

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

Кафедра менеджменту, маркетингу і міжнародної логістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Інноваційні напрями розвитку підприємства у сфері готельного
бізнесу»
(за матеріалами ПрАТ «Тернопіль-готель»)**

Студента 2 курсу, 216 групи,
денної форми навчання,
спеціальності 073
«Менеджмент»
освітньої програми
«Готельний і ресторанний
менеджмент»

_____ Івана ЛАСКОВИЧА

Науковий керівник,
к.е.н., доцент

_____ Ольга ХИТРОВА

Завідувач кафедри
к.е.н., доцент

_____ Валентина ЧИЧУН

Чернівці 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ІННОВАЦІЇ, ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВА В СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	6
1.1. Економічна сутність інновацій: поняття та види	6
1.2. Упровадження інновацій на підприємстві: основні етапи процесу та фактори впливу	12
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ НАПРЯМКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «ТЕРНОПІЛЬ-ГОТЕЛЬ» НА РИНКУ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ	18
2.1. Загальна характеристика діяльності підприємства	18
2.2. Аналіз господарської та фінансової діяльності підприємства	22
2.3. Оцінка інноваційного розвитку підприємства	27
РОЗДІЛ 3. ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ПрАТ «ТЕРНОПІЛЬ-ГОТЕЛЬ»	32
3.1 Обґрунтування інтернет-технологій як інноваційного напрямку розвитку підприємства	32
3.2. Розроблення, впровадження та оцінювання економічної ефективності проєкту створення мобільного додатку Add Hotel Ternopil	38
ВИСНОВКИ	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	47

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах стрімкого розвитку світової економіки та жорсткої конкуренції у сфері послуг особливої актуальності набуває питання впровадження інновацій у готельному бізнесі. Сфера гостинності є однією з найбільш динамічних та чутливих до змін у споживчих уподобаннях, що зумовлює необхідність постійного вдосконалення бізнес-процесів, сервісу та маркетингових стратегій.

Інноваційний розвиток готельного підприємства дозволяє не лише підвищити якість обслуговування клієнтів, а й забезпечити ефективне функціонування компанії, її конкурентоспроможність на внутрішньому та міжнародному ринку. Використання сучасних цифрових технологій, автоматизація послуг, впровадження концепцій сталого розвитку та клієнтоорієнтованих підходів стають основними інструментами модернізації готельного бізнесу. Актуальність обраної теми зумовлена необхідністю системного аналізу інноваційних практик та розробки ефективних шляхів інтеграції новітніх рішень у діяльність готельних підприємств. Це, у свою чергу, сприятиме зростанню якості надання послуг, покращенню економічних показників та формуванню позитивного іміджу підприємства.

Зазначена проблематика щодо формування інноваційних напрямів забезпечення розвитку підприємства, у т. ч. й у сфері готельного бізнесу, яка обрана об'єктом нашого дослідження, вивчається багатьма вітчизняними науковцями, зокрема знаходить й відображення у працях викладачів: Б. Андрушківа, Р. Гишук, Г. Долга, Т. Кузь, Л. Малюти, Л. Мельник, Г. Нагорняк, Г. Островської, В. Ратинського, І. Стойка, О. Хитрова, І. Федішин, Р. Шерстюка та інших.

Таким чином, зазначена вище проблематика щодо упровадження інновацій підприємствами сфери гостинності, активізація ними інноваційної діяльності та забезпечення їх розвитку власне на основі впровадження актуальних сьогодні інноваційних проєктів й обумовили вибір теми дослідження, сформували мету та завдання даної роботи.

Мета і завдання. Метою даної кваліфікаційної роботи є дослідження сучасних інноваційних напрямів розвитку підприємства у сфері готельного бізнесу та розробка рекомендацій щодо їх ефективного впровадження в практичну діяльність. Для досягнення поставленої мети були поставлені і вирішені такі основні **завдання**:

- досліджено основні погляди щодо змісту категорії «інновація» та сформовано базу понятійного апарату з даної проблематики;
- представлено етапи упровадження інновацій на підприємстві, ключові фактори впливу на дані процеси;
- дано загальну характеристику підприємства на ринку надання готельних послуг;
- проаналізовано стан господарської та фінансової діяльності підприємства;
- проведено оцінку напрямків інноваційної діяльності підприємства;
- запропоновано інформаційні заходи для забезпечення інноваційного розвитку підприємства;
- обґрунтовано впровадження інноваційних проєктів для забезпечення розвитку підприємства та зростання он-лайн продажів готельних послуг на ринку.

Об’єктом кваліфікаційної роботи є процес упровадження інновацій на підприємстві у сфері готельного бізнесу.

Предметом кваліфікаційної роботи є комплекс теоретичних, методичних, практичних питань щодо упровадження інновацій на підприємстві сфери гостиності.

Методи дослідження. . Під час написання кваліфікаційної роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження: метод статистичного аналізу; теоретичний аналіз джерел інформації з проблеми дослідження; метод порівняння; графічний метод, використання збалансованої системи показників, табличний та графічний методи.

Інформаційну базу дослідження є наукові розробки та рекомендації вітчизняних учених і фахівців із проблематики впровадження інновацій та забезпечення інноваційного розвитку підприємств готельно-ресторанної сфери, практичні матеріали досліджуваного підприємства.

Наукова новизна полягає в поглибленні теоретичних положень та розробці практичних рекомендацій щодо впровадження інновацій на підприємствах сфери гостинності.

Практичне значення одержаних результатів. полягає в можливості їх безпосереднього застосування на підприємствах сфери гостинності для підвищення ефективності господарської діяльності та конкурентоспроможності, а саме: запропоновані рекомендації з впровадження інновацій можуть бути використані керівником готелю, як практичний інструмент стратегічного управління змінами, рекомендації щодо цифровізації та автоматизації процесів можуть сприяти зниженню витрат, підвищенню якості обслуговування та лояльності клієнтів.

Структура та обсяг роботи. кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ІННОВАЦІЇ, ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВА В СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

1.1. Теоретичні основи розвитку інновацій на підприємстві

В умовах ринкової трансформації вітчизняної економіки підприємства різних галузей національної економіки зіткнулися з високим ступенем невизначеності перебігу подій, зі значними змінами зовнішнього середовища. Прикладом цього за останні роки є пандемія коронавірусної інфекції, котра несподівано сколихнула весь світ й Україну зокрема і спричинила збитків багатьом галузям та сферам бізнесу, а також несподівана війна, яку розв'язала росія, що знову ж таки зруйнувала чимало закладів індустрії гостинності, інфраструктуру готельно-ресторанної сфери. За таких умов сучасним підприємствам необхідно своєчасно виявити кризові явища, збитки від завданих подій та розпізнати тенденції й напрями забезпечення їх відновлення і розвитку на майбутнє, розробити і реалізувати систему заходів з ліквідації або зменшення негативних наслідків впливу цих кризових, а інколи й катастрофічних подій.

Варто зауважити, що поступ підприємств індустрії гостинності базується на теоретичних та методологічних засадах економіки й менеджменту, а також на специфічних рисах галузі готельно-ресторанного бізнесу, які можливо прослідкувати, вивчаючи науковий доробок Л. Малюти, Н. Нагорняк, Г. Островської, Л. Нечаюк, М. Мальської, І. Панадяка та ін..[11;12; 21; 22].

Однією з ключових теоретичних основ розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу виступає концепція управління якістю. Реалізація цієї концепції передбачає системний підхід до організації управлінських процесів, акцентуючи увагу на задоволенні потреб потенційних клієнтів. Водночас важливо враховувати й інші теоретичні підходи до управління, такі

як мотиваційні теорії, засади лідерства, стратегічне управління, теорію інновацій тощо.

Методологічні засади розвитку будь-якого підприємства, зокрема у сфері індустрії гостинності, передбачають розробку стратегії розвитку, здійснення стратегічного планування, контроль за виконанням запланованих заходів, управління трудовими ресурсами, а також проведення фінансового планування та аналізу. Під час визначення напрямів еволюції підприємств індустрії гостинності необхідно враховувати специфічні особливості готельно-ресторанної галузі, що відображені в науковій літературі, а також нормативно-правову базу у межах національного законодавства. Зокрема, підприємства повинні бути підготовлені до функціонування в умовах змінного попиту, оперативно реагувати на коливання ринкової кон'юнктури, а також забезпечувати ефективне використання доступних ресурсів і інфраструктурних можливостей.

Щоб створити готельну компанію з харчових продуктів, вам потрібно врахувати зміни в галузі, наприклад, більше людей, які бажають здорової їжі, нові способи приготування їжі та те, що клієнти хочуть та очікують. Стратегія повинна вказати, що хоче здійснити підприємство, і як це буде робити, наприклад, вибір правильних людей, створення нових речей, що пропонують, вдосконалюючи методи та інструменти створення речей, вивчення ринку та конкурентів.

Окрім створення плану, вирішальний крок у зростанні харчового бізнесу в готелі організовує та наглядає за виконанням плану. Процес планування повинен охоплювати стратегії для різних часових рамок, враховуючи поточні та майбутні умови ринку, фінансові та людські ресурси, доступні для компанії. Реалізація планів повинна контролюватися, щоб забезпечити своєчасне реагування на ринкову ситуацію на ринку та досягнуті планові цілі.

Розробка харчових продуктів готелю також передбачає управління своїми працівниками. Можливі люди, які працюють в організації, повинні

бути обрані, навчені та заохочувати правильним чином. Важливо гарантувати комфортні умови праці, справедливу заробітну плату та широкі перспективи кар'єри.

Індустрія гостинності повинна планувати та проаналізувати свої фінанси як частину процесу зростання. Фінансовий план підприємства повинен показати, скільки грошей заходить, і виходить у короткий і середній час, а також вирішити, як використовувати гроші для вирощування підприємства. Проаналізувавши фінансові показники на даний момент, ви отримаєте уявлення про те, як використовуються ресурси, визнаєте сфери, які можна покращити, та вирішити, які фінансові ресурси повинні бути розподілені для підтримки розширення бізнесу. На якість та послуги продуктів та послуг, пропонованих готельним та ресторанним бізнесом, також впливає на постійне розвиток цих підприємств. Що стосується харчування, важливо використовувати свіжі та якісні інгредієнти, дотримуватися правил безпеки харчових продуктів та відповідати стандартам якості клієнта.

