

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЗАОЧНОЇ ТА ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Ступінь вищої освіти БАКАЛАВР

на тему **”ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ
ТА ПЕРСПЕКТИВИ”**

Виконала: здобувачка вищої освіти
V курсу, групи Тур-51
спеціальності 242 Туризм
(шифр і назва спеціальності)
освітньої програми Туризм
СИДОРКО Андріана Семенівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник к.геол.н., доцент Юлія БОРУЦЬКА
(наук. ступінь, вчене звання, ім'я та прізвище)

Рецензент: Клаудія РІНДЖЕТС
(ім'я та прізвище)

ДУБЛЯНИ 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЗАОЧНОЇ ТА ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ

Ступінь вищої освіти Бакалавр
Галузь знань 24 Сфера обслуговування
(шифр і назва)

Спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)

Освітня програма «Туризм»
(назва ОП)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
туризму
(назва кафедри)

(підпис)
Оксана КРУПА
(ім'я та прізвище)
“ ___ ” _____ 20__ року

З А В Д А Н Н Я
на кваліфікаційну роботу здобувача вищої освіти

СИДОРКО Андріани Семенівни

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи «Готельний бізнес в Україні: тенденції та перспективи»

Керівник роботи Юлія БОРУЦЬКА, к.геол.н., доцент

(ім'я та прізвище, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджена наказом ЛНУП від «30» грудня 2022 р. №452/к-с.

2. Строк подання здобувачем роботи до 17 квітня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи: нормативно-правова база України, дані Державної служби статистики України, Головного управління статистики у Львівській, Івано-Франківській, Закарпатській областях, науковий доробок вітчизняних і закордонних учених, інтернет-джерела, інші інформаційні ресурси

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

1.1. Історія становлення готельного бізнесу в Україні та світі

1.2. Загальна характеристика сучасних комплексів і послуг закладів готельної галузі

1.3. Методологічні засади дослідження розвитку готельного бізнесу

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

2.1. Характерні особливості розвитку готельної справи в західних областях України

2.2. Аналіз показників діяльності готельного бізнесу у Львівській, Івано-Франківській, Закарпатській областях

2.3. Аналіз сучасного стану ринку готельних послуг на прикладі готельного комплексу Radisson Blu (Буковель)

2.4. Стан екологічної безпеки та заходи щодо її поліпшення

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

3.1. Тенденції розвитку підприємств готельного господарства України

3.2. Інноваційні підходи та напрями вдосконалення діяльності готельного бізнесу

3.3. Перспективи розвитку українського готельного бізнесу в умовах глобальних викликів

РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ В ГОТЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ

4.1. Стан охорони праці, виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах туристичної сфери

4.2. Пожежна безпека готельного господарства

4.3. Інструкція з пожежної безпеки на готельному підприємстві

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): рисунки («Картосхема України із виділеним Західним регіоном», «Рядові показники завантаження готелів та динаміки транзакцій у західних областях України», «Динаміка розбудови готелів у Львівській, Закарпатській, Івано-Франківській областях протягом 2021-2023 рр.», «Загальний прибуток областей Західного регіону України за період 2021-2023рр.»); таблиці («Відвідуваність курортного комплексу «Буковель», «Фактори що впливають на конкурентоспроможність готелю», «Систематизація основних сфер інноваційної діяльності»).

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Ім'я, прізвище та посада консультанта	Підпис, дата		Відмітка про виконання
		завдання видав	завдання прийняв	
Стан охорони навколишнього середовища				
Охорона праці				

7. Дата видачі завдання «30» січня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
1.	Отримання завдання для написання кваліфікаційної роботи	30.01.2023	
2.	Розробка плану кваліфікаційної роботи, ознайомлення з літературними джерелами за темою, збір практичних матеріалів	до 02.02.2023	
3.	Написання вступу і I розділу	до 20.02.2023	
4.	Написання II розділу	до 17.03.2023	
5.	Написання III розділу	до 03.04.2023	
6.	Написання IV розділу і висновків	до 10.04.2023	
7.	Оформлення кваліфікаційної роботи і подання науковому керівнику для написання відгуку	до 17.04.2023	
8.	Перевірка тексту кваліфікаційної роботи на унікальність. Скерування на зовнішню рецензію	до 22.04.2023	
9.	Представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі	до 24.04.2023	
10.	Захист кваліфікаційної роботи перед Екзаменаційною комісією	26.04.2023	

Здобувачка вищої освіти _____
(підпис)

Андріана СИДОРКО
(ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис)

Юлія БОРУЦЬКА
(ім'я та прізвище)

УДК 338.488.2:640.4(477)"364"

Сидорко А. С. Готельний бізнес в Україні: тенденції та перспективи: кваліфікаційна робота за спеціальністю «Туризм». Львів: ЛНУП, 2023. 86 с. На правах рукопису.

