

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

Кваліфікаційна робота

бакалавра

на тему: «Розробка концепції готелю класу «люкс» з ігорною зоною»

Виконав: студент 4 курсу групи УГР-41
Освітньої програми «Готельно-ресторанна
справа» за спеціальністю 241 «Готельно-
ресторанна справа»
Лебедев Дмитро Денисович

Керівник:
д.е.н., проф. Жихор Олена Борисівна

Рецензент:

Підсумкова оцінка за шкалою ЗВО:

Кількість балів: _____
Голова Екзаменаційної комісії

(підпис) (прізвище та ініціали)

Харків – 2023 рік

Міністерство освіти і науки України
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.Н. КАРАЗІНА

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Студента Лебедев Дмитро Денисович

Курсу VI групи УГР-41

Тема кваліфікаційної роботи «Розробка концепції готелю класу «люкс» з ігорною зоною»

затверджена наказом від “24” 03 2023 №4002-5/591

Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Сучасні світові тенденції розвитку готельної індустрії	25.12.22	
Розробка та обґрунтування концепції готелю з ігорною зоною	20.02.23	
Концептуальне проектування основних частин готелю	15.05.23	

Термін подання дипломної роботи на кафедру 10.06.2023 р.

Термін та результати попереднього захисту (допуск/недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 22.05.2023 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ _____ професор О.Б. Жихор

Дата видачі завдання 07.05.2023 р.

Завдання прийняте до виконання дипломником _____ Д.Д. Лебедев

Завідувач кафедри

міжнародної електронної комерції

та готельно-ресторанної справи _____ доцент Н. І. Данько

АНОТАЦІЯ

Лебедев Д.Д. «Розробка концепції готелю класу «люкс» з ігорною зоною».

Роботу присвячено розробці концепції готелю класу «люкс» з ігорною зоною, яка спрямована на розширення функціональних можливостей закладу та збільшення дохідної складової. Проєкт спрямовано на розвиток ігорної галузі разом із забезпеченням розвитку туристичної галузі, збільшення кількості готелів найвищого класу у м. Харків, розвитку та розширення готельної галузі, підвищення якості послуг. Проведені дослідження надання ринку ігорних послуг у складі готельних підприємств та перспективи розширення цього ринку в Україні, застосування ефективних міжнародних практик для функціонування симбіозу готелю та ігорної складової.

Ключові слова: ігорна зона, підвищена комфортність, готель класу «люкс, проектування номерного фонду, технічне оснащення, рівень доходів, додатковий прибуток, гремлінг.

ANNOTATION

Lebedev D. Development of the concept of a «luxury» hotel with a play area.

The work is devoted to the development of the concept of a "luxury" hotel with a gaming area, which is aimed at expanding the functional capabilities of the facility and increasing the income component. The project is aimed at developing the gaming industry along with ensuring the development of the tourism industry, increasing the number of top-class hotels in the city of Kharkiv, developing and expanding the hotel industry, and improving the quality of services. Conducted research on the provision of gaming services market as part of hotel enterprises and the prospects of expanding this market in Ukraine, the application of effective international practices for the functioning of the symbiosis of the hotel and the gaming component.

Keywords: gaming zone, increased comfort, luxury hotel, design of room stock, technical equipment, level of income, additional profit, gremling.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	5
1.1 Розвиток індустрії гостинності в сегменті класу «люкс».....	5
1.2 Етапи розвитку індустрії гостинності класу «люкс».....	8
1.3 Світові практики та досвід запровадження грального бізнесу.....	11
РОЗДІЛ 2 РОЗРОБКА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ГОТЕЛЮ З ІГОРНОЮ ЗОНОЮ.....	20
2.1 Стан функціонування ігорного бізнесу в світі та перспективи його розвитку	20
2.2 Аналіз ігорного бізнесу України та обґрунтування моделі грального закладу	30
2.3 Тренди та тенденції комунікацій сфери гостинності класу «люкс».....	40
РОЗДІЛ 3 КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ПРОЄКТУВАННЯ ОСНОВНИХ ЧАСТИН ГОТЕЛЮ «LUCKY CASE»	46
3.1 Проєктування основних приміщень готелю «Lucky case».....	46
3.2 Технічне оснащення ігорної зони готелю «Lucky case».....	54
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	58
ДОДАТКИ.....	61

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми. Розвиток готельної індустрії в Україні є перспективним та необхідним завданням, незважаючи на складнощі випробувань останніх років. В наслідок шоківих потрясінь економіка держави зазнала та зазнає витрат та зниження економічного росту. Це явище пояснюється зниженням ефективності роботи промислового сектора, який є основним постачальником доходів та валютних надходжень до країни. Як і у будь-які часи нормалізація ситуації політичного та соціального характеру стане неодмінною і той самий момент знадобиться «локомотив», який має в певний момент почати рух в напрямку розвитку та зростання економіки. За прогнозами низки експертних середовищ, по закінченні кризових явищ в Україні, відбудеться активний розвиток туризму при чому зовнішнього туризму. А отже на той час готельна індустрія повинна бути готова до прийому туристичних потоків. Таким чином проведення робіт зі створення інноваційних проєктів готельних підприємств є своєчасною та необхідною для вирішення задачею.

Актуальність теми. Виходячи з потреби індустрії гостинності в створенні нових проєктів готелів та інноваційних концепцій функціонування цих закладів доцільним є проведення досліджень в цьому напрямку. Сучасні готелі різного рівня, незважаючи на свою оригінальність, історію становлення та розвитку, приносять сталий дохід і за своїми функціональними можливостями іноді стикаються з питаннями необхідності активізації продажів послуг. І навіть досягнення ста відсотків зайнятості місць не виводить дохідну частину підприємства на необхідний рівень. У зв'язку з чим актуальним стає завдання розширення формату та переліку послуг, що надаються на території готелю. Одним з таких видів послуг в готелях високого класу – класу люкс можливим є відкриття ігорних зон як додаткових напрямків отримання доходів і як наслідок збільшення податкових видатків до бюджету. Разом з зі збільшенням дохідної частини готелю передбачається і збільшення кількості валютної частини на внутрішньому ринку за рахунок залучення іноземних туристів з країн де азартні ігри знаходяться під заборонаю або обмежені у використанні. Крім цих суто майнових питань буде вирішено складне та

довготривале питання виходу азартних ігор з тіньової економіки та перехід цього напрямку в цивілізовану площину. Отже вирішення зазначених питань підтверджують актуальність поставленої задачі щодо розробки концепції проєктних рішень готелю класу з ігорною зоною.

Об'єкт дослідження. Концептуальні рішення закладу готельного господарства класу люкс з ігорною зоною.

Предмет дослідження. Аналіз перспектив впровадження ігорної зони в готелях класу люкс, проєктні заходи щодо формування концептуальних основ роботи казино.

Ступінь вивчення проблеми. Сучасний ринок готельних послуг в обмеженому форматі надає ігорні послуги. Це обґрунтовано низьким рівнем законодавчої та нормативної бази щодо організації цих послуг. Питанням впровадження ігорних зон в готелях класу «люкс» на сьогодні займається обмежена кількість підприємців та науковців.

Мета роботи. Проведення проєктних робіт на основі розробленої концепції готелю класу «люкс» з ігорною зоною».

Завдання дослідження. В процесі проведенні досліджень слід було вирішити низку науково-практичних завдань:

- провести дослідження розвитку індустрії гостинності в сегменті класу «люкс»;
- проаналізувати світові практики та досвід запровадження грального бізнесу;
- провести дослідження функціонування ігорного бізнесу в Україні та перспективи його розвитку;
- провести проєктні роботи основних приміщень готелю та ігорної зони.

Методи дослідження – аналіз статистичних даних та літературних науково-довідникових джерел.

Джерела інформації – статистичні дані, наукові статті, періодичні видання, навчально-методичні видання, електронні ресурси.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, 3 розділів, висновків, містить 58 сторінок тексту, 10 рисунків, 11 таблиць, 4 додатків. Список джерел включає 30 найменувань літератури.

РОЗДІЛ 1. СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

1.1 Розвиток індустрії гостинності в сегменті класу «люкс»

На теперішній час у готельній індустрії існує більше 30 систем, які допомагають класифікувати готелі за конкретними категоріями. Основними класифікаційними ознаками в таких системах є: рівень комфорту та сервісу, повнота спектру послуг, якість надання сервісу.

Згідно систем класифікації наведених у низці літературних джерел, зокрема підручнику авторського колективу з редакцією Я.В. Брича [1] «Організація готельної справи», де автор перераховує найпопулярніші системи класифікації готелів, найпоширенішою є «Зоряна» система. Ця система була створена в 1958 році і була путівником для родин, що подорожують Сполученими Штатами Америки і потребують послуг помешкання та харчування певного рівня. Всесвітня туристична організація пропонує цю систему як найпоширенішу, і як одну з найбільш сформованих на даний момент. У цій класифікаційній системі готелі вищої категорії отримують п'ять зірок, а готелі найнижчої категорії відповідно одну зірку. Ці заклади у 1937 році Американська автомобільна асоціація (AAA) почала перевіряти на предмет рівня здаваних кімнат та рівня якості обслуговування в ресторанах. Вона дещо трансформувалась до наших днів, проте набула чіткої класифікаційної структури і з'явилася Алмазна рейтингова система – AAA. Ця система також оцінює сервіс та послуги, що надаються готелями. В даному випадку критерієм оцінки рейтингу є від одного до п'яти алмазів.

Крім двох згаданих і найпоширеніших у світі систем класифікацій готелів, використовуються також система «літери» у Греції, «корон» в Англії, а також системи троянд, метеликів, пірамід, сонць у деяких інших країнах. На теперішній час єдиної загально прийнятої системи класифікації не існує, але заклади приблизно однаково розуміють якісні показники надаваних послуг.

Також слід відзначити, що у світі ще не існує єдиної організації, яка б займалася розробкою та стандартизацією загальної системи критеріїв для оцінки готелів та пропонованих ними послуг.

Для вирішення поставленої нами задачі на проектування готелю класу «люкс» доцільним є визначення критеріїв оцінки цього поняття.

Великий Оксфордський словник тлумачить слово «готель» [2], як заклад, що надає проживання, харчування та інші послуги для мандрівників та туристів. Слід зауважити, що термін *hôtel* з'явився лише у XVIII столітті у Франції та означав міський палац магната, місце перебування представництва іноземної держави, міської влади, тощо. По мірі розвитку та формування готельної сфери це поняття змінило дещо свій вектор і розширилося у своїй суті.

Аналізуючи такі терміни, як «розкіш» та «люкс» слід розуміти, що ці поняття є неодмінною складовою закладів готельного господарства певних категорій або «зірок». Переклад з англійської слова «luxury» виділяє кілька значень: розкіш і багатство, надмірність, надлишок, насолоду і велике задоволення. А з французької слово «*luxe*» має ідентичне значення. Вочевидь цей термін в обох мовах походить від латинських термінів «*lux* – світло» і «*luxus* – надлишок». Той самий Оксфордський словник також визначає розкіш як стан значного комфорту або елегантності, і супроводжується великими майновими витратами. Більшість дослідників, які приділяли увагу поняттю «люкс» та «розкіш» відзначають, що ці терміни є синонімами і пропонують їх сприймати тотожно. На нашу думку така пропозиція є доцільною і в подальшому буде використовуватись у роботі з терміном «люкс».

Німецький дослідник К. Хейн [4], який спеціалізується на вивченні управління люксовими брендами та споживчою поведінкою, у своїй книзі «*The Concept of Luxury Brands*» представив поняття розкоші, зауважуючи, що, хоча оцінка винятковості ресурсів, які ми могли б назвати розкішними, проводиться всім суспільством, поряд із цим бажаність ресурсів та поява розкоші визначається вищим класом. Автор визначає розкіш, як «дуже бажане і незвичайне, що виходить за рамки необхідних потреб» [3].

Також, Ж. Н. Капферер і В. Бастьен [5] у своїй роботі «*The Luxury Strategy*» виокремлюють кілька основних напрямів, до яких вдавалися

дослідники для визначення концепції розкоші. За пропозицією авторів, можна виділити шість основних способів:

- Перший – демократичний спосіб, у якому потенційних клієнтів запитують, що їм означає розкіш.
- Другий шлях – елітарний, коли під розкішшю розуміється лише те, що виділяє собі вищий клас суспільства.
- Третій спосіб є звернення до експертів, завдання яких входить визначення території смислів цього поняття.
- Четвертий маршрут автори визначають як емпіричний, що означає, що до розкоші належить лише обмежена група люксових брендів.
- П'ятий спосіб є корпоративним, у якому країни, що виробляють розкішні товари та послуги, визначають, що є розкішшю для них.
- Шостий спосіб є опитування самих розробників розкішних товарів та послуг у тому, якими поняттями, критеріями і цінностями вони апелюють у процесі створення.

Таким чином, цілком імовірно, що загальноприйнятим поняттям «розкоші», що включає всі властивості, перераховані вище, стало б дуже широким. Для оптимізації найбільш вагомих понять слід звернути увагу на роботи Капферера і Бастьєна. Вони у своїй роботі звертають увагу на те, що розкіш за визначенням якісна, а не кількісна і що добрий смак не визначається за допомогою чисельності люксових товарів. Далі важливим буд і той факт, що при знайомстві споживача з концепцією розкоші більше значення у мотивації їх споживання товарів чи послуг матиме гедонізм, ніж функціональність. Також неможливо сумніватися у важливій ролі такої характеристики розкоші, як мультисенсорність, коли дія відбувається на максимальну кількість почуттів у людини. Крім того, виходячи з вказаного, впливає той факт, що розкіш включає сильний естетично-психологічний аспект. Автори зауважують, що незважаючи на те, що естетична насолода безумовно залежить від соціального та культурного середовища, проте залишається дуже особистою. [6] І останньою характеристикою автори визначають те, що розкіш – це соціальний

феномен, завдяки чому він повинен мати сильний людський зміст та походження.

В докладному огляді досліджень готелів підвищеної комфортності за останні два десятиліття, зробленому І. Чу, готель класу «люкс» визначається як «висококласний готель, який коштує дорожче, ніж середнє розміщення» [7]. Помилковим може стати припустити, що таке визначення повністю відбиває всі властивості і показники, властиві цьому явищу.

К. Енц у своїй праці зауважує, що ринок готелів класу «люкс» визначатиметься тоді, коли готелі надаватимуть висококласні номери для задоволення потреб клієнтів у покращених номерах та за ціною, яку пропонує готель та приймає гість [8].

Проведений аналізу понять і характеристик дозволяє сформулювати конкретне визначення поняття готелю класу «люкс». Згідно цього поняття слід розуміти – «готель класу люкс» це висококласне підприємство індустрії гостинності, що надає своїм гостям незабутні психологічні враження задоволення від комфортного проживання, харчування та інших високоякісних послуг персонального обслуговування.