Крім того, підприємства в досліджуваній області повинні зростати, розглядаючи екологічні проблеми та необхідність захисту природних ресурсів. Щоб заощадити енергію та ресурси, ми повинні використовувати технології та матеріали, які є ефективними та екологічно чистими, а також повинні мінімізувати кількість відходів та належним чином сортувати її. Як правило, важливо пам'ятати, що зростання індустрії гостинності пов'язане з впровадженням нових технологій та рішень, таких як автоматизація процесів, мобільні додатки для замовлення продуктів харчування та послуг, систем управління розумними запасами та виробничих процесів.

Як результат, індустрія гостинності повинна бути творчою та пристосованою, враховуючи різні фактори, такі як встановлення цілей, наймання та навчання персоналу, управління грошима та ресурсами, підвищення якості та різноманітності, застосування нових ідей та захист навколишнього середовища. Завершуючи ці заходи у складному місці, ви

можете покращити рейтинг та конкурентоспроможність компанії на поточному ринку, залучити нових клієнтів та зберегти старі.

Сучасні підприємства повинні бути інноваційними, щоб не відставати від мінливих умов ринку та потребами своїх клієнтів. Можливим способом інновацій у бізнесі є створення стратегії, яка відповідає поточній ситуації - знайти або використовувати різні методи для виготовлення нових продуктів, пропонування нових послуг або виконання різних видів роботи та продажу їх клієнтам. «Як зазначає Р. Гищук [53] на сьогоднішній день багато готелів та інших підприємств сфери гостинності стикаються зі значними викликами для свого подальшого розвитку. Ці ризики створюють непередбачуване середовище для тих, хто працює в туристичному секторі та укладає контракти з ними.» «О. Хитрова зазначає, що з метою запобігання втрат персоналу і через ризики обстрілів, значна кількість ресторанів та готелів заморозили свою діяльність. «Це пояснюється політикою безпеки й іноземним менеджментом»» [54].

Виходячи з спостережень інших країн, найефективнішим способом підвищення економічного зростання є створення підприємств, які надають працівникам можливості використовувати свої творчі навички та застосовувати нові технології, що сприяють інноваціям. Світ змінюється дуже швидко, і багато з цих змін дуже великі та різні, і вони впливають на всі частини суспільства та життя людей, і вони роблять життя цікавішим та різноманітним, і вони важливі для того, як люди діють і взаємодіють [23, с. Згідно з вивченням культурних джерел, ідея "інновацій" виникла в науковому інтелекті культурних вчених у 19 столітті і посилювалася на включення деяких аспектів однієї культури в іншу.

Пізніше в 1930 -х роках. Дж. Шумпетер вже використовував термін "інновації", розуміючи перетворення, необхідні для впровадження та використання споживчих товарів, нових методів виробництва, транспортних засобів, ринків та організаційних структур у промисловості [9].

За словами Л. Маліту [16], існує більше ста визначень концепції "інновацій", але для наших подій соціальні інновації є важливими, наукові основи та розвиток яких були закладені в 1960-х роках у працях відомих іноземних економістів Класики П. Друкера та соціологів та соціологів.

Згідно з вивченням наукових джерел, існують два основні способи з'ясувати, що таке інновація, вона або змінюється, або залишається такою ж. Інновації можна розглядати як зміни або процес. Щоб повністю зрозуміти цю ідею, ми вважаємо, що важливо вивчити його походження. Інновації - це термін, який походить від латинської та англійської мови. Як результат, англійською мовою "інновації" стосуються: введення нового, відновлення.

Як результат, інновації означає створення чогось нового, що вимагає відновлення старих активів та використання нових технологій, покращення управління бізнес -операціями та вироблення нових продуктів. Підприємству потрібно інновацій, щоб зростати та досягти успіху, оскільки інновації підвищують якість та цінність своїх товарів та послуг, і надає їй перевагу перед конкурентами на ринку.

Ряд вчених також інтерпретують інновації як процес, зокрема, так: О. Лапко, вивчаючи систему державного регулювання, вивчає інновації як складну процедуру, яка включає винахід, просування, просування, використання та розподіл нового технічного чи іншого рішення (інновації), що задовольняє конкретну вимогу.

Слід зазначити, що в процесі інновацій, як Л. , за словами Маліту, існують різні фактори, які впливають на розвиток захворювання (табл. 1.1)

Таблиця 1.1.¶

Чинники, що впливають на інноваційну діяльність підприємства¶

Система чинників□	Чинники, що перешкоджають інноваційній діяльності□	Чинники, що сприяють інноваційній діяльності□
1□	2□	3□
Техніко-економічні□	Відсутність джерел фінансування, слабкість матеріально-технічної та потенціалу, наукової бази, високий економічний ризик, відсутність попиту на продукцію, застаріла техніка та технологія, низький науково-технічний потенціал□	Наявність необхідного наукового потенціалу, технічної бази, фінансових ресурсів, розвиток конкуренції та скорочення життєвого циклу товарів, державна підтримка інноваційної діяльності□
Організаційно-управлінські□	Сталі організаційні структури, надмірна централізація, відсутність інноваційної стратегії, байдужість менеджерів до нововведень, установча замкненість, орієнтація на усталені ринки, недостатність міжнародного співробітництва□	Гнучкість організаційних структур, демократичний стиль управління, формування творчих цільових груп, децентралізація, маркетинг, міжнародна науково-технічна кооперація.□
Соціально-психологічні□	Опір змінам, зміна стереотипів, страх невизначеності, низький професійний статус інноватора, відсутність матеріальних стимулів та умов творчої праці, відплив наукових кадрів□	Сприйнятливість до змін, нововведень, моральна та матеріальна винагорода, можливість самореалізації, сприятливий психологічний клімат в колективі, розвиток умов творчої праці□
Інформаційно-комунікативні□	Недостатня інформація про інновації, джерела їх розроблення та розповсюдження, недостатній обмін інформацією для управління інноваціями, замкнутість міжгалузевих зв'язків, відсутність достатнього захисту всіх видів власності□	Можливість швидко одержувати необхідну інформацію, правильний вибір інформаційних каналів, придбання ліцензій, патентів, ноу-хау, постійне поповнення інформаційного фонду підприємства, розширення горизонтальних потоків інформації□

Розробка будь -якого підприємства вимагає можливості створювати та впроваджувати нові інновації у вигляді нових технологій, процесів, обладнання, продуктів та послуг. Те, як визначаються методи, форми та особливості процесу впровадження цих областей, залежить від інноваційного потенціалу підприємства, його маркетингової стратегії та структури організаційного управління.

1.2. Упровадження інновацій на підприємстві: основні етапи процесу та фактори впливу

Інновації - це процес, який передбачає впровадження нових наукових відкриттів, винаходів у практичній роботі компанії та надання їх доступними для продажу.

Щоб досягти успіху в поточній ситуації, підприємствам потрібно покращити та оновити свої виробничі можливості, а також створити нові продукти та послуги, що відповідають потребам та очікуванням своїх поточних та потенційних клієнтів. Як результат, підприємству потрібно вдосконалити свої організаційні та економічні процеси, будучи творчими та оригінальними. На малюнку нижче показані різні види інновацій, які робить компанія.



Рис.1.3. Види інноваційної діяльності підприємства

Джерело: складено автором за матеріалами [22].

Інноваційні підприємства навмисно вносять зміни у свої функціональні процеси з метою підвищення якості своїх товарів та послуг, що призводить до іншої структури, виробництва чи продажу нових товарів чи послуг. Інноваційна діяльність включає процеси ефективної підготовки та організації інновацій на підприємстві, і це дає певні вимоги до підготовки менеджерів та органів управління відповідними рівнями [24, с. 19]. Наприклад, деякі з навичок, які повинен мати хороший менеджер, - це думати поза межами та придумати нові та креативні рішення, бути гнучкими та пристосованими до

змінних ситуацій та добре працюючи з іншими та тримаючи всіх на одній сторінці [25, с. У той же час, введення інновацій може застосовуватися працівниками різних структурних одиниць. Поки експерти з різних сфер роботи займаються впровадженням інновацій, вони включають технологів та розробників, менеджерів та маркетингологів, фінансистів та економістів. Лише деякі з них приймають і несуть відповідальність за всі варіанти, які зроблені щодо того, як втілити інновації в дію. Ці рішення є ризикованими і вимагають великої відповідальності, тому їх зазвичай здійснюють керівники вищого рівня.

Можливі інноватори - це бізнес, які створюють нові способи роботи у своїй роботі. Ці підприємства можуть мати різні цілі, такі як повністю зміна своєї діяльності, пристосування до нових ринкових умов, пошук нових способів обслуговування клієнтів та робота з іншими підприємствами. Інноватор у бізнесі може створити та принести нові ідеї у свою роботу, а також може створити клієнта, який зацікавлений у наукових дослідженнях та нових способах здійснення справ. Коли ви замовляєте нові та креативні пропозиції, ви отримуєте пропозиції щодо вдосконалення та зміни способу виготовлення, використання або продажу своїх продуктів чи послуг. Основні етапи інновацій на підприємстві представлені на малюнку 1. 4.



Рис. 1.4. Основні етапи упровадження інновацій

Суб'єктами процесу упровадження інновацій виступають фізичні та юридичні особи, які займаються інноваційною діяльністю, розробкою та упровадженням новацій, залученням та інвестуванням інтелектуальних і майнових цінностей, грошових коштів в реалізацію інноваційних проєктів.

Що стосується об'єктів процесу упровадження інновацій, то вони представлені з допомогою рис.1.5.



Рис. 1.5. Об'єкти процесу упровадження інновацій на підприємстві

Джерело: складено автором за матеріалами [26].

Впровадження інновацій на підприємстві може бути пов'язане з залученням інновацій із зовнішнього середовища, що забезпечить зміцнення конкурентних та ринкових позицій та створить перспективні передумови для подальшого розвитку. Однак шанси на різні підприємства диверсифікувати їхні операції можуть відрізнятися. Наявність ресурсів, таких як фінансова підтримка, визначає доцільність проекту [26; 27]. Як результат, підприємству потрібно керувати інноваційним процесом таким чином, що враховує можливості та виклики інновацій, а також оцінює здатність та ресурси підприємства інвестувати в інновації. Як результат, кожну нову ідею, незалежно від того, наскільки мала чи потенційно корисна, слід ретельно вивчити та оцінити на її економічну життєздатність [29, с.].

Вводячи нові ідеї в компанії, важливо враховувати фактори, що впливають на процес. Є деякі речі, які можуть допомогти або перешкоджати створенню нових ідей, але є також деякі речі, які можуть їх зупинити або заблокувати. Серед усіх таких факторів є технологічні, виробничі, організаційні, управлінські, економічні, юридичні, політичні, а також соціально-психологічні та культурні (табл. 1. 4) [30, с. 118]. .

