

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

**Кафедра харчових технологій, готельно-ресторанного і туристичного
сервісу**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: Бізнес-план диверсифікації послуг
(на матеріалах готелю «Victoria Deluxe Hotel»)

Студентка 4 курсу,
408 групи,
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
ОП «Готельно-ресторанна справа»

Богдана
ВОЛОВІКОВА

підпис

Науковий керівник роботи
канд. техн. наук, доцент

Ольга
РОМАНОВСЬКА

підпис

Завідувач кафедри
канд. техн. наук, доцент

Каріна ПАЛАМАРЕК

підпис

Чернівці - 2024

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

**Кафедра харчових технологій, готельно-ресторанного і туристичного
сервісу**

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____ Каріна ПАЛАМАРЕК
(підпис)

«22» вересня 2023 р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу студентці

Воловіковій Богдані Василівні

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи:

**Бізнес-план диверсифікації послуг у готелі (на матеріалах готелю
«Victoria Deluxe Hotel»)**

Затверджена наказом директора від «18» вересня 2023 р. № 336

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 29 травня 2024 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до кваліфікаційної роботи:

Мета кваліфікаційної роботи: дослідження процесів управління номенклатурою послуг для забезпечення конкурентоспроможності готелю «Victoria Deluxe Hotel».

Об'єкт дослідження: процеси управління номенклатурою послуг готелю.

Предмет дослідження: послуги, готель «Victoria Deluxe Hotel» на 33 місць.

4. Зміст кваліфікаційної роботи

Вступ

Розділ 1. Теоретичні основи дослідження сутності процесу диверсифікації послуг

1.1 Поняття диверсифікації

1.2 Методи диверсифікації

Розділ 2. Аналіз діяльності «Victoria deluxe hotel»

2.1 Загальна характеристика готелю «Victoria Deluxe Hotel»

2.2 Аналіз послуг готелю «Victoria Deluxe Hotel»

Розділ 3. Формування бізнес-плану будівництва тренажерного залу та

масажного кабінету в «Victoria deluxe hotel»

3.1 Організаційні, технічні та фінансові аспекти бізнес-плану

3.2 Реалізація та економічна ефективність бізнес-плану

Висновки та пропозиції**Список використаних джерел****Додатки****5. Календарний план виконання роботи:**

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	Вибір теми кваліфікаційної роботи	18.09.2023 – 22.09.2023	22.09.2023
2	Оформлення і затвердження завдання на кваліфікаційну роботу	22.09.2023	22.09.2023
3	Написання 1 розділу кваліфікаційної роботи	06.05. – 09.05.2024	09.05.2024
4	Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи	10.05 – 13.05.2024	13.05.2024
5	Написання 3 розділу кваліфікаційної роботи	14.05 – 19.05.2024	19.05.2024
6	Подання кваліфікаційної роботи на плагіат	20.05.2024	20.05.2024
7	Попередній захист кваліфікаційної роботи у комісії	28.05.2024	28.05.2024
8	Подання кваліфікаційної роботи на кафедрі	29.05.2024	29.05.2024
9	Захист кваліфікаційної роботи в ЕК	03.06-14.06.2024	05.06.2024

6. Дата видачі завдання: 22 вересня 2023 року

Керівник кваліфікаційної роботи _____ *Ольга РОМАНОВСЬКА*

Завдання прийняв до виконання студент _____ *Богдана ВОЛОВІКОВА*

Відгук керівника кваліфікаційної роботи

У кваліфікаційній роботі студентка Воловікова Богдана розглянула досить актуальну на сучасному етапі тему, яка стосується розроблення бізнес-плану диверсифікації діючого готелю «Victoria Deluxe Hotel» у м. Чернівці. Зміст роботи відповідає обраній темі. За результатами роботи зроблені відповідні висновки та наведені конкретні рекомендації і пропозиції. Позитивними рисами роботи є системність та послідовність викладання матеріалу. Завдання, що були поставлені в кваліфікаційній роботі, студентом вирішені в повному обсязі, тема розкрита досить глибоко. Робота відповідає всім вимогам, написана грамотно і логічно вибудована. Усі стандарти з її оформлення дотримані. Кваліфікаційна робота допускається до захисту та заслуговує на позитивну оцінку.

Керівник кваліфікаційної роботи

(підпис, дата)

Висновок про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційна робота студентки Воловікової Богдани Василівни може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

Тетяна НЕЗВЕЩУК-КОГУТ

Завідувач кафедри

Каріна ПАЛАМАРЕК

« ____ » _____ 20__ р.

**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

**ІНФОРМАЦІЙНА КАРТА ТА АНОТАЦІЯ НА
КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Студента (ки) Воловікової Богдани Василівни
Кафедра харчових технологій, готельно-ресторанного і туристичного
сервісу
Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Тема роботи: Маркетингова політика просування послуг (на матеріалах
хостелу «Coin Apartments & Poshtel»)

Керівник роботи: Ольга Романовська

Термін захисту «__» _____ 2024 р.

Робота захищена з оцінкою: _____

Анотація

Відповідно до теми завдання виконано кваліфікаційну роботу на тему «Бізнес-план диверсифікації послуг Victoria Deluxe Hotel», яка містить три розділи: Розділ 1. Теоретичні основи дослідження сутності процесу диверсифікації послуг; Розділ 2. Аналіз діяльності Victoria Deluxe Hotel; Розділ 3. Формування бізнес-плану будівництва тренажерного залу та масажного кабінету в Victoria Deluxe Hotel.

У розділі «Теоретичні основи дослідження сутності процесу диверсифікації послуг» проведено аналітичний огляд літератури щодо зазначення диверсифікаційних досліджень у сфері готельно-ресторанного бізнесу в Україні та світі.

В розділі «Аналіз діяльності Victoria Deluxe Hotel» надано загальну характеристику готелю Victoria Deluxe Hotel м. Чернівці, проаналізовано напрями діяльності та обґрунтування послуг, що надаються в закладі.

В розділі «Формування бізнес-плану будівництва тренажерного залу та масажного кабінету в Victoria Deluxe Hotel» надані основні рекомендації, які спрямовані на вдосконалення послуг готелю за допомогою диверсифікації з додаванням тренажерного залу та масажного кабінету.

Кваліфікаційна робота викладена на 42 сторінках та містить 9 рисунків і 6 таблиць.

The summary

In accordance with the topic and the task, the qualification work was completed on the topic “Business plan of diversification of services of Victoria Deluxe Hotel“, which contains sections: section 1. Theoretical basis of research on

meaning of diversification of services; Section 2. Analysis of activities of Victoria Deluxe Hotel; Section 3. Creating of a business plan of adding a gym and a massage center in Victoria Deluxe Hotel.

Chapter 1 provides the theoretical framework regarding the diversification meaning and benefits in the field of hotel and restaurant business of Ukraine and the world.

Chapter 2 provides a general description of Victoria Deluxe Hotel located in Chernivtsi city, analyses the areas of activity and justification of the services provided in the hotel.

Chapter 3 provides the main recommendations aimed at creating a business plan for adding a gym and a massage centre as a part of diversification of the services of Victoria Deluxe Hotel.

The qualification work is laid out on 42 pages, includes 9 figures and 6 tables.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ПРОЦЕСУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПОСЛУГ.....	10
1.1 Поняття диверсифікації.....	10
1.2 Методи диверсифікації.....	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ VICTORIA DELUXE HOTEL.....	16
2.1 Загальна характеристика готелю Victoria Deluxe Hotel.....	16
2.2 Аналіз послуг готелю Victoria Deluxe Hotel.....	20
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ БУДІВНИЦТВА ТРЕНАЖЕРНОГО ЗАЛУ ТА МАСАЖНОГО КАБІНЕТУ В VICTORIA DELUXE HOTEL.....	29
3.1 Організаційні, технічні та фінансові аспекти бізнес-плану.....	29
3.2 Реалізація та економічна ефективність бізнес-плану.....	35
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44

ВСТУП

Вивчення надання основних послуг у сучасних готельних закладах є дуже важливим і корисним для туристичної галузі та економіки в цілому. Готельний бізнес постійно росте і розвивається, тому є потреба у вдосконаленні сервісу, що надається клієнтам. Вивчення організації надання основних послуг у готелях сприяє забезпеченню ефективності надання якісних послуг, що підвищує конкурентоспроможність готельного комплексу. Крім того, дослідження сприяє вивченню потреб і бажань клієнтів готелю, що підвищує рівень задоволеності клієнтів і спонукає до повторного відвідування готелю та рекомендацій інших. Дослідження також допомагають готельному бізнесу використовувати нові технології та методи для підвищення якості надання послуг.