1.2 Етапи розвитку індустрії гостинності класу «люкс»

Індустрія сфери гостинності класу «люкс» має довготривалу історію розвитку, яка в ході свого спільного розвитку з науково-технічним прогресом по всьому світу встановили свої закони та характерні ознаки. Розвиток світової готельної справи тісно пов'язаний з розвитком і популяризацію такого явища як подорожі різного рівня та цілей. Адже саме мандрівники в першу чергу і потребували тимчасового помешкання та харчування. За різними даними більш як за 2 тис. років до н.е. почали з'являтися перші прообрази готельних підприємств. У Стародавній Греції та Стародавньому Римі почали відкриватися таверни та хоспітеуми (Hospitiums – дивний будинок, університетський студентський гуртожиток). Припускають, що від слова хоспітеум з плином часу і зародилося слово «готель» (hotel).

В часи раннього Середньовіччя мандрівка була доволі небезпечним заходом і цей факт негативно вплинув на темпи розвитку індустрії за історичними довідками відзначався певний занепад «готельного бізнесу». В ті часи ночівлі шукали в основному паломники-пілігрими подорожуючи до святих місць. Таким чином єдиним безпечним місцем, де вони могли отримати все необхідне, стали монастирі. Одним з позитивних явищ для розвитку «гостинного бізнесу» в Європі, був указ Карла Великого. Цим документом передписувалось всім монастирям і церквам утримувати «гостиції», тобто. будинки для ночівлі та харчування. Найбільшої популярності «гостиції» набули у Швейцарії, що стало запорукою розвитку готелів цієї країні та певним взірцем сервісної діяльності.

Проте не все так добре було в інших частинах Європи. У 1530-х роках англійський король Генріх VIII перевів всю церковну власність у світську. Це рішення привело до того, що монастирі більше не змогли надавати безкоштовне розміщення і внаслідок цього цього мандрівники вимушені були зупинятися у приватних заїжджих дворах. З плином часу в Англії, ці приватні двори і стали основними закладами з надання послуг помешкання та харчування по всій країні.

Активний розвиток сфери гостинності класу «люкс» почався лише у ХІХ столітті, чому сприяла промислова революція, яка почалася трохи раніше. Стрімки темпи технічного прогресу дозволив людям долати великі відстані, що збільшило кількість мандрівників, мігрантів, паломників. Що в подальшому і обумовило розвиток готелів класу «люкс» по всьому світу. В 1829 році, в Бостоні, відкрився готель «Третмонт», який вважається першим готелем класу «люкс». Він був оснащений внутрішнім туалетом, замками на дверях та меню а-ля-карт. Згодом у багатьох готелях починають з'являтися ліфти та окремі ванні кімнати.

З розвитком державності та технічного прогресу в США поступово з'являлося все більше готелів класу «люкс», а також інших країнах де прагнули розвитку свого бізнесу заможні люди того часу. Неможливо сумніватися у важливій ролі технічних досягнень у той час, які безпосередньо впливали на

рівень розкоші у цих готелях. У своїй книзі «Дії класів: обслуговування та нерівність у розкішних готелях» Р. Шерман описала цей процес технологічної еволюції: «Третмонт та інші готелі, які пішли за ним, продемонстрували вражаючі технічні досягнення в архітектурі, послуг та зручностей. У перші роки у ньому було газове освітлення, кімнати на одного та крита сантехніка. Пізніше у готелях з'явилися електрика та ліфти, що вражають гостей» [9].

У 1950-х роках кількість готелів класу люкс значно знизилася з появою «motor hotel», готелів на узбіччі дороги, завдяки зростаючій національній системі шосе та урбанізації. Популярність цього типу закладів пояснюється активним розвитком туризму, шляхом подорожі на автомобілі, серед середнього класу населення та затребуваності у повноцінному відпочинку під час подорожі.

Збільшення кількості висококласних готелів з повним спектром послуг спостерігався у 1980-х роках, коли збільшився попит на міжнародні подорожі для забезпечених клієнтів та нового витка розвитку міжнародного бізнесу. З тих часів і почалася епоха активного розвитку готельної галузі класу «люкс» на загальносвітовій арені. Міжнародні мережі стали розширюватися по всій Європі, на Близькому Сході та Азії. Далекосхідні країни, такі як Китай та Японія, почали розвивати готелі класу «люкс» для багатих туристів та ділових мандрівників.

Без сумніву можна зробити висновок, що розвитку всієї готельної галузі сприяла її докладніша сегментація та розвиток брендингу, які ще більше стали відокремлювати люксовий сегмент від усього ринку готелів. Почали з'являтися нові види розкішних послуг: послуги консьєржа, пральня, фітнес-центр, спа-процедури, розваги. У цей час стали з'являтися і міжнародні мережі готелів класу «люкс» [7]. Сегмент розкішного відпочинку продовжував зростати і протягом наступних років до теперішнього, попри періодичні спади.

На сьогоднішній день ринок гостинності класу «люкс» неухильно зростає. Згідно з дослідженням «Shaping the Future of Luxury Travel. Future Traveller Tribes 2030», проведеному у 2016 році Tourism Economics та Amadeus Travel Intelligence, можна побачити наступні економічні зміни:

1. Подорожі сегмента «люкс» зростають швидше, ніж загалом сегмент подорожей.

2. На Північну Америку та Західну Європу припадає 64% всіх подорожей класу «люкс» у світі, що становить лише 18% світового населення.

3. Ринок розкішних подорожей Азіатсько-Тихоокеанського регіону побачить більш швидке загальне зростання, ніж у Європі у 2011-2025 роках, але сповільнюватиметься у 2015-2025 роках [10].

До сьогоднішнього дня індустрія люксових готелів розвинулась настільки, що всі, хто займається проєктуванням, будівництвом та управлінням, надихаються уподобаннями та бажаннями своїх гостей. Вони продовжують слідувати новим трендам і адаптуватися до тенденцій, що змінюються.

Сьогодні такими трендсеттерами стають найбільші готельні компанії з точки зору їхньої ринкової капіталізації, що, на нашу думку, безпосередньо пов'язане з їх можливостями швидкого розвитку у зв'язку зі змінами ринку та запитами споживачів:

1. Marriott International – 33,9 мільярдів доларів;
2. Hilton – 19,1 мільярдів доларів;
3. Intercontinental Hotels Group – 9,5 мільярдів доларів;
4. Wyndham Worldwide – 8,9 мільярдів доларів;
5. Hyatt Hotels Corporation – 7,1 мільярдів доларів [11].

Таким чином історія та специфіка готельної індустрії з давніх-давен до наших часів чітко показує вагомі чинники, які впливають на основні тенденції зміни ринку, умови на яких відбувається вибір готелю споживачем, які засоби та прийоми сервісу можуть стати неактуальними, а які наберуть популярності та стануть актуальними трендами. З метою подальшого аналізу доцільно буде розглянути чинники, що впливають на сферу гостинності та потенційні тренди, а також застосування інновацій під час організації підприємства.

1.3 Світові практики та досвід запровадження грального бізнесу в світі

Найкращі казино США.

Америка по праву входить до світових лідерів грального бізнесу. Саме в цій країні знаходиться азартна Мекка - Лас-Вегас, де знаходиться знаменитий бульвар Стріп. Найбільші казино США відомі у всіх країнах, на що безсумнівно вплинуло лояльне ставлення влади до гемблінгу. Перші заклади були легалізовані ще у 30-х роках ХХ століття, тобто за десятиліття до європейських та азіатських країн.

Вивчаючи описи казино США у Вікіпедії та інших авторитетних джерелах, неможливо не звернути увагу на те, що заклади вражають розкішню оздоблення та неперевершеним асортиментом ігор. Гральні будинки Лас-Вегаса, Атлантик-Сіті та інших зон настільки вражають, що по всьому світу робляться спроби відкрити копії цих закладів. Наприклад, «клони» таких казино, як Venetian та MGM, працюють у гральній зоні Макао.

Як зароджувався гральний бізнес США.

Прототипом американських гемблінгових будинків можна сміливо назвати салуни, в яких ковбої розважалися за картковими іграми. Поступово подібні місця еволюціонували до приватних клубів. Пізніше з'явилися і вивіски Casino USA, під якими працювали перші будинки, що максимально нагадують сучасні. На велику кількість азартних розваг, що стрімко розвивалися на території Америки, справила значний вплив багатонаціональність країни. Історія міст із казино у США невіддільна від людей, які приїжджали з інших держав, привозячи з собою нові ігри та гемблінгові традиції. Наприклад, появою рулетки Америка зобов'язана переселенцям із Франції, які не побажали розлучатися з улюбленим колесом Фортуни.

Саме завдяки азартним звичкам гостей з інших країн з'явилася перша столиця Гемблінгу Сполучених Штатів - порт Новий Орлеан, де було багато вихідців з іноземних колоній. Офіційна історія грального бізнесу в США, як і в інших країнах, нерозривно пов'язана з численними спробами заборонити азартні ігри у будь-яких проявах. Зокрема, в середині ХІХ століття у всіх штатах, за винятком Луїзіани, подібні розваги були оголошені поза законом. Обмеження не зупиняли шанувальників азарту, які насолоджувалися улюбленими іграми у підпільних закладах. На початку ХХ століття стало

очевидним, що декриміналізація гемблінгу буде на руку всім - скоротиться злочинність, податок на виграш у казино США поповнить державну скарбницю, підвищиться туристична привабливість. Після легалізації азартний бізнес почав стрімко розвиватися і швидко вивів країну до лідерів цієї сфери.

Американські казино у наші дні

Наразі гральний бізнес в Америці є однією з найефективніших економічних моделей. Заклади резервацій корінного населення, гральних зон Лас-Вегаса та Атлантик-сіті неможливо застати порожніми. Закон про казино в США є лояльним, і права на гру мають як громадяни держави, так і гості. Азартні ігри стали невід'ємною частиною масової культури Сполучених Штатів. Про казино знімаються численні фільми, гемблінгові будинки фігурують у літературних творах. Офіційний податок на гральний бізнес США став позитивним прикладом для багатьох інших держав, які, наслідуючи досвід Америки, внесли до законодавства відповідні нововведення та отримали додаткові джерела прибутку.

Наразі в Америці ведеться робота над легалізацією та законодавчим регулюванням діяльності віртуальних гральних закладів. Заповзятливі американці швидко зрозуміли, наскільки перспективними є онлайн-казино в США і прагнуть отримати з цієї сфери максимум прибутку.

Лас-Вегас - світовий центр казино та грального бізнесу. Лас-Вегас – одне з відвідуваних міст світу, він затребуваний не лише жителями США, а й туристами з різних країн. Місто – мекка розваг, столиця грального бізнесу у всьому світі. Спочатку на місці міста був табір для поселенців, які приїжджали до Каліфорнії у пошуках золота. Золота лихоманка стала причиною зародження перших гральних будинків.

Найбільшого поширення азартні ігри набули за часів Дикого заходу, а перший готель-казино був побудований на гроші гангстерів, ідея належала знаменитому Багсі Сігелю, який переконав своїх босів вкластися в будівництво, припускаючи, що далі гральний бізнес почне розвиватися з великою швидкістю. Для будівництва будівлі були потрібні мільйони, і сам Багсі не

дожив до повного розквіту свого грального закладу. Казино називалося Фламінго і саме з його спорудженням пов'язано початок розквіту азартних ігор.

З розвитком Інтернет-технологій, в мережі стали з'являтися численні казино. Принцип їхньої роботи такий самий, як і у звичайних казино. Наприклад, на сайті казино <http://vulkan-casinos.com/igrovoj-zal/> присутні ігрові автомати, рулетка та інші ігри. Можна зіграти як безкоштовно, так і гроші.

На сьогоднішній день все в Лас-Вегасі сяє і блищить неоновими вивісками, кількість казино та ресторанів вразить будь-кого. Турист потрапляє в інший вимір, де життя сповнене веселощів та азарту. Найбільші міські казино знаходяться на вулиці Фрімонт-стріт. Однією з визначних пам'яток вулиці є екран Діна в п'ятсот метрів формі купола. Ще одним знаменитим місцем є Лас-Вегас Стріп – вулиця, на якій розташовано безліч готелів, в яких є комфортабельні номери та величезні гральні зали.

Окрім великої кількості гральних закладів у Лас-Вегасі є такі красиві місця, як Фонтани Белладжіо, які вразять будь-яке феєричне водяне шоу, а також вулкан готелю Mirage Hotel. Кожен готель має свої відмітні знаки, наприклад, величезні фігури на вході або помітні вивіски.

Період становлення грального бізнесу у Лас-Вегасі переживав кілька періодів. Перший період до 1945 символізує боротьбу за визнання, потім з 1945 по 1960 - отримання світової популярності. Золоте століття казино припадає на тридцять років до 1988 року. Світова популярність приносить величезні доходи азартному місту, при цьому він не зупиняється у розвитку, регулярно з'являються нові заклади та розширюється кількість азартних ігор.

Щодо розвитку грального бізнесу в Україні, то Згідно з новим законом «Про державне регулювання діяльності з організації та проведення азартних ігор» відкрити казино в Україні можна лише на території спеціальної гральної зони.

Такою зоною згідно закону можуть вважатися готелі категорії п'ять зірок у Києві, та категорії чотири-п'ять зірок в інших містах України. І ще однією обов'язковою умовою є наявність номерного фонду готелю не менше як 150 номерів для м. Київ та не менше 100 номерів для інших міст України. Низка

готелів країни вже запустили в роботу казино на своїй території, а деякі готелі перебувають у процесі отримання відповідних дозвільних документів та процесі ліцензування.

Одним з таких готелів в Україні є п'ятизірковий готель розташований на березі Дніпра, поблизу Поштової площі та київського річкового вокзалу Fairmont Grand Hotel Kyiv (рис. 1.1).

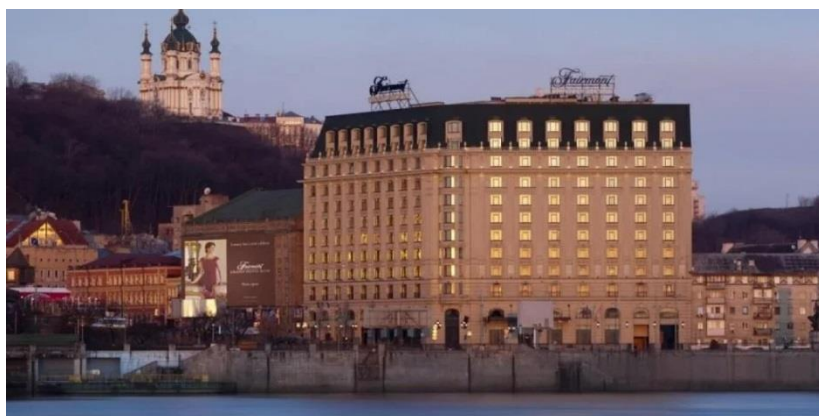


Рисунок 1.1 Готель Fairmont Grand Hotel Kyiv [24]

Цей величний готель має власний ресторан, кафе, спа-центр і тренажерний зал. Поруч нього розташовані головні визначні пам'ятки столиці, які знаходяться у пішій доступності. Наряду з наданням послуг помешкання керівництво Fairmont Grand Hotel Kyiv одним із перших в Україні пішло шляхом розширення послуг та отримання додаткового доходу і отримало дозвіл на відкриття казино. І, як результат, після ухвали закону, на першому поверсі цього готелю працює єдине в Україні міжнародне казино – Шангрі Ла (Київ).