Можливі наступні аспекти відіграють вирішальну роль у визначенні того, наскільки добре інновації підприємства: наскільки добре він реагує на ринок та його потреби; наскільки добре це працює з цілями підприємства; наскільки він добре аналізує, обирає та оцінює інноваційні проекти; Наскільки добре він керує в результаті успішного впровадження нових ідей у компанії, важливо оцінити потенціал та існуючі можливості для їх застосування та вивчити конкретні характеристики впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на цей процес.

Сектор гостинності є частиною економічних секторів, які мають швидке зростання та високу мінливість якості та кількості роботи та обслуговування. Індустрія гостинності пропонує різноманітні послуги, і вона стає все більш складною для нагляду. Численні дослідники зосереджуються на цій галузі дослідження у своїх наукових починаннях [35-46]. Необхідно швидко включити нові технології в управління індустрією гостинності, оскільки це підвищить ефективність управління та здатність адаптуватися до всіх аспектів життя [35, с.

Впровадження технологічних інновацій у готельних закладах забезпечує підвищення ефективності роботи керівників усіх рівнів, а отже, й усього комплексу. Крім того, технологічні інновації сприяють підвищенню конкурентоспроможності готелю, оскільки їх впровадження забезпечує автоматизацію всіх операційних процесів у готельному бізнесі. Використання інтернет-ресурсів і технологій, а також різноманітних програмних програм створює умови для повної систематизації та автоматизації всіх бізнес-процесів, що дозволяє займати лідируючі позиції в конкурентній боротьбі.

Однак у найближчому майбутньому це може стати умовою виживання, а не конкурентною перевагою [37, с. 108]. Автоматизація всіх процесів дозволяє якісно контролювати виконання всіх операцій, точно аналізувати виникаючі ситуації, швидко та ефективно приймати управлінські рішення, що сприяє швидкому та комплексному обслуговуванню гостей та відвідувачів закладу. Це, в свою чергу, забезпечує оптимізацію та скорочення витрат часу на технічне обслуговування та різноманітні роботи, а також призводить до підвищення якості товарів та послуг. Впровадження технологічних інновацій на готельному підприємстві відбувається в кілька етапів.

На першому етапі створюються бази даних, які зберігаються на високопродуктивних серверах.

На другому етапі внутрішні інформаційні системи за допомогою Інтернету дозволяють автоматизувати всі бізнес-процеси компанії із зовнішнім середовищем.

Третій етап передбачає інтеграцію всіх внутрішніх структур і підрозділів компанії, а також дозволяє оперативно реагувати на зовнішні запити щодо обміну інформацією, організації обслуговування та електронного маркетингу бізнес-процесів.

Завдяки системі бронювання гості можуть в режимі реального часу: переглядати асортимент номерів та інших доступних послуг на обраний період; забронювати обраний готельний номер і замовити необхідні послуги; отримати зворотний зв'язок (підтвердження або скасування бронювання); оплатити замовлені послуги; Згенеруйте документи онлайн або роздрукуйте підтвердження бронювання [32]. Оскільки бронювання відбувається автоматично, гості можуть перевірити фактичну наявність вільних номерів у готелі. Наші власні дослідження в цій галузі підтверджують, що Інтернет дозволяє ефективно продавати товари та послуги онлайн. За допомогою цієї системи гості мають можливість: зробити запит на наявність номерів, вказавши їх вартість, комплектацію, наявність пакету додаткових послуг чи ні; забронювати та отримати рахунок на вартість проживання в готелі; і, якщо

необхідно, змінити бронювання; і мінімізувати час і витрати, пов'язані з телефонними дзвінками та факсами, особливо якщо готель і гість знаходяться в різних країнах і часових поясах [60].

Впровадження інновацій також важливо для забезпечення безпеки перебування гостей готелю. Впровадження системи інноваційних технічних засобів включає: відеоспостереження всередині та на території готелю; використання електронних ключів, замків, сейфів; і системи сигналізації. Такий рівень захисту створює більш комфортні умови не тільки для гостей закладу, а й для співробітників, які почуваються в безпеці у разі необґрунтованих звинувачень.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ТА ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «ТЕРНОПІЛЬ-ГОТЕЛЬ» НА РИНКУ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

2.1. Загальна характеристика діяльності підприємства

В ході нашого дослідження основне підприємство в галузі готельного бізнесу та об'єкт впровадження інновацій у цій галузі було обрано PJSC "Тернопіль-Хотел", чия юридична адреса: str. Тел: +380 44 522-22-22. Зверніться до нас за номером +380352524263.

Аналізуючи організаційну та юридичну форму власності на підприємство, тип та тип поведінки свого бізнесу, слід зазначити, що форма власності: компанія державної приватної акції, тип-готель підприємство, готель із трьома зірками. Будівля була побудована в 1962 році, і вона відкрилася в 1985 році. Організаційна структура: лінійна функціональна (див. Рис. 2. 1). .

Номер ліцензії та сертифікат: серія АА №004706 з 22. Лідер компанії - Golovko Stanislav Nikolaevich.

Готель Ternopil розташований в самому центрі бізнесу та історичного району нашого міста. Найбільш примітною особливістю організації є її головне місце розташування: зовнішня частина будівлі стикається з історичним та комерційним серцем міста, а з вікон внутрішнього - можна побачити приголомшливий вид на мальовниче озеро Троніпіль.

Готель розташований у центрі міста, який дає чудовий шанс зв'язатися з залізничною та автовокзалом та 15 -хвилинною прогулянкою від Центральної площі Тернопіль - театральна площа. На вході в готель є акуратний знак - назва готелю, на фасаді є легка реклама, графік роботи готелю з 00:00 до 24:00. (Додаток В-В). .

Готель Ternopil побудований у формі G. Парковка для автомобілів розташована у важливих функціональних районах сусідньої території. Також є вхід до готелю та під'їзних доріг до допоміжних послуг. .

Можливо, центр міста знаходиться там, де знаходиться готель, і в ньому є інші будівлі навколо нього. У дворі готелю може бути кілька зелених насаджень, які мають різні цілі для навколишнього середовища, гостей та розташування. На передньому подвір'ї є місце для паркування біля входу. Готель також використовує систему під'їзних доріг для залучення до ділової діяльності, щоб отримати необхідні ресурси для готелю для ефективної роботи. У кімнатах всередині є мирна, затишна кольорова гама, і вони прикрашені красивими деталями інтер'єру та унікальною меблям, які створюють відчуття розкоші, комфорту та комфорту. Інтер'єр готелю продумано виготовлений, щоб поєднати позачасову красу із сучасною багатством, яку гості зазвичай передбачають.

Готель пропонує різні види номерів для своїх відвідувачів, починаючи від стандартного подвійного до розкішного плюс. У готелі є ресторан під назвою "Ternopil" (додаток D), а в готелі є панорамський ресторан (додаток D). Готель пропонує місце для ділових переговорів та конференц -залів, які можна використовувати для семінарів, тренувань та інших ділових зустрічей (додаток G).

Слід зазначити наступні категорії номерів у готелі Ternopil:.

Стиль, витонченість та комфорт "Junior Slux Plus" - це його основні категорії. Ця кімната-студіо призначена для людей, які цінують комфорт. Внутрішня частина кімнати розроблена з оригінальним макетом на увазі, а також унікальний та привабливий дизайн, який відповідає видам магічного озера Троніпіль. Номери молодших номерів мають значну користь від кондиціонування кондиціонування та міні-бар. Можна носити м'який халат і тапочки у ванній кімнаті. Ви також можете використовувати косметичні аксесуари та фен.

Вікна стандартного посібника та практичного числа, що є єдиним, розкривають магічний пейзаж мальовничого озера Троніпіль. Кімната забезпечує напівзаплідне ліжко, а також все, необхідне як для відпочинку, так і для роботи: кабельне телебачення, телефон, бездротовий Інтернет (Wi-Fi), затишні меблі, холодильник. Ви можете використовувати фен та міні-косметику у ванній кімнаті з душем.

Це число пропонує два окремі ліжка, які можна перетворити на двоспальне ліжко. Ця категорія має значну користь від кондиціонування. Окрім столу, гардероб, багатоканальний кабель, телефон, бездротовий Інтернет (WI -FI) та холодильник, гості також мають доступ до цих зручностей. Ванна кімната, яка має душ, містить усі необхідні предмети для зручного перебування: фен, косметичні продукти.

Категорія розкішних плюс номера розроблена для людей, які цінують поєднання елегантного дизайну інтер'єру та сучасних зручностей, і вони відповідають європейським стандартам. Є дві різні номери - зручна вітальня та велика спальня з красивими дерев'яними меблями, які забезпечать комфорт та комфорт навіть найвибагливішим гостям [47]. Структура управління в готелі Терноріл є лінійною та функціональною, як показано на рис 2.1.