Тому, надання послуг, які є сучасними та затребуваними серед клієнтів – є основою підвищення ефективності діяльності готелів та підвищення їх конкурентоспроможності, зокрема, до таких послуг можна віднести тренажерні зали та масажні кабінети.

Є кілька переваг використання тренажерних залів та масажних кабінетів у готелях, зокрема: однією з найбільших переваг є зручність; готельні тренажерні зали зазвичай мають ряд фітнес-обладнання, включаючи кардіотренажери, силові тренажери та вільні гирі. Це означає, що можна отримати повне тренування без необхідності брати з собою власне обладнання або платити додаткові збори за членство в тренажерному залі; оскільки тренажерний зал розташований у тій самій будівлі, що й готельний номер, можна заощадити час, не їздячи до тренажерного залу. Це залишає більше часу для інших справ або завдань, пов'язаних із роботою; більшість спортивних залів та масажних кабінетів готелю працюють цілодобово і без вихідних, а це означає, що клієнти можуть тренуватись у будь-який зручний для них час.

Об'єктом дослідження виступає готель Victoria Deluxe Hotel.

Предметом дослідження є диверсифікація діяльності Victoria Deluxe Hotel.

Метою дослідження є формування бізнес-плану будівництва тренажерного залу та масажного кабінету.

Завдання дослідження:

- надати загальну характеристику готелю Victoria Deluxe Hotel;
- виконати аналіз послуг готелю Victoria Deluxe Hotel;
- представити організаційні, технічні та фінансові аспекти бізнес-плану;
- представити можливості реалізації та економічна ефективність бізнес-плану.

Методи дослідження: індукції, дедукції, аналізу, синтезу, узагальнення.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ПРОЦЕСУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПОСЛУГ

1.1 Поняття диверсифікації

Диверсифікація – це стратегія управління ризиками, яка створює поєднання різних інвестицій у портфелі. Диверсифікований портфель містить поєднання різних типів активів і механізмів інвестування в спробі обмежити вплив будь-якого окремого активу або ризику.

Обґрунтування цієї методики полягає в тому, що портфель, створений із різних видів активів, у середньому принесе вищі довгострокові прибутки та знизить ризик будь-якого окремого володіння чи цінного паперу.

Диверсифікація – це стратегія, яка змішує різноманітні інвестиції в рамках портфеля з метою зниження ризику портфеля [34].

Диверсифікація – це стратегія інвестування, яка полягає в розподілі інвестиційного портфеля між різними активами з метою зниження ризику. Основна ідея полягає в тому, щоб не ставити всі свої яйця в одну корзину. Замість цього, ризики та можливості розподіляються між різними видами активів, такими як акції, облігації, нерухомість, сировина тощо, або між різними галузями та регіонами.

Диверсифікація може допомогти знизити загальний ризик інвестицій, оскільки зміни в одному секторі або виді активів можуть бути компенсовані позитивними змінами в інших. Вона дозволяє інвесторам збалансувати можливі доходи та ризики у своєму портфелі, що допомагає досягти більш стабільних результатів протягом тривалого періоду часу.

Диверсифікація послуг – це стратегія, яка використовується компаніями для розширення своєї лінійки продуктів або послуг шляхом введення нових продуктів або розширення асортименту послуг. Основна мета диверсифікації послуг полягає в тому, щоб залучити нових клієнтів, задовольнити потреби існуючих клієнтів та збільшити загальний обсяг

продажів [28].

Ця стратегія може бути використана в різних галузях, включаючи роздрібну торгівлю, фінансові послуги, технології, харчову промисловість та інші. Наприклад, роздрібна компанія може диверсифікувати свою лінійку продуктів, додавши нові товари або послуги, щоб привернути більше клієнтів та розширити свій ринок.

Диверсифікація послуг також може допомогти компаніям зменшити ризик фінансових втрат, оскільки вони не залежать виключно від одного продукту чи послуги. Крім того, це може забезпечити більшу стійкість до змін у ринкових умовах та конкурентному середовищі.

Диверсифікація – це техніка управління ризиками, яка зменшує ризик шляхом розподілу інвестицій між різними фінансовими інструментами, галузями та кількома іншими категоріями. Мета цієї техніки полягає в тому, щоб максимізувати прибутки шляхом інвестування в різні сфери, які принесуть вищі та довгострокові прибутки.

Більшість досвідчених інвесторів сходяться на думці, що, хоча це не дає жодних гарантій від втрат, це найважливіший компонент досягнення довгострокових фінансових цілей при зниженні ризику [35].

Диверсифікація працює шляхом розподілу інвестицій між різними типами активів, які, як правило, по-різному працюють за однакових ринкових умов. Коли деякі активи в портфелі падають, інші можуть збільшуватися або залишатися стабільними, допомагаючи компенсувати частину втрат і згладжувати волатильність з часом.

Диверсифікація використовує низьку або негативну кореляцію між класами активів. Кореляція – це статистична концепція, яка стосується ступеня подібності між поведінкою однієї змінної порівняно з іншою.

Наприклад, коли ціни на акції падають, ціни на облігації мають тенденцію до зростання, і навпаки. Поєднуючи активи з низькою кореляцією в даному портфелі, втрати в одній сфері можуть бути певною мірою компенсовані прибутками, отриманими в інших сферах портфеля протягом

того самого періоду.

Оптимальна волатильність – це концепція, якої навряд чи можна досягти, оскільки ступінь диверсифікації портфеля залежить від індивідуальних і часто унікальних характеристик інвестора, включаючи їхні фінансові цілі, толерантність до ризику, ситуацію з працевлаштуванням і дохід.

Однак деякі моделі, як-от сучасна теорія портфеля (МРТ), з'явилися, щоб дозволити інвесторам визначати «оптимальний» розподіл для групи активів. Це питома вага, присвоєна кожному, який дає найвищий прибуток для певного рівня ризику [33].

1.2 Методи диверсифікації

Існує кілька методів диверсифікації, що можуть бути використані для зменшення ризиків інвестування або розвитку бізнесу:

1. Галузева диверсифікація: цей метод передбачає розширення діяльності компанії в різні галузі. Наприклад, компанія, яка спеціалізується на виробництві одного типу продукту, може розглядати можливості для розширення своєї діяльності на пов'язані галузі або нові ринки.

2. Географічна диверсифікація: цей підхід полягає в розширенні географічного присутності компанії. Наприклад, компанія може розглядати можливість розширення своєї діяльності на нові ринки або країни, щоб зменшити залежність від одного регіону.

3. Продуктова диверсифікація: цей метод передбачає розширення лінійки продуктів або послуг компанії. Наприклад, компанія може додати до своєї продукції нові товари або послуги, щоб залучити нових клієнтів або задовольнити потреби існуючих.

4. Фінансова диверсифікація: цей метод використовується для розподілу інвестицій між різними фінансовими інструментами або активами, такими як акції, облігації, нерухомість, цінні папери тощо. Це допомагає

зменшити загальний ризик інвестиційного портфеля.

5. Часова диверсифікація: цей метод використовується для розподілу інвестицій або ризиків у часі. Наприклад, ви можете розглядати можливість розподілу інвестицій протягом тривалого періоду часу, щоб уникнути великих коливань на ринку [20].

Ці методи можна комбінувати або адаптувати в залежності від конкретних цілей інвестора чи бізнесу.

Диверсифікація послуг може бути виконана за допомогою кількох методів:

1. Розширення лінійки продуктів/послуг: компанія може розглядати можливість додавання нових продуктів або послуг до своєї лінійки. Наприклад, ресторан може почати пропонувати кейтерингові послуги або обідні набори для доставки.

2. Удосконалення існуючих послуг: компанія може вдосконалювати свої існуючі послуги або додавати до них нові функції або опції, щоб привернути більше клієнтів і збільшити лояльність існуючих.

3. Розширення ринків: компанія може розглядати можливість розширення географічного охоплення своєї діяльності або входу на нові ринки. Наприклад, онлайн-ритейлер може розглядати можливість розширення своєї діяльності на зовнішні ринки або на міжнародному рівні.

4. Персоналізація послуг: компанія може пропонувати індивідуальні, персоналізовані послуги, що відповідають унікальним потребам своїх клієнтів. Наприклад, банк може створювати персоналізовані фінансові плани для кожного клієнта.

5. Розвиток нових технологій: компанія може використовувати нові технології для покращення своїх послуг або розробки нових інноваційних продуктів. Наприклад, туристична компанія може використовувати віртуальну реальність для створення іммерсивних туристичних досвідів для своїх клієнтів.

Ці методи можна комбінувати або адаптувати в залежності від

конкретних цілей та потреб компанії [31].