Рисунок 1.2 Готель InterContinental [24]

Окрім готелю Fairmont казино було відкрито у готелі InterContinental (рис. 1.2). В ньому відкрито казино Billionaire, яке приймає гостей та мешканців міста у його історичному центрі. Цей готель входить до англійської готельної мережі InterContinental Hotels Group, і включає 272 номер, має власний ресторан, спа-центр, конференц-зали, бари та ін. Поруч з готелем розташовані такі пам'ятки архітектури як Михайлівська та Софіївська площі, Андріївський узвіз, Майдан Незалежності, а також вражаючі краєвиди.



Рисунок 1.3 Hyatt Regency Kyiv [24]

За 300 метрів від готелю InterContinental Kyiv розташований ще один яскравий преміум-готель американської готельної мережі Hyatt (рис. 1.3). Цей готель налічує 234 розкішних номери, включно з номерами категорії Deluxe. Орієнтовна вартість номеру за добу 7000 грн.



Рисунок 1.4 Hilton Kyiv [24]

Ще одним готелем з сімейства найдорожчих готелів України є володіння міжнародної готельної мережі Hilton Hotels&Resorts (рис. 1.4) на київському

бульварі Тараса Шевченка. Відносно інших готелів, то цей заклад готельного господарства почав працювати недавно і за певних причини запуск роботи казино на його території не відбувся, але цей заклад має всі можливості для реалізації цього проєкту. Одна з останніх ліцензій для казино в Україні призначена саме для цього готелю в системі казино Шангрі Ла.



Рисунок 1.5 Kharkiv Palace [24]

І нарешті м. Харків, в якому Kharkiv Palace (рис. 1.5) - це перший п'ятизірковий готель у Харкові, який був побудований спеціально до Чемпіонату Європи з футболу 2012, і там був розташований штаб-квартира UEFA. Ще на етапі проєктування та будівництва було закладено основи для функціонування казино. Проте для реалізації цих планів довелося чекати понад 10 років. Цей термін пов'язано з низкою причин різного характеру: законодавча база, соціальні та політичні явища.



Рисунок 1.6 Grand Hotel Lviv [24]

Західна Україна також представлена низкою готелів з казино. Так п'ятизірковий готель, розташований за 350 метрів від львівської площі Ринок, вже надає послуги казино First Casino місцевим мешканцям та гостям міста. Grand Hotel (рис. 1.6) є одним із найстаріших готелів міста, який було відкрито у 1893 році. Готель налічує 121 номер для гостей.



Рисунок 1.7 Gagarinn Hotel [24]

Разом з відкриттям First Casino у Львові, казино цього ж бренду з'явилося в одному з найвеличніших готелів Одеси. Gagarinn (рис. 1.7) – являє собою 21-поверховий готельний комплекс. Готель складається з 254 номерів різних категорій і розташований у відомому курортному місці - Аркадія. Загальна площа грального закладу у казино цього готелі склала орієнтовно 4200 кв. м.

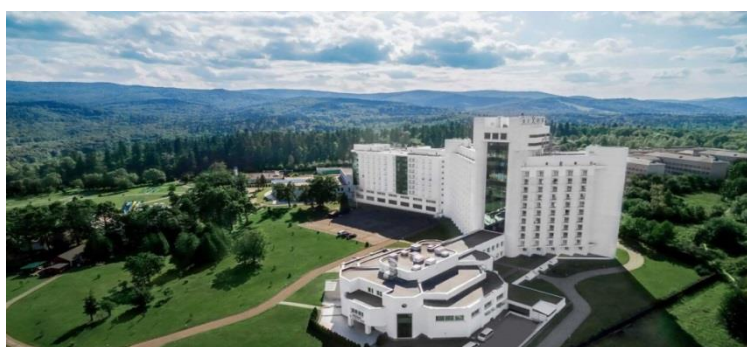


Рисунок 1.8 Rixos-Prykarpattia Resort [24]

До переліку готелів, що мають можливості для розташування ігорних зон також відноситься курортний комплекс Rixos-Prykarpattia Resort (рис. 1.8) розташований у місті Трускавець. Цей комплекс пропонує гостям 370 номерів,

з яких 12 люксових номерів. На території комплексу розташовано критий міні-аквапарк та повноцінний спа-курорт, який дозволяє проводити лікувальні та відновлюючі процедури. Родзинкою готельного комплексу можна назвати наявність бювету з мінеральними водами лікувального призначення «Нафтуся» і «Марія».



Рисунок 1.9 Radisson Blu Resort Bukovel [24]

Курортний комплекс Radisson Blu Resort Bukovel (рис. 1.9) добре знайомий спортсменам гірськолижного спорту та населенню в Україні. Він розташований безпосередньо у Карпатах, готель є складовою міжнародної готельної мережі Radisson Hotel Group. До його складу входять 252 номерів, спа-центру з мальовничими видами на гори.

Загальна кількість готелів класу «люкс» на теперішній час по всій Україні не перевищує 20 одиниць. Крім того не всі ці готелі мають за своїми можливостями право розташувати на своїй території ігорну зону. Незважаючи на це перспективним залишається створення готельних підприємств вищого класу з можливістю розташування в їх складі казино. Перспективність пояснюється затребуваністю певних верств населення у цивілізованому наданні послуг гремлінгу, а також надання послуг казино-туризму для громадян тих країн де азартні ігри знаходяться під заборонаю або обмеженням. Ці шляхи дозволять отримувати суттєві прибутки безпосередньо готелю та зробити себе більш конкурентоспроможними на ринку, а також надати суттєву підтримку бюджету країни за рахунок підвищення рівня податкових платежів та виходу індустрії з тіньового бізнесу. Для цього слід звернути увагу на досвід інших країн де цей вид послуг впроваджується десятиріччями та виробити свою концепцію існування цього бізнесу.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ГОТЕЛЮ З ІГОРНОЮ ЗОНОЮ

2.1 Стан функціонування ігорного бізнесу в світі та перспективи його розвитку

Реєстрація грального онлайн-бізнесу - це одне з популярних рішень серед підприємців, оскільки завдяки впровадженню інноваційних та динамічних технологій, зростання цієї галузі продовжуватиметься й у майбутньому. На сьогоднішній день гральний бізнес онлайн знаходить нові способи задовольнити потреби клієнтів по всьому світу. Це призвело до збільшення кількості підприємців, які вимагають отримання гемблінг-ліцензії в різних країнах. Онлайн-азартні ігри вважаються однією із прибуткових бізнес-моделей для тих, хто планує запустити власну ігрову платформу (або програму).

Навіщо потрібно одержати ліцензію на онлайн-ігри?

Замислюєтеся про створення будь-якого виду онлайн-гемблінгу в іноземній юрисдикції, необхідно отримати гральну ліцензію. Якщо ви пропонуєте будь-які онлайн-азартні ігри, необхідно бути зареєстрованою організацією та відповідати як мінімум одній юрисдикції. Це основні причини, з яких необхідно придбати ліцензію на онлайн-гемблінг.

Що потрібно враховувати при виборі юрисдикції для реєстрації imaging компанії?

Плануючи відкрити компанію під онлайн-гемблінг в одній із визнаних гральних юрисдикцій, необхідно врахувати, що є кілька варіантів країн, які мають свої плюси та мінуси. Нижче наведено деякі з критеріїв, які враховуються, перш ніж вибрати країну для створення компанії під гемблінг в Інтернеті:

1. Вартість реєстрації.

Один із основних факторів, який варто враховувати, - це те, скільки коштуватиме реєстрація компанії для грального бізнесу у певній юрисдикції.

2. Вимоги Регулятора отримання ліцензії на гемблінг-деятельность. Вимоги у різних країнах відрізняються, зокрема, це стосується розміру капіталу, вимог до реєстрації офісу, кількості штатних співробітників тощо.

3. Політична та економічна стабільність.

Нестабільний політичний та економічний клімат може призвести до змін у національному законодавстві про азартні ігри. Прозорість політики ведення цієї діяльності, стабільність законодавчих норм, схильність юрисдикції до ведення такого бізнесу мають вплив у процесі отримання ліцензії на гемблінг в Інтернеті.

4. Податкова політика.

Податкові пільги на комерційний дохід чи прибуток від ігор залежить від наявності певних договорів. У деяких країнах податкові бази розроблені спеціально для цього напряму бізнесу.

Заснування компанії під онлайн-гемблінг у 2023 році.

Якщо ви зацікавлені в запуску онлайн-бізнесу азартних ігор, наведено нижче список найбільш затребуваних країн у цьому напрямку:

Реєстрація онлайн-платформи під гемблінг на Мальті

Якщо ви хочете відкрити бізнес онлайн-ігор на європейському ринку, ви можете подати заявку на отримання гральної ліцензії на онлайн-казино на Мальті. Ця острівна юрисдикція має доступ до європейських країн.

1. Переваги оформлення ліцензії на онлайн гральний бізнес на Мальті:

- регульована відповідно до європейських стандартів юрисдикція;
- учасниця Євросоюзу;
- стабільна політико-економічна система;
- високий рівень захисту гральної діяльності;
- гральна ліцензія, отримана на Мальті, визнається іншими європейськими країнами;
- розвинена інфраструктура;
- привабливі умови податкового законодавства.

Час, необхідний для запуску онлайн-казино на Мальті від 4 місяців. Збори за отримання мальтійської гральної ліцензії та податки залежать від типу дозволу.

2. Отримання ліцензії на онлайн-казино на Кіпрі.

Якщо ви зацікавлені в тому, щоб зареєструвати гральний бізнес на Кіпрі, вам буде цікаво знати, що кіпрська ліцензія на азартні ігри вважається однією з найпопулярніших у світі.

Ця юрисдикція давно визнана одним із кращих місць для отримання ліцензії оператора онлайн-гемблінгу. Такого становища досягнуто завдяки прогресивному законодавству з регулювання гемблінг-діяльності на Кіпрі, розвиненим телекомунікаційним можливостям індустрії фінансових послуг.

Щоб отримати ліцензію на гральну діяльність на Кіпрі, потрібно точно дотримуватися суворих правил. Рішення про затвердження ухвалюється Національним органом за ставками. Кіпр пропонує та заохочує ігрову інфраструктуру. Єдина дозволена за законом форма онлайн-гемблінгу - це ставки на спорт.

3. Ліцензування компанії з онлайн-гемблінгу в Кюрасао

Гемблінг на Кюрасао характеризується такими перевагами:

1 Одна ліцензія на всі види азартних ігор.

2. Багато операторів азартних ігор вибрали реєстрацію веб-сайту iGaming на Кюрасао через сприятливе податкове законодавство та щодо швидкого процесу ліцензування (субліцензування).

3. Уряд стягує 2% податку з чистого прибутку підприємств онлайн-гемблінгу і не створює серйозних перешкод для нових учасників індустрії iGaming.

Перш ніж зареєструвати компанію під онлайн-гемблінг на Кюрасао, варто врахувати, що згідно з вимогами регулювання азартних ігор в Інтернеті на Кюрасао придбати ліцензію можна двома способами:

1. Від Міністерства юстиції (за весь час було видано лише 4 такі ліцензії);
2. Шляхом субліцензування власників первинної ліцензії.

Для ліцензування онлайн-казино на Кюрасао потрібно відповідати певним умовам:

- бути зареєстрованим у Торгово-промисловій палаті Нідерландських Антильських островів;
- набути статусу юридичної особи;
- мати менеджера-резидента;
- розмістити сервери компанії у цій юрисдикції;
- забезпечити аудит iGaming систем;
- уникати співпраці з особами віком до 18 років та мешканцями Антильських Островів.

Процес подання заявки триває близько шести тижнів.

Важливо: наразі уряд розробляє нове законодавство з вищими вимогами для отримання ліцензії на гемблінг на Кюрасао.

4. Реєстрація компанії для онлайн азартних ігор у США

США – прибутковий ринок для багатьох компаній, які займаються азартними онлайн-іграми. Варто зазначити, що Штати не визнають жодних інших ліцензій, окрім тих, що видані безпосередньо у США. Окремі штати мають право приймати власні закони, які стосуються регулювання онлайн-казино в Америці. Але з іншого боку, є федеральні закони, які застосовуються до всієї юрисдикції та захищають права держави.

Останнім часом багато штатів вжили відповідних заходів щодо налагодження регулювання індустрії онлайн-гемблінгу в США. Слід врахувати, що в різних штатах є особливості регулювання онлайн гральної діяльності в США. Наприклад, щоб отримати ліцензію на гемблінг в Інтернеті в Нью-Джерсі, необхідно співпрацювати з місцевим наземним казино. Тим часом цей штат був одним із перших, де місцеві органи влади легалізували казино.

Останнім часом багато штатів вжили відповідних заходів щодо налагодження регулювання індустрії онлайн-гемблінгу в США. Слід врахувати, що в різних штатах є особливості регулювання онлайн гральної діяльності в США. Наприклад, щоб отримати ліцензію на гемблінг в Інтернеті в Нью-

Джерсі, необхідно співпрацювати з місцевим наземним казино. Тим часом цей штат був одним із перших, де місцеві органи влади легалізували онлайн-казино.

Такий штат, як Іллінойс, кілька років тому оновив свої закони про азартні ігри. Завдяки цьому можна зареєструвати компанію для онлайн-ставок на спорт в Іллінойсі.

1. Ліцензування азартних ігор онлайн у Неваді.

Невада вважається одним з провідних місць для реєстрації онлайн-казино в США та в усьому світі, особливо коли йдеться про місто Лас-Вегас, яке стало центром азартних ігор для мільйонів людей. Цей штат є одним із трьох, які вже легалізували та успішно проводять регулювання операцій з азартними іграми в Інтернеті в США. В даний час існує дві організації, які зосереджені на моніторингу та регулюванні операцій казино в штаті Невада - Комісія з азартних ігор та Рада з контролю за азартними іграми.

2. Реєстрація компанії під онлайн-гемблінг у Делавері.

Деякі форми азартних ігор та операцій у казино щодо більш тривалого періоду легалізовані на території штату Делавер. Він першим з американських штатів запропонував повний набір легальних та регульованих онлайн-казино, включаючи покерні сайти.

5. Реєстрація компанії під iGaming у Канаді (Канаді)

На сьогоднішній день ця юрисдикція є найбільш авторитетною у сфері гемблінгу серед канадських штатів. Основні переваги отримання ліцензії для онлайн азартних ігор у Канаді:

1. Гарна репутація;
2. Гнучке законодавство;
3. Є можливість залучати зарубіжних гравців;
4. При конвертації можна використовувати більше різновидів валют;
5. Немає податку гральний бізнес;
6. Термін оформлення ліцензії під гемблінг в Інтернеті у Канаваку від 4 тижнів.

Існує чотири моделі ліцензування для відкриття онлайн-казино в Канаді:

1. Ліцензії на інтерактивні ігри: лише одна ліцензія має бути видана на один хостинг, зареєстрований у юрисдикції.