Обсяг роботи становить 86 сторінок, включаючи 4 рисунки, 3 таблиці, 43 джерела.

У кваліфікаційній роботі висвітлено історію становлення готельного бізнесу, загальну характеристику сучасних комплексів і послуг закладів готельної галузі та методологічні засади розвитку готельного бізнесу.

Проаналізовано характерні особливості розвитку готельної справи в західних областях України, зокрема, беручи до уваги показники діяльності галузі гостинності у Львівській, Івано-Франківській, Закарпатській областях. Проведено аналіз сучасного стану ринку готельних послуг на прикладі готельного комплексу Radisson Blu (Буковель).

Запропоновано основні тенденції розвитку, інноваційні підходи та напрями вдосконалення діяльності підприємств готельного господарства України, окреслено перспективи розвитку українського готельного бізнесу в умовах глобальних викликів.

Ключові слова: готельний бізнес, становлення сфери гостинності, сфера послуг, готельний продукт, туризм, клієнт, вплив пандемії на готельну галузь, розвиток готельних закладів під час війни, тенденції, інновації.

Sydorko A. S. Hotel business in Ukraine: trends and prospects: qualification work in the specialty "Tourism". Lviv: LNUP, 2023. 86 p. On the rights of the manuscript.

The volume of work is 86 pages, including 4 figures, 3 tables, 43 sources.

The qualification work covers the history of the establishment of the hotel business, the general characteristics of modern complexes and services of the hotel industry, and the methodological foundations of the development of the hotel business.

The characteristic features of the development of the hotel business in the western regions of Ukraine are analyzed, in particular, taking into account the indicators of the hospitality industry in the Lviv, Ivano-Frankivsk, and Zakarpattia regions. An analysis of the current state of the hotel services market was carried out on the example of the Radisson Blu hotel complex (Bukovel).

The main development trends, innovative approaches and directions for improving the activities of Ukrainian hotel enterprises are proposed, and the prospects for the development of the Ukrainian hotel business in the face of global challenges are outlined.

Key words: hotel business, establishment of the hospitality industry, service industry, hotel product, tourism, customer, impact of the pandemic on the hotel industry, development of hotel establishments during the war, tendencies, innovations.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	8
1.1. Історія становлення готельного бізнесу в Україні та світі.....	8
1.2. Загальна характеристика сучасних комплексів і послуг закладів готельної галузі.....	16
1.3. Методологічні засади дослідження розвитку готельного бізнесу.....	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ	30
2.1. Характерні особливості розвитку готельної справи в західних областях України.....	30
2.2. Аналіз показників діяльності готельного бізнесу у Львівській, Івано-Франківській, Закарпатській областях.....	35
2.3. Аналіз сучасного стану ринку готельних послуг на прикладі готельного комплексу Radisson Blu (Буковель).....	41
2.4. Стан екологічної безпеки та заходи щодо її поліпшення.....	45
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	49
3.1. Тенденції розвитку підприємств готельного господарства України.....	49
3.2. Інноваційні підходи та напрями вдосконалення діяльності готельного бізнесу.....	57
3.3. Перспективи розвитку українського готельного бізнесу в умовах глобальних викликів.....	64
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ В ГОТЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ	72
4.1. Стан охорони праці, виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах туристичної сфери.....	72
4.2. Пожежна безпека готельного господарства.....	76
4.3. Інструкція з пожежної безпеки на готельному підприємстві.....	78
ВИСНОВКИ	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	83

ВСТУП

Швидкозростаючий сектор послуг є одним з найважливіших секторів в сучасній економіці. В Україні ринок послуг також швидко розширюється, а попит на послуги зростає. Готельний бізнес є домінуючим невиробничим сектором. Однак він стикається з різними проблемами, які можуть здійснити негативний вплив на готельну індустрію та туристичний ринок країни. Одними із прикладів, що негативно вплинули на туристичну сферу є пандемія та війна. Тому необхідно дослідити сучасний стан та потенціал розвитку національних та міжнародних готельних мереж в Україні, для пошуку виходів із подібних критичних ситуацій.