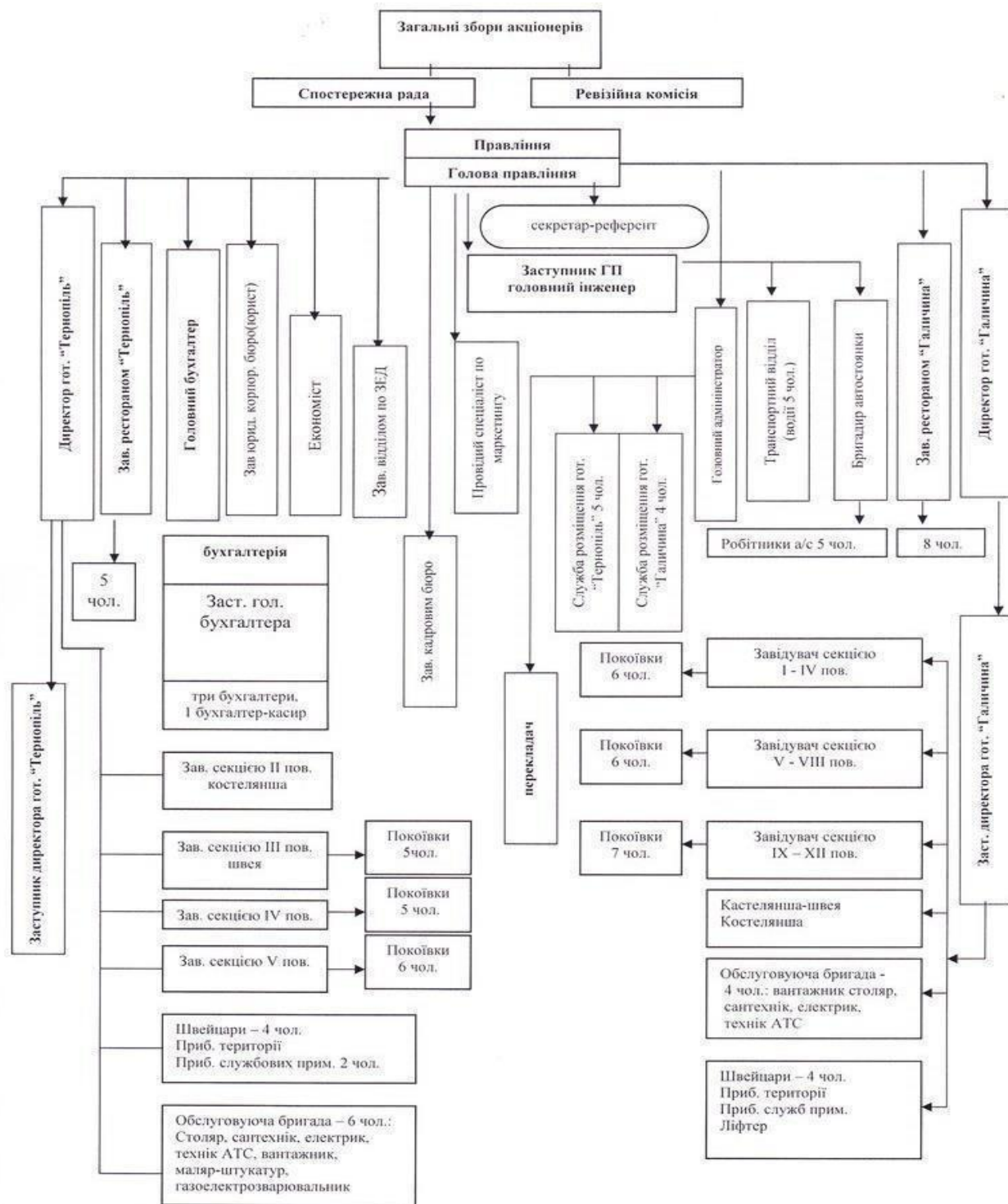


Рис. 2.1. Лінійно-функціональна структура управління готелем «Тернопіль»

Джерело: складено автором за матеріалами ПрАТ «Тернопіль-готель» [47]

Отже, готель «Тернопіль» забезпечений всіма необхідними для його виробничої діяльності матеріальними ресурсами відповідної якості для раціонального використання, і є зовнішньо і внутрішньо привабливим для клієнтів.

2.2. Аналіз господарської та фінансової діяльності підприємства

Проведемо аналіз основних техніко-економічних показників виробничо-господарської діяльності готельного підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель» (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Аналізування основних техніко-економічних показників виробничо-господарської діяльності підприємства за 2021-2023 рр.

№ з/п	Показники	2021 рік	2022 рік	2023 рік	Відхилення 2022 р. від 2021 р.		Відхилення 2023р. від 2022 р.	
					+/-	%	+/-	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, робіт та послуг, тис. грн.	21551	8481	20338	-13070	-60,7	11857	139,8
2.	Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	17666	10814	14357	-6852	-38,8	3543	32,8
3.	Валовий прибуток, тис. грн.	3885	-2333	5981	-6218	-160,1	8314	356,4
4.	Рентабельність реалізації, %	22,0	-21,5	41,7	-43,5	-197,7	63,2	293,9
5.	Чистий прибуток, тис. грн.	120	49	1373	-71	-59,2	1 324	270,2
6.	Вартість активів, тис. грн.	36532	35961	38124	-571	-1,6	2 163	6,0
7.	Рентабельність активів, %	0,3	0,1	3,6	-0,2	-66,7	3,5	35,0
8.	Власний капітал, тис. грн.	22585	22634	24007	49	0,2	1 373	6,1
9.	Рентабельність власного капіталу, %	0,5	0,2	5,7	-0,3	-60,0	5,5	275,0
10.	Чисельність працівників, чол.	56	55	58	1	1,8	3	5,5
11.	Продуктивність праці, тис. грн.	384,9	154,2	350,7	-230,7	-59,9	196,5	127,4

Джерело: складено і розраховано за офіційними даними фінансової звітності Ф-№1 та Ф- №2 ПрАТ «Тернопіль-готель» (Додаток А, Б)

З даних таблиці 2. 1 можна зробити висновок, що результати виробництва та економічної активності досліджуваного готельного комплексу "Тронепіл-готель" на 2021-2023 роки. .

Компанія заробила більше грошей у 2023 році, ніж у 2022 році, але також витрачала більше на створення своєї продукції. Підприємство також відбулося зростання свого прибутку: прибуток від продажів збільшився на 8314 тис. Уаа в 2023 році, що було 20. Продукти, твори та послуги підприємства стали вигіднішими, а їх прибутковість зросла на 63. Активи компанії в 2023 році коштували більше, ніж у 2022 році - на 2163 тисяч УАН.

У 2023 році ціна власного капіталу зросла на 1373 тис. УАН, що становило 6. Сума грошей, яку компанія заробляла з володіння акціями інших компаній, збільшила кількість працівників протягом часу з 2021 по 2023 рік. У 2023 році ми побачимо підвищення продуктивності праці: до УАН 196. На 5,5%. .

Згідно з дослідженням 2022-2023 року, компанія PJSC "Ternopil-Hotel" показала позитивне зростання своєї виробничої та економічної та фінансової діяльності, за винятком 2021 року, коли пандемія коронавірусу спричинила значну кількість фінансового стану підприємства та фінансового стану та фінансової стабільності. Результати аналізу індикаторів ліквідності та розчинності PJSC Ternopil-Hotel для 2021–2023 рр. Представлені в таблиці 2.

Таблиця 2.2

Оцінка показників ліквідності та платоспроможності ПрАТ «Тернопіль-готель» за 2021–2023 рр.

№ з/п	Назва показника	Роки			Нормативне значення	Відхилення віднормативу		
		2021	2022	2023		2021	2022	2023
1	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,029	0,011	0,07	$\geq 0,25$	-0,221	-0,239	-0,18
2	Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,59	0,58	0,759	$\geq 0,7$	-0,11	-0,12	0,059
3	Коефіцієнт поточної ліквідності	0,62	0,602	0,793	$\geq 1,0$	-0,38	-0,398	-0,207
4	Коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості	0,565	0,728	0,689	$\geq 1,0$	-0,435	-0,272	-0,311

Джерело: складено і розраховано за офіційними даними фінансової звітності Ф-№1 та Ф- №2 ПрАТ «Тернопіль-готель» (Додаток А, Б)

Кількість ліквідності, яку має підприємство, базується на тому, скільки його найбільш ліквідних активів він може використовувати для оплати своїх поточних рахунків. Наші результати для цього співвідношення протягом 2021-2023 років низькі, і існує негативна тенденція зменшити цей показник від стандарту в 2021 році на 0.

Щоб виміряти, як швидко компанія може отримати доступ до своїх короткострокових грошей, таких як інвестиції та дебіторська заборгованість, ми розділяємо загальну суму цих коштів на суму грошей, яку компанія заборгувала своїм постачальникам у короткостроковій перспективі. Коефіцієнт-це міра, яка оцінює ймовірність того, що підприємство погашає свої короткострокові борги, якщо він зіткнеться з серйозною ситуацією. Теоретичне найнижче значення цього показника становить 0,7, найвищий-2. Відповідно до світових стандартів, цей показник повинен звернутися до 1. Значення коефіцієнта зростає і досягає стандартного значення 0. У 2019-2020 роках цей показник мав негативний аспект, оскільки він був нижчим, ніж очікуване значення на 0.

Оборотний капітал - це різниця між поточними активами та поточними зобов'язаннями. Індикатор показує, яка частина поточних активів використовується для покриття поточних зобов'язань, які є боргами, які повинні бути сплачені протягом одного року. Цей показник має теоретичне значення 1-2,5. Значення коефіцієнта було значно нижчим, ніж очікуване значення протягом аналізованого періоду: 2021 - на 0. Тим не менш, у 2023 році спостерігалася сприятлива розробка підвищення вартості цього показника на відміну від попередніх років. Наступним кроком при оцінці фінансового становища терпіл-готелю є визначення ознак його фінансової безпеки та стабільності, що показано в наступній таблиці.

Таблиця 2.4

**Оцінювання показників фінансової стійкості та стабільності
ПрАТ «Тернопіль-готель» за 2021–2023 рр.**

№ з/п	Назва показника	Роки			Нормативне значення	Відхилення від нормативу		
		2021	2022	2023		2021	2022	2023
1	Коефіцієнт фінансової стійкості (автономії)	0,62	0,629	0,63	> 0,5	0,12	0,129	0,13
2	Коефіцієнт довгострокової фінансової незалежності	0,438	0,647	0,645	> 0,8	-0,362	-0,153	-0,155
3	Коефіцієнт фінансової залежності	1,61	1,589	1,588	<1,67	-0,06	-0,081	-0,082
4	Коефіцієнт структури капіталу (фінансування)	0,53	0,59	0,588	> 0,5	0,03	0,09	0,88
5	Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,065	0,338	0,447	> 0,3	-0,235	0,038	0,147

Джерело: складено і розраховано за офіційними даними фінансової звітності Ф-№1 та Ф-№2 ПрАТ «Тернопіль-готель» (Додаток А, Б)

Позитивна тенденція зміни показників фінансової стійкості досліджуваного підприємства відображається в таких отриманих результатах: коефіцієнт фінансової стійкості протягом аналізованого періоду знаходиться в межах норми; коефіцієнт фінансової залежності протягом років також знаходиться в межах норми; коефіцієнт маневреності власного капіталу лише у 2021 році є нижчим на 0,23 пункти від нормативного значення, у 2022-2023 р.р. він вищий від норми і спостерігається позитивна динаміка його росту відповідно за роками на 0,04 та 0,15 пункти, що є позитивним аспектом в діяльності підприємства.