2. Client Provider Authorization (CPA); для авторизованого клієнтського провайдера: немає обмежень на кількість виданих CPA Власник чинного CPA може встановити будь-який тип інтерактивних ігор та ставок.

3. Вторинна ліцензія, видана юридичній особі, яка має чинну ліцензію на інтерактивні ігри, отриману в іншій країні (первинна юрисдикція), і хоче розмістити частину/все своє обладнання та персонал на території Канади.

4. Ліцензії ключової особи, які видаються суб'єкту, який виконує управлінські функції для організації, що має CPA.

Маючи ліцензію Комісії з азартних ігор, оператори отримують 0% ігровий податок, що є важливим фактором під час реєстрації компаній у сфері іGaming у Канаді.

6. Реєстрація іGaming-компанії в Австралії

У цій юрисдикції азартні ігри мають велику популярність. Гральний бізнес є цілком законним, проте є певні правила регулювання діяльності онлайн-казино в Австралії. Керівництво країни розробило досить суворі закони для захисту прав своїх громадян та поповнення бюджету за рахунок податків із гральної діяльності.

Важливим фактором, на який варто звернути увагу тим, хто планує замовити ліцензію на азартні ігри в Австралії, є наявність регуляторів, які відповідають за регулювання діяльності в різних штатах Австралії. Оподаткування операторів азартних ігор у цій державі відрізняється від штату до штату. Варто зазначити, що бюджет країни на 15% складається з мит на казино. Більш того, завдяки розвиненому ринку онлайн-послуг у сфері гемблінгу, ліцензії Австралії визнані багатьма світовими юрисдикціями.

7. Створення компанії для надання гемблінг послуг у Макао

Якщо ви хочете зареєструвати компанію під гемблінг в Китаї, вам варто звернути увагу на юрисдикцію китайського суверенітету з легальними азартними іграми, Макао приваблює більшість відвідувачів з китайської юрисдикції, включаючи материковий Китай, Гонконг і Тайвань.

Бюро з контролю та координації азартних ігор (DICJ) забезпечує регулювання онлайн-ігор у Макао. (DICJ) має право видавати та зупиняти дію ліцензій, якщо ліцензіат не дотримується юридичних та договірних зобов'язань, викладених у договорах. В даний час регулюючий орган випустив заборону про отримання ліцензій на онлайн-гемблінг у Макао будь-яким іноземним постачальникам азартних ігор, тому вони можуть пропонувати видалені послуги цієї юрисдикції.

Індустрія азартних ігор стала основним джерелом податкових надходжень для Макао та відкрила можливості для працевлаштування мешканців. Тим часом індустрія азартних ігор даної юрисдикції може зіткнутися зі збільшенням конкуренції в регіоні. Японський парламент ухвалив законодавчий акт про легалізацію та регулювання казино в Японії.

8. Отримання iGaming-ліцензії в ОАЕ

Більшість форм азартних ігор в ОАЕ є незаконними. Це з тим, що Емірати - ісламська країна, і, відповідно до Корану, такі види діяльності переслідуються за законом. Однак онлайн-азартні ігри в Арабських Еміратах, як і раніше, популярні.

Об'єднані Арабські Емірати мають власні, досить суворі умови для функціонування онлайн-гемблінгу, які можуть відрізнятися від положень у країнах, популярних у сфері Юаттд (згаданих у цій статті).

Оператори мають можливість розпочати бізнес онлайн-казино в ОАЕ. Найбільшим гральним еміратом є Дубай. Плануючи отримати ліцензію на Юаггіпд в ОАЕ в еміраті Дубай, зверніть увагу, що не можна грати з офіційною валютою (дирхамами), тому загальний спосіб внесення та виведення коштів – це робити ставки в доларах.

На закінчення.

Азартні ігри в Інтернеті - один із найбільш швидко зростаючих та прибуткових бізнесів у світі. Кожному оператору онлайн-додатків та платформ необхідно розробляти та пропонувати продукти, адаптовані до конкретної юрисдикції. При запуску стартап-проекту в індустрії iGaming необхідно

враховувати такі аспекти, як отримання ліцензії на онлайн-гемблінг, платіжні рішення та механізми спеціально створені для конкретного ринку.

Різні країни мають свої особливості, яких необхідно дотримуватись при веденні гральної діяльності. Тому ви можете звернутися до профільних фахівців та замовити консультацію щодо регулювання гемблінг діяльності в різних юрисдикціях.

Експерти надають супровід у виборі юрисдикції для реєстрації гральної компанії, а також консультації з питань відповідності онлайн-грального бізнесу ліцензійним вимогам.

Ринок грального бізнесу світу

Ринок грального бізнесу у країнах, де він існує легально, добре вивчений та контролюємо. За статистикою, оприлюдненою на сайті casino.org, 26% людства грають в азартні ігри: це 1,6, а 4,2 млрд грають хоча б раз на рік. Загалом перша п'ятірка країн-гравців виглядає так:

Макао (особливий адміністративний район Китайської Народної Республіки, колишня колонія Португалії на невеликому півострові в гирлі р. Сіцзян (Південнокитайське море), передана Китаю в грудні 1999 року в результаті деколонізації Португалії. Управляється КНР на основі спеціальної міжнародної угоди). Хоча гральний бізнес заборонено на материковому Китаї, але в Макао його частка становить 50% від усіх доходів або 38 млрд. доларів у 2018 році.

Гральна індустрія США дає 261 млрд доларів прибутку та 1,8 млн робочих місць щорічно. Між іншим, у більшості штатів гральний бізнес заборонено або суттєво обмежений, тому лєвова частка казино знаходиться у штаті Невада.

Раніше Великобританія мала жорстке законодавство з обмеженнями грального бізнесу (в основному він був дозволений на іподромах)), але згодом воно значно лібералізувалося. Це призвело до того, що у 2018 році повний обсяг ринку гральних послуг становив 14,4 млрд фунтів стерлінгів. Щотижня ігровими автоматами чи рулеткою користується майже кожен третій англієць.

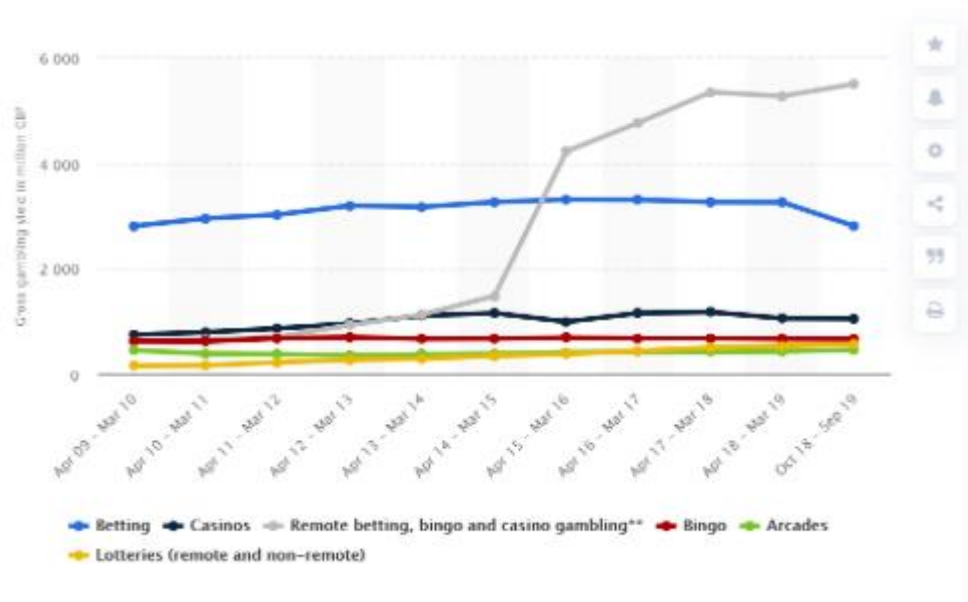


Рисунок 2.1 Динаміка розвитку грального бізнесу [21]

Статистика ринку грального бізнесу Великобританії від 2009 до 2019 виглядає так. На графіку видно, що з 2015 року значно зросла кількість ставок онлайн-казино. Діаграма показує валовий дохід від азартних ігор (Gross Gambling Yield) – це сума, яку отримують оператори грального бізнесу після виплати виграшів, але до вирахування операційних витрат, за винятком національної лотереї. Ринок ставок завжди був опорою ігрової індустрії та приніс Великобританії GGY приблизно 2,8 млрд британських фунтів у 2019 році.

- 80% австралійців грають і витрачають на цю згубну пристрасть до 18 млрд австралійських доларів щорічно.

- У Канаді досить ліберально ставляться до грального бізнесу. Це призводить до сталого зростання цього ринку (до 5% на рік), а його обсяг становить понад 17 млрд. канадських доларів щорічно.

Весь ринок грального бізнесу країн Європи оцінювався в 24,750 млрд. доларів США в 2018 році.

Якщо розглянути індивідуальні витрати гравців, то картина виглядає зовсім інакше. Перше місце тут посідають австралійці, бо кожен із них (в середньому) витрачає у казино 916 доларів щорічно (дані 2014 року); на другому місці – сінгапурці (891,16 доларів); на третьому – громадяни США

(505,44 долара); на четвертому – ірландці (490,39 доларів) та на п'ятому – громадяни Великобританії (377,83 доларів).

Втім, не можна сказати, що це лише суцільна позитивна історія. Регуляція в європейських країнах у цьому питанні відбувалася роками, але це не означає, що ця сфера перестала бути місцем заробітку мафії. Гральний бізнес входить до п'яти мафіозних пріоритетів.

Любителі ставок на спортивні результати навіть не знають, як маніпулюють їхніми бажаннями.

Так, в Україні досить часто стають жертвами обману, коли їм через телеграм чи вайбер радять робити ставки на певний результат, бо джерела сказали авторам анонімного телеграм-каналу, що результат буде саме таким. Але це ще примітив.

У 2013 у Європі вибухнув скандал, тому що Європол заявив про понад 380 договірних матчів у євротурнірах, а в змові підозрювали 425 суддів та гравців. Сума заробітку щоправда була оцінена лише у 8 млн євро.

У 2004 році Мальта прийняла зміни до свого законодавства, яке дозволило їй продавати ліцензії на гральний бізнес. Загалом для держави ця ініціатива окупилася, але нею скористалася італійська коза ностра для відмивання грошей. Ліцензії передавалися між собою представникам мафії, вони проникли в мальтійський наглядовий орган. Розслідуванням цих схем займалася журналістка Дафна Галичина, яка кілька років тому загинула.

Нещодавно помер Стенлі Хо – засновник грального бізнесу у Макао. Готелі Хо асоціювалися з мафією, відмиванням грошей, організованою злочинністю та проституцією. Як зазначає ВВС у матеріалі про нього, у письмовій заяві, направленій у газету New York Times у 2007 році, Хо не виключив цих звинувачень, але заявив, що такі закиди можна адресувати будь-якому власнику казино у 1980-х та 1990-х роках [22].

Головні претензії до українського законопроекту про легалізацію грального бізнесу полягають у тому, що він спрямований на задоволення бізнес-потреб певних бізнес-груп і мало цікавиться самою проблемою лудоманії і не захищає людей від цієї проблеми.

Майже рік навколо законопроекту точилися торги, і в ньому зведено інтереси різних власників грального бізнесу. Але є велике питання, чи принесе цей законопроект користь Україні.

2.2 Аналіз ігорного бізнесу України та обґрунтування моделі грального закладу

Часті спроби порівняти вітчизняну систему оподаткування грального ринку з європейськими або американськими країнами виключно за одним-двома показниками абсолютно некоректні

Після низки практично однотипних матеріалів про те, що, мовляв, оператори азартних ігор платять мало податків і взагалі чи не весь дохід кладуть собі в кишеню, стало цікаво: а як насправді в Україні справи з податками для грального бізнесу?

У процесі вивчення нормативно-правової бази та порівняння ситуації у нас у країні та за кордоном з'ясувалося, що затвердження "надприбутковості" та "безподатковості" роботи гральної індустрії в Україні, м'яко кажучи, сильно нагадують ненаукову фантастику.

Згідно з чинним податковим законодавством в Україні передбачається одночасне існування як фіскального навантаження на одиницю грального обладнання, так і прибуток організатора азартних ігор. Між іншим, такі складні та обтяжені з погляду обсягів платежів та правил обліку податкові вимоги до грального бізнесу у Західній Європі є лише в Іспанії. А найчастіше подібні норми трапляються у нових членах ЄС зі Східної Європи — Польщі, Чехії, Словаччини, Латвії.

Мало того, унікальність ситуації з оподаткуванням операторів ринку азартних ігор полягає в тому, що, крім зборів з одиниці грального обладнання та податку на прибуток, вони будуть змушені платити ще й податок на валовий ігровий дохід (Gross Gaming Revenue — GGR). Саме тому спроби порівняти вітчизняну систему оподаткування грального ринку з європейськими або американськими країнами, що часто зустрічаються, виключно за одним-двома

показниками абсолютно некоректні. Так, наприклад, ні в Британії, ні в Італії, ні у Франції ліцензійний платіж за офлайн-казино не становить понад €11 млн, а за букмекерський офіс — понад €16 млн. І тому спроби порівняти розмір GGR у 25% для офлайн-казино, як в Італії, з ймовірною в Україні ставкою в 10% є не що інше, як маніпуляція. Тому що в Італії операторська ліцензія коштує лише €0,35 млн, а зборів з одиниці грального обладнання немає взагалі. Для онлайн-казино є лише податок на прибуток у 27,5% та податок з обороту цілих 0,6%. [22]

Гральний бізнес у всі часи приносить до бюджету достатні доходи, але влада завжди намагалася його обмежити, зокрема й за допомогою оподаткування. Не існує жодної єдиної системи оподаткування грального бізнесу чи загальних правил щодо її створення. Кожна держава по-своєму вирішує, що і як оподатковувати та які преференції гральному бізнесу надавати. Щоправда, практично для всіх країн обов'язковою є наявність ліцензійного платежу для операторів ринку як контрольного інструменту з боку держави та гарантій легальності роботи бізнесу. Проте якусь класифікацію підходів до фіскалізації ринку азартних ігор можна скласти. Найчастіше застосовується одна із систем, заснованих на фіскалізації об'єктів оподаткування. Тут можна виділити всього три підходи, що використовуються:

- коли об'єктом фіскалізації виступає прибуток чи прибуток;
- коли об'єктом фіскалізації виступає гральне обладнання;
- коли під оподаткування підпадає і дохід/прибуток, і гральне обладнання.

У разі використання змішаної системи (варіант 3) діє основне правило: висока вартість ліцензії та великі збори з обладнання компенсуються низькими податковими ставками. І навпаки: низька вартість ліцензії та малі збори з обладнання компенсуються високими податковими ставками. Тому що всім зрозуміло, що одночасне використання і високих ліцензійних платежів, і високих податкових ставок призведуть лише до відходу бізнесу в тінь.