Готельна індустрія в Україні є однією з тих, що швидко набирають обертів та дають найбільший прибуток економіці держави. Рушійною силою цього є постійно зростаючий попит на готельні послуги. Іншим позитивним фактором є близькість кордонів ЄС до кордонів України. Збільшується кількість ділових візитів до Києва з-за кордону та з інших регіонів України. Туристична привабливість України збільшується із кількістю вітчизняних та іноземних відвідувачів. Готельна мережа – це одночасне управління кількома готелями однією компанією. Створення готельної мережі гарантує упізнаваність бренду, створює єдину стратегію розвитку готелів, систему управління та звітності, а також програму навчання персоналу.

Створення екологічно безпечного середовища життєдіяльності населення, що відповідає принципам сталого розвитку, вимагає формування системи екологічної безпеки, тобто свідомих дій, спрямованих на досягнення високого рівня захисту. Система екологічної безпеки – це основні політичні, екологічні, економічні, соціальні та правові норми і правила, відповідно до яких формується і функціонує екологічна система. Це відбувається завдяки діяльності спеціальних державних, спеціальних урядових, громадських і професійних органів, на основі існуючих правил і обмежень, ефективна екологізація структури економіки, влади, бізнесу в частині екологічної безпеки, забезпечення їх взаємодії у суспільстві.

Актуальність теми. У сучасному суспільстві готельний бізнес так чи інакше займає важливе місце та провідну позицію в туристичній індустрії, оскільки є її невід'ємною частиною. Готельна індустрія є гнучкою та інноваційною, оскільки потреби людей постійно змінюються. Та потреба ночівлі при подорожах, які тривають довше ніж доба, залишається. Основним джерелом доходу для готельних компаній є надання різноманітних послуг, також і додаткових. Для того, щоб підвищити якість додаткових послуг, готелі звертають увагу на сучасні тенденції та технології і надають високоякісні, актуальні послуги. Розвиток неможливий без дослідження першооснов певної сфери та характеризування її сучасного стану. Це допомагає знаходити рушійні важелі для просування до нових тенденцій та інновацій.

Готельні послуги почали формуватися з самого початку існування готельного підприємства і лише з плином часу вони розділялися, поєднувалися, класифікувалися, доповнювалися.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи полягає в тому, що сучасні готельні послуги та підходи до розвитку готельного господарства, вже потребують вдосконалення, оскільки сучасні технології, тенденції та засоби розваг постійно змінюються та відповідно змінюватися має і сама готельна галузь та туристичний бізнес загалом.

Невиконання вищезазначених умов та недотримання екологічних вимог може призвести до втрати природних територій як важливих туристичних дестинацій.

Залучення міжнародних операторів до управління готелями дозволяє використовувати іноземний досвід та підвищити якість готельних послуг на українському ринку. Це також полегшує доступ до міжнародних систем бронювання.

Об'єктом дослідження є регіональні комплекси готельного бізнесу в Україні.

Мета і завдання дослідження: метою дослідження є методологічна, теоретична та практична демонстрація становлення готельного бізнесу в

Україні; завданнями дослідження є вивчення теоретичних засад становлення готельного бізнесу; дії щодо підвищення ефективності регулювання розвитку готельної галузі в Україні на основі проведеного аналізу загальних даних на різних рівнях управління; впровадження інноваційних технологій у готельних підприємствах; удосконалення та пошук перспектив для розвитку галузі гостинності.

Предметом дослідження є поєднання теоретичних основ готельного бізнесу та характеристики перших туристичних підприємств галузі гостинності, аналізу сучасного стану ринку послуг в Україні й у західних областях країни, визначення перспектив і також тенденцій подальшого розвитку готельної справи.

Гіпотеза дослідження опирається на наявності значного базису для розвитку та перспективи готельного бізнесу попри складні зовнішні умови несприятливого характеру. Дослідження проводиться у напрямку аналізування готельної галузі України, загалом та окремого її регіону, дослідження цього регіону і конкретного готельного комплексу, виведення тенденцій й перспектив розвитку готельної справи у сфері туристичної діяльності нашої країни.