Спостерігаємо лише негативну динаміку одного показника – коефіцієнта довгострокової фінансової незалежності, значення якого упродовж аналізованого періоду знаходиться не в межах норми. Зміни знайдених коефіцієнтів фінансової стійкості та стабільності ПрАТ «Тернопіль-готель» за 2021–2023 рр. відображено на рис. 2.2

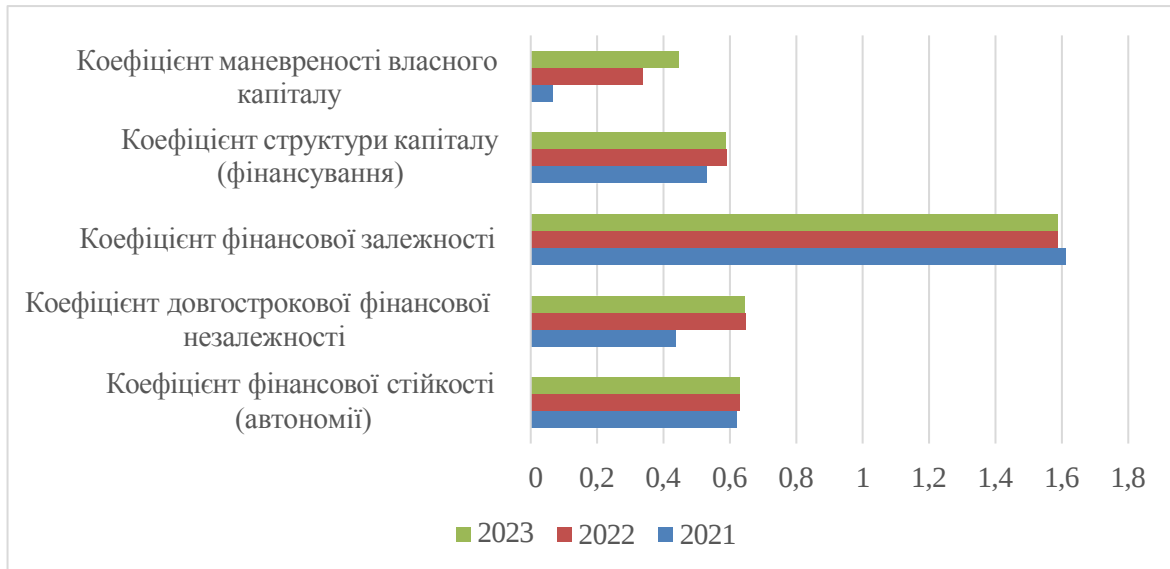


Рис. 2.2. Динаміка основних показників фінансової стійкості та стабільності ПрАТ «Тернопіль-готель» за 2021–2023 рр.

Отже, дослідивши показники фінансової стійкості та стабільності діяльності підприємства можна сказати, що ПрАТ «Тернопіль-готель» є відносно фінансово стійким готельним комплексом, однак для посилення даного стану у майбутньому потрібно вживати заходи фінансової стабілізації даних показників.

2.3. Оцінка інноваційного розвитку підприємства

Основним фактором, що визначає траєкторію економічного розвитку компаній готельно-ресторанного сектору, є використання інновацій. Вони прискорюють обслуговування клієнтів, створюють комфортні умови проживання та відпочинку, сприяють оптимальним умовам праці. Інноваційна діяльність включає розробку, створення та впровадження інновацій, а також управління ними. Зміст і сутність інноваційної діяльності аналізуються на рівні засобів виробництва та/або технічних процесів, які є ключовими елементами інноваційного процесу.

Для повного аналізу та оцінки інноваційної діяльності АТ «Тернопіль-Готель» проведемо загальний аналіз готельного ринку Тернополя. Аналіз

ринку дозволяє виявити основні тенденції та проблеми, з якими стикаються готельні компанії.

На жаль, через військові дії в Україні та обмеження на відвідування туристичних об'єктів сьогодні зменшився туристичний потік до міста. Проте перед війною кількість туристів і ділових відвідувачів загалом зросла, адже Тернопіль є важливим культурним центром. Основними туристичними об'єктами традиційно залишаються його історичні місця та озера. Крім того, місто постійно приймає переселенців із прифронтових зон і є одним із найбільших в Україні міст переселенців.

Розвиток готельної інфраструктури: За останні роки готельна інфраструктура розширилася, зокрема за рахунок міжнародних готельних мереж і місцевих готелів. Це сприяє зростанню конкуренції та покращенню якості послуг. Попит на конференц-зали та бізнес-послуги: зростання ділової активності збільшує попит на готелі з добре обладнаними конференц-залами та бізнес-центрами. Пріоритет орієнтації на клієнта: підвищена увага приділяється якості обслуговування та досвіду клієнта. Готелі активно впроваджують нові технології та інноваційні послуги для залучення та утримання клієнтів. Розвиток готельного господарства Тернополя стикається з кількома основними проблемами, які заважають перетворенню міста на привабливу туристичну дестинацію. Основні з них:

1. Недостатній розвиток готельної інфраструктури. У місті не вистачає сучасних готелів різних категорій, зокрема 4-х і 5-зіркових. Багато діючих закладів мають застаріле обладнання та технічну інфраструктуру, яка не відповідає сучасним стандартам комфорту та безпеки. Це обмежує можливості міста прийняти туристів, які вимагають якісного обслуговування.

2. Дефіцит кваліфікованих кадрів. Готельний сектор Тернополя відчуває дефіцит кваліфікованих кадрів. Відсутність системного навчання та підвищення кваліфікації працівників призводить до низького рівня обслуговування та високої плинності кадрів, що шкодить репутації міста серед туристів.

3. Погана транспортна інфраструктура. Поганий стан доріг та поганий доступ до туристичних об'єктів ускладнюють доступ до визначних пам'яток регіону, що знижує привабливість регіону для туристів, особливо іноземних.

4. Хаотична забудова та відсутність архітектурної політики. У центрі Тернополя спостерігається неконтрольована забудова, яка руйнує історичне обличчя міста. Відсутність чітких правил містобудування та охорони культурної спадщини призводить до втрати туристичної привабливості.

5. Низька інвестиційна привабливість. Високі відсотки за кредитами, труднощі з отриманням дозволів на будівництво та тривалий термін окупності готельних проєктів (6-8 років) відлякують потенційних інвесторів. Це обмежує розвиток нових готельних закладів і модернізацію існуючих.

6. Відсутність ефективного маркетингу та просування. Тернопіль недостатньо представлений на туристичній карті України та світу. Відсутність системної реклами та інформації ускладнює залучення туристів та інвесторів.

7. Недостатнє використання туристичного потенціалу регіону. Тернопільська область має багатий природний, історичний та культурний потенціал, але багато об'єктів залишаються невідомими широкому загалу через відсутність інфраструктури та належної реклами. Це обмежує можливості для розвитку туризму та гостинності в регіоні.

8. Застаріла нормативна база. Перешкодою для розвитку готельного господарства є відсутність чітких стандартів і класифікації готелів, а також складність процедур сертифікації послуг. Це ускладнює інтеграцію

9. Відсутність координації між владою та бізнесом. Низький рівень взаємодії між місцевою владою та туристичними підприємцями призводить до відсутності стратегічного бачення розвитку галузі. Це перешкоджає реалізації спільних проєктів та ініціатив, спрямованих на покращення туристичної інфраструктури.

10. Конкуренція з неформальним сектором. Широке використання неофіційної оренди житла створює нерівні умови для легальних готелів. Це зменшує доходи закладів офіційного розміщення та ускладнює їх розвиток.

Аналіз інноваційної діяльності досліджуваного підприємства вимагає розгляду кількох ключових аспектів, таких як впровадження нових технологій, модернізація послуг і продуктів, інвестиції в інновації та стратегічне управління інноваціями.

Наразі компанія використовує у своїй діяльності численні сучасні інноваційні технології, в тому числі управлінські, організаційно-технологічні, технічні, комерційні (комплексні), інформаційні, соціальні та екологічні аспекти (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Характеристика інновацій на ПрАТ «Тернопіль-готель»

Вид	Характеристика	Застосування
Управлінські інновації	Інновації, спрямовані на покращення внутрішніх і зовнішніх зв'язків через нові методи та форми менеджменту	Керівники таких ресторанів прагнуть надати своєму бізнесу унікальний імідж через оригінальне меню, високий рівень сервісу та впровадження нових методів управління й вимог до посад.
Організаційно-технологічні	Інновації, пов'язані з новими видами послуг, більш ефективними формами обслуговування	Організація свят для дітей і дорослих, екскурсій, майстер-класи, кулінарні квести, трансляція молодіжних та спортивних програм на плазмових телевізійних панелях.
Технічні	Інновації, що включають нові технічні засоби і технології для полегшення роботи з клієнтами та покращення сервісного процесу	Використання сенсорних дисплеїв і меню. Наприклад, на сенсорних дисплеях меню «Menu Board» гості та відвідувачі готелю можуть легко знайти і вивчити меню ресторанів, кафе і барів.
Ринкові	Інновації, що охоплюють різні аспекти сервісної діяльності в умовах конкуренції	Організація концептуальних ресторанів. Наприклад, у ресторані діє бутик, що пропонує ювелірні прикраси, ексклюзивні аксесуари, використовується музичний супровід заходів, послуги флористів.
Інформаційні інновації	Інновації, орієнтовані на поліпшення якості управління та контролю закладу	Використання в закладах індустрії гостинності інформаційних систем резервування, інтегрованих комунікаційних мереж, інформаційних систем управління.

Вважаємо за доцільне структурувати даний матеріал наступним чином: Впровадження нових технологій. Цифрові інновації: ПрАТ «Тернопіль-готель» впровадив сучасні технології у своїх номерах та фітнес-центрі. Наприклад, тренажери оснащені відео- дисплеями, що мають підключення до мережі Інтернет, телетрансляції та роз'єми для iPod/iPhone. Це показує, що готель активно впроваджує сучасні технології для підвищення комфорту своїх клієнтів. Інтернет та мультимедіа: Гості можуть користуватися безкоштовним Wi-Fi, а також мають доступ до сучасних LCD телевізорів з супутниковими каналами. Це стандарт у сучасних готелях, але його наявність підкреслює увагу до деталей та комфорту гостей. Оновлення послуг та продуктів.

Ресторани та заходи: ПрАТ «Тернопіль-готель» пропонує індивідуальні пакети для різноманітних заходів, включаючи конференції, банкети, весілля, гала- вечери та інші урочистості. Гнучкість у наданні послуг та можливість адаптації до потреб клієнтів є ключовим аспектом інноваційного підходу. Фітнес та оздоровлення: Наявність цілодобового фітнес-центру та сучасних саун та парних, розроблених італійським постачальником Starpool, свідчить про прагнення до впровадження новітніх світових стандартів в оздоровленні.