Завдяки використанню такого логічного та простого підходу з боку абсолютної більшості держав, на території яких функціонують легальні гральні заклади, інвестиції у цю галузь лише збільшуються останніми роками. Навіть

високі податкові ставки самі по собі не зупиняють інвесторів у їхньому бажанні вкладати гроші у розвиток ринку азартних ігор. Але відбувається це доти, доки вкладення мають шанси не тільки повернутися, а й прибуток принести. А ось спроби і на етапі входження в ринок отримати з інвесторів величезні відрахування у вигляді ліцензійних платежів, і в процесі роботи операторів вилучити весь прибуток як податків призведуть до того, що ринку не буде. Зрештою програють усі: і держава, і бізнес, і громадяни.

Огляд Балканського ринку азартних ігор. Балкани - це регіон східної Європи, в якому індустрія наземного гемблінгу існувала поза конкуренцією в останнє десятиліття, тепер відчуває іGaming-бум. Більшість країн у регіоні адаптувалися до цього зрушення, запровадивши нові регуляції та оновивши правову базу. Десь це призвело до зростання індустрії, а десь навпаки [23].

Читайте далі і дізнайтесь, які можливості та перспективи пропонує ця недооцінена частина Європи.

Балканський регіон, розташований у південно-східній Європі, сповнений зростанням економік та гральних ринків, і частка онлайн-сектору тільки зараз досягла значних показників.

Незважаючи на те, що регуляції не завжди доброзичливі до операторів, Балкани стали новим відкриттям на європейській карті іGaming. Греція, Сербія та Румунія — це ринки значних розмірів, і операторам, яким цікаво розширити свій бізнес, варто звернути на них увагу, а на маленьких, але яскравих ринках на кшталт Болгарії чи Боснії та Герцеговини — родючий ґрунт для нового бізнесу. У цьому путівнику ми поговоримо про ключові регуляції в головних юрисдикціях регіону і про те, скільки коштуватимуть ліцензії для відкриття онлайн-казино або спортбука.

Словенія.

Гральний бізнес у Словенії регулюється Гральним Законом 1995-го. Згідно із законом, тільки оператори, які мають ліцензію на наземне казино, ставки та лотереї, можуть пропонувати онлайн-продукти.

І лотереї, і ставки на спорт в даний момент знаходяться під егідою державної монополії: Loterija Slovenije організує національну лотерею, а

Športna Loterija має ексклюзивні права на ставки на спорт і стрибки. Більше того, Гральний закон обмежує кількість доступних ліцензій 15-ма. З 10 вже виданих дозволів, 7 надано групі компанії HIT group, більшість якої перебуває у володінні державних організацій. Щоб отримати одну з цих ліцензій, оператору потрібно мати капітал мінімум €416,000 та банківську гарантію €208,000. Словенський уряд зробив дві спроби лібералізувати індустрію — у 2013 та 2016-му роках. 2013-го року внесення поправок до Грального закону не пройшло через парламент, а 2016-го року законопроект взагалі не отримав просування і заглух.

Основною метою було домогтися відповідності стандартам Європейського Союзу.

Поправки 2016 року дозволили б операторам отримувати ліцензію без необхідності отримати наземну ліцензію та реєструвати офіс у Словенії. Вносити зміну в регуляції лотерей і букмекерів у планах не було — монополії залишилися б на місці [23].

Доходи від гральної індустрії в Словенії різко впали 2020-го через локдаун, проте показник стабільно зростав у всі попередні роки. У 2019-му році загальний Валовий ігровий дохід індустрії досяг €322.2 мільйонів, майже половина (€158.8 мільйонів) припадає на казино, а решту доходу ділять між собою гральні зали, букмекери та національна лотерея.

Хорватія.

Хорватія переглянула своє гральне законодавство невдовзі після вступу до Європейського Союзу у 2013 році. Закон про азартні ігри набув чинності з першого січня 2015-го року, значно обмеживши індустрію. У 2019-му році загальний дохід галузі становив €540 мільйонів [23].

Лотереї країни перебувають під контролем державної монополії — Harvatska Lutrija. Ліцензії на надання інших гемблінг-послуг прив'язані до традиційних наземних дозволів (це стосується казино та ставок на спорт). Кількість операторів обмежена 20-ю у кожній категорії. Вартість онлайн-ліцензії складає близько €400 000 щорічно - досить багато, враховуючи обмежений розмір місцевого ринку (населення Хорватії складає всього 4

мільйони осіб). Не дивно, що ціна викликала критику місцевих операторів. При цьому наземна ліцензія коштує близько €66 000.

Податки на азартні ігри становлять 5% від обороту для лотерейних та букмекерських операцій, підвищуються до 15% для ігор у казино та 25% для слотів.

Боснія і Герцеговина.

Незважаючи на відносно невелику чисельність населення та зниження доходів від ставок на 22,5% у зв'язку з пандемією Covid-19, оборот гральної індустрії Боснії та Герцеговини у 2020 році склав вражаючі 700 мільйонів євро [23].

Як і інші федеративні держави, Боснія і Герцеговина немає гральних законів, застосовних по всій країні. Тільки заходи проти відмивання грошей та закони про захист даних діють на федеральному рівні. Кожна з трьох адміністративних одиниць, що становлять країну, регулює азартні ігри в межах своєї юрисдикції. У районі Брчко азартні ігри онлайн заборонені відповідно до Закону 2004 року про азартні та розважальні ігри. З іншого боку, місцеве ліцензування доступне як у Республіці Сербській, так і в Федерації Боснії та Герцеговини завдяки законам, опублікованим у 2019 та 2015 роках відповідно.

В обох випадках на лотереї діє державна монополія. Республіка Сербська дозволяє і казино та онлайн-беттинг (крім віртуального спорту), якщо їх пропонують авторизовані оператори та ліцензія завжди прив'язана до наземного закладу.

Сербія. Валовий ігровий дохід сербських операторів досяг позначки €785 мільйонів у 2019 році, що на 71% більше ніж у 2018 році [23].

Державна лотерея Сербії має виняткові права на «класичні азартні ігри». До них відносяться і ігри типу лотереї, такі як лото, миттєві лотереї, бінго та кено, а також "спортивне прогнозування". Це дуже специфічний вид спортивних ставок, що кодифікований за часів Соціалістичної Федеративної Республіки Югославії. Він складається зі вгадування результатів заздалегідь визначеного списку матчів, подібно до італійського Totocalcio або іспанської La Quinela.

Відповідно до Закону про азартні ігри 2020 року, спрямованого на гармонізацію правил країни із законодавством ЄС, можна отримати місцеву ліцензію на надання онлайн-казино та послуг з розміщення ставок (за винятком вищезгаданого спортивного прогнозування) у Сербії.

Відповідно до сербського Закону про азартні ігри 2020 року, покликаного поєднати правову базу із законодавством Європейського Союзу, місцеву ліцензію в країні можна отримати на надання онлайн-казино та букмекерських послуг (за винятком вищезгаданого спортивного прогнозування). Обійдуться вони €30,000 на рік, мають термін дії в 10 років і їх кількість не обмежена. Від операторів також потрібно мати банківську гарантію на €300,000.

Букмекерські онлайн-контори оподатковуються 15% від GGR, тоді як для казино ставка становить 10%. Також усі оператори повинні сплачувати мінімальний місячний платіж у €10,000.

Косово.

Гральна індустрія Косова не регулювалася до 2019 року, коли у зв'язку з двома вбивствами в гральних закладах держава ввела десятирічну заборону на гральну діяльність. Єдиний виняток – державна лотерея Lotaria e Kosoves.

Албанія.

Всі азартні ігри, і онлайн та офлайн-різновиди, були заборонені одноголосним рішенням уряду у 2018 році. Заборону ввели, щоб впоратися з двома речами: проблемою надмірної гри у населення та підставними матчами у професійному спорті.

Із заборони виключено казино у п'ятизіркових готелях, які розташовані в туристичних зонах і далеко від міст.

Іноземні гральні сайти блокуються, а гравці, які намагаються ними скористатися, переслідуються за законом.

Північна Македонія.

Північна Македонія легалізувала онлайн-гемблінг у 2011 році, але галузь де-факто є державною монополією.

Місцеві органи влади володіють контрольним пакетом акцій Національної відео-лотереї Республіки Македонія, яка у 2014 році отримала першу та єдину ліцензію, видану в країні.

Casinos Austria, яка володіє міноритарною часткою у 49% від вищезгаданої компанії, інвестувала 6 мільйонів євро та надала технічні ноу-хау для цього підприємства.

Греція.

Греція — друга за чисельністю населення країна в регіоні, може похвалитися найбагатшим ринком азартних ігор з валовим гральним доходом понад два мільярди євро.

Грецька гральна промисловість не регулюється єдиним законом. Натомість є різні правові положення щодо окремих складових гемблінг-оперування.

Закон від 2011-го року регулює онлайн-підприємства, а у поправці до цього закону було запроваджено формальний ліцензійний процес для казино та спортзбуків.

Ліцензії, видані Грецькою гральною комісією, діють протягом 7-ми років, і їх кількість не обмежена. Щорічні платежі становлять €3 мільйони для беттинг-операторів та €2 для онлайн-казино, а внесок за подачу на ліцензію коштуватиме операторам €10,000.

Головний мінус цього ринку — висока податкова ставка 35% від валового ігрового доходу.

OPAP - лідер на гральному ринку Греції - був заснований у 1958-му році як лотерейний провайдер, а тепер має ексклюзивні права на різні онлайн та офлайн-ігри. Лотерейна монополія залишиться за OPAP до 2030-го року, монополія на скретч-картки до 2026-го, а на стрибки до 2036-го року.

Кіпр.

Азартні ігри на острові нині регулюються Законом про ставки 2019 року, оновленням всеосяжної законодавчої бази країни, запровадженим у 2012 році. Відповідно до Закону про ставки 2019 року наземні казино (легалізовані у 2015 році) можуть продовжувати роботу, тоді як онлайн-оператори можуть

пропонувати лише букмекерські послуги. Ставки дозволені на спортивні, кіберспортивні та неспортивні заходи. Головним винятком є стрибки, монополія на які належить іподрому Нікосії.

Ліцензії для онлайн-букмекерів видаються Національним агентством за ставками на один чи два роки. Вартість складає €30,000 або €45,000, залежно від терміну дії дозволу. Операторам також необхідно надати банківську гарантію на суму €550 000, і вони оподатковуються в 13% від GGR (10% сам податок + 3% адміністративний збір).

Після років безперервного зростання, GGR Кіпрської індустрії 2019-го становив €88.7 мільйонів, що означає занепад на 1% порівняно з 2018-м — індикатор існуючого та стабільного ринку.

Болгарія.

За оцінками, ринок азартних ігор Болгарії перевищить позначку в 2 мільярди євро, при цьому невелика, але частка, що швидко зростає, представлена онлайн-продуктами. Ліцензовані оператори можуть надавати всі форми онлайн-ігор, крім миттєвих лотерей та розіграшів. Тільки класичні лотереї (крім кено та бінго) підлягають державній монополії.

Наразі галузь регулюється Законом про азартні ігри 2012 року та відповідальним органом є Національне агентство доходів. Цей орган замінив розпущену Державну комісію з азартних ігор у серпні 2020 року та негайно розпочав роботу над оновленими вторинними регуляціями. В даний час вони реалізуються і вплинуть на операторів як онлайн, так і наземних гральних підприємств.

Кількість доступних ліцензій не обмежена. Ціна залежить від типу дозволу: від мінімальної суми €55,000 до €70,000 і більше. Онлайн-казино необхідно внести початкову інвестицію в розмірі близько €300,000, а для спортбуків ця сума зростає до €500,000. Ще всім операторам також потрібно мати в доступі півмільйона євро як гарантію. Податкова ставка - 20% від валового ігрового доходу.

Румунія.

Найбільш густонаселена країна в регіоні — Румунія є домом для 19 мільйонів людей. У 2019 році індустрія онлайн-гемблінгу Румунії зібрала 70,2 мільйона євро. Якщо сума здається невеликою, візьміть до уваги, що вона є стрибком на 416% порівняно з 2015-м роком при незначному збільшенні загальної частки іGaming-ринку з 9,5% до 15%. Дані за 2020 і 2021 роки покажуть, чи пандемія дала поштовх розвитку сегменту онлайн-ігор у Румунії, але потенціал справді величезний [23].

Азартні ігри регулюються Законом про азартні ігри 2009 року та Положення про азартні ігри 2016 року. В даний час обговорюються подальші регуляції, які стосуватимуться проблеми відмивання грошей, технічних вимог, реклами та захисту гравців.

Що стосується онлайн-послуг, Національне бюро азартних ігор пропонує окремі ліцензії для казино, букмекерських контор, розіграшів і бінго. Лотерея знаходиться під державною монополією - Loteria Romana.

Кількість ліцензій не обмежена. Сума необхідна, щоб розпочати процес – €2,500. Щороку оператори повинні сплачувати адміністративні внески у €13,500, а також платіж, що залежить від обороту від €6,000 до €120,000. Оператор також повинен мати гарантію на €100,000. Податкова ставка складає 16% від GGR або €100,000 на рік (оператор сплачує найвищу суму з двох), а також внесок у 2% від обороту.

Молдова.

У Республіці Молдова єдиною регульованою формою азартних ігор є лотереї. Абсолютна відсутність місцевої правової бази дає можливість місцевим гравцям реєструватися та грати на іноземних веб-сайтах, не порушуючи законів. Подібним чином іноземні оператори можуть не боятися заборон і пропонувати свої послуги в країні.

3 лютого комісія з регулювання азартних ігор та лотерей (КРАЇЛ) видала 151 ліцензію із 257 поданих організаторами заявок. 106 заявок відхилили. В Україні очікується відкриття 37 різних гральних закладів у 17 містах. Про це повідомляє Опендатабот.

Наразі подано 257 заявок на ліцензії для різних видів грального бізнесу (казино, онлайн-казино, ігрові зали, букмекерські контори, інтернет-покер, послуги у сфері азартних ігор), а також на ігрові столи та автомати. З них 151 схвалено, а 106 відхилено.

Казино відкриваються при п'ятизіркових готелях у містах із високим туристичним потенціалом. Лідером за кількістю закладів є Київ, де планується відкрити 12 ігрових точок. До списку міст із найбільшою кількістю гральних закладів також входять Харків (5), Львів (3) та Одеса (3).

Рекордна кількість ліцензій на гральне обладнання – у казино в одеському готелі Gagarrn, яке планує поставити понад 300 автоматів та гральних столів. В інших містах цифри значно відрізняються — зазвичай, великі казино мають ліцензії не більше ніж на 50-70 одиниць обладнання.

Вартість ліцензій. Щоб відкрити казино, необхідно придбати ліцензію вартістю 360 млн грн (близько 13 млн дол.), яка видається на 5 років. В інших містах така сама ліцензія коштуватиме 180 млн грн (6,5 млн дол.). Крім того, казино щороку доведеться платити за кожен гральний стіл від 540 000 до 1 050 000 грн., а також 36 000 грн за кожен ігровий автомат.