Методи дослідження. При виконанні кваліфікаційної роботи та проведенні аналізу теоретичного інформаційного поля по становленню сфери гостинності, формуванню та розвитку готельного бізнесу, аналізу діяльності готельних підприємств західного регіону України, аналізуванні сучасних тенденції та перспектив об'єктів галузі гостинності України, у використання входили такі методи, як:

- ✓ Метод інформаційного аналізу;
- ✓ Метод статистичного порівняння;
- ✓ Метод аналізу рядів динаміки;
- ✓ Метод статистичних групувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

1.1. Історія становлення готельного бізнесу в Україні та світі

Слово «готель» латинського походження від «hostel», і від англосаксонського «hospitality», що означає гостинність. Згодом ця назва набула більш звичного для нас вигляду, що має французьке коріння – «hotel».

Історія розвитку готельної справи розвивається із подорожами. Подорожуючи із різною метою та цілями, люди потребували притулку, харчування та відпочинку. Найдавнішими згадками про місця, які призначалися для розміщення мандрівників, були знайдені у письмових джерелах Стародавнього Єгипту.

Також в Стародавній Греції для того, щоб мати зв'язок із сусідніми містами, були так звані «гінці», що долали довгий шлях на конях, щоб дістатися до місця призначення. Вони потребували місця для перепочинку, для цього тоді існували спеціальні станції, де гінці та їхні коні, могли підживитися та відпочити. З розквітом грецької цивілізації у містах, з'являлися заїжджі двори, готелі. Перший заїжджий двір, знаходився на острові Крит, приблизно 1500 до н.е. Готелі як місця відпочинку почали з'являтися значно пізніше. У давньогрецькому місті Епідавр був готель на 160 кімнат із наявністю галерей зі скульптурами, стадіоном та театром.

Згодом у Греції утворюється розгалужена мережа громадських та приватних готелів, місць де можна здійснити обмін грошових знаків, посередників-організаторів подорожей. Із завоюванням Греції римлянами подорожі стали набувати більшої активності. Вони мали оздоровчий, пізнавальний, розважальний характер та вимагали організації готельної справи. З новими завоюваннями та розширенням території римлянами, їхні звичаї, господарські та організаційні структури поширювалися все більше на нових територіях. Це виражалось у всебічності розвитку тодішніх закладів, які надавали харчування та нічліг.

З часом рабовласницький світ зник та це спричинило зменшення активності населення як окремих країн, так і між країнами; будівництво доріг та готелів уповільнилося, а подекуди зупинилося. Лише через декілька століть, на початку доби середньовіччя, кількість подорожей знову почала набувати активності. Подорожі сприяли розбудові різних форм надання притулку. На початках притулок був безплатний, він забезпечувався монастирями, церквами, князівськими дворами.

Становлення готельної галузі у Європі бере свій початок лише у VIII-IX ст.. Тоді, за едиктом виданим Карлом Великим, монастирі та церкви були зобов'язані утримувати «госпіції» – помешкання, що призначалися для ночівлі та відпочинку та у яких забезпечувалося харчування та лікувальні процедури відпочивальникам. Найпоширенішими «госпіції» були у Швейцарії, яка багата старими традиціям і має великий авторитет у сфері готельного бізнесу.

У XIII-XIV століттях, у зв'язку із розвитком ремесла та торгівлі, покращеннями внутрішніх та міжнародних економічних зв'язків у Європі, виникав великий попит на потреби у тимчасовому проживанні в готелях. Перші готелі були представлені у вигляді звичайних житлових квартир, або кімнат. Власники готелів часто виступали, як посередники у справах своїх клієнтів, як перекупники та агенти. У такий спосіб почали з'являтися прототипи готелів у сучасному їх вигляді. Тоді ж була здійснена перша спроба їх класифікації на офіційному рівні.