Існує чотири основні категорії стратегій диверсифікації, кожна з яких має потенційні переваги, ризики та ступінь застосовності. Чотири типи диверсифікації включають:

1. Горизонтальна диверсифікація : при горизонтальній диверсифікації компанія додає нові продукти до своєї діяльності. Ці продукти чи послуги є абсолютно новими, але певним чином пов'язані з оригінальним продуктом, пропонуючи клієнту розширений набір опцій. Наприклад, залучення ігрової компанії до бізнесу віртуальної реальності є горизонтальною диверсифікацією.

2. Вертикальна диверсифікація : у вертикальній диверсифікації, також відомій як вертикальна інтеграція, компанія розширюється, щоб включити різні частини виробничого процесу в одну корпоративну структуру, як правило, шляхом просування вгору або вниз по ланцюжку постачання. Прикладом вертикальної диверсифікації є виробник автомобілів, який виходить на алюмінієву промисловість, щоб забезпечити сировиною для своєї поточної лінійки продуктів.

3. Концентрична диверсифікація : концентрична диверсифікація відбувається, коли компанія розробляє новий, покращений продукт, пов'язаний із наявним продуктом. Наприклад, компанія, що виробляє дротові навушники, може розширити пропозицію бездротових навушників – новий продукт використовує найновіші технології та пропонує щось нове клієнту.

4. Конгломератна диверсифікація : коли компанія диверсифікується, придбавши іншу компанію в зовсім не пов'язаній галузі чи новій галузі, це називається конгломератною диверсифікацією. Disney є найбільшим у світі медіаконгломератом. Під керівництвом колишнього генерального директора Боба Айгера компанія Walt Disney виросла шляхом придбання інших великих медіаконгломератів, зокрема Marvel, 20th Century Fox, Pixar і Lucasfilm.

Впровадження стратегії диверсифікації має кілька потенційних переваг. Ось деякі з найважливіших переваг:

1. Гнучкість : компанії можуть стати більш гнучкими, дотримуючись стратегії диверсифікації. З більшою кількістю продуктів, які можна запропонувати, і розширеними компетенціями, ризик нестачі в будь-якій окремій сфері компенсується потенційними винагородами на інших ринках.

2. Зростання : диверсифікація може збільшити частку ринку та прибуток. Незалежно від того, чи маленька компанія робить наступний крок до більшого ринку, чи великий бренд хоче заспокоїти акціонерів, диверсифікація може бути правильним кроком.

3. Виживання : бізнес може бути складним завданням, і іноді на кону стоїть майбутнє підприємства. Ви можете змінити свій бізнес і уникнути краху за допомогою успішної стратегії диверсифікації.

3 Недоліки стратегії диверсифікації

Приступаючи до стратегії диверсифікації, існує достатній рівень ризику. Диверсифікація є найскладнішим типом стратегії зростання, і деякі з підводних каменів можуть включати:

1. Брак досвіду : диверсифікація вимагає розширеного набору навичок, особливо коли компанія диверсифікує свій бізнес у новій галузі. Компанія, яка виходить на новий ринок, повинна знати, як залучити нових клієнтів. Компанії повинні знайти здібних людей із досвідом через стратегічні партнерства, щоб мати успішну стратегію диверсифікації.

2. Інноваційні виклики : Будь-яка спроба створити нові продукти або розробити нові послуги має високі шанси на невдачу. Розумно грати в довгу гру та працювати над інноваціями з часом, що може бути складним для компаній, які хочуть швидко диверсифікуватися.

3. Складність : чим більша корпорація, тим більшу внутрішню складність вона матиме, особливо для конгломератів, які поглинають нові підприємства. Розширення може призвести до проблем з управлінням, неефективності та неадекватного розподілу ресурсів. Більша організація вимагає більше делегування, нагляду та контролю якості [32].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ VICTORIA DELUXE HOTEL

2.1 Загальна характеристика готелю Victoria Deluxe Hotel

Готель Victoria Deluxe Hotel розташовано в Чернівцях (рис. 2.1).

Будівля, в якій розташований готель, була побудована за часів Австро-Угорщини, тому гості можуть сповна насолодитися духом стилю віденської сецесії. Це місце, яке колись було королівською резиденцією, сповнене витонченого шарму.



Рис. 2.1. Емблема готелю Victoria Deluxe Hotel [7]

Створюючи Victoria Deluxe, приділено особливу увагу сервісу, який повинен бути на найвищому рівні. Victoria Deluxe команда добре навчена та розвивається, щоб забезпечити бездоганний сервіс, який зробить перебування в готелі максимально комфортним та безтурботним. Для Victoria Deluxe надзвичайно важливо, щоб кожен гість залишився задоволеним, тому європейський рівень обслуговування – це те, що чого вони прагнуть.

Особливою родзинкою готелю є ресторан – Noel – із затишною терасою, де можна знайти смачні страви європейської, середземноморської та японської кухні.

Victoria Deluxe пропонує поринути в комфортну атмосферу усамітнення та спокою в історичному центрі Чернівців, що нагадує відпочинок в одному з найкомфортніших за настроєм готелів Європи [7].

Організаційна структура та загальна характеристика персоналу готелю

Victoria Deluxe представлена на рис. 2.2.

Керуючий	1. Служба управління
	2. Служба прийому та розміщення
	3. Служба готельного обслуговування
	4. Служба харчування
	5. Відділ збуту та маркетингу
	6. Кадрова служба
	7. Інженерно-технічна служба
	8. Фінансова служба
	9. Служба постачання
	10. Служба транспорту
	11. Служба безпеки

Рис. 2.2. Організаційна структура та загальна характеристика персоналу готелю Victoria Deluxe

Організаційна структура та загальна характеристика персоналу готелю Victoria Deluxe повністю структурована та враховує всі аспекти діяльності готелю.

Аналіз розподілу функцій управління всередині готелю Victoria Deluxe представлено на рис. 2.3.

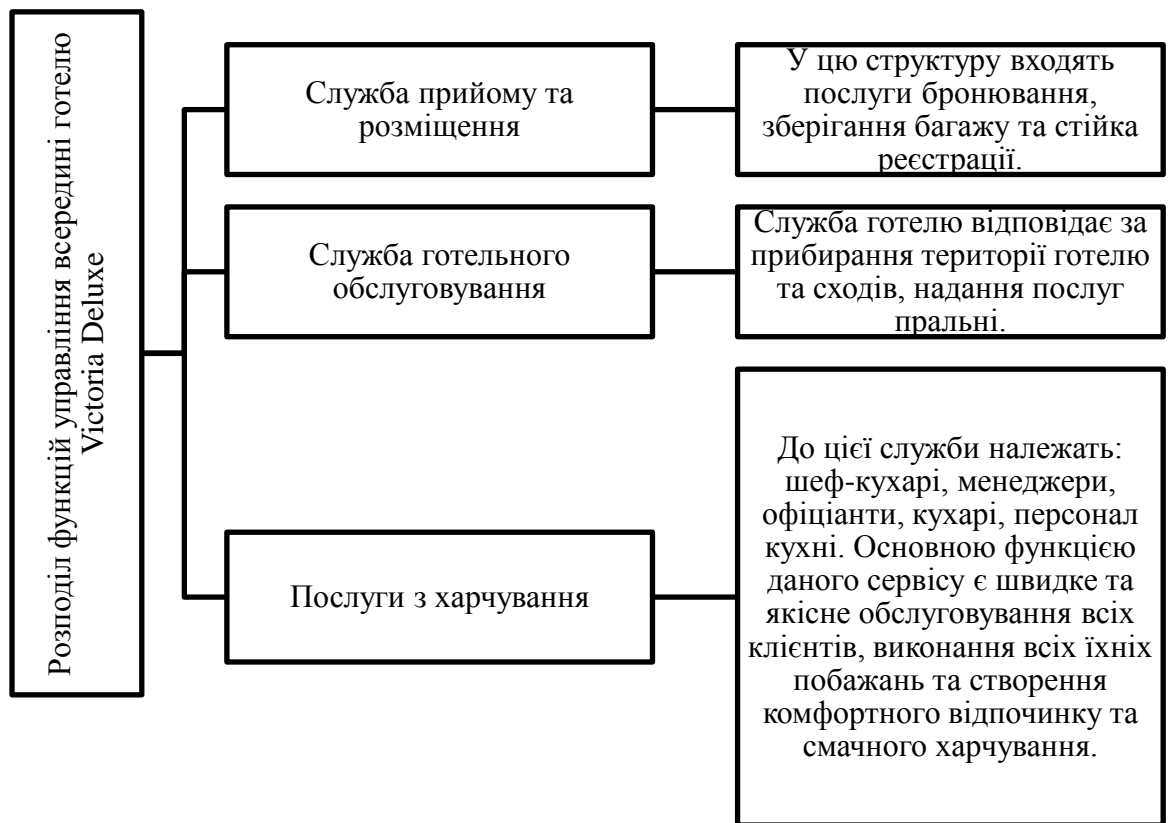


Рис. 2.3. Аналіз розподілу функцій управління всередині готелю Victoria Deluxe

Відділ продажів і маркетингу займається питаннями оперативного і стратегічного планування, просування готельних послуг, аналізу ситуації на готельному ринку, вивчення потреб клієнтів, підтримки іміджу готелю, рекламних стратегій і нових послуг.