Ліцензія на зал гральних автоматів — зараз вона найпопулярніша — коштує 45 млн. грн. (1,6 млн. дол.). Як і в казино, там також потрібно щороку платити за кожну слот-машину.

Казино та зали гральних автоматів нерідко купують ліцензії на букмекерську діяльність. Дозвіл на відкриття букмекерської контори коштує 180 млн. грн. (6,5 млн. дол.). А відкриття кожного букмекерського пункту – 180 000 грн. щорічно [23].

Ліцензія для онлайн-казино коштуватиме 39 млн грн (1,4 млн дол.).

На сьогодні в Україні вже видано ліцензії на:

9 казино;

11 онлайн-казино та 1 онлайн-покер;

37 гральних залів;

37 букмекерські контори;

33 столи з рулеткою;

60 карткових гральних столів;

1097 гральних автоматів.

Примітно, що ліцензії на відкриття грального закладу фактично видаються двічі – їх купують і готелі, і компанії, які організують ігри у цих готелях. Тому одна й та сама адреса зазвичай фігурує в кількох ліцензіях з різними власниками.

2.3 Тренди та тенденції комунікацій сфери гостинності класу «люкс»

Запровадження інноваційних технологій та техніки дозволило споживачам значно підвищити свій рівень комфорту та норми вимог до сервісу. На теперішній час від швидкості змін та своєчасній реакції на потреби споживача залежить те, наскільки конкурентоспроможним готель буде хоча б у найближчий фінансовий рік. Тому розуміння та вивчення світових тенденцій та трендів комунікацій сфери гостинності у класі «люкс» дозволить фахівцям у галузі PR та маркетингу спрямовувати та коригувати інформаційний вплив, а внаслідок цього чіткіше вибудовувати стосунки та підвищувати лояльність як існуючих споживачів таких послуг, так і потенційних.

У 21 сторіччі – сторіччі розвитку комп'ютерних технологій та штучного інтелекту на індустрію гостинності величезний вплив здійснює швидкість впровадження інновацій. У доповіді, підготовленій «Deloitte's Consulting», було зазначено, що цифрові інновації, такі як мобільне бронювання, реєстрація, оплата та обслуговування в номерах стали популярнішими серед зайнятих мандрівників, особливо для молодого покоління, і вже не є чимось надзвичайним і дивним. А скоріше стало буденністю та особливим атрибутом будь-якого готелю.

Можна стверджувати, що в реаліях сучасного світу стандартом обслуговування у сфері гостинності стає легкий інтернет-доступ у будь-якій точці світу та у будь-який час. Безперечно, розвиток інтернет-технологій призвели до того, що досвід гостей готелю переходить сьогодні на новий якісний рівень. Прикладом такого переходу може бути створена програма для

готелю Virgin «Лусу», яка дозволяє гостям контролювати температуру повітря в кімнаті, замовляти обслуговування в номери, замовити послуги SPA і навіть дає можливість вести листування з іншими гостями готелю. Більше того, про активне впровадження технологій робототехніки говорить дослідження Hospitality Tech, де 22% опитаних представників готелів підтверджують, що роботи мають реальний потенціал у цій галузі. Релейний роботизований консьєрж із «Savioke» був названий «найбільш інноваційною технологією гостинності» на церемонії нагородження TechOvation Awards HTNG за 2020 рік [12].

Ще одним, не менш важливим фактором, що впливає на індустрію гостинності, є інтернет-маркетинг. Завдяки розвитку Інтернету пошук та замовлення послуг готелю став простішим і зручнішим як для споживача, так і для готельєра. Також поява веб-сайтів бронювання (OTA), які можуть стягувати плату за комісію, призвела до того, що споживачі вже не перетинаються з відділом бронювання готелю, воліючи робити це через третіх осіб. Цією обставиною і пояснюється той факт, що OTA не тільки продають готельні та туристичні пакети, але й значно впливають на поведінку споживачів, запевняючи, що гості, використовуючи такі сайти, отримають кращу ціну. За даними досліджень, лише близько 30% всіх бронювань проходять через веб-сайти готелів, а 69% через OTA [13].

Споживча поведінка також відіграє важливу роль на формування готелю та рівня його класності. Так, туристичні бренди, як і раніше, прагнуть відповідати високим очікуванням, встановленим нетуристичними брендами, такими як Amazon, Starbucks та Seamless, які часто демонструють інноваційні товари та послуги своїм гостям. Споживач сьогодення це споживач, який чекає на послуги, орієнтовані на автентичність, персоналізований досвід, досвід усунення тертя та функціональність на вимогу [14].

Цим пояснюється також і та обставина, що завдяки OTA та інтернет-технологіям сучасний споживач більш «просунутий» та краще освічений, ніж декілька років тому. Єдиними мандрівниками, раніше, які насправді розуміли різницю між брендами, були бізнес-мандрівники. А на теперішній час, коли

існують різнопланові онлайн-рейтинги, соціальні мережі, а ринок міжнародних подорожей дедалі зростає, користувачі можуть досліджувати та порівнювати різні пропозиції готелів однієї категорії на одному й тому ж сегменті ринку.

Не можна не відзначити, що індустрію гостинності класу «люкс» не значний вплив має економіка спільного використання. Можна впевнено стверджувати, що розвиток платформ для спільного використання житла змінило рівновагу гравців на ринку гостинності. Теперішня концепція «рівний-рівному» набуває все більшого значення в туристичній спільноті. Спільне використання економічних або однорангових платформ житла, як і раніше, формує глобальну індустрію гостинності як для відпочиваючих, так і для ділових мандрівників. У 2020 році кількість списків на одній з найвідоміших однорангових платформ Airbnb, перевищила 3 мільйони у глобальному масштабі у більш ніж 191 країні [15]. Сьогодні Airbnb є загрозою для готелів, оскільки мандрівники вважають за краще шукати приватне житло за допомогою такої платформи, а не бронювати номери у готелях [16]. Також цілком можливо, що одним із значних наслідків появи економіки спільного використання для традиційних готелів є те, що ціни на номери під час високого сезону, коли готелі зазвичай приносять максимальний прибуток, впали останніми роками на найбільших ринках. Причиною цього є те, що коли готелі повністю заброньовані, мандрівники тепер схильні замовляти альтернативні джерела житла, знижуючи попит та роблячи вигіднішою цінову пропозицію. Але це стосується підприємств більш низьких за рівнем класності, а не сегменту класу «люкс». Проте слід відзначити, що бізнес-середовище почало користуватись таким видом послуг як довготривала оренда нерухомості також високого класу. Що дещо розхитує позиції люксового сегменту готельної індустрії.

Наступним етапом дослідження сфери гостинності класу «люкс» є виявлення основних світових тенденцій щодо мотивації рішень, які приймаються керівних ланок та загальних напрямків розвитку.

Основними трендами сфери гостинності класу "люкс" є зосередження світової індустрії гостинності на створенні унікального досвіду для своїх

гостей. Поняття «індустрія досвіду» був ужитий авторами Д. Пайном і Д. Гілмором у статті, опублікованій у Harvard Business Review ще в 1998 році, що визначає різний досвід як послуги наступного рівня, які можуть емоційно залучати клієнтів, щоб створити незабутню або вражаючу емоцію, одночасно додаючи цінність при взаємодії [17]. Згідно з дослідженням «Shaping the Future of Luxury Travel. Future Traveller Tribes 2030» ми вступили на новий етап відпочинку класу «люкс». З огляду на те, що все більше і більше нових мандрівників починають відвідувати нові частини світу, а індустрія туризму розширюється, це також зачіпає люксовий сегмент. Перед готельною індустрією постає завдання задоволення потреби гостей середнього класу, яким найбільш важливий матеріальний аспект подорожей, тоді як зріліші ринки прагнуть більш розвиненої розкоші. Таким чином для гостей, націлених на споживання люксових товарів та послуг, актуальний, особистий та ексклюзивний досвід стане ще важливішим. Це буде відокремлюючим фактором, між існуючими видами та поняттями розкоші та найсучаснішими, а де інде і завтрашніми. Отже отримання емоцій є важливішим для споживачів даного сегменту, ніж задоволення матеріальних потреб, хоча в певних випадках вони можуть дуже тісно переплітатись. Прикладом отримання такого унікального досвіду може бути відвідування готелю «Giraffe Manor», який розташовано у старовинному особняку на околиці Найробі, столиці Кенії. Головною особливістю готелю є спілкування з живими жирафами, що вільно розгулюють його територією.

Ринок розкоші, як окремий сегмент ринку, пройшов довгий шлях від стандартизації до персоналізації. Безперечним є факт, що зміна поведінки споживача потребує індивідуальної відповіді на запит. Це залежить, від того, що у зв'язку з новим розумінням розкоші і того, що це розуміння відрізняється для кожного реального та потенційного споживача послуг готелів класу люкс.

Увага до персоналії, в такому випадку, це не тільки, наприклад, наявність особистого дворецького, який вирішує різні побутові завдання та бере на себе всі контакти з рештою готелю. Цей тренд у першу чергу пов'язаний з розвитком технологій Великих даних (Big Data), які дозволяють враховувати попередній

досвід гостей та їх поведінкові звички та здатні підняти лояльність гостей на новий рівень. На виставці EyeforTravel 67% представників туристичних брендів вказали, що лояльність клієнтів може бути покращена за рахунок більшого інвестування в дані та аналітику [18].

Варто також відзначити, що прагнення до справжності та унікальності товарів та послуг призвело до розвитку автентичної продукції (наприклад, зростання попиту на місцеві органічні продукти, корисне харчування) [19]. Клієнт змінюється з плином часу та у відповідності до зміни технологічного прогресу, і це не може не впливати пливає на сегмент подорожей. Унікальні враження створюють психологічний ефект пульсації та підвищують інтерес до місця перебування створюючи чіткий асоціативний ряд. Отже виграють готелі, які уособлюють в собі такі незабутні враження та здатні запропонувати певний спосіб та ритм життя, дозволяючи отримати абсолютно новий яскравий досвід своїм гостям.

Не менш важливу роль починають відігравати гібридні готельні продукти, розвиток яких насамперед пов'язаний із поколінням мілініалів, яких стає все складніше чимось здивувати. Одним із прикладів створення такого характеру продукту є готельний бренд Tru, спроектований одним із лідерів ринку Hilton. Типовий проект готелю Tru by Hilton має величезний - 2700 квадратних метрів - лобі, розділеному на кілька зон: для відпочинку та ігор, спілкування, роботи та їжі. Тут же знаходиться й імпровізований «Командний центр», де можна зареєструватися (з урахуванням того, що гостям буде запропонована можливість онлайн-реєстрації та Digital Key для доступу в номер зі смартфона) та переглянути новини із соціальних мереж, пов'язаних з готелем, плюс придбати алкогольні напої та інші невеликі закуски.

В готельному бізнесі завжди існував певний рівень технічного та технологічного оснащення. У 2020 році гості заздалегідь очікують на наявність базового технологічного пакету, що складається з телевізора високої чіткості з великим вибором каналів, телефону, доступу до Wi-Fi та будь-якої технології, яка йде з кухнею або міні-кухнею. Новим рішенням у розвитку готелю стає Інтернет речей (Internet of Things) – це система, в якій датчики вбудовані в

об'єкти, пов'язані через дротові та бездротові мережі (Інтернет, Bluetooth, Wi-Fi) та наводяться в дію за наявності мобільного пристрою. Таке програмне забезпечення дозволяє передбачати потреби гостя ще до його прибуття та працює з використанням особистого профілю, створеного гостем [20]. Така система здатна збільшити ефективність роботи готелю (за рахунок економічного використання електрики та води), а також адаптуватися до поведінки гостя у реальному часі, ґрунтуючись на ваших звичках та особистих уподобаннях, зібраних протягом кількох днів перебування.

Теперішні запити споживача дедалі більше стають вибагливими і прагненнями до високого ступеню комфорту, адже сучасний мандрівник прибуває в готель після довгого перельоту. При вході у вестибюль готелю за його бажання смартфон має зв'язатись з системою керування готелю та автоматизувати реєстрацію заїзду, виключивши при цьому стомлюючу процедуру реєстрації. Потім система має надіслати цифрове сповіщення найближчому службовцю готелю, щоб той міг привітати гостя на ім'я та допомогти йому з багажем. Система, по мірі наближення гостя до своєї кімнати, має автоматично розблокувати двері, а освітлення, температура, система розваг налаштовуються у відповідності до його вподобань. Розробники зазначають, що можливість впровадження такої системи в готелі виглядає дуже перспективною, але в той же час така технологія має низку складнощів та особливостей. Розробка цілісної та ефективної системи IoT вимагає чіткого розуміння функцій, які виконуватиме система, пошук постачальників необхідного обладнання та технологій, а також розробка питань, пов'язаних з кібер-безпекою, оскільки велика кількість підключень може створити вразливість системи.

РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ПРОЄКТУВАННЯ ОСНОВНИХ ЧАСТИН ГОТЕЛЮ «LUCKY CASE»

Виходячи зі сформованої концепції закладу готельного ресторану з ігорною зоною подальшим для вирішення завданням є розробка організаційно-проектних рішень готелю класу «люкс» з ігорною зоною під найменуванням «Lucky case». Першочерговим для вирішення в цьому питанні завдання є проведення заходів з прийняття принципових компонувальних проектних рішень, які б відображали перелік приміщень та технологічну взаємодію між ними.

3.1 Проектування основних приміщень готелю Lucky case»

Розташування готелю «Lucky case» класу «люкс» (за міжнародною класифікацією 5зірок) передбачається у м. Харків на березі річки Лопань між вулицею Конторська та Нетеченьскою набережною на базі колишніх майстерень та промислових будівель, як на теперішній час не використовуються та знаходяться у аварійному стані. Передбачається нове будівництво замість існуючих будівель. Поруч розташовані Харківська соборна мечеть, мальовничий краєвид набережної, сквер «Стрілка» та центр міста з розвинутою мережею транспорту, відносна віддаленість від залізничного вокзалу та аеропорту. Так, віддаленість від ж/д вокзалу становить 5 хв. Руху автомобілем, а від аеропорту 20 хв. Місткість готелю передбачається 120 місць, форма господарювання обрано як товариство з обмеженою відповідальністю.

Готель «Lucky case» розташовується у окремій 8 поверховій будівлі. Будівля має ва підземні поверхи та 6 поверхів вище рівня землі. Передбачається використання -2 поверху як паркінгу для тимчасового розташування приватного та службового транспорту, складської групи приміщень, службових приміщень та -1 поверху для розташування ігорної зони казино, бару, кальянної, більярдної, технічних приміщень казино. На 1 поверсі планується до розташування приймальне відділення, конференц-зал на 40 осіб та ресторан 90 місць, а також окремий бар. На другому, третьому та четвертому поверхах планується розташування номерного фонду та технічних приміщень за

необхідністю. Характеристика готелю «Lucky case» 5* зірок наведено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Принципова характеристика готелю «Lucky case» 5* зірок

Назва готелю	«Lucky case»
Поштова адреса	м. Харків, вул. Конторська.
Форма власності	ТОВ (Товариство з обмеженою відповідальністю)
Структура управління	Лінійно- функціональна
Поверховість готелю	Шести поверхова будівля
Рівень комфорту	5* зірок
Специфіка роботи готелю	Центр відпочинку та з ігровою зоною
Кількість місць	120 місць
Рівень завантаженості (середньорічний відсоток)	80,9 %.