Можливості у туризмі збільшувалися із появою нових транспортних шляхів, таких як – залізниця, пароплави. Створюються нові рівні зручності, з метою досягнення високо рівня комфорту: з'являються спальні вагони, вагони-ресторани. На вищу сходинку підіймається і готельна справа. Більшістю туристів були аристократи та буржуазія. Вони вимагали високого класу та якості обслуговування, що підштовхувало власників готелів до вдосконалення. Таким чином, у столицях європейських країн, з'являлися комфортабельні готелі, розташовані в окремо збудованих будинках або у державних особняках. Звідси походить французька назва «готель», що означає міський палац магната, місце

перебування уряду чи міської влади. Це були готелі класу люкс із наявністю ресторанів та високого рівня обслуговування. Як приклад – готель «Моріс» збудований у 1861 році, у Парижі, який мав: 700 номерів із водою, ліфт, ресторан із можливістю вмістити 1500 осіб. Створення нових форм готелів та шикарних ресторанів сприяли утворенню нових засобів розваг: нічних клубів, кабаре тощо.

До Першої світової війни було збудовано велику кількість готелів у 669 містах. Проте, після цього, величезні збитки були завдані усім господарським структурам та галузям, зокрема і готельній. Що призвело до великих робіт над відновленням, реконструкцією та будівництвом готелів. Покращення життєвого рівня спричинило утворення високої пропозиції пов'язаної із сферою гостинності. Конкуренція туристичної пропозиції сприяла урізноманітненню туристичних послуг в усіх країнах Європи.

Стрімке збільшення прибутковості готельних номерів спостерігається у США. Значне зростання рівня рентабельності готельного бізнесу полягає в економічному розвитку країни – збільшення ВВП та загального попиту на товари та послуги. Значний вплив готельних ланцюгів виражається у США. Там вважається, що поняття «стандарт у виробництві» з'явилося у готельних ланцюгах. Ідея, бере початок в одному кільці готельного ланцюга, оперативно впроваджується в інші та дає моментальні та значні результати. На теперішній час існує понад 3 сотні таких ланцюгів, 78% з яких є готельними ланцюгами, які охоплюють значну чисельність країн світу.

Саме унікальність такого готелю є головним інструментом ринкової політики. У боротьбі за клієнта цілі групи готельних підприємств та кожен готель окремо, постійно розширюють спектр послуг, виносячи на ринок нові оригінальні пропозиції. Бурхливий розвиток інформаційних технологій та програмних засобів у сфері готельного та туристичного бізнесу обумовлений тим ефектом, який можна отримати при правильному їх використанні. Тільки комп'ютер здатний забезпечити власника готелю тими послугами, які необхідні для діяльності на ринку. Завдяки доступу до різних баз даних, правильного їх

використання та управління, власники готелів мають унікальну можливість залучати постояльця конкретного профілю та, як наслідок, надавати своїм клієнтам персоналізовані послуги. Технології також дають можливість входити до глобальних мереж баз даних, переглядати міжнародні сайти та сторінки мережі Інтернет. Завдяки новим технологіям, доступ до яких дрібні власники отримують значною мірою, завдяки кооперації з великими корпораціями в рамках автономного підприємства, покращуються можливості оперативного зв'язку з потенційними клієнтами світового ринку та спрощується процедура резервування місць заздалегідь. Сьогодні світова галузь гостинності складається близько з 350 тис. готелів більш ніж на 14 млн номерів. Проте їх кількість щорічно збільшується.

Якщо говорити про становлення готельного бізнесу в Україні, то можемо зауважити, що перші постановники готельного бізнесу беруть початок свого утворення у XII–XIII століттях, це був етап економічного розвитку. Вигідне географічне положення та вдалі дорожні сполучення, культурні та релігійні зв'язки із країнами Середземномор'я, Балтії та Західної Європи зумовили розбудову міст та потребу у спеціальних закладах для розміщення туристів.

Значущим фактором формування інфраструктури гостинності була культура, яка відособлювалася у характері підходу українців до роботи у готельній справі. А саме особливості темпераменту, особлива увага та гостинне ставлення до гостей, створення комфортних умов при розміщенні, задоволення їх базових гастрономічних потреб. Позаяк, київський князь Володимир Мономах наголошував у літературній пам'ятці «Повчання дітям Володимира Мономаха» та навчав свої синів ставитися з повагою до гостей, за його словами: «мимохить рознесеться по світу добра та лиха вість», так і належало ставитися до гостювальників. Це свідчить про відповідальність та представницькі якості нашого народу. Адже саме відвідувачі можуть привернути більшу, або навпаки меншу увагу до того чи іншого закладу готельного бізнесу своїми відгуками та коментарями.