Відділ кадрів допомагає персоналу готелю розвивати необхідні навички та навички для виконання завдань високого рівня, підбираючи працівників для успішної роботи готелю [5].

Частина робочої групи інженерно-технічної служби, оскільки від неї залежить обслуговування та усунення несправностей.

Фінансово-економічний відділ підтверджує результати господарсько-фінансової діяльності, веде повний облік ТМЦ, на вимогу керівників надає

повну фінансову інформацію.

Метою служби постачання є закупівлі, постійне дослідження ринку постачальників, участь в оптових виставках продовольчих товарів.

Транспортна служба здійснює транспортування гостей готелю, замовлення транспортування багажу в номери, забезпечує точний трансфер до готелю [4].

Безпека забезпечує адекватний захист гостей і працівників готелю, захищає активи готелю та працівників, а також забезпечує відповідні заходи безпеки для виявлення, оцінки, виявлення та усунення потенційних загроз для гостей готелю.

В даний час існує взаємозв'язок ринкових відносин з нестабільною економічною ситуацією в країні і готельно-ресторанному бізнесі. Відповідно підвищилась якість обслуговування та рівень комфорту в готелі. Тому актуальним є підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного господарства шляхом диверсифікації. Сучасні науково-практичні дослідження готельного господарства та інших туристичних підприємств не відповідають світовим стандартам [3].

Компетентність готельного персоналу розглядається як важливий фактор підвищення рентабельності та прибутковості організації. Створення якісних послуг є невід'ємною частиною готельного менеджменту, тому розглядається як головний внесок організаційної діяльності, яка вимагає високого рівня мотивації та кваліфікації співробітників, професійного менеджменту та умов для подальшого розвитку.

Вивчення сильних і слабких сторін менеджменту ведеться в напрямку вивчення фінансової, технологічної, просторової, технічної, інформаційної, кадрової структури, що визначає загальне становище організації [1].

Оцінка сильних та слабких сторін готелю Victoria Deluxe представлена в табл. 2.1.

Оцінка сильних та слабких сторін готелю Victoria Delux

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Можна забронювати номер заздалегідь 2. У готелі є зручні ліжка та постільна білизна для гарного сну, неймовірний дизайн 3. Цілодобова стійка реєстрації та обслуговування номерів доступні по телефону 4. Охоронці в уніформі цілодобово патрулюють готель для захисту гостей. 5. Безкоштовний регулярний трансфер до прилеглих пам'яток забезпечує зручний транспорт 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Невелика кількість номерів 2. Відсутність спортивного залу 3. Відсутність масажного кабінету при наявності Спа-центру

Отримані дані свідчать про те, що готелю Victoria Deluxe Hotel необхідно усувати наявні слабкі сторони та розглянути можливість побудови спортивної зали та масажного кабінету.

2.2 Аналіз послуг готелю Victoria Deluxe Hotel




Серед основних послуг готелю – послуги з поселення в номери (рис. 2.4 та табл. 2.2).






Рис.2.4. Структура номерного фонду готелю Victoria Deluxe Hotel [21]

Таблиця 2.2

Структура номерного фонду готелю Victoria Deluxe Hotel

Номерний фонд	Кількість номерів	Кількість місць	Площа номера, м2	Питом вага %
Люкс на двох 	2	4	55	13%
Напівлюкс 	6	12	35	40%
Стандарт Двомісний (King Size) 	2	4	28	13%

<p>Стандарт Одномісний</p> 	3	3	19	20%
<p>Стандарт двомісний (2 односпальні)</p> 	2	4	28	13%
<p>Напівлюкс сімейний на 4-х</p> 	3	12	45	20%

До вартості номера входить:

1. Односпальне ліжко;
2. Дизайнерські м'які меблі;
3. Ортопедичний матрац;
4. Постільна білизна з натуральної бавовни;
5. Подушки і ковдри з «антиалергічним» наповненням;

6. Ванна кімната з високоякісним сантехнічним обладнанням:
душова кабіна, умивальник, унітаз;
7. Фен для сушіння волосся;
8. Комплект рушників;
9. Набір міні-парфумерії;
10. Тапочки;
11. Шафа для одягу;
12. LCD телевізор;
13. Кондиціонер;
14. Міні-бар;
15. Сейф;
16. Телефон;
17. Безкоштовний WI-FI.

Додаткові послуги готелю Victoria Deluxe Hotel:

1. прання та прасування;
2. зберігання цінностей у сейфі;
3. автостоянка під охороною;
4. виклик таксі;
5. цілодобова стійка реєстрації;
6. цілодобовий «room service»;
7. ліфт;
8. дитяча кімната;
9. SPA комплекс преміум класу.

«Сучасний SPA комплекс Victoria Deluxe – ідеальне рішення якщо Ви хочете відпочити, розслабитися та подбати про своє тіло. У нас Ви зможете провести час з рідними та близькими, а також побути наодинці з собою

Сам по собі має цілющу дію, будучи джерелом здоров'я і відмінного настрою. У хамам тепло передається організму рясною вологою парою. Це сауна з відносно невисокою температурою (зазвичай близько 80 °С) і вологістю, що досягає 100%.

Хамам благотворно впливає на сон і стан шкіри, відновлює роботу внутрішніх органів, а ароматний пар виліковує простудні захворювання.



Рис. 2.5. Турецький хамам готелю Victoria Deluxe

Фінська парна володіє рядом цілющих властивостей. Завдяки високим температурам, які можуть досягати 100-130°C, ароматам деревини і відносно невисокій вологості (5-20%) вона позитивно впливає на дихальні шляхи, полегшує роботу легеням і вибудовує захисний бар'єр проти хвороботворних бактерій.

Сауна є також хорошим інструментом для підтримки молодості і краси. Вона допомагає очистити і вивести з організму накопичені шлаки і зайві солі, тому любителям косметологічних процедур варто взяти відвідування сауни на замітку» [29].

СПА або оздоровчий центр забезпечує готелю дивовижну економічну винагороду, оскільки вважається, що ці послуги приносять найбільший дохід. Звичайно, щоб скористатися цією перевагою, потрібно мати належним чином структуровані підприємства, створені професійними компаніями в цьому

секторі.



Рис. 2.6. Фінська парна готелю Victoria Deluxe

Користувачі більш схильні зупинитися в готелях зі спа або оздоровчим центром, тому наявність цих зручностей більш ніж важлива для задоволення цього попиту. Так сталося, що при виборі того чи іншого готелю враховується не лише наявність ресторану, вартість номера та наявність сніданку чи ні, але й наявність цих зон, обладнаних для оздоровлення.

Завдяки зростаючому попиту на оздоровлення все більше і більше мереж готелів приєднуються до оздоровлення та обладнують свої заклади зонами, призначеними для надання послуг, орієнтованих на цю потребу (наприклад, масаж, лікування, сауна тощо).

Немає сумніву, що готель або курорт зі спа та оздоровчим центром має потенціал для залучення сучасного користувача, але заклад повинен відповідати певним особливостям, які залежать від таких факторів, як місце розташування та цільова аудиторія. Тільки так гість відчужє справжнє ототожнення з оздоровчим центром або спа.

Щоб готель міг задовольнити потреби своїх гостей у оздоровленні,

дуже важливо, щоб спа або оздоровчий центр був належним чином обладнаний і структурований. Звичайно, важливо відзначити, що послуги та зручності цих центрів відрізняються залежно від проекту готелю, наявного бюджету та структури готелю.

Загалом, щоб спа-центр був привабливим для гостей, він повинен пропонувати принаймні такі послуги:

Мокра зона

Це зона, призначена для сауни, де є парильня, душ, кімната відпочинку, водні дзеркала тощо.

Суха зона

Тут відбуватимуться процедури, масажі та будь-яка інша терапія, яку можна запропонувати.

Багатофункціональна зона

Тут пропонуються заходи для покращення психічного здоров'я (наприклад, йога) або фізичного здоров'я (наприклад, пілатес, кардіотренування тощо).

Однак створити спа або оздоровчий центр, який правильно структурований і розроблений для гостей, – це те, що можна зробити без професійної допомоги. Для того, щоб оздоровчий центр був відповідним, потрібно враховувати багато аспектів [23].

Готель Victoria Deluxe має окремі номери для спеціального використання. Комплекс внутрішніх послуг готелю Victoria Deluxe включає:

- приміщення, де надаються побутові послуги;
- приміщення для обслуговуючих працівників;
- для чистої білизни;
- для брудної білизни;
- приміщення для зберігання інструментів, які використовуються для прибирання;
- сервісна зона: санвузол, смітник, сервісна зона зі складом.

Кімната чистої білизни розташована біля вантажопасажирського ліфта

[8].

У набір внутрішніх послуг готелю Victoria Deluxe входять:

1. Термінове прання та сушіння, ремонт та вичісування особистого майна (бланки замовлень на прання та прибирання є в папці в оголошенні).
2. Термінове обслуговування та чищення взуття. У номерах є щітки для чищення взуття та одягу;
3. ТМЦ (камера схову та камери зберігання в кімнатах та в кабінеті завідувача);
4. Розвантаження, завантаження та транспортування багажу в номер (оплачується чайовими - готель організовує тих, хто зобов'язаний отримати таку ж консультацію);
5. Дрібне технічне обслуговування;
6. Подача їжі в номер.

Зазвичай в кожній кімнаті є спеціальні таблички, які можна повісити на двері, якщо споживач не хоче прибирати кімнату або просто не хоче, щоб йому заважали [7].

Внутрішні послуги призначені для задоволення потреб гостей під час їх перебування в готелі.

Не всі готелі мають можливість організувати таке обслуговування гостей і надати повний перелік послуг. Проте готель Victoria Deluxe повинен прагнути до того, щоб спектр послуг повністю відповідав потребам його гостей. Підприємства сфери послуг повинні розташовуватися в легкодоступному місці (як правило, на першому поверсі). Має бути інформація про те, як і де отримати доступ до послуг у холі, поверхах, кімнатах, години роботи мають бути зручними для гостей [11-12].

На рис. 2.7 Детально описано ряд внутрішніх послуг, які надаються мешканцям готелю Victoria Deluxe Hotel.

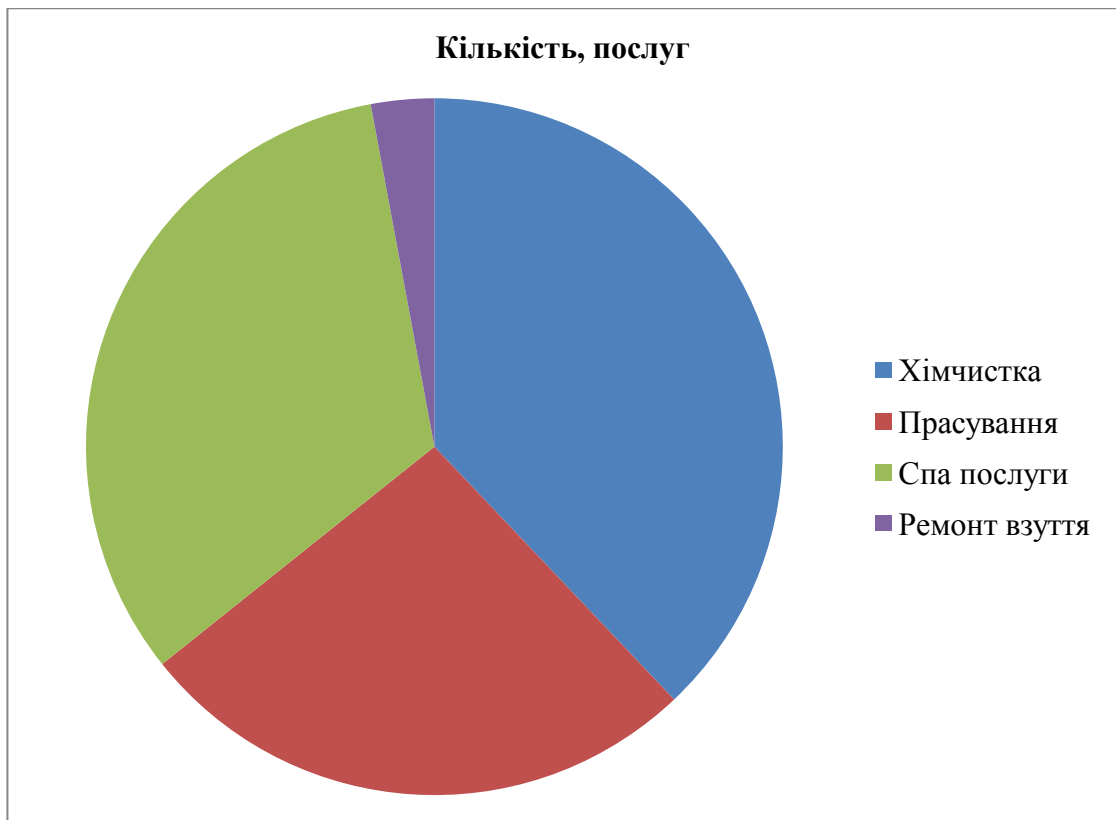


Рис. 2.7. Кількість надання послуг мешканцям готелю Victoria Deluxe Hotel за видами, штук

Як бачимо, найбільш популярною послугою побутового обслуговування мешканцям готелю Victoria Deluxe Hotel є хімчистка, прасування та Спа послуги.

Найменше мешканці готелю Victoria Deluxe Hotel скористались послугою ремонту взуття.

РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ БУДІВНИЦТВА ТРЕНАЖЕРНОГО ЗАЛУ ТА МАСАЖНОГО КАБІНЕТУ В VICTORIA DELUXE HOTEL

3.1 Організаційні, технічні та фінансові аспекти бізнес-плану

У сучасному швидкому світі мандрівники цінують оздоровлення та фітнес як невід'ємну частину свого способу життя. Забезпечивши добре обладнаний тренажерний зал із фітнес-обладнанням преміум-класу, можна покращити їх перебування та виділити Victoria Deluxe готель серед конкурентів.

Включення добре спроектованого тренажерного залу готелю є ключовим аспектом досвіду гостей. Інвестуючи в тренажерний зал преміум-класу, ви Victoria Deluxe зможе позиціонувати свій готель як напрямок, який надає перевагу оздоровленню та забезпечує комплексний досвід для гостей.

Ефективне використання простору є життєво важливим при проектуванні готельного тренажерного залу.

Обладнання для тренажерного залу преміум-класу відіграє ключову роль у забезпеченні виняткового фітнесу для гостей. Від найсучасніших кардіотренажерів і обладнання для силових тренувань до інноваційних аксесуарів для фітнесу, яке відповідає бренду готелю та потребам гостей.

Створення атмосфери, яка надихає та мотивує, є ключовим фактором покращення фітнес-подорожі гостей.

Гості цінують індивідуальний підхід до фітнесу. Пристосувавши тренажерний зал до індивідуальних потреб і переваг, можна створити незабутнє та привабливе фітнес-середовище для своїх гостей.

Щоб готельний тренажерний зал залишався першокласним, регулярне технічне обслуговування та оновлення обладнання мають вирішальне значення.

Побудувавши ідеальний готельний тренажерний зал із фітнес-обладнанням преміум-класу, ви матимете можливість справити незабутнє

враження на своїх гостей і покращити їхні враження від готелю. Від ретельного планування простору та вибору обладнання до створення надихаючої атмосфери та реалізації стратегій, орієнтованих на гостей, кожен аспект сприяє створенню чудового фітнес-центру [30].

Попит на спортивне обладнання в готелях все ще сильно зростає. Наприклад, готелі Hilton навіть спромоглися забезпечити персоналізоване обладнання для тренажерних залів у номерах своїх гостей.

Додаткові послуги є важливим фактором успіху будь-якого готельного бізнесу. Сучасні *hotellerie* – це вже не просто ліжко, на якому можна спати, особливо завдяки потужним мережам готелів, які встановлюють високі стандарти розваг і комфорту.

Однією з основних вимог до готелів є площа. Замість того, щоб заповнювати всю зону громіздким обладнанням, варто тип обладнання, яке залишає достатньо вільного простору, щоб користувачі могли тренуватися, не заважаючи один одному.

Тренуватися в наш час не означає використовувати бігову доріжку і піднімати тягарі. Існують різні стилі та фітнес-програми, які потребують однаково різного тренувального обладнання.

Завдяки високим стандартам, які встановлюють найкращі готельні мережі, очікування також зросли.

Що потрібно враховувати під час монтажу обладнання:

Відстань

Мати різні зони для кардіотренажерів і сили.

Обладнання для аеробіки повинно мати 40 см вільного простору з кожного боку, щоб фітнес-інструктор міг стояти на безпечній відстані та направляти користувачів.