Інвестиції в інновації. Оновлення основних засобів: інвестиції в основні засоби, такі як оновлення обладнання у фітнес-центрі та інших зонах готелю, показують прагнення до підтримки високих стандартів якості.

Інфраструктура та зручності: вкладення в інфраструктуру, як-от сучасні конференц-зали з вбудованими LCD-проекторами та екранами, забезпечення всіх залів доступом до Wi-Fi, є важливими інвестиціями для залучення бізнес-клієнтів.

Стратегічне управління інноваціями. Орієнтація на клієнта: ПрАТ «Тернопіль-готель» активно орієнтується на задоволення потреб клієнтів, що включає як бізнес-клієнтів (через конференц-зали та переговорні кімнати), так і туристів (через надання різноманітних послуг та зручностей).

Маркетинг та залучення клієнтів: проведення спеціальних заходів, таких як романтичні вечери та інші тематичні події, свідчить про використання інноваційних маркетингових стратегій для залучення нових клієнтів та утримання існуючих.

На основі проведеного аналізу інноваційності досліджуваного підприємства, можна зробити висновок про те, що ПрАТ «Тернопіль-готель» дійсно демонструє активну інноваційну діяльність, яка включає впровадження новітніх технологій, оновлення послуг та продуктів, значні інвестиції в інфраструктуру та стратегічне управління інноваціями. Це дозволяє готелю залишатися конкурентоспроможним на ринку та пропонувати своїм клієнтам високий рівень сервісу та комфорту.

РОЗДІЛ 3

ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПРАТ «ТЕРНОПІЛЬ-ГОТЕЛЬ»

3.1. Обґрунтування інтернет-технологій як інноваційного напрямку розвитку підприємства

Враховуючи розвиток інтернет-технологій, досліджуваному підприємству ПрАТ «Тернопіль-готель» потрібно бути в тренді, постійно удосконалюватись та розвиватись, щоб бути максимально доступним для потенційних клієнтів та найбільш ефективним закладом на ринку надання готельних послуг у регіоні. На нашу думку доцільно зазначити декілька варіантів заходів щодо впровадження інновацій, які дозволять ПрАТ «Тернопіль» стати конкурентоспроможним готельним комплексом, що відповідає сучасним вимогам туристів, підвищити якість обслуговування та збільшити прибутковість підприємства.

1. Впровадження цифрових технологій.

Онлайн-бронювання та мобільний додаток. Створення або вдосконалення веб-платформи та мобільного додатку дозволить гостям зручно бронювати номери, отримувати додаткові послуги, знижки та інформацію про події.

Інтеграція CRM-системи. Впровадження системи управління взаємовідносинами з клієнтами дозволить збирати дані про вподобання гостей, формувати персоналізовані пропозиції та підвищити рівень лояльності.

2. Модернізація матеріально-технічної бази

Інтелектуальні номери (Smart Rooms). Оснащення номерів технологіями IoT (розумне освітлення, клімат-контроль, управління голосом) підвищує комфорт перебування та імідж готелю.

Енергоефективність. Встановлення енергоощадного обладнання (LED-освітлення, сонячні панелі, системи рекуперації тепла) зменшує витрати і сприяє сталому розвитку.

3. Розвиток нових послуг

Коворкінг та бізнес-зона. Облаштування робочих просторів для бізнес-туристів відповідає сучасним потребам мобільних працівників.

Wellness-зона. Впровадження SPA, фітнес-центру, йога-залів покращить привабливість готелю для туристів, які цінують здоровий спосіб життя.

4. Освіта персоналу

Постійне навчання та підвищення кваліфікації. Тренінги з обслуговування клієнтів, знання іноземних мов, навчання роботи з новими технологіями — все це забезпечить високу якість сервісу.

5. Маркетингові інновації

- **Цифровий маркетинг і SMM.** Активна присутність у соцмережах, таргетована реклама, співпраця з блогерами та онлайн-турагентствами.
- **Розробка програми лояльності.** Створення бонусної системи та акцій для постійних клієнтів сприятиме їхньому утриманню.

На сучасному етапі значного поширення набули мобільні додатки, створені для готельного підприємства, за допомогою яких можливо отримати усю важливу інформацію стосовно діяльності готелю, у т.ч. й ПрАТ «Тернопіль- готель», а саме: розташування та загальний вигляд готелю, категорія готелю, інформацію про наявність основних та додаткових послуг закладу, інформацію про стан номерного фонду та його заповненість на визначену дату, дізнатися цінову пропозицію, акції, вирішити питання онлайн бронювання, оцінити дизайн номерів готелю, замовити додаткову продукцію та послуг у готелі.

Враховуючи поточні процеси зміни незручних ноутбуків та комп'ютерів на смартфони, питання полягає в створенні мобільного додатку під назвою "Додати готельну терлопіл" для навчальної компанії для

інформування своєї діяльності, бронювання номера фонду, отримання інформації про цінову політику установи та доступність основних та додаткових послуг. Проект призначений для реалізації для 3.

Мета створення цього мобільного додатка додає готель -терпіл - стимулювати збільшення кількості активних клієнтів готелю, збільшити розміщення готельного номера, а як наслідок, збільшення продажу готельних товарів та послуг, збільшення грошових потоків підприємства. Іншим аспектом розвитку та інноваційної діяльності готелю є подальша стратегія розвитку та модифікації системи управління готельним підприємством PJSC "Ternopil-Hotel", також неможливо без впровадження новітніх технологій та в процесі управління установою. Система має на меті керувати наданням різних послуг готелю багатьом клієнтам, оскільки вона передбачає велику кількість обробки та зберігання.

Ми пропонуємо реалізацію найсучаснішої системи RMS для автоматизації основних бізнес-процесів у Ternopil-Hotel PJSC. Система призначена для сприяння зростанню системи управління; Ця система є спеціалізованим продуктом для готелів, і вона використовує різні алгоритми (математичні, статистичні та інші) для збору та аналізу інформації про діяльність готелю.

Керівництво установи може використовувати аналітичний інструмент для моніторингу коливань ринку, аналізу даних та прогнозування майбутніх тенденцій. Впровадження системи RMS в управлінській діяльності підприємства, яка дозволить підвищити ефективність управління управлінцями та забезпечить підвищення прибутковості економічної діяльності установи в майбутньому. Щоб довести, що перший проект, який має на меті зробити додаток для додавання готелю Ternopil для збільшення продажів в Інтернеті готельних послуг, є економічно ефективним, нам потрібно створити структуру, яка допоможе її розробити. Проект розділений на три фази: планування, виконання та оцінка.

Для обґрунтування економічної ефективності реалізації першого запропонованого проєкту – створення додатку Add Hotel Ternopil для забезпечення зростання он-лайн продажів готельних послуг, важливо першочергово, на етапі його розроблення, сформувати організаційну структуру забезпечення його реалізації. Організаційну структуру проєкту представимо на рис.3.1.



Рис. 3.1. Організаційна структура проєкту створення та впровадження мобільного додатку Add Hotel Ternopil в господарську діяльність підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель»

Джерело: самостійна розробка автора

Запропонована організаційна структура вимагає включення менеджера проєкту, розробника додатка, який буде найманим працівником ІТ -компаній, маркетологів проєкту та фінансовим менеджером, який виконуватиме функції бухгалтера.

Наступний крок - показати список працівників у контексті впровадження проєкту та обчислити їх зарплату та відрахування в таблиці 3.

Організаційну структуру проєкту слід вивчити, і важливо пам'ятати, що розробники додатку будуть зацікавлені в інвестуванні протягом перших 6 місяців проєкту.

Таблиця 3.1

Штатний розпис та оплата праці працівників зайнятих у проєкті

Працівники	Заробітна плата за місяць, грн.	Відрахуван-ня від заробітної плати за місяць, грн.	Місячна оплата праці з урахуванням відрахувань, грн.	Річна оплата праці з урахуванням відрахувань, грн.	Особливості
Менеджер (керівник)проєкту	25000	10375	35375	424500	Експлуатаційна фаза реалізації проєкту
Розробники додатку (адміністрування додатку) (аутсорсинг)	79500	33000	112500	1350000	Інвестиційна фаза реалізації проєкту
Маркетологи проєкту (аутсорсинг)	20000	8300	28300	339600	Усі фази реалізаціїпроєкту
Фінансовий менеджер (бухгалтер)	20000	8300	28300	339600	Експлуатаційна фаза реалізації проєкту
Всього витрат на оплату праці				2453700	

* сума відрахувань включає: ЄСВ – 22%, ПДФО – 18%, ВЗ – 1,5%.

Джерело: самостійна розробка автора

Таблиця 3.2

Штатний розпис та оплата праці при реалізації інноваційного проєкту

Працівники	Етап (розробка додатку та виходу новинки на ринок)						Етап (впровадження додатку)		
	1 міс.	2 міс.	3 міс.	4 міс.	5 міс.	6 міс.	1 рік	2 рік	3 рік
Менеджер проєкту					35375	35375	424500	424500	424500
Розробники додатку	112500 *	112500	112500	112500	112500	112500	240000**	240000	240000
Маркетологи проєкту					28300	28300	339600	339600	339600
Фінансовий менеджер (бухгалтер)					28300	28300	339600	339600	339600
Всього	112500	112500	112500	112500	204475	204475	1343700	1343700	1343700
Всього за 3 роки	4890050								

*- оплата праці за розробку та налаштування системи рекламування додатку; ** - оплата праці за адміністрування додатку.

Маркетологи проекту будуть оцінені своїми діями під час останніх етапів розробки додатків (приблизно за 5-6 місяців до закінчення проекту), і переконається, що мобільний додаток додає готелю Ternopil, привертає велику увагу та підтримку громадськості для структури також включає фінансового менеджера, який буде обробляти фінансові ресурси та бухгалтерські політики та бухгалтерський облік. Як результат, загальна вартість створення організаційної структури управління цим інноваційним проектом буде 2453 UAH. Сума грошей, витрачених на проект, становила близько 4890 тис. Uaа за весь рік. Цей проект пройшов різні етапи під час його розвитку.

Основна мета маркетингової кампанії для мобільного додатку додає готель -терпіл - сприяти її різним рекламним методам. Реклама також відбудеться на Kickstarter Kickstarter, Indiegogo.