Першими закладами гостинності були представлені постоялі двори. Згодом у великих містах виникали гостинні двори, що характеризувалися вищою якістю комфорту. Зупинялися у них переважно купці, державні службовці. На чумацьких та торгових шляхах України послуги гостинності надавалися корчмами, де торгували хмільними напоями. Це були місця зупинки для подорожніх мандрівників та місця для розваг. В окремих регіонах їх називали ще «шинком» та «корчмою-заїздом».

У період Середньовіччя на території України набули популярності церковні гостьові двори. Так сталося через релігійні та паломницькі тенденції тодішніх часів. В Україні, Києво-Печерська та Почаївська лаври позитивним чином вплинули на розвиток сфери гостинності. Біля великих центрів паломництва – монастирів та храмів, завжди можна було знайти притулок у спеціальному житловому приміщенні – церковному гостинному дворі.

Помітний розвиток галузі готельної справи в Україні розпочинається майже наприкінці XIX століття та яскраво проявляється у Києві й інших великих містах. Великим поштовхом до розбудови готелів стало відкриття у 1889 році регулярного залізничного сполучення, що зумовило збільшення кількості подорожуючих. До моменту появи залізниці у Києві відомим був «Зелений готель», побудований у 1803–1805 роках, що належав Печерській Лаврі. До 1880 року у Києві налічувалося близько 15 готелів. Упродовж наступних 20 років готельна справа розвивалася по всій території України. Активно процвітала готельна інфраструктура у таких великих містах України, як Одеса, Харків, Ялта. У Східній Галичині, що входила в склад Австро-Угорщини, у другій половині XIX – початку XX століття сфера гостинності характеризувалася особливо високим розвитком. Майже у кожному містечку були невеликі готелі, ресторани, кав'ярні. Загалом у 1902 р. у Галичині (Східна і Західна разом) нараховувалось 935 готелів, середня зайнятість у яких становила три особи на один готель. У Східній Галичині на загальному фоні щодо кількості готелів виділявся Львів. На початку XX століття, у Львові налічувалося 48 готелів, для порівняння у Варшаві – 32, Кракові – лише 18.

Найбільш відомими готелями Львова були «Жорж», заснований у 1796 році, проте початкова його назва була «De La Rus». Згодом готель було перейменовано за іменем одного із засновників Жоржа Гофмана. Готель «Гранд» відкритий у 1893 р. – один з найбільш розкішних готельних споруджень у місті. Готель містив 48 номерів, ресторан, виділявся оригінальною архітектурою, інтер'єр виконано в необароковому стилі. Серед інших львівських готелів, що виділялись комфортом на фоні готельних підприємств міста – «Народна Гостиниця» (1906 р.); «Європейський» – один з найстаріших у Львові, відкритий у 1804 р., «Краківський», «Французький», «Центральний» [27].

Для потреб внутрішнього туризму інфраструктура розміщення особливо швидко зростає у 70-х – першій половині 80-х років. За рахунок державного фінансування станом на 1983 р. в Україні було відкрито 25 готелів, 75 турбаз, 4 туристичних комплексів, 11 притулків, 6 кемпінгів, 36 стоянок і наметових притулків. Впродовж 1986–1990 років фінансування, що забезпечувалося Центральною радою по туризму, зумовлює збільшення кількості місць у готелях, туристичних комплексах, базах і кемпінгах ще на 40 тисяч.

З роками готельний бізнес України набував все більшого розмаху як внутрішньо, так і зовнішньо. У країні за останній період найбільш поширені готелі загального типу, які розраховані в основному на людей, що приїжджають з діловими цілями на відносно короткий термін, а також на громадян, що подорожують з різними цілями. Такі готелі розташовуються в центральній частині міста, поблизу суспільних, адміністративних, торгових центрів і передбачають якісне транспортне сполучення з різними районами міста.

Різновид готелів загального типу – відомчі готелі, розраховані в основному на проживання людей, що приїжджають з діловою метою у певне відомство, установу або на підприємство. Такі готелі розташовуються неподалік від цього відомства або в місцях, зручно пов'язаних з ними громадським транспортом.