Розроблено автором

Ділянка що пропонується до розташування готелю, відповідає вимогам щодо епідеміологічних правил та норм гігієни відносно рівня природних та штучних радіонуклідів, вмісту хімічних і біологічних речовин у повітрі та ґрунтів, що становлять небезпеку, низки небезпечних чинників (вібрація, електромагнітні поля тощо) та інших негативних явищ. При готелі передбачається автомобільна стоянка для тимчасового розташування автотранспорту на території біля будівлі та довготривалого зберігання транспортних засобів на -2 поверсі. Обидві території охороняються шляхом відеоспостереження та співробітниками служби безпеки готелю. Кількість місць на стоянці розраховуємо згідно вимог ДБН.

Таблиця 3.2

Кількість місць на стоянці готелю «Lucky case» 5* зірок

№ з/п	Вид готелю	Кількість місць % у від потужності готелю	Кількість місць на автостоянці
1	Готель 5*	60	72
2	Готель 5* місця для осіб з інвалідністю	15	18

На ділянці готелю передбачається індивідуальна стоянка для інвалідів (з розрахунку 15%, що становить 18 місць), яка наближена до входу у будівлю. Для пересування сходами передбачається встановлення міні-ліфту для осіб з особливими потребами.

Підприємства ресторанного господарства, що входять до структури готелю відносяться до відкритих (обслуговування передбачається проживаючих у готелі гостей та мешканців міста Харків). Рекомендовані типи та місткість пунктів ресторанного господарства наведено у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Типи і місткість пунктів ресторанного господарства готелю

№ з/п	Вид пунктів ресторанного господарства	Мінімальна кількість місць у ПРГ (% до потужності готелю)	Кількість місць у ПРГ
1	Ресторан	90	108
2	Бар готелю	60	72
	Бар ігорної зони	50	60

Розроблено автором

До складу готелю входять такі групи приміщень та служб: житлова, приймально-вестибюльна, житлова, приміщення побутового обслуговування, заклади ресторанного господарства, приміщення ділової направленості, приміщення адміністрації та експлуатаційних служб. Житлова та приймально-вестибюльна група приміщень є обов'язковими для будь-якого закладу готельного господарства. Склад додаткових приміщень, які підвищують комфорт готелю приймаються у відповідності до завдання на проектування завдання. Будівля готелю за своїм складом є принципово новою проте вписується у архітектурний ансамбль міста. Номерний фонд розташовано таким чином, що зона шуму з боку інженерних комунікацій впливає мінімально. Це досягається за рахунок встановлення сучасних систем припливно-витяжних рекупераційних систем вентиляції.

Таблиця 3.4

**Склад приміщень приймально-вестибюльної групи готелю
«Lucky case» 5* зірок**

№ з/п	Вид приміщення	Площа приміщення згідно ДБН (не менше, м ²)	Фактична площа приміщення, м ²
1	Вестибюль	60	90
2	Бюро прийому	10	18
3	Пункт зв'язку	6	10
4	Кімната чергового персоналу	8	8
5	Службове санітарно-технічне приміщення	8	10
6	Кімната чергового менеджера адміністрації	12	12
7	Камера схову	15	15
8	Приміщення охорони	16	16
9	Приміщення портьє та швейцарів	10	12
10	Зона розташування банкоматів та терміналів	14	16
11	Гардероб	10 % від кількості гостей	12
12	Комора прибирального інвентарю	3 м ² на 100 місць	10
13	Санвузол гостьовий	6	12/12
	Всього		261

Розроблено автором

У вестибюлі передбачається улаштування вхідної зони та зони прийому (реєстрація гостей та оформлення документів), очікування, відпочинку та збору організованих груп, терміналів самообслуговування, входу до закладу ресторанного господарства і побутового обслуговування, комунікаційна зона. Передбачається, що зона очікування та відпочинку буде непрохідною.

Проектування адміністративної групи приміщень. Приміщення адміністрації доцільно групувати на першому поверсі за основним потоком гостей. Склад приміщення та їх параметри наведені у таблиці 3.5.

Склад адміністративної групи готелю «Lucky case» 5* зірок

№ з/п	Вид приміщення	Площа приміщення згідно ДБН (не менше, м ²)	Фактична площа приміщення, м ²
1	Кабінет керуючого готелем	12	16
2	Кабінет заступника	12	16
3	Кабінет зав. господарством	12	14
4	Бухгалтерія	16	20
5	Робочі приміщення	12	16
	Разом		82

Розроблено автором

Господарські та виробничі приміщення службово-господарського призначення зазвичай об'єднуються за функціональним призначенням. Показники мінімального складу та показники площі господарських та виробничих приміщень готелю наведено у таблиці 3.6.

Таблиця 3.5

Склад та площі господарських та виробничих приміщень готелю «Lucky case» 5* зірок

№ з/п	Вид приміщення	Площа приміщення згідно ДБН (не менше, м ²)	Фактична площа приміщення, м ²
1	Вузол зв'язку	12	12
2	Кімната брудної білизни	12	16
3	Кімната чистої білизни	24	25
4	Приміщення розбирання брудної білизни	12	14
5	Ремонтна майстерня білизни	10	12
6	Приміщення технічних майстерень (слюсарна, технічна, столярна, будівельна)	42	44
7	Білизняна	12	15
8	Комора зберігання меблів	24	25
9	Приміщення пральні	26	26

	та хімчистки		
10	Господарські приміщення	6x2=12	12
	Разом		211

Розроблено автором

Приміщення побутового обслуговування та і торгівлі. У складі готелю передбачається приміщення побутового обслуговування та торгівлі, під час проектування яких спираємось на ДБН В.2.2 – 11 та ВСН 54, а показники площ приймаємо за таблицею 3.7.

Таблиця 3.7

Склад площі приміщень побутового обслуговування готелю «Lucky case» 5* зірок

№ з/п	Вид приміщення	Площа приміщення згідно ДБН (не менше, м ²)	Фактична площа приміщення, м ²
1	Магазин продажу квітів та сувенірів	12	12
2	Лобі-бар	-	24
	Разом		36

Розвинена структура готелю зможе забезпечити усім необхідним устаткування: мережею безкоштовного інтернету за рахунок зв'язку Wi-Fi в номерах, конференц-залом та кімнатами для проведення перемовин.

До житлових приміщень готелю входять житлові кімнати, приміщення поверхового обслуговування. Номерний фонд готелю «Lucky case» 5* зірок містить в собі згідно вимог до оснащення наступні характеристики (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Характеристика номерного фонду «Lucky case» 5* зірок

№ з/п	Тип номеру	Характеристика номеру	Кількість місць	Кількість номерів
1	Апартамент (двомісний)	Номер складається з двох житлових кімнат, повного та додаткового санвузлів, кімнати: вітальня, кабінет, спальня	20	10
2	Люкс (двомісний)	Номер складається з двох житлових кімнат,	20	10

		повного санвузла, кімнати: вітальня, кабінет, спальня		
3	Напівлюкс (двомісний)	Номер складається з однієї житлової кімнати, повного та додаткового санвузлів, кімнати: вітальня, спальня	40	20
4	Напівлюкс (одномісний)	Номер складається з однієї кімнати, повного та додаткового санвузлів, кімнати: вітальня, спальня	40	40
	Разом		120	80

Розроблено автором

Для виконання компоувального рішення житлового поверху готелю та розрахунку розмірів будівлі необхідно визначити житлового поверху. З цією метою для розташування житлових номерів готелю користуємось настановами ДБН В.2-20:2008 «Будинки та споруди. Готелі».

Площа будь-якого приміщення у готелі визначається за формулою:

$$S_{\text{прим.}} = S_{\text{уст.}} + S_{\text{меб.}}/k, \quad (3.1)$$

де $S_{\text{уст.}}$ – сума площі устаткування, що використовується у приміщенні, м²;

$S_{\text{меб.}}$ – сума площі усіх меблів, що використовуються у приміщенні, м;

k – коефіцієнт використання площі приміщення (0,2...0,5).

Загальна площа номерів може бути визначена за формулою:

$$S_{\text{жк№№}} = S_{\text{жк№№}} + S_{\text{сан.в}} + S_{\text{віт.}} \quad (3.2)$$

де $S_{\text{жк№№}}$ – сума площі житлової кімнати, м²;

$S_{\text{сан.в}}$ – площа санітарного вузла м²;

$S_{\text{віт.}}$ – площа вітальні, м².

Кількість місць на житловому поверсі розраховуємо за формулою:

$$N = b_1 x n_1 x c_1 + b_2 x n_2 x c_2 / 100 \quad (3.3)$$

Де N – кількість місць на житловому поверсі,

b_1, b_2 – відсоток номерів даного типу;

n_1, n_2 – кількість номерів на поверсі;

c_1, c_2 – місткість номерів.

$$n = N \times 100 / (b_1 \times c_1 + b_2 \times c_2) \quad (3.4)$$

Площа номеру «Апартамент»:

$$S_{жк.№2} = (50 + 7 + 16) \times 10 = 730 \text{ м}^2$$

Площа номеру «Люкс»:

$$S_{жк.№2} = (35 + 7 + 16) \times 10 = 580 \text{ м}^2$$

Площа номеру «Напівлюкс»:

$$S_{жк.№2} = (16 + 4) \times 20 = 400 \text{ м}^2$$

Площа номеру «Напівлюкс одномісний»:

$$S_{жк.№2} = (14 + 4) \times 40 = 720 \text{ м}^2$$

Загальна площа номерів складає:

$$S_{жк.№2.№2} = 730 + 580 + 400 + 720 = 2430 \text{ м}^2$$

Проводимо розрахунок кількості місць на житловому поверсі. Приймаємо, що у готелі «Lucky case» 5* зірок буде 4 поверхи над поверхнею нульового циклу і 3 них житлові, тоді на кожному поверсі буде розміщено $80/5=16$ номерів.

Кількість місць на житловому поверсі буде дорівнювати 24 місця. Остаточну кількість номерів на кожному поверсі можна визначити під час компонування житлових поверхів готелю.

Наступним кроком є визначення загальної житлової площі, виходячи з того, що площа житлових номерів становить від 54% до 70 % площі забудови житлового поверху, т для розрахунку приймаємо коефіцієнт 0,7.

$$S_{заг.жит} = 2430 / 0,7 = 3471 \text{ м}^2,$$

Тому як у готелі проектується 5 житлових поверхів, то площа житлового поверху становитиме: $2430/5=486 \text{ м}^2$. Склад приміщень 6 поверху готелю «Lucky case» 5* зірок наведено у таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

Склад приміщень 6 поверху готелю «Lucky case» 5* зірок

№ з/п	Тип номеру	Площа, м ²	Кількість приміщень	Загальна площа, м ²
1	Апартамент (двомісний)	73	3	219

2	Люкс (двомісний)	58	3	174
3	Хол	36	1	26
4	Коридори	22	2	44
5	Комора прибирального інвентарю	8	1	8
6	Комора брудної білизни з білизнопроводом	9	1	9
7	Сходи	6	1	6
	Разом		12	486

Розроблено автором

3.2 Технічне оснащення ігрової зони готелю «Lucky case»

Ігрова зона готелю «Lucky case» розташована на -2 поверсі готелю. Розташування на нижніх поверхах обумовлено низкою факторів. Один з таких факторів це організація безпеки під час проведення ігор та обслуговування гостей, а також обумовлено тим чинником, що знаходячись на нижніх і закритих поверхах процес закрито від спостереження ззовні, що обмежує популяризацію азартних ігор серед населення зокрема неповнолітніх. Крім того, таке розташування дозволяє надійно забезпечити процес зберігання майнових ресурсів казино та майна гравців від ймовірного злочинного впливу.

До складу ігрової зони входять наступні приміщення: сейфова камера зберігання готівкових коштів, кімната служби безпеки, кімната круп'є, серверна, кімната технічних фахівців, бар ігрової зони, ігровий зал, кальяна, санвузол персоналу, сан вузол гостьовий, службові приміщення. Склад приміщень наведено у таблиці 3.10.

Таблиця 3.10

Склад приміщень ігрової зони готелю «Lucky case» 5* зірок

№ з/п	Вид приміщення	Площа приміщення згідно ДБН (не менше, м ²)	Фактична площа приміщення, м ²
1	Вестибюль	50	80
2	Бюро прийому	30	38
3	Сейфова камера зберігання готівкових коштів	12	12
4	Кімната служби безпеки	12	12
5	Кімната круп'є	10	10

6	Серверна	12	12
7	Кімната технічних фахівців	15	15
8	Бар ігрової зони	30	36
9	Ігровий зал	120	128
10	Кальянна	24	24
11	Гардероб	10 % від кількості гостей	8
12	Санвузол гостьовий	6	12/12
13	Санвузол гостьовий	6	6/6
	Всього		411

Розроблено автором

Для оснащення ігрової зони та розрахунку площі ігрової зони слід розуміти кількісні показники ігрового обладнання, його технічні можливості та установчу площу. Ігрове обладнання, що планується для встановлення представлено в табл. 3.11.

Таблиця 3.11

Зведена таблиця прийнятого для встановлення ігрового обладнання

№ з/п	Найменування обладнання	Тип, марка	Кількість	Розміри, м ²	Вартість, грн.
1	Покерний стіл	Gambler	2	2900x1650x850	28500
2	Стіл для Баккари	Baccarate	2	2700x1620x730	30200
3	Столик сервірувальний	GH-15	6		
4	Шафл-машина	Shuffle King 2 (Refurbished)	4	-	6800
5	Слот-автомати	Atronic Oxygen Diversity	12	980x1120x1970	182290
6	Колесо рулетки	Topstone	4	600x600	10300
7	Разом				494400

Розроблено автором

Площа приміщення ігрового залу визначається за формулою:

$$S_{\text{прим.}} = S_{\text{уст.}} + S_{\text{меб.}}/k, \quad (3.5)$$

де $S_{\text{уст.}}$ – сума площі устаткування, що використовується у приміщенні, м²;

$S_{\text{меб.}}$ – сума площі усіх меблів, що використовуються у приміщенні, м;

k – коефіцієнт використання площі приміщення (0,2...0,5).

$$S_{\text{прим.}} = 27.15 + 50/0,5 = 127,18 \text{ м}^2$$

Таким чином розрахована площа ігрного залу готелю становить 128 м², яка здатна вмістити в собі одночасно 90 осіб і надавати ігрені послуги. Проведені розрахунки дозволяють провести планувальні рішення (Додаток Б).

Проведені розрахунки дозволяють провести компоувальні рішення поверху із розташуванням ігрової зони та розміщення відповідного устаткування, а також формування житлової групи приміщень 6 поверху із розташуванням меблі та обладнання у номерному фондї.

ВИСНОВКИ

Виходячи з актуальності теми та поставлених завдань досліджень було проведено наліз функціонування ігорного бізнесу світу, який показав, що ця індустрія в певних частинах світу розвинута в різній ступені. В певних країнах ця індустрія або обмежена, або заборонена. В таких країнах як США, Англія, Франція ігорна індустрія розвинена достатньо широко та є суттєвою складовою бізнесу, причому готельного бізнесу. Пов'язано це з тим, що переважна кількість казино розташована саме у готелях різного класу. В країнах Європи ігорний бізнес знаходиться в різних стадіях розвитку, зокрема балканські країни зробили лише перші кроки у інвестування цього напрямку.

Аналіз стану питання розвитку ігорної індустрії України показав, що певні кроки з цього напрямку вже робляться проте лєвова доля бізнесу ще залишається у тіньовому сегменті економіки. І перспективи для розвитку є, проте залучення для цього іноземного досвіду та копіювання моделі розвитку не є доцільним. Стримуючим чинником запровадження ігорних зон у закладах готельного господарствах України є висока вартість ліцензування бізнесу.

Для досягнення мети роботи були проведені проєктні роботи на основі розробленої концепції готелю класу «люкс» з ігорною зоною», розраховані основні приміщення приймально-всетибюльної групи, адміністративної групи, службових та технічних приміщень, обґрунтовано та розраховано номерний фонд готелю, складені його характеристики. Номерний фонд переважно складається з номерів люкс, напівлюкс. та апартаменти. Розрахунки показали, що площа кожного поверху готелю становитиме 486 м^2 , кількість поверхів готелю 8, 6 з яких вище рівня землі, а 2 нижче. Загальна площа житлового фонду 2430 м^2 . Розрахунки ігорного залу показали, що площа його становитиме 128 м^2 , площа відведена під ігорну зону яку входять придані приміщення становитиме 411 м^2 . Паралельні розрахунки площ ігорної та житлової зон готелю, показали, що ці показники тісно корелюють між собою і підтверджують правильність розрахунків. Для оснащення ігорної зони було проведено підбір обладнання та розрахована сума капіталовкладень на його придбання, яка становить 494400 грн.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб.: [для закладів вищої освіти] / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 484 с.
2. Oxford Dictionary Online URL: <https://en.oxforddictionaries.com>.
3. Heine K. The Concept of Luxury Brands. Technische Universität Berlin, 2012. P. 33.
4. Heine K. The Concept of Luxury Brands. Technische Universität Berlin, 2012. P. 9.
5. Kapferer J. N. Bastien, V. The Luxury Strategy. London: Kogan Page, 2009. P. 39.
6. Kapferer J. N. Bastien, V. The Luxury Strategy. London: Kogan Page, 2009. P. 21.
7. Chu Y. A review of studies on luxury hotels over the past two decades / Iowa State University Digital Repository. URL: <https://lib.dr.iastate.edu/etd/13913>.
8. Enz C. The Cornell School of Hotel Administration Handbook of Applied Hospitality strategy. – Thousand Oaks, Calif. – SAGE, 2010. – P. 216.
9. Sherman R. Class Acts: Service and Inequality in Luxury Hotels. – University of California Press, 2007. – P.26.
10. Tourism Economics Report, Shaping the Future of Luxury Travel. Future Traveller Tribes 2030 / Amadeus. URL: <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/luxury-travel/shaping-the-future-of-luxury-travel-report.pdf>.
11. The biggest hotel companies by Market cap, 2017 / Hotels News Now. URL: <http://www.hotelnewsnow.com/Articles/126612/The-biggest-hotel-companies-by-market-cap>.
12. Lorden A. 6 Mega – Trends in Hotel Technology / Hospitality Tech. URL: <https://hospitalitytech.com/6-mega-trends-hotel-technology>.
13. Mest E. 4 OTA strategies hotels can use to boost direct-booking success // Journal of Hospitality Management. 2017. November. P. 8.

14. Deloitte's Consulting Report, 2017 travel and hospitality industry outlook / Deloitte's Consulting. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/us-cb-2017-travel-hospitality-industry-outlook.pdf>.
15. Lynn K. 8 factors that have changed the way we travel / Hotel Management Net. URL: <https://www.hotelmanagement.net/operate/8-factors-have-changed-way-we-travel>.
16. Mahmoud A. The Impact of AirBnb on Hotels and Hospitality Industry / Hospitality Net. URL: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4081839.html>.
17. Domenget B. E. Four ways to create unique hotel experiences / EHotelier. URL: <https://ehotelier.com/insights/2017/06/27/creating-unique-experiences>.
18. NetAffinity Data & Personalisation are key for growing hotel loyalty programs / Net Affinity. URL: <https://blog.netaffinity.com/data-personalization-loyalty-programs>.
19. Deloitte's Consulting Report, 2017 travel and hospitality industry outlook / Deloitte's Consulting. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/us-cb-2017-travel-hospitality-industry-outlook.pdf>.
20. Sterkenberg Z. Hotel Trends Transforming the Guest Experience in 2018: Part 1 / Ambius. URL: <https://www.ambius.com/blog/hotel-trends-transforming-the-guest-experience-part-1-macro-trends>.
21. Шинкаренко О. Україна повертається у світ казино: привіт, високі доходи бюджету чи мафія? URL: <https://bykvu.com/ru/mysli/ukraina-povertaietsia-u-svit-kazyno-pryvit-vysoki-dokhody-biudzhetu-chy-mafia>.
22. В Україні найвища вартість ліцензій на азартні ігри URL: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/v-ukraine-samaja-vysokaja-stoimost-za-licenzii-385320>.
23. Габідулін А. Огляд Балканського ринку азартних ігор URL: https://slotegrator.pro/analiticheskie_tatii/gora-kotoruyu-stoit-pokorit--obzor-balkanskogo-rynka-azartnyh-igr.
24. Сорока А. Найдорожчі готелі України URL: <https://azart.nv.ua/ukr/reviews/naykrashchi-kazino-v-ukrajini-50196132>.

25. Миколенко О. П., Данько Н. І., Страпчук С. І., Терешкін О. Г., Горелков Д. В., Червоний В. М. Методичний посібник для студентів першого (бакалаврського) рівня освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» : підготовка та захист кваліфікаційної роботи. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 83 с.

26. Рожин И.Г., Урбаха А.И. Архитектурное проектирование общественных зданий и сооружений. М.: Стройиздат. 1985. 217 с.

27. ДСТУ Б А.2.4-7-95 (ГОСТ 21.501-95). Система проектної документації. Правила виконання архітектурно - будівельних креслень. Держ. комітет України у справах містобудування і архітектури. К., 1995.

28. Клименко Є.В. Технічна експлуатація та реконструкція будівель та споруд: навч. посіб./ К.: Центр навч. Л-ри, 2004, 304 с.

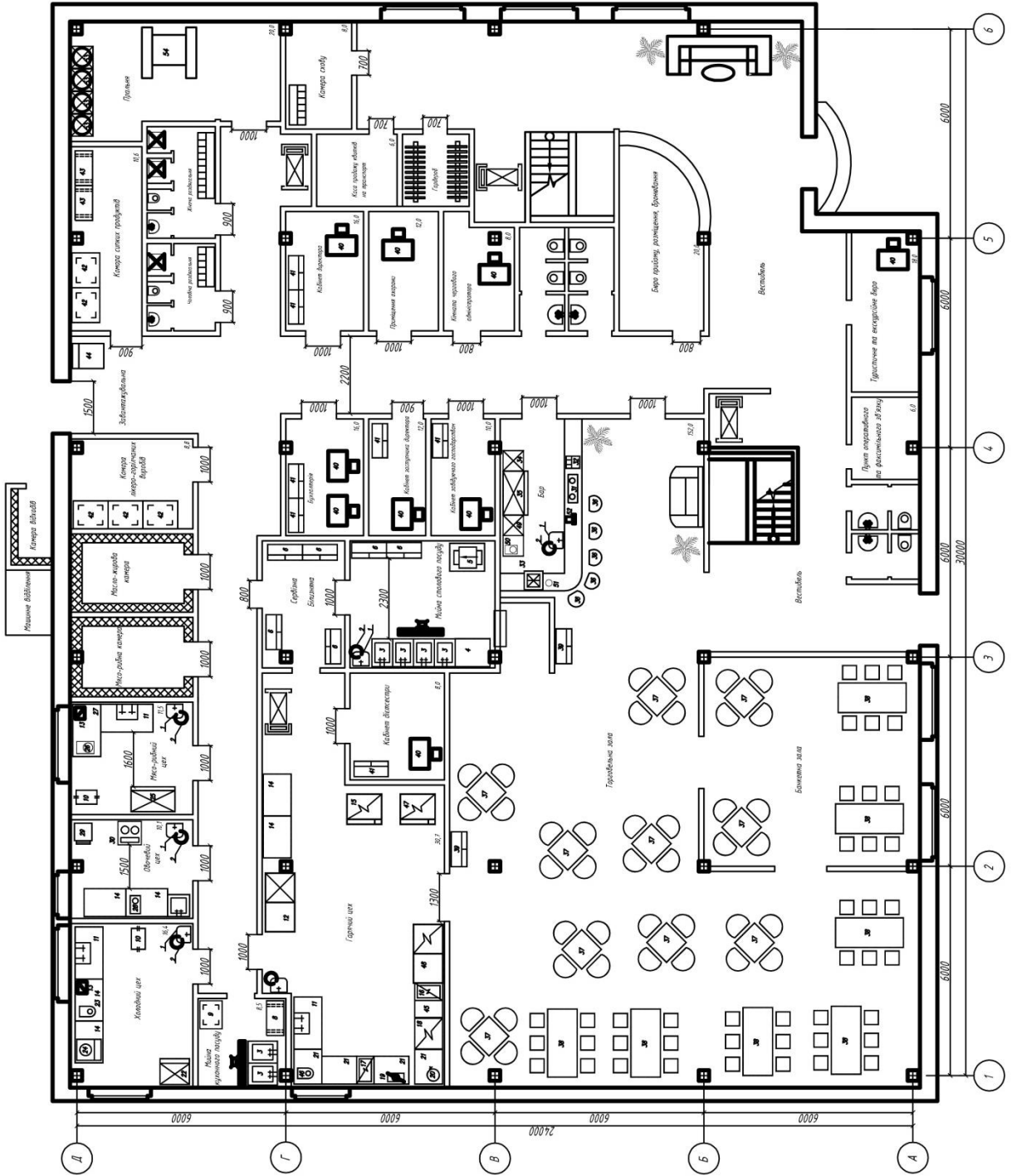
29. Про державне регулювання діяльності щодо організації та проведення азартних ігор : Закон України від 14.07.2020 р. № 768-ІХ. *Голос України*. 2020. 12 серп. (№ 141-142). С. 5.

30. Про затвердження Переліку грального обладнання, що підлягає сертифікації : Рішення комісії з регулювання азартних ігор та лотерей від 01.04.2021 р. № 456-0375. *Офіційний вісник України*. 2020. 09 квіт. (№ 141-142). С. 366.

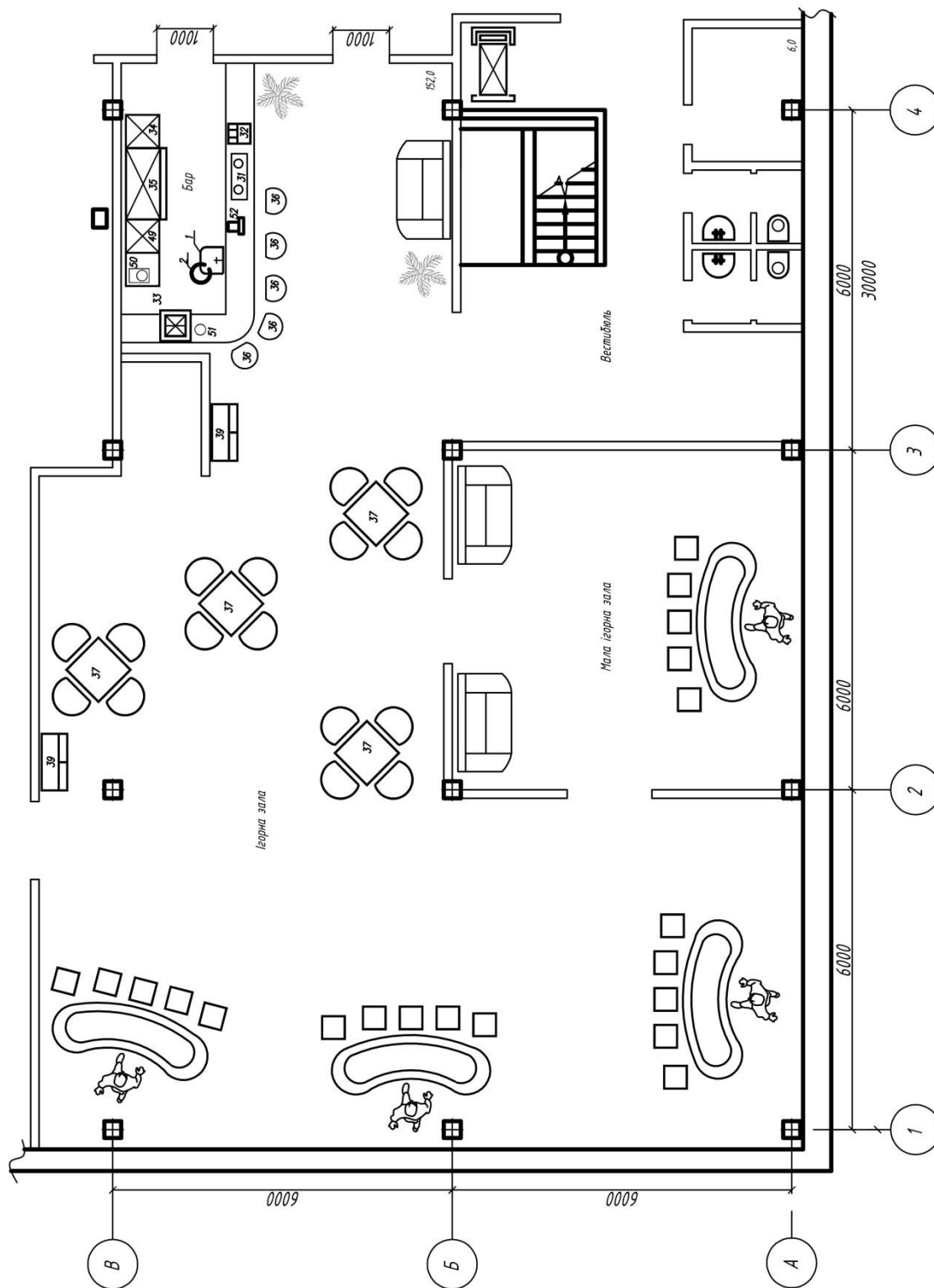
ДОДАТКИ

Додаток А

Компонувальне рішення 1 поверху готелю «Lucky case» 5* зірок



Планувальні рішення ігорної зони готелю «Lucky case» 5* зірок



Фірмовий знак готелю «Lucky case» 5* зірок



Місце орієнтовного розташування готелю «Lucky case» 5* зірок