3.2. Розроблення, впровадження та оцінювання економічної ефективності проєкту створення мобільного додатку Add Hotel Ternopil

Основна мета цього проекту-створити мобільний додаток додавання-готелю Ternopil у власних родовищах Googleplay або AppliapStore, а також покращити репутацію досліджуваного підприємства Ternopil-Hotel з позитивною версією мобільної версії програми, яка отримала високі рейтинги, залучатиме все більше реальних користувачів. Щоб зробити мобільний додаток успішним, додайте готель Ternopil, необхідний для використання маркетингових інструментів, які будуть використовуватися в два рази: коли програма буде зроблена та коли вона буде готова до продажу.

План маркетингу проєкту створення та впровадження мобільного додатку Add Hotel Ternopil в господарську діяльність ПрАТ «Тернопіль-готель»

Інструменти маркетингу	Бюджет витрат за період реалізації проєкту, грн.	Структура витрат, %
Етап розробки та виведення мобільного додатку на ринок		
Маркетингове дослідження ринку	1078	15
Створення сайту, Fb – рекламної сторінки, Instagram сторінки додатку, Telegram–сторінки, Yt–каналу додатку	2156	30
Рекламування виходу додатку	718	10
Презентація прототипу та функціоналу додатку	3233	45
Всього (етап розробки та виведення мобільного додатку на ринок)	7185	1,42
Етап впровадження додатку		
Публікація матеріалів в спеціалізованих ЗМІ	10076	2,02
Контекстна реклама (GoogleAdWords і ін.)	28782	5,77
Банерна реклама	28782	5,77
Виведення додатку в ТОП GooglePlay або AppleAppStore і створення позитивного рейтингу хорошими оцінками і відгуками	230353	46,18
Реклама у блогерів + прямий продаж	50380	10,1
Реклама в інших додатках	12969	2,6
Рекламне і передпродажне розміщення на краунфандингових платформах KickStarter, Indiegogo	71979	14,43
Реклама в соціальних мережах (Facebook, Youtube, Instagram і ін.)	50380	10,1
Презентація додатку та його основних змін	9727	1,95
Рекламні заходи (акції, розпродажі, промо-період)	5387	1,08
Всього (етап впровадження)	498815	98,58
Загальна сума витрат на маркетинг	506000	100

Джерело: самостійна розробка автора

Розрахункові дані представлені у таблиці 3.3. засвідчують те, що розмір маркетингових витрат протягом досліджуваного періоду становить 506 тис. грн., при цьому на етапі розробки та виведення додатку на ринок плануються витрати розмірі 7,19 тис. грн., а на етапі впровадження та адміністрування

додатку Add Hotel Ternopil розмір витрат значно збільшиться та становитиме 498,82 тис. грн. або 98,58% усіх витрат на маркетингові заходи.

Проект спрямований на розробку та ринок мобільного, додає готель-терпіл, що збільшить кількість послуг готелю, бронювання та репутацію PJSC "Ternopil-Hotel" як сучасну та креативну компанію. Для здійснення цього проекту слід також згадати витрати на патентування запропонованої заявки на додаток до готелю, вони призначені на перший рік заявки і коштуватимуть 108000 UAH. Таким чином, основні початкові витрати на розробку та впровадження мобільного додатка The Add Hotel Ternopil протягом перших 1,5 років становили 3067,7 тисяч Uаa. І представлені в таблиці 3. 4, у наступні роки вони зменшаться.

Таблиця 3.4

**Витрати для розробки та впровадження до реалізації проекту
мобільного додатку Add Hotel Ternopil**

Стаття витрат по проекту	Сума витрат, тис. грн.	Структура витрат, %
Витрати на оплату праці та відрахування на соціальні заходи	2453,7	80
Маркетингові витрати	506	16
Витрати на патентування додатку	108	4
Всього витрат	3067,7	100

Джерело: самостійна розробка автора

Наступні роки запропонованого мобільного застосування додавання готелю Ternopil призведе до збільшення кількості бронювання для готельних номерів та продажу додаткових послуг, що надаються готелем, наприклад, послугами ресторанів, послугами Sauna, послугами конференц-залів та додатковими грошима, заробленими на продаж більше готелів та інших послуг за допомогою мобільного додатка в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

**Доходи від реалізації готельних послуг за рахунок використання
мобільного додатку Add Hotel Ternopil ПрАТ «Тернопіль-готель»,
тис.грн.**

Доходи	6 міс.	2024 (план)	2025 (план)	2026 (план)	Всього
Від реалізації готельних послуг	0	4200	4700	5500	12400
Від реалізації послуг ресторану	0	300	1600	2000	3900
Від реалізації послуг сауни	0	200	300	450	950
Від реалізації послуг конференц-залу	0	150	200	350	700
Від реалізації додаткових послуг	0	150	200	700	1050
Всього доходів	0	5000	7000	9000	19000

Джерело: самостійна розробка автора

Результати дослідження представлені в таблиці 3. 5, показують потенційне збільшення кількості доходу досліджуваного підприємства PJSC "терпіл-готель" за допомогою використання мобільного застосування готелю Ternopil протягом трьох років, зокрема, протягом 2024 року загальна кількість доходів від продажу готельних послуг через використання мобільних заяв збільшиться на 5000,2. збільшиться до 9000 тисяч Уаа. Для цього проекту важливим та позитивним явищем є збільшення розміру доходу, оптимізації витрат та забезпечення збільшення чистого прибутку в результаті впровадження запропонованого проекту (табл. 3. 6).

Таблиця 3.6

**Фінансові результати від реалізації проєкту створення та
впровадження мобільного додатку Add Hotel Ternopil**

Показник	6 міс.	2024 рік	2025 рік	2026 рік	Всього
Всього додаткових доходів за рахунок впровадження додатку	0	5000	7000	9000	21000
Всього маркетингові витрати	0	166,27	166,27	166,28	498,82
Всього витрат на оплату праці	858,95	1343,7	1343,7	1343,7	4890,05
Витрати на патентування	0	108	0	0	108
Прибуток до оподаткування	-858,95	3382,03	5490,03	7490,02	15503,13
Податок на прибуток (18%)	0	608,77	988,21	1348,20	2945,17
Чистий прибуток проєкту	-858,95	2773,26	4501,82	6141,82	12557,96

Джерело: самостійна розробка автора

Дані представлені в аналітичній таблиці 3. 7, вказують на високу ефективність впровадження проекту розробки та впровадження мобільного застосування додавання готелю-терлопіля, оскільки з першого року впровадження компанія повинна отримувати позитивні грошові потоки, зокрема протягом першого року PJSC "Ternopil-Hotel" 450 тисяч UAH, під час 2026 6141,82 тисяч. Сума грошей, яка надходить і виходить з компанії через три роки, буде 12557. Крім того, прибутковість послуг досить висока через проект створення мобільного додатку під назвою Add Hotel Ternopil: Rreal.

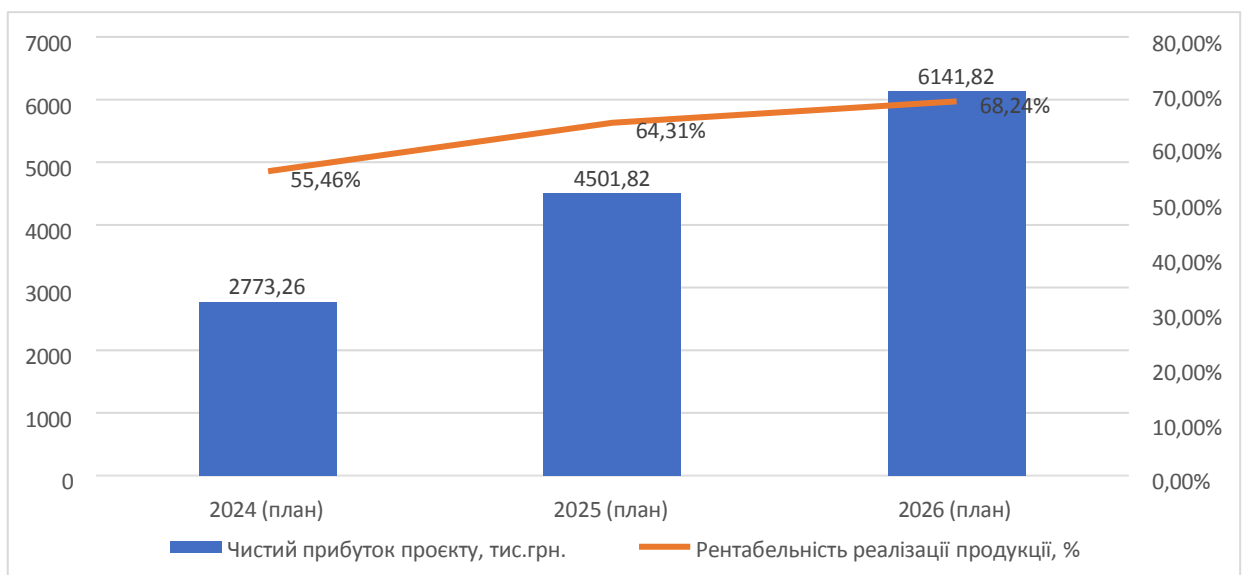


Рис. 3.2. Показники чистого прибутку та рентабельність реалізації готельних послуг за рахунок проєкту впровадження мобільного додатку AddHotel Ternopil

Джерело: самостійна розробка автора

Розрахункові дані засвідчують зростання рівня рентабельності протягом періоду реалізації проєкту, відповідний показник протягом 2024 року реалізації проєкту за проведеними розрахунками складе 55,46% (на 1 грн. реалізації готельних послуг готельне підприємство отримуватиме 0,5546 грн. чистого прибутку), протягом 2025 року складатиме 64,31%, протягом 2026 року – 68,24%. Протягом усього періоду реалізації проєкту (3,5 років) кумулятивний чистий прибуток становитиме 12557,96 тис.грн., що переважає розмір початково вкладених у проєкт коштів у сумі – 3067,7 тис.грн.

Відповідно, розрахуємо індекс прибутковості на інвестований капітал у даний інноваційний проєкт ПрАТ «Тернопіль-готель»: $ПІ = 12557,96 / 3067,7 = 4,09$. Таким чином, запропонований проєкт створення та впровадження мобільного додатку Add Hotel Ternopil дасть можливість не тільки збільшити розміри доходів від реалізації послуг та забезпечити наявність чистого прибутку ПрАТ «Тернопіль-готель».

ВИСНОВКИ

Впровадження інновацій тривалий час викликало інтерес до суспільства, але лише на початку XX століття такі поняття, як "інновація", "інноваційна діяльність" та "впровадження інновацій", отримали перші наукові дослідження та обґрунтування. Один із засновників з теорії інновацій вважається Дж. Шумпетером першим, хто використовував та визначив термін "інновації".

Різноманітність інновацій зростає завдяки розширенню його обсягу. Для того, щоб систематизувати та поглибити суть різних типів інновацій науковцями та практиками, класифікація інновацій була розроблена за різними ознаками класифікації, наприклад, джерелами появи, різновидами інновацій, з точки зору використання, у рівні новизни, з точки зору використання, ступенем впливу, темпом тощо. .

Інновації стали важливішими в тому, як працює бізнес, що призвело до створення окремого фокусу - інновації. Пізніше стало необхідним покращити спосіб організації інноваційного процесу та зробити його більш ефективним у компанії. Як результат, це були різні фази інновацій у компанії: створення та застосування інноваційної концепції; виробництво та пропонування інноваційних товарів чи послуг; Досягнення основних результатів інноваційної роботи.

Наше дослідження зосереджено на готельному бізнесі в місті Троніпіл, який розташований в самому центрі міста і знаходиться поблизу багатьох історичних місць та будівель.

Згідно з дослідженням та аналізом основних технічних та економічних показників та показників фінансового стану "Тернопіл-готель", фінансової та економічної діяльності та фінансового стану підприємства зменшився у 2021 та 2022 роках, головним чином, що завдяки поширенню, наприклад, зменшення вартості численних прибутку та прибутку компанії, зароблених від продажу продуктів та послуг, та різниці між суттєвими прибутками. У той же час, підприємство має достатню фінансову стабільність, зосереджуючись на власному капіталі, високому (хоча і зменшенню), є показники ліквідності та ділової активності, низький дохід та показники прибутковості економічної активності підприємства низькі. .

Тим не менш, у 2023 році ситуація стала більш стабільною та посиленою порівняно з попередніми 2022-2021 роками. Компанія PJSC "Hotel Ternopil" відчуває позитивну тенденцію до своїх активів, доходів від продажу продукції та послуг, валового та чистого прибутку, ліквідності та платоспроможності, бізнес -активності, фінансової стабільності та прибутковості.

Місія досліджуваного підприємства ПрАТ «Тернопіль-Готель» – запропонувати своїм потенційним клієнтам якісний сервіс та спокійне та вишукане середовище проживання, створюючи при цьому атмосферу святковості, комфорту та добробуту. При цьому стратегічними завданнями компанії є: забезпечення конкурентної переваги на місцевому ринку готельно-ресторанних послуг; зміцнити свої позиції на поточних і стратегічних ринках продажу готельно-ресторанних послуг; досягти передового досвіду в готельно-ресторанній індустрії; а також запроваджувати передові практики управління та продуктивності.

Аналіз інноваційного характеру досліджуваної компанії дозволяє зробити висновок, що ПрАТ «Тернопіль-Готель» демонструє справжню інноваційність, зокрема впровадження новітніх технологій, модернізацію послуг і продуктів, значні інвестиції в інфраструктуру, стратегічний

менеджмент інновацій. Це дозволяє готелю залишатися конкурентоспроможним на ринку та пропонувати своїм гостям високий рівень сервісу та комфорту.

Для підвищення майбутньої прибутковості компанії пропонується вдосконалити організаційну структуру готелю. Це запровадить лінійно-функціональну модель, яка передбачає ліквідацію та консолідацію певних посад, у тому числі адміністративно-управлінського персоналу (16 осіб) та обслуговуючого персоналу (32 особи). Також планується здача в оренду існуючих конференц-залів.

У рамках впровадження інновацій та активізації інноваційної діяльності ПрАТ «Тернопіль-готель», а також стимулювання зростання онлайн-продажів компанії пропонується реалізація інноваційного проекту з розробки та просування мобільного додатку «Add Hotel Ternopil». Даний проект спрямований на стимулювання зростання кількості бронювань номерів у закладі, що, зі стратегічної точки зору, забезпечить збільшення обсягу проданих послуг та підвищення прибутковості закладу. Реалізація даного проекту також спрямована на підвищення іміджу закладу як розробника та постачальника інноваційних технологій в господарському процесі готельного бізнесу. Основними витратами на реалізацію будуть: витрати на оплату праці та відрахування на соціальні заходи працівників готелю в сумі 2453,7 тис. грн.; маркетингові витрати становитимуть 506 тис. грн.; витрати на патентування заявки (заплановані в перший рік від розробки заявки) становитимуть 108 тис. грн. Загальна вартість реалізації проекту впровадження мобільного додатку Add Hotel Ternopil становитиме 3 067,7 тис. грн. За перші півтора року реалізації проекту витрати зменшаться, надалі. Результати проведеного аналізу засвідчують значну ефективність та швидку окупність реалізації проекту створення і впровадження мобільного додатку Add Hotel Ternopil в господарську діяльність підприємства. За перший рік реалізації проекту підприємство отримає чистий прибуток у розмірі 5279,25 тис. грн., другий – 6099,25 тис. грн., протягом третього –

7739,24 тис. грн. Індекс рентабельності реалізації проєкту становитиме 4,09 пункти, відповідно на 1 грн. вкладених у проєкт коштів підприємство отримуватиме 4,09 грн. чистого прибутку, а рентабельність реалізації готельних послуг варіюватиметься від 55,46% у 2023 році до рівня 68,24% у 2025 році.

Запропонований проєкт розробки та просування мобільного додатку Add Hotel Ternopil є економічно вигідним, відповідно слід пропонувати адміністрації закладу реалізувати його уже в найближчій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Теребух А.А. Інноваційний імператив економічного розвитку. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>
2. Dudkin P. D., Vladymyr O. M., Kuzhda T.I. Innovation Management: tutorial. Ternopil : FOP Palyanytsya V.A., 2015. 87 p.
3. Владимир О. Развитие инновационного производства – шлях подолання бідності. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 25 травня 2020. Львів:Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 289-290. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/33353/1/Vladymyr_Lviv.pdf (дата звернення 20.04.2025)
4. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV. Декалюк О. В. Методичні підходи до стратегічного управління готельно-ресторанним бізнесом. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2019. № 2(2). С. 261-264.
5. Янковська О. І. Еволюція моделей інноваційного процесу. *Економіка. Управління*. Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2009. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2009_2_44.pdf. (дата звернення 20.04.2025)
6. Чухрай Н. І., Лісовська Л. С. Управління інноваціями: навч. посіб. Львів: Вид-во Львів. Політехніки, 2015. 277 с. URL: https://pidru4niki.com/83654/investuvannya/upravlinnya_innovatsiyami (дата звернення 20.04.2025)
7. Саненко Л.І. Принципи впровадження інноваційних технологій в готелях та їх переваги. *Науковий простір Європи – 2010*: матеріали конференції. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/sanenko.htm
8. Владимир О. Еволюція дизайну об'єктів готельно-ресторанного бізнесу: від функціонального до системного підходу. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 2021. Т.4. Вип.1. С. 45-58. URL: <http://demiurge.knukim.edu.ua/article/view/236119/234764> (дата звернення 20.04.2025)
9. Владимир О. М. Еволюційні зміни у розумінні дизайну об'єктів готельно-ресторанного бізнесу. *Дизайн після епохи постмодерну: ідеї, теорія,*

практика: матер. Всеукр. наук.-практ. конф., 15-16 квітня 2021 р. Київ: КНУКіМ, 2021. С. 51-56. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/35045/1/Konferencija> (дата звернення 20.04.2025)

10. Головка О.М., Камнов Н.С., Махлинець С.С. Організація готельного господарства : навч. посіб. К. : Кондор, 2011. 410 с.

11. Гросул В.А. Особливості формування конкурентних стратегій підприємств ресторанного господарства. URL: <http://www.economy-confer.com.ua> (дата звернення 20.04.2025)

12. Декалюк О. В. Методичні підходи до стратегічного управління готельно- ресторанним бізнесом. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2019. № 2(2). С. 261-264.

13. Завідна Л.Д. Стратегічне управління розвитком підприємства готельного господарства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Випуск 23. Частина 2. 2019. С.8-12.

14. Захарченко Ю.І., Занора В.О. Стратегічне управління: узагальнення різновидів стратегій підприємств готельно-ресторанного господарства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. №5. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/5-2018-ukr> (дата звернення 20.04.2025)

15. Левченко Т.П., Баранова А.Ю. Економічні основи управління гостинністю. *Проблеми сучасної економіки*. 2020. № 2. С. 421–125.

16. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика: навч.посібн. К.: Центр навч. літ-ри, 2012. 472 с.

17. Малюга Л.М., Загороднюк О.В. Конкурентоспроможність підприємств ресторанного бізнесу. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. Випуск2 (25). С. 241 – 244.

18. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2019. 344 с.

19. Офіційний сайт підприємства ПрАТ «Тернопіль-готель». URL: <http://ternopilhotel.pat.ua/> (дата звернення 20.04.2025)

20. Документи звітності ПрАТ «Тернопіль-готель» за 2022-2023 р.р.

URL: <http://ternopilhotel.pat.ua/documents/zvitnist> (дата звернення 20.04.2025)

21. Річна інформація емітента цінних паперів ПрАТ «Тернопіль-готель» за 2023 рік. URL: <http://ternopilhotel.pat.ua/files/builders/emitants/2023> (дата звернення 20.04.2025)

22. CRM системи: рейтинг найпопулярніших рішень в Україні. URL: <https://lightspider.net/top-5-crm-dlya-biznesa-v-ukraine/> (дата звернення 20.04.2025)

23. CRM-стратегія та її місце в управлінні компанією. URL: <https://forinsurer.com/public/03/02/17/290> (дата звернення 20.04.2025)

24. Савченко О.В. CRM-системи готельно-ресторанних підприємств та погляди на оцінку їх ефективності. URL: <http://elar.khmnmu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5557/1/31.pdf> (дата звернення 20.04.2025)

25. Гищук Р., Крецький О. Чинники формування поведінки споживачів послуг рекреації та гостинності в Україні, спричинені посттравматичним стресовим розладом. The XVIII International Scientific and Practical Conference «Actual scientific ideas of the development of the latest technologies», May 06-08, 2024. Lisbon, Portugal. PP. 65-67 (260 p.) ISBN – 9-789-40372-400-3.

26. Хитрова О. Готельно-ресторанний бізнес у воєнний час: виклики та напрями відновлення. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2022. Вип. III (87). Економічні науки. С. 70-84. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSUNU_2013_16_44 (дата звернення 04.04.2025). DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2022-3.87.05>.