У готелях для ділових людей передбачають також приміщення для роботи та проведення невеликих нарад, торговельних операцій, для влаштування виставок зразків товарів, для організації представництва фірм, у ряді випадків надають номери, які здатні трансформуватися, і дозволяють приймати в них відвідувачів, проводити невеликі переговори.

Туристичні готелі призначені для туристів, що проводять свій відпочинок активно. У нашій країні ці готелі розраховані головним чином на організований груповий туризм – екскурсійний і спортивний. Туристичні готелі будують як у місті, так і поза ним, поблизу об'єктів туристичної привабливості, у місцях з якісними природними факторами, часто поблизу зелених масивів. Особливістю таких готелів є наявність приміщень туристичного обслуговування, а також туристично-методичних кабінетів та інструкторських (для методичної роботи інструкторів з туристичними групами). Набір цих приміщень пов'язаний з типом туристичного маршруту і способом пересування ним туристів. У туристично-спортивних готелях передбачають пункти прокату спеціального та спортивного інвентарю і спорядження (лиж, ковзанів, саней, мисливського і рибальського оснащення, човнів, байдарок та іншого.). Залежно від специфіки туристично-спортивного готелю набір цих приміщень різний. Аналогічні пункти прокату можуть бути також у мотелях і кемпінгах, розташовуваних на курортах і в зонах відпочинку.

Як правило, у цих готелях чудово розвинутий набір наданих послуг, більш різноманітні підприємства громадського харчування, у тому числі «розважального» типу (денні і нічні бари), магазини, кіоски тощо. У готелях підвищеної комфортності є також басейни, сауни, кегельбан, бари, ресторани, культурні центри. Важливим елементом інтеграції українського туристичного ринку в європейський бізнес і культурне середовище є просування його розвитку. Однак карантин та пандемія корона-вірусу сильно вдарили по туристичній галузі, руйнуючи як національний ринок туризму, так і світовий. Глобальна криза на базі COVID-19 зупинила розвиток та внесла багато коректив у роботу підприємств національної індустрії туризму. Туристична

галузь сьогодні є однією з найбільш постраждалих у світі від спалаху COVID-19.

Попри те, що пандемія принесла багато збитків готельній галузі, вона змусила багатьох готельєрів по-іншому подивитися на бізнес. Частина готелів переформатувалася під роботу з лікарями, після чого багато готелів почали сприйматися не тільки як місця для прийому і розміщення гостей, але і як стратегічно важливі об'єкти, що працюють в червоній зоні. Всупереч пандемічним карантинним обмеженням, які ще існують та впливають на подорожі, хоч і меншою мірою, ефективність вакцинації доводить, що з часом є вихід із будь-яких складних обставин. Що значно сприяло відновленню та відродженню туристичної індустрії.

Початок 2022 року знаменував себе масштабною подією, яка сколихнула всю Україну. Це повномасштабне вторгнення Росії в Україну. Що також негативно вплинуло на туристичний бізнес країни. Нестабільна політична й економічна ситуація в країні змушує боротись за кожного гостя й українські готелі. Одним з головних інструментів утримання і залучення нових клієнтів є застосування індивідуального підходу. Готелі запроваджують програми лояльності, розробляють незвичні спеціальні пропозиції, проводять виставки, фестивалі, майстер-класи тощо.

У непростих умовах роботи для залучення відвідувачів готелі влаштовують різноманітні акції та надають знижки, наприклад, «третя ніч у подарунок», безплатний ранковий заїзд чи пізній виїзд, трансфер, сніданок, суттєві знижки за попереднє бронювання тощо. Однак, попри зусилля окремих закладів, складна економічна ситуація і війна на сході, півдні та півночі держави, залишаються основними результативними факторами для готельного ринку України.

1.2. Загальна характеристика сучасних комплексів і послуг закладів готельної галузі

Потреби мандрівників спонукали владу займатися спорудженням наметових містечок, павільйонів, усіляких будинків і споруд для мандрівників, а також розроблення організації їхнього харчування і побутового обслуговування.

Сфера гостинності – це комплекс галузей, що займається наданням необхідних послуг клієнтам, туристам під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання. Та має такі складники, як – готельний і ресторанный бізнес, підприємства транспортного обслуговування, своєрідні розваги. Сфера готельного бізнесу у структурі галузі гостинності виконує першорядні функції, через те, що пропонує гостям комплексний пакет послуг. До його складу входять всі елементи представлені індустрією гостинності, які реалізуються та відтворюються, щоб задовольнити побажання клієнтів. Доцільно виділити готельну індустрію як найбільш комплексну складову індустрії гостинності та розглядати її самостійно.

Зміст понять «готельна справа», «готельний бізнес», «готельна індустрія» пов'язується з економічною діяльністю спеціалізованих підприємств, що пропонують на комерційних підставах власні послуги й забезпечують клієнтів, котрі подорожують, необхідними умовами для розміщення та харчування.

На туристичному ринку постійно існує конкуренція, яка проявляється через прагнення підприємств отримати найбільший прибуток. Також висхідна платоспроможність споживачів туристичних послуг підштовхує підприємства готельного бізнесу до розширення діапазону послуг, які вони можуть надати. Це розширює значення поняття "готельний бізнес", та саму сферу діяльності індустрії гостинності [43].

Варто зауважити, що історично поняття «готельне господарство» використовували тільки для визначення діяльності готелів. З часом, через різноманітність типів засобів розміщення, ця діяльність настільки розвинулася

що стала охоплювати мотелі, кемпінги, туристичні бази, туристичні комплекси та інші туристичні підприємства.

Готельне господарство – це цілісне укомплектування різних типів фірм, що створюють та надають послуги пов'язані із розміщенням, харчуванням, та із додатковими й суміжними послугами.

Не лише готелі чи підприємства готельного типу надають послуги розміщення. Спеціалізовані установи лікувально-оздоровчого профілю та відпочинку також можуть виконувати таку ж функцію, розміщення не є їхнім основним видом діяльності, та все ж ця функція виконується, до того ж ціни наближені до собівартості послуг.

Готельна послуга – це дія, підприємства, яке спеціалізується на розміщенні гостей через пропозицію номера, місця для тимчасового проживання у готелі, а також інша діяльність, пов'язана із розміщенням і тимчасовим перебуванням. Готельна послуга галузиться на основну і додаткову послуги, які рекомендуються гостеві на час його розміщення та перебування в готелі. Розмежування цих послуг, відбувається таким чином:

✓ основні послуги – сукупність послуг готелю (проживання, харчування), що входять в ціну номера і надаються споживачу згідно із попередніми домовленостями;

✓ додаткові послуги – це послуги, які не є частиною основного пакета послуг готелю, отримання їх здійснюється завдяки створення окремого звернення від клієнта та за додаткову оплату, це може бути, наприклад, послуги автостоянки, пральні, чистки, надання додаткових засобів гігієни, додатковий набір продуктів у мінібар, сауни й тому подібні послуги.

Особливістю сучасного готельного обслуговування є децентралізація реалізації послуг. Великі готельні об'єднання формують спеціалізовані ланки для реалізації основних послуг. Тому частина операцій у процесі обслуговування туристів не належать до компетенції окремих ланок готельного підприємства. Ці операції зосереджені у спеціалізованих бюро подорожей або у

самому підприємстві. Тому на якість обслуговування в готелях впливає діяльність посередницьких ланок, що реалізують їхні основні послуги.

Значуще поняття «готель», щільно поєднується із категорією «гість», «гостинність», його традиційна дефініція, згідно зі словником автора В. Даля, пов'язана із заїжджим двором або будинком з персоналом, приміщенням для нетутешніх мандрівників із наявністю харчування. Для сучасного пояснення цього поняття прийнято використовувати таке формулювання, як: готель – це засіб розміщення, що надається особам, котрі перебувають поза місцем постійного проживання, певний сформований комплекс послуг. Основними з яких є послуги розміщення та харчування. Співвідношення цих двох частин може зображатися у таких форматах:

- розміщення і сніданок (континентальний або англійський) у номерах чи спеціалізованих закладах;
- розміщення та харчування у ресторані;
- розміщення й харчування у ресторані, барі, кафе;
- розміщення і харчування у ресторанах європейської та національної кухні, барах, цілодобовий сервіс на поверхах.

Зміст послуги розміщення стосується:

- надання до експлуатації спеціалізованих приміщень – готельних номерів;
- пропонування послуг спеціалізованим персоналом – портсьє, з оформлення поселення гостей, покоївок з прибирання готельