей шляхом розробки та впровадження мобільного додатку для гостей готелю, який дозволяє бронювати номери, користуватися послугами готелю, отримувати інформацію про місцеві події та визначні місця. Також надання цифрових консьєрж-послуг через використання чат-ботів та віртуальних асистентів для надання консультацій та допомоги гостям 24/7. Це може включати рекомендації ресторанів, бронювання столиків, замовлення таксі тощо.

2) Автоматизація внутрішніх процесів через систему управління готелем (PMS), яка забезпечує використання сучасної системи управління готелем для автоматизації процесів бронювання, реєстрації, управління номерами, обслуговування номерів тощо. Це дозволить зменшити навантаження на персонал та підвищити ефективність роботи. Разом з тим, впровадження IoT-технологій для автоматизації управління енергоспоживанням, освітленням, клімат-контролем у номерах покращить комфорт гостей та зменшить витрати на енергоресурси.

3) Персоналізація послуг із застосуванням CRM-систем для збору та аналізу даних про гостей, їхні уподобання та історію перебування дозволить пропонувати персоналізовані послуги та акції, що підвищить задоволеність клієнтів. Поєднання персоналізації послуг з використанням інструментів

аналізу даних та штучного інтелекту (AI) дозволить передбачувати потреби гостей та надання їм індивідуальних пропозицій.

4) Оптимізація маркетингових зусиль через цифровий маркетинг та програмні платформи для автоматизації маркетингу (MA). Активне використання соціальних мереж, електронної пошти, SEO та контекстної реклами для залучення нових клієнтів та утримання постійних, а також впровадження платформ для автоматизації маркетингових кампаній дозволить ефективніше управляти взаємодією з клієнтами та аналізувати результати кампаній.

5) Розширення можливостей для клієнтів шляхом запровадження можливості для гостей реєструватися та чек-інити онлайн через мобільний додаток або веб-сайт, що скоротить час очікування на рецепції, та використання цифрових ключів, які гості можуть отримувати на свої мобільні пристрої для безконтактного доступу до номерів.

6) Підвищення рівня кібербезпеки, що досягається модернізацією систем кіберзахисту та навчанням персоналу. Впровадження сучасних засобів захисту даних, систем кібербезпеки та регулярне навчання співробітників готелю принципам кібербезпеки та захисту даних забезпечить захист особистих даних гостей та інформаційних систем готелю, зменшить ризики людських помилок.

7) Підвищення екологічної відповідальності через зелену сертифікацію, екологічні програми та енергозберігаючі технології. Використання технологій для зниження споживання енергії та води, впровадження програм з управління відходами, отримання сертифікатів зеленого готелю та встановлення енергоефективних систем освітлення, клімат-контролю та інших інженерних систем для зниження витрат на енергоресурси покращить імідж готелю та привабить еко-свідомих клієнтів.

8) Розширення спектру послуг на базі сучасних цифрових технологій, таких як впровадження віртуальних турів по готелю, використання технологій доповненої реальності (AR) для покращення вражень гостей та

запровадження можливостей для проведення віртуальних заходів, конференцій і зустрічей може бути привабливим для бізнес-клієнтів.

Ці заходи дозволять «Hyatt Regency Kyiv» підвищити конкурентоспроможність, покращити якість обслуговування, оптимізувати внутрішні процеси та залучити більше клієнтів за рахунок використання сучасних цифрових технологій.

3.3. Економічне обґрунтування запропонованих заходів

Економічне обґрунтування заходів щодо вдосконалення конкурентоспроможності готелю «Hyatt Regency Kyiv» з використанням цифрових технологій включає аналіз витрат на впровадження, потенційних вигод та окупності інвестицій.

Розглянемо кожен із запропонованих заходів детальніше.

1. Підвищення якості обслуговування гостей шляхом впровадження мобільних додатків та цифрових консьєрж-послуг.

Витрати пов'язані з розробкою мобільного додатку може коштувати від \$50,000 до \$100,000. Впровадження чат-ботів може коштувати від \$10,000 до \$30,000.

Вигоди пов'язані з підвищенням рівня задоволеності клієнтів, збільшення повторних бронювань та покращення репутації готелю. Це може призвести до збільшення доходів на 5-10%. Очікувана окупність реалізується через 1-2 роки за рахунок збільшення бронювань та утримання клієнтів.

2. Автоматизація внутрішніх процесів – система управління готелем (PMS) та IoT.

Витрати пов'язані з вартістю впровадження PMS-системи може становити від \$20,000 до \$50,000, в залежності від функціоналу. Впровадження IoT-технологій може коштувати від \$30,000 до \$70,000.

Вигоди пов'язані з підвищенням ефективності операцій, зменшення витрат на персонал, зниження енергоспоживання на 15-20%. Це може

призвести до економії \$50,000 - \$100,000 на рік. Очікувана окупність реалізується через 2-3 роки за рахунок зниження операційних витрат.

2. Персоналізація послуг – CRM-системи та аналіз даних.

Витрати пов'язані із впровадженням CRM-системи може коштувати від \$20,000 до \$50,000. Використання аналітичних платформ може коштувати від \$10,000 до \$30,000.

Вигоди пов'язані з підвищенням задоволеності клієнтів, збільшенням кількості повторних бронювань на 10-15%. Це може призвести до додаткових доходів у розмірі \$100,000 - \$200,000 на рік. Очікувана окупність реалізується через 1-2 роки за рахунок збільшення доходів.

3. Персоналізація послуг – CRM-системи та аналіз даних.

Витрати пов'язані з інвестиції в цифровий маркетинг можуть становити \$20,000 - \$50,000 на рік. Впровадження MA-платформ може коштувати від \$10,000 до \$30,000.

Вигоди пов'язані з підвищенням ефективності маркетингових кампаній, збільшення кількості нових клієнтів на 10-20%. Це може призвести до додаткових доходів у розмірі \$150,000 - \$300,000 на рік. Очікувана окупність реалізується через 1 рік за рахунок збільшення доходів.

4. Розширення можливостей для клієнтів – онлайн-реєстрація, цифрові ключі.

Витрати пов'язані з впровадженням онлайн-реєстрації та цифрових ключів може коштувати від \$20,000 до \$40,000.

Вигоди пов'язані з підвищенням рівня задоволеності клієнтів, зменшення часу на обслуговування на рецепції, зменшення витрат на персонал. Очікувана окупність реалізується через 1-2 роки за рахунок підвищення ефективності та задоволеності клієнтів.

5. Підвищення рівня кібербезпеки – модернізація систем кібербезпеки.

Витрати пов'язані з вартістю модернізації, яка може становити від \$30,000 до \$60,000.

Вигоди пов'язані з захистом даних клієнтів, зниження ризику кіберзлочинів, збереження репутації готелю. Очікувана окупність реалізується через довгострокову окупність за рахунок запобігання фінансовим втратам від можливих атак.

6. Підвищення екологічної відповідальності – зелена сертифікація та енергозберігаючі технології.

Витрати пов'язані з впровадженням енергозберігаючих технологій може коштувати від \$50,000 до \$100,000.

Вигоди пов'язані зі зниженням витрат на енергоресурси на 10-15%, покращення іміджу готелю, залучення еко-свідомих клієнтів. Очікувана окупність реалізується через 3-5 років за рахунок зниження витрат на енергію та підвищення попиту.

7. Розширення спектру послуг шляхом створення віртуальних турів, AR, цифрових заходів.

Витрати пов'язані з впровадженням віртуальних турів та AR може коштувати від \$20,000 до \$50,000. Цифрові заходи можуть потребувати інвестицій від \$10,000 до \$30,000.

Вигоди пов'язані з підвищення привабливості готелю для нових клієнтів, збільшення доходів від проведення заходів. Окупність реалізується через 1-2 роки за рахунок збільшення доходів від нових клієнтів та заходів.

Впровадження цифрових технологій у діяльність готелю «Hyatt Regency Kyiv» вимагатиме значних початкових інвестицій, але прогнозується, що в перспективі потенційні вигоди, які включають підвищення рівня задоволеності клієнтів, сприятимуть зниженню операційних витрат, збільшенню доходів та покращенню конкурентоспроможності готелю. Більшість заходів мають очікувану окупність від 1 до 3 років, що робить їх економічно доцільними для довгострокового розвитку готелю.

Висновки до розділу 3

1. Готель Hyatt Regency використовує сучасну систему управління jSolutions, яка охоплює всі аспекти готельного бізнесу, від бронювання номерів і реєстрації гостей до ведення бухгалтерського обліку та надання додаткових послуг. Система забезпечує високий рівень автоматизації та інтеграції, а також гнучкість налаштування та можливість розширення функціональності. Крім того, готель використовує цифрові технології для покращення обслуговування клієнтів, наприклад, систему онлайн-бронювання, мобільний додаток, CRM-систему та чат-ботів.

2. Запропоновано напрями цифровізації готел. «Hyatt Regency Kyiv», серед яких: впровадження технологій IoT, розумний дім, кібербезпека та аналітичні платформи. Це надасть можливість готелю залишатися конкурентоспроможним на ринку, підвищити якість обслуговування гостей та ефективність внутрішніх процесів.

2. Впровадження цифрових технологій в готелі «Hyatt Regency Kyiv» може принести багато переваг, але водночас стикається з низкою проблем, які потребують ретельного планування та вирішення. Висока вартість, необхідність навчання персоналу, технічні труднощі, ризики кібербезпеки, правові аспекти, вибір постачальників, постійне оновлення та складність управління змінами – це лише деякі з них. Для успішного впровадження цифрових технологій готель «Hyatt Regency Kyiv» має розробити чітку стратегію, інвестувати в навчання та підтримку персоналу, забезпечити належну технічну та кібербезпекову підготовку, а також постійно моніторити процес впровадження та адаптувати стратегію за потреби. Тільки за умови ретельного підходу та зваженого прийняття рішень готель зможе подолати ці виклики та максимально використовувати можливості, які відкриває цифровізація.

Основні результати дослідження опубліковані авторами Городянська Л. В., Недбаєва К. Ю. у праці [56].

ВИСНОВКИ

1. Готельне господарство є важливою складовою туристичної індустрії, що забезпечує комфортне проживання для туристів та сприяє розвитку туризму в цілому. Різноманітні типи готелів, що класифікуються за рівнем комфорту, послугами, цінами, розташуванням, кількістю номерів, призначенням, кількістю поверхів, годинами роботи тощо, дозволяють задовольнити потреби будь-якого мандрівника. Якість готельного сервісу та надання послуг відіграють ключову роль у сприйнятті туристами готелю та країни загалом. Готельні послуги поділяються на основні (проживання, харчування) та додаткові (прання, паркування, SPA тощо). Розвиток готельного господарства стимулює економічну діяльність, створює робочі місця та сприяє підвищенню рентабельності готелів завдяки створенню конкурентних умов на ринку. Вибираючи готель, важливо зважати на його категорію, критерії класифікації та перелік послуг, що надаються, щоб отримати максимально приємний досвід відпочинку чи ділової подорожі.

2. Правове забезпечення діяльності суб'єктів туристичного бізнесу в Україні ґрунтується на Конституції України, міжнародних нормативно-правових актах, Законі України «Про туризм», а також на галузевому законодавстві та підзаконних нормативно-правових актах. Ця система права покликана гарантувати правову основу для організації, безпеки та здійснення туристичної діяльності в Україні. Важливими складовими цієї системи права є Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, інші нормативно-правові акти: постанови Кабінету Міністрів України, національні та міжнародні стандарти, які встановлюють конкретні правила і вимоги для туристичних підприємств. Суб'єкти туристичного бізнесу зобов'язані дотримуватися всіх вимог вищезазначених нормативно-правових актів. У разі їх порушення підприємство може бути притягнуте до відповідальності, зокрема, адміністративної, цивільної або кримінальної.

3. Впровадження сучасних технологій суттєво впливає на готельний бізнес. Завдяки їм з'являються нові можливості для покращення якості послуг, оптимізації роботи та персоналізації досвіду клієнтів. Серед ключових тенденцій можна виділити: використання штучного інтелекту та машинне навчання, впровадження IoT, розвиток мобільних технологій, використання віртуальної та доповненої реальності. Впровадження цих та інших технологій дозволяє готелям підвищувати конкурентоспроможність, покращувати якість обслуговування та створювати незабутній досвід для своїх клієнтів.

4. «Hyatt Regency Kyiv» – це п'ятизірковий готель, розташований в центрі Києва. Він належить до мережі готелів «Hyatt Hotels Corporation», яка відома своїми високими стандартами сервісу та гостинності. Основні цінності, які декларує готель: турбота про клієнтів; повага до різноманітності; прагнення до досконалості, відповідальність. Готель пропонує 234 комфортабельних номери та апартаменти, які поділяються на 9 категорій: Deluxe rooms, Regency Club rooms, Regency Executive Suites, Regency Suites, Ambassador Suites, Diplomatic Suites, Presidential Suite. Також у готелі «Hyatt Regency Kyiv» пропонується широкий спектр послуг для гостей, включаючи: Ресторан «Grill Asia», Бар «Bar on 8th floor», Lobby Lounge, Спа-центр «Luxury Spa Naturel», фітнес-центр «Hyatt StayFit», 20-ти метровий критий басейн, конференц-зали, бізнес-центр, паркінг.

5. Проведений аналіз дозволив виявити сильні сторони готелю «Hyatt Regency Kyiv». Це зручне розташування, наявність постійної клієнтської бази та надання широкого спектру додаткових послуг. Проте, готель також має й слабкі сторони, такі як висока сезонна залежність, обмеженість фінансових та кадрових ресурсів, а також низька продуктивність праці. Конкуренція на ринку 5-ти зіркових готелів Києва висока, проте «Hyatt Regency Kyiv» займає провідне місце на ринку за відгуками споживачів. Готель здебільшого зосереджений на обслуговуванні бізнес-туристів, що робить його більш вигідним для готелю. «Hyatt Regency Kyiv» має значний потенціал для

розширення та залучення нових сегментів споживачів, завдяки можливості розширювати спектр послуг та позиціонувати себе як готельний комплекс високого класу, що орієнтується на потреби бізнес-клієнтів.

6. Впровадження цифрових технологій може суттєво підвищити конкурентоспроможність готелю «Hyatt Regency Kyiv». Запропоновані заходи, такі як мобільний додаток для гостей, система управління готелем (PMS), CRM-системи, цифрові маркетингові інструменти, онлайн-реєстрація та цифрові ключі, кібербезпека, екологічні програми, віртуальні тури та AR, дозволять покращити обслуговування, автоматизувати процеси, персоналізувати послуги, оптимізувати маркетинг, розширити можливості для клієнтів, підвищити рівень кібербезпеки, екологічної відповідальності та розширити спектр послуг. Впровадження цих заходів потребуватиме інвестицій, але воно дасть змогу «Hyatt Regency Kyiv» значно покращити свій сервіс, залучити нових клієнтів, підвищити лояльність постійних та стати лідером на ринку готельних послуг.

7. Впровадження запропонованих заходів з використанням цифрових технологій в «Hyatt Regency Kyiv» матиме суттєву економічну вигоду. Очікується, що мобільний додаток, цифрові консьєрж-послуги, система управління готелем (PMS), IoT-технології, CRM-системи, аналітика даних, платформи цифрового маркетингу, онлайн-реєстрація, цифрові ключі, модернізація кібербезпеки, екологічні програми, віртуальні тури, AR та цифрові заходи призведуть до: збільшення задоволеності клієнтів та лояльності на 5-20%; зниження операційних витрат на 10-20% за рахунок економії енергії, зменшення витрат на персонал та підвищення ефективності; збільшення доходів на 10-30% завдяки кращому маркетингу, персоналізації послуг, залученню нових клієнтів та проведенню заходів. Більшість заходів мають очікувану окупність інвестицій від 1 до 3 років. Це робить їх економічно вигідними для довгострокового розвитку готелю та дозволить суттєво підвищити конкурентоспроможність на ринку готельних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балацька Н.Ю. Імідж як фактор конкурентоспроможності готельного підприємства / Н.Ю. Балацька, Д.М. Кушнір. «Молодий вчений». №11 (38) 2016 р. С. 551-553.
2. Більовська О. О. Формування системи забезпечення безпеки послуг як інструмент підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2017. Вип. 6. С. 138-142.
3. Бортник Л. В. Організаційні та економічні засади забезпечення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу : дис....канд. екон. наук: 08.00.04 / національний економічний університет. Одеса, 2014. 200 с.
4. Веб-портал замовлень готельних послуг Booking.com. URL: <http://www.booking.com/index.ru.html?aid=397643>.
5. Виноградова О. В., Пілігрим К. І. Сутність мотивації персоналу як основи розвитку підприємства. Бізнес Інформ. № 12. 2013. С. 339-347.
6. Герасименко В. Г. Конспект лекцій із дисципліни «Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного та готельно-ресторанного бізнесу» для студентів V курсу всіх форм навчання спеціальностей «Туризм» та «Готельно-ресторанний бізнес» / В. Г. Герасименко – Одеса: ОНЕУ, 2011. –74 с.
7. Готельний бізнес в Україні: тенденції та перспективи розвитку. URL:http://www.ahmerov.com/book_1258_chapter_22_3.5._Gotelnijj_bznes_v_Ukran:_tenden_ta_perspektivirozvitku.html
8. Готельно-ресторанна справа. Навчально-методичне видання. Книга 1. / Б. М. Андрушків, Г. Й. Островська, Л. Я. Малюта, та ін. Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2018. 268 с.

9. Грабовенська С.П. Напрями підвищення конкурентоспроможності України в туристичній сфері. Інвестиції: практика та досвід. 2013. № 22. С. 83–88.

10. Давидова О. Ю. Формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства / О. Ю. Давидова // Бізнес Інформ. № 11. – 2017. – С. 459-464.

11. Давидюк Ю.В. Конкурентоспроможність підприємств готельного бізнесу: стратегічні підходи. Тези Всеукр. наук.-практ. конф. аспірантів, молодих учених та студентів, присвяченої Дню науки (травень 2017 р.). Житомир: ЖДТУ, 2017. Т.2.

12. ДСТУ ISO 10015:2008 «Настанови щодо навчання персоналу» (ISO 10015:2008, IDT). – К. : Держспоживстандарт України, 2011. – 12 с.

13. ДСТУ 4269:2003. «Послуги туристичні. Класифікація готелів». URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=25994

14. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги». URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=41636

15. ДСТУ ISO 9000:2015. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів ((ISO 9000:2015, IDT). URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=64030

16. Дубенко С. Д. Питання людських ресурсів та управління персоналом: методичний посібник. К., 2019. 146 с.

17. Єпітроп М. С. Система управління якістю послуг у готелях / «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України», Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції 12 квітня 2018 р., м Одеса, ОНЕУ 2018. – 678 с., С. 462-465.

18. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.

19. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. №324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
20. Зінь Е.А. Регіональна економіка: Підручник. – К.: «ВД «Професіонал», 2007. – 528 с.
21. Київ Цифровий (Туристично-культурний хаб). Готель «Fairmont Grand Hotel Kyiv». URL: <https://guide.kyivcity.gov.ua/places/gotel-fairmont-grand-hotel-kyiv>
22. Класифікація готелів і номерів в різних країнах. URL: <https://franklintravel.pro/>
23. Класифікація категорій готелів. URL: https://childfund.org.ua/Uploads/Files/books_pdf/galopom_evropa/cards_hotel_A4.pdf
24. Кількість гостей у п'ятизіркових готелях зростає попри війну. Чому? URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/06/13/701093/>
25. Кузнєцова, Н.М. Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу [Текст] : монографія / Н.М. Кузнєцова, С.Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2010. – 256 с.
26. Мальська, М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2009. 272 с.
27. Малюта Л. Я., Шерстюк Р. П., Островська Г. Й. Event-менеджмент в індустрії туризму. Центральнoукраїнський науковий вісник. Економічні науки. Вип. 6 (39). Кропивницький: ЦНТУ, 2021. С. 220–230.
28. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2012. 384 с
29. Нечева Н.В., Анікіна М.Ю. «Теоретичні аспекти управління якістю послуг підприємств готельного господарства»/ Н.В. Нечева, М.Ю. Анікіна/ Науковий журнал «Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії», Запоріжжя 2017, випуск № 5 (11) 2017.
30. Організація готельного господарства : підруч. / С. І. Байлік, І. М. Писаревський. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 329 с.

31. Остапенко Я. О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку / Я. О. Остапенко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 8. – С. 1216 – 1221
32. Островська Г. Й. Фінансовий менеджмент: підруч. Підручники та посібники. 2017. 512 с.
33. Офіційний сайт «Hyatt Regency Kyiv». URL: <https://www.hyatt.com/>
34. Охота В.І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії. Інвестиції: практика та досвід / В.І. Охота. К: 2017. № 5. С. 46-49.
35. Петрушенко М.В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства / М.В. Петрушенко. Комунальне господарство міст. Науково-технічний збірник №108. 2013. С. 591-597.
36. Подлепіна П. О. Конкурентоспроможність як чинник підвищення ефективності функціонування готельних підприємств. Вісник Харківського університету імені В. Н. Каразіна. 2013. № 1042. С. 128–131.
37. Портер М. Міжнародна конкуренція. Конкурентні переваги країн. Альпіна Паблішер. 2016. 896 с.
38. Потапова Н. А., Зелінська О. В. Економетричний аналіз оцінки змін у використанні інформаційних технологій. Polish journal of science. 2020. № 26. S. 17-24.
39. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
40. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту. Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
41. Скляр, Є.П. Застосування компетентнісного підходу у розвитку персоналу підприємств / Є.П. Скляр // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля.– 3(192). Ч.ІІ. –2013. – С. 65-71.

42. Скорина Т.М., Коротун С.І., Коротун О.П., Конарівська О.Б. Міжнародна конкурентоспроможність готельних підприємств на ринку України: монографія. Рівне: Видавець О. Зень. – 2019. – 170 с.

43. Стратегічні перспективи готельно-ресторанного бізнесу в Україні: досвід, проблеми та інновації (2018). Збірник тез доповідей I Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, 40 с.

44. Технологія готельної справи : навчальний посібник. / С. Журавльова, В. Зайцева, Т. Каптюх. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 264 с.

45. Ткачова, С.С. Сучасні підходи до визначення сутності поняття «конкуренція» [Електронний ресурс] / С.С. Ткачова // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – Економічні науки. – 2011. – Випуск II (42).

46. Труніна, І.М. Забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності [монографія] / Ірина Михайлівна Труніна. – Харків: Вид-во «Точка». – 2013. – 436 с.

47. Тягунова Н.М. Конкурентоспроможність торговельних підприємств [Текст]: монографія / Н.М. Тягунова, В.О. Боїн // ВНЗ Укоопспілки «Полтав. ун-т економіки і торгівлі». – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2010. – 154 с.

48. Шикіна О.В. Аналіз тенденцій міжнародної готельної індустрії. Інфраструктура ринку. Вип. 39. 2020. С. 56-61.

49. Ben Youssef, A.; Zeqiri, A. (2020). Hospitality industry 4.0 and climate change. Research group in Law, Economics, Management, (GREDEG CNRS), (2020-23). P.: 121-124.

50. Hotel classification system. URL: <https://www.hotelstars.eu/>

51. Opendatabot: сервіс моніторингу реєстраційних даних українських компаній. ПрАТ «Нові Інжинірингові технології». URL: <https://opendatabot.ua/c/32962525>

52. Rana, G.; Sharma, R. (2019). Emerging human resource management practices in Industry 4.0. *Strategic HR Review*. 18(4). P.: 176-181. <https://doi.org/10.1108/SHR-01-2019-0003>.

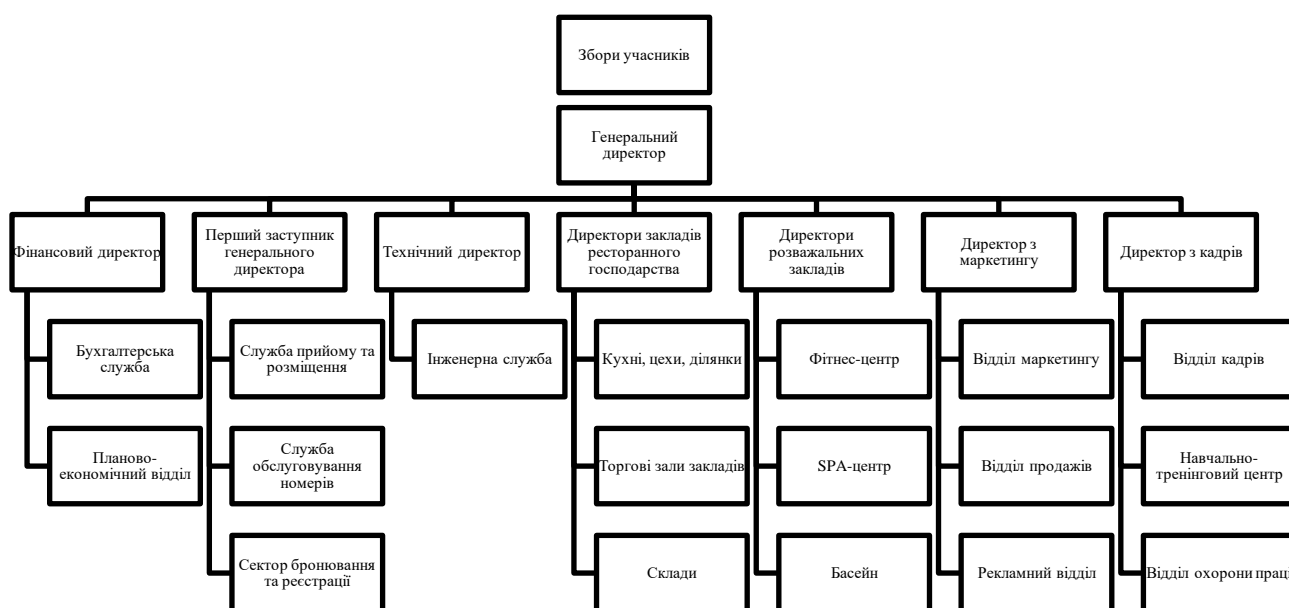
53. Sari, E. (2018). Reflections of industry 4.0 to management of service enterprises: smart hotels. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(2). P.: 33-40. <https://doi.org/10.30625/ijctr.451722>.

54. The Cosmopolitan of Las Vegas / Rose, the Hotel Chatbot. URL: <https://www.behance.net/gallery/108722507/The-Cosmopolitan-of-Las-Vegas-Rosethe-Hotel-Chatbot>

55. World Trade Organization. URL: <https://www.wto.org/>

56. Городянська Л. В., Недбаєва К. Ю. Шляхи підвищення конкурентоспроможності готелю «Hyatt Regency Київ» в Україні. *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій* : зб. тез III Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 12 квіт. 2024 р., Київ : КНУТД, 2024.

Додаток А



Організаційно-управлінська структура «Hyatt Regency Kyiv»