Навіть позаду бігової доріжки має бути щонайменше один метр вільного простору.

Кардіотренажери слід розташувати перед вікном або телевізором, щоб залучити користувачів.

Зростаюча тенденція сприяє переходу від традиційних методів вправ до більш інноваційних технік з обладнанням під назвою «вільне тіло» з такими аксесуарами, як:

1. кулі;
2. гирі;
3. канати;
4. гантелі [28].



Рис. 3.1. Концепт тренажерного залу в готелі Victoria Deluxe

Не кожен успішний готельний тренажерний зал створений та функціонує з часом.

Ключовим компонентом є чітко визначена концепція тренажерного залу, яка пов'язує фітнес-уподобання гостей готелю та їхні очікування щодо того, що готельний тренажерний зал для них принесе, з індивідуальністю відповідного готелю.

Це може бути делікатним балансуванням, але надто часто стандартним режимом є класичне обладнання Technogym із дзеркальними стінами, екранами телевізорів, яскравим освітленням і агресивною системою кондиціонування [26].

Масляний масаж стоп або освіжаючий масаж ідеально підходять для того, щоб позбутися втоми від подорожі. Гостям можна зробити освіжаючий масаж у власному номері.



Рис. 3.2. Концепт масажного кабінету в готелі Victoria Deluxe

Розрахунок потреби в обладнанні представлено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Розрахунок потреби в обладнанні для готелю Victoria Deluxe

Обладнання	Необхідна кількість	Загальна вартість, грн.
Масажне крісло	1	18000
Стілець	1	6000
Шафа	1	8000
Світильники	4	6000
Бігова доріжка	3	90000
Фітнес-станція	2	75000
Набір канатів, гантель, гирь та куль	3	10500
Загальна вартість обладнання		213500

Потребу в працівниках їх обов'язки, форми та розміри оплати праці відображено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Працівники тренажерного залу та масажного кабінету в готелі Victoria Deluxe

Посада	Виконувана робота	Форма залучення	Рівень кваліфікації	Режим роботи	Заробітна плата на рік
Фітнес-тренер	Надання допомоги гостям в тренуванні	Часткова зайнятість	Вища освіта	Погодинно	106000
Масажист	Надання послуг масажу	Часткова зайнятість	Вища освіта	Погодинно	118000

Витрати на оплату праці працівників становлять 224000 грн. на рік.

Розрахунок собівартості і ціни послуги (планово на 500 наданих послуг масажу та 500 наданих послуг тренажерного залу) представлено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Розрахунок собівартості і ціни послуги, грн. в готелі Victoria Deluxe

Стаття витрат	На 1 послугу тренажерного залу	На 1 послугу масажу	На 500 послуг тренажерного залу	На 500 послуг масажу
Витрати на електричну енергію	15,23	12,3	7615	6150
Заробітна плата працівників	212	236	106000	118000
Нарахування на заробітну плату	41,34	42,06	20670	21030

Інші витрати	15,32	16,22	7660	8110
Комерційні витрати (планово)	150	150	75000	75000
Відпускна ціна (при 50 % рівня прибутку)	651	685	325418	342435

Календарний план відкриття тренажерного залу та масажного кабінету готелю Victoria Deluxe представлено на рис. 3.3.

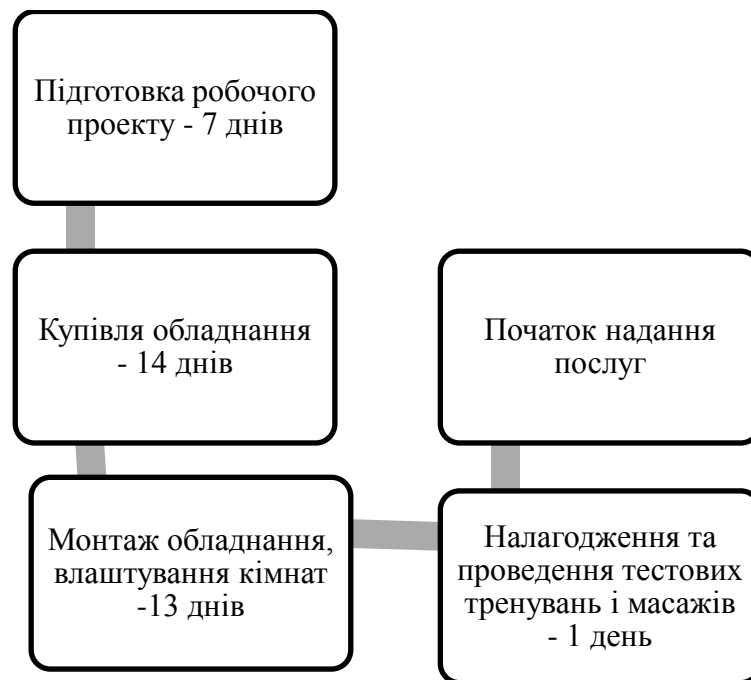


Рис. 3.3. Календарний план відкриття тренажерного залу та масажного кабінету готелю Victoria Deluxe

Для початку надання диверсифікованих послуг готелю Victoria Deluxe необхідно 35 днів.

Фінансове планування – це безперервний процес, у якому розглядається повна фінансова ситуація з метою створення стратегій для досягнення коротко- та довгострокових цілей.

Створення фінансового плану є важливим, тому що він дозволяє максимально використати свої активи та дає впевненість, щоб витримати будь-які труднощі на цьому шляху. Можна скласти фінансовий план

самостійно або звернутися за допомогою до спеціаліста з фінансового планування.

Фінансовий план для відкриття тренажерного залу та масажного кабінету готелю Victoria Deluxe представлено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Фінансовий план для відкриття тренажерного залу та масажного кабінету готелю Victoria Deluxe

Показник	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік
Виручка	1335705	2003558	3005336	4508004
Собівартість	890470	1335705	2003558	3005336
Прибуток	445235	667853	1001779	1502668
Податок на прибуток	80142	120213	180320	270480
Чистий прибуток	365093	547639	821459	1232188

Чистий прибуток від реалізації запропонованих заходів складає від 365093 грн. протягом першого року до 1232188 грн. протягом четвертого року реалізації.

3.2 Реалізація та економічна ефективність бізнес-плану

Реалізацію диверсифікації діяльності готелю Victoria Deluxe варто розпочати з можливості маркетингового плану.

Готельна реклама є одним із основних способів, за допомогою яких готель може створити бізнес. Це група маркетингових стратегій, за якими готель платить за те, щоб бути представленим аудиторії через ряд каналів, таких як цифрові, друковані та трансляційні форми [14-15].

Подібно до реклами в будь-якій іншій галузі, готельна реклама – це спосіб спілкування з потенційними гостями щодо послуг і пропозицій.

Кожна частина реклами повинна доносити чітке повідомлення для потенційного клієнта. Це має потенціал для залучення нових і постійних гостей, а також стимулювання допоміжного бізнесу від місцевої громади [16].

Реклама готелів має вирішальне значення для того, щоб мандрівники спочатку дізналися про компанію, а потім також отримали незабутнє враження про ваш бренд, яке переконає їх забронювати проживання в Victoria Deluxe.

У такому конкурентному середовищі, як готельна індустрія, є ціле мистецтво та наука, щоб переконатися, що бізнес знайшли, помітили та забронювали мандрівники, а не найближчі конкуренти.

Представимо альтернативні ідеї маркетингу диверсифікованих послуг:

1. Реклама досвіду

Можна зробити це за допомогою технології віртуальної реальності або навіть простого відеотуру, щоб дозволити гостям уявити, що вони залишаються у кімнатах.

2. Зайти за лаштунки

Історії Instagram або TikTok можуть бути тут особливо корисними. Зайшовши за лаштунки та представивши свій персонал або проливши світло на деякі речі, які роблять готель особливим, можна легше налагодити зв'язок із потенційними гостями.

3. Кампанії електронною поштою

Електронна пошта залишається однією з найпотужніших форм реклами, і ви можете автоматизувати її багато зараз, щоб забезпечити стратегію «завжди». Можна створювати щомісячні інформаційні бюлетені, на які люди можуть підписатися, регулярні пропозиції для гостей, які зупинялися раніше, і акції, щоб отримати нових потенційних клієнтів.

4. Пряма поштова розсилка

Це може здатися старомодним, але з огляду на те, що сьогодні все в Інтернеті, може бути приємно отримати щось фізичне поштою, особливо

якщо це знижка в чудовому готелі.

5. Ретаргетинг

Перенацілювання є рентабельною тактикою, оскільки практикується зв'язок з потенційними клієнтами. Це передбачає звернення до потенційних гостей, які певним чином взаємодіяли з помешканням, але не вирішили зробити бронювання в той час. Оголошення з перенацілюванням часто нагадують клієнтам про тип номеру, який вони переглядали, і підкреслюють особливості вибраного готелю, які можуть їх зацікавити, щоб переконати їх забронювати номер.

6. Відеореклама

Відеоконтент сильно зацікавлює, більше ніж статичні зображення, тому завжди добре демонструвати свою власність за допомогою відео на таких платформах, як Facebook, Instagram або YouTube. Відео також можна використовувати для швидкого оголошення цін і обмежених за часом акцій.

7. Контент, створений користувачами

Отримання прибутку від вмісту, створеного користувачами, є одним із найбільш органічних способів реклами. Оскільки гості часто публікують відео або фотографії своєї подорожі в соціальних мережах, попросивши їх позначити або згадати готель, можна отримати масу безкоштовної уваги від людей, які не знали про існування готелю [25].

Орієнтовний рекламний бюджет – 30 тис. грн.

Чиста теперішня вартість (NPV) являє собою різницю між дисконтованими грошовими потоками за весь життєвий цикл інноваційного проекту та інвестиціями в проект:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0,$$

де NPV – чистий теперішній дохід; I_0 – одноразова інвестиція в інноваційний проект; CF_t – чистий грошовий потік періоду t ; r – ставка дисконтування.

$$\begin{aligned} NPV &= \left(\frac{365093}{1,1} - 437500 \right) + \left(\frac{547639}{1,1^2} - 0 \right) + \left(\frac{821459}{1,1^3} - 0 \right) = \\ &= 964171 \text{ грн} \end{aligned}$$

Отже, $NPV > 0$, це свідчить про те, що проєкт доцільно прийняти.

Окупність інвестицій буде становити:

$$PP = \frac{\sum CF_t}{I_0} \times 100\% = \frac{365093}{437500} \times 100\% = 83,5\%$$

Інвестиційний проєкт рентабельний на 83,5 %.

У сучасному швидкоплинному світі все частіше шукають готелі, які пропонують більше, ніж просто зручне ліжко для сну. Однією з найпопулярніших вимог є доступ до тренажерного залу під час подорожі. Якщо світовий туризм розвивається швидкими темпами, потрібно йти в ногу з останніми тенденціями, щоб залишитися конкурентоспроможними. Встановлення тренажерного залу може здатися складною інвестицією, але воно має численні переваги, які зрештою можуть призвести до збільшення прибутку.

Ось деякі з переваг наявності тренажерного залу та масажного кабінету у готелі Victoria Deluxe:

Підвищує задоволеність гостей: пропонуючи тренажерний зал у ваших готелях, гості мають можливість залишитися у формі та здоровими під час перебування. Це ваша задоволеність і змушує почуватися як вдома.

Підвищує лояльність: наявність тренажерного зала у вашому готелі дає можливість користуватися більше причин та бронювати номер у майбутньому.

Підвищує прибутковість: підвищуючи рівень задоволеності та лояльності, ваш готель, швидше отримати всіх гостей, збільшити кількість бронювань і, як наслідок, прибуток.

Покращує імідж готелю: сучасний, добре обладнаний тренажерний зал може бути дуже привабливим для гостей і покращити імідж і репутацію

вашого готелю.

Індустрія фітнесу швидко розвивається, і все більше усвідомлюють важливість підключення фітнесу до своїх пропозицій. Тренажерний зал у готелі може бути ключовим фактором для залучення та утримання гостей, а також максимізації невикористаного простору та збільшення доходу [27].

Готель із тренажерним залом – безпрограшний варіант. Гості залишаються у формі під час подорожі, а готель отримує щасливих відвідувачів, постійних клієнтів і репутацію закладу, який піклується про здоров'я.

Ось деякі з переваг готельного тренажерного залу:

1. Забезпечити додаткову цінність для гостей

Добре обладнаний тренажерний зал готелю є чудовим способом підвищити цінність для гостей. Багато мандрівників хочуть залишатися активними та мати фізичну форму в дорозі, тому переваги пропозиції готелю з тренажерним залом можуть мати вирішальне значення при виборі готелю.

При певному стратегічному плануванні готельний тренажерний зал може бути доступним засобом, який окупається за рахунок збільшення кількості бронювань, більш тривалого перебування, постійних клієнтів і авторитетного іміджу бренду.

2. Залучати мандрівників, які піклуються про здоров'я

З огляду на те, що все більше людей віддають перевагу здоров'ю та фітнесу, пропонувати такі зручності, як готельний тренажерний зал, є розумним.

Любителі фітнесу хочуть підтримувати свій розпорядок навіть під час подорожі, тому готель із тренажерним залом є привабливим. Надання якісного обладнання, такого як бігові доріжки, еліптичні тренажери, вільні ваги, велотренажери та силові тренажери, задовольнить потреби більшості гостей. Дехто може також цінувати такі додаткові речі, як килимки для йоги, резистивні стрічки, медичні м'ячі або обладнання для балансування.

3. Висока задоволеність і лояльність

Гості, які користуються тренажерним залом готелю, імовірно, забронюють повторне перебування та порекомендують готель друзям. На сайтах з оглядами подорожей фітнес-центр на місці часто згадується як бажана зручність, яка підвищує загальне задоволення. Надання цієї популярної функції може призвести до вищих рейтингів і позитивних коментарів.

4. Отримати додатковий дохід

Добре обладнаний готель із тренажерним залом – чудовий спосіб отримати додатковий дохід. Багато гостей сплачуватимуть додаткову плату за доступ до об'єктів, особливо ділові мандрівники та спортивні команди, які прагнуть підтримувати свій розпорядок дня поза домом.

Під час реєстрації заїзду та в вітальних пакетах, залишених у номерах, пропонуйте гостям абонементи на день у тренажерний зал і варіанти членства. Нехай працівники стійки реєстрації згадають про зручності тренажерного залу під час реєстрації та виїзду гостей. Деякі можуть спонтанно вирішити заплатити за доступ, особливо після довгого дня подорожей або зустрічей.

Наявність тренажерного залу свідчить про те, що готель щиро дбає про здоров'я та благополуччя своїх гостей. Це дає можливість любителям фітнесу дотримуватися своїх розпорядків, перебуваючи поза домом. Він приваблює спортсменів і спортивні команди, які шукають місце для тренувань. І це забезпечує додатковий потік доходу за рахунок абонементів у спортзал та персональних тренувань [24].

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Диверсифікація – це стратегія інвестування, яка полягає в розподілі інвестиційного портфеля між різними активами з метою зниження ризику. Основна ідея полягає в тому, щоб не ставити всі свої яйця в одну корзину. Замість цього, ризики та можливості розподіляються між різними видами активів, такими як акції, облігації, нерухомість, сировина тощо, або між різними галузями та регіонами.

Існує кілька методів диверсифікації, що можуть бути використані для зменшення ризиків інвестування або розвитку бізнесу: галузева диверсифікація, географічна диверсифікація, продуктова диверсифікація, фінансова диверсифікація, часова диверсифікація.

Готель Victoria Deluxe Hotel розташовано в Чернівцях. Будівля, в якій розташований готель, була побудована за часів Австро-Угорщини, тому гості можуть сповна насолодитися духом стилю віденської сецесії. Це місце, яке колись було королівською резиденцією, сповнене витонченого шарму.

Організаційна структура та загальна характеристика персоналу готелю Victoria Deluxe повністю структурована та враховує всі аспекти діяльності готелю.

Отримані дані свідчать про те, що готелю Victoria Deluxe Hotel необхідно усувати наявні слабкі сторони та розглянути можливість побудови спортивної зали та масажного кабінету.

Серед основних послуг готелю – послуги з поселення в номери.

Готель Victoria Deluxe має окремі номери для спеціального використання. Комплекс внутрішніх послуг готелю Victoria Deluxe включає:

- приміщення, де надаються побутові послуги;
- приміщення для обслуговуючих працівників;
- для чистої білизни;
- для брудної білизни;
- приміщення для зберігання інструментів, які використовуються для

прибирання;

– сервісна зона: санвузол, смітник, сервісна зона зі складом.

Найбільш популярною послугою побутового обслуговування мешканцям готелю Victoria Deluxe Hotel є хімчистка, прасування та Спа послуги.

Найменше мешканці готелю Victoria Deluxe Hotel скористались послугою ремонту взуття.

У сучасному швидкому світі мандрівники цінують оздоровлення та фітнес як невід’ємну частину свого способу життя. Забезпечивши добре обладнаний тренажерний зал із фітнес-обладнанням преміум-класу, можна покращити їх перебування та виділити Victoria Deluxe готель серед конкурентів.

Включення добре спроектованого тренажерного залу готелю є ключовим аспектом досвіду гостей. Інвестуючи в тренажерний зал преміум-класу, ви Victoria Deluxe зможе позиціонувати свій готель як напрямок, який надає перевагу оздоровленню та забезпечує комплексний досвід для гостей.

Ефективне використання простору є життєво важливим при проектуванні готельного тренажерного залу.

Обладнання для тренажерного залу преміум-класу відіграє ключову роль у забезпеченні виняткового фітнесу для гостей. Від найсучасніших кардіотренажерів і обладнання для силових тренувань до інноваційних аксесуарів для фітнесу, яке відповідає бренду готелю та потребам гостей.

Масляний масаж стоп або освіжаючий масаж ідеально підходять для того, щоб позбутися втоми від подорожі. Гостям можна зробити освіжаючий масаж у власному номері.

Витрати на оплату праці працівників становлять 224000 грн. на рік.

Для початку надання диверсифікованих послуг готелю Victoria Deluxe необхідно 35 днів.

Реалізацію диверсифікації діяльності готелю Victoria Deluxe варто розпочати з можливості маркетингового плану.

Інвестиційний проєкт рентабельний на 83,5 %.

У сучасному швидкоплинному світі все частіше шукають готелі, які пропонують більше, ніж просто зручне ліжко для сну. Однією з найпопулярніших вимог є доступ до тренажерного залу під час подорожі. Якщо світовий туризм розвивається швидкими темпами, потрібно йти в ногу з останніми тенденціями, щоб залишитися конкурентоспроможними. Встановлення тренажерного залу може здатися складною інвестицією, але воно має численні переваги, які зрештою можуть призвести до збільшення прибутку.

Ось деякі з переваг наявності тренажерного залу у готелі Victoria Deluxe:

Підвищує задоволеність гостей: пропонуючи тренажерний зал у ваших готелях, гості мають можливість залишитися у формі та здоровими під час перебування. Це ваша задоволеність і змушує почуватися як вдома.

Підвищує лояльність: наявність тренажерного залу у вашому готелі дає можливість користуватися більше причин та бронювати номер у майбутньому.

Підвищує прибутковість: підвищуючи рівень задоволеності та лояльності, ваш готель, швидше отримати всіх гостей, збільшити кількість бронювань і, як наслідок, прибуток.

Покращує імідж готелю: сучасний, добре обладнаний тренажерний зал може бути дуже привабливим для гостей і покращити імідж і репутацію вашого готелю.

Індустрія фітнесу швидко розвивається, і все більше усвідомлюють важливість підключення фітнесу до своїх пропозицій. Тренажерний зал у готелі може бути ключовим фактором для залучення та утримання гостей, а також максимізації невикористаного простору та збільшення доходу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова С. А. Економіка готельно-ресторанного господарства : навч. посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 142 с.
2. Брич В. Я. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2021. 484 с.
3. Гуць В. С. Технологічне устаткування готелів, готельних комплексів : підручник. Київ : Ліра-К, 2021. 568 с.
4. Клапчук В. М. Туристичне країнознавство (лекції) : Навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ, 2023. 177 с.
5. Корж Н. В. Готельна справа: Навчальний посібник. К.:Київ.нац.торг.-екон.ун-т., Вінниця, ПП «ТД«Едельвейс і К» 2015. 580 с.
6. Кузьмін О. В., Кійко В. В., Акімова Л. М., Бондарчук С. М. Обладнання закладів ресторанного господарства. Оцінка технічного рівня : навч. посіб. Херсон : Олді-плюс, 2018. 276 с.
7. Люкс на двох - Victoria Deluxe Hotel. URL: <https://victoriadeluxehotel.com.ua/accommodation/president/>
8. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія і практика : підручник.; М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ : Центр учб. літ., 2019. 471 с.
9. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
10. Напівлюкс - Victoria Deluxe Hotel. URL: <https://victoriadeluxehotel.com.ua/accommodation/semi-suite/> (дата звернення: 10.03.2024).
11. Напівлюкс сімейний на 4-х - Victoria Deluxe Hotel. URL: <https://victoriadeluxehotel.com.ua/accommodation/lux-4/> (дата звернення: 10.03.2024).

12. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. 3-тє вид. Київ : Центр учб. літ., 2019. 344 с.
13. Ніколайчук О. А., Приймак Н. С., Сімакова О. А., Слащева А. В., Горяйнова Ю. А., Коренець Ю. М., Боднарук О. А., Пусікова О. А., Клевцов Є. Г. Готельно-ресторанний бізнес: навч. посібник. ред. О.А. Ніколайчук. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2022. 250 с.
14. Подлепіна П. О. Функціонування готельного господарства України в контексті сучасних тенденцій розвитку економіки. *Туризм і гостинність в Україні*: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку : матеріали Міжнар. наук-практ. конф. Черкаси : Брама-Україна, 2012. С. 370–374.
15. Польова Л. В. Світове готельне господарство : Навчально-методичний посібник. Київ, Видавничий дім «АртЕк», 2019. 274 с.
16. Польова Л. В. Світове готельне господарство : Навчально-методичний посібник. Київ, Видавничий дім «АртЕк», 2019. 274 с.
17. Румянцева І. Б. Лабораторний практикум для студентів спеціальності «Готельно-ресторанна справа» Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві. 2020. 52 с.
18. Стандарт двомісний (2 односпальні) - Victoria Deluxe Hotel. URL: <https://victoriadeluxehotel.com.ua/accommodation/lux-55/> (дата звернення: 10.03.2024).
19. Стандарт Двомісний (King Size) - Victoria Deluxe Hotel. URL: <https://victoriadeluxehotel.com.ua/accommodation/standart-2/> (дата звернення: 10.03.2024).
20. Стандарт Одномісний - Victoria Deluxe Hotel. URL: <https://victoriadeluxehotel.com.ua/accommodation/standart19/> (дата звернення: 10.03.2024).
21. Структура номерного фонду готелю Victoria Deluxe Hotel. URL: <https://victoriadeluxehotel.com.ua/rooms/> (дата звернення: 10.03.2024).
22. Ткаченко А. М. Проблеми та перспективи розвитку готельного

бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та управління підприємствами*. 2016. Вип. 12-1. С. 185–188.

23. Benefits of having a spa or wellness center in your hotel or resort. URL: <https://www.ihcshotelconsulting.com/blog/benefits-of-having-a-spa-or-wellness-center-in-your-hotel-or-resort/> (дата звернення: 10.03.2024).

24. Explore the benefits of offering a hotel gym. URL: <https://www.bestwesternosoyoos.com/site/blog/2023/07/26/the-benefits-of-offering-a-hotel-gym> (дата звернення: 10.03.2024).

25. Hotel advertising: Examples of hospitality ads. URL: <https://www.siteminder.com/r/hotel-advertising/#helpful-and-creative-hotel-advertising-ideas> (дата звернення: 10.03.2024).

26. Introduction to hotel gym design. URL: <https://biofilico.com/news/hotel-gym-design> (дата звернення: 10.03.2024).

27. Maximize Your Hotel's Potential with a Fitness Center: The Benefits of Investing in a Gym. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/maximize-your-hotels-potential-fitness-center-benefits-investing-> (дата звернення: 10.03.2024).

28. Professional comprehensive guide to gym equipment for hotels. URL: <https://kingsbox.com/blog/en/how-to-choose-the-equipment/professional-comprehensive-guide-to-gym-equipment-for-hotels/> (дата звернення: 10.03.2024).

29. SPA комплекс Victoria Deluxe. URL: <https://victoriadeluxehotel.com.ua/spa/> (дата звернення: 10.03.2024).

30. Stevenson Jack The Ultimate Guide To Building a Hotel Gym. 2023. URL: <https://premiumfitnessequipment.com.au/blogs/news/the-ultimate-guide-to-building-a-hotel-gym> (дата звернення: 10.03.2024).

31. Victoria Deluxe - перший butik-готель в Чернівцях. URL: <https://victoriadeluxehotel.com.ua/about-us/> (дата звернення: 10.03.2024).

32. Diversification Strategy: 4 Methods of Diversification. 2022. URL: <https://www.masterclass.com/articles/diversification-strategy#PYGRF8P3gysaSkIhEBfRr> (дата звернення: 10.03.2024).

33. Rosas Alejandro Arrieche Diversification. 2024. URL: <https://www.techopedia.com/definition/diversification>(дата звернення: 10.03.2024).

34. Segal T. What Is Diversification? Definition as Investing Strategy. 2023. URL: <https://www.investopedia.com/terms/d/diversification.asp> (дата звернення: 10.03.2024).

35. What is Diversification? URL: <https://groww.in/p/what-is-diversification> (дата звернення: 10.03.2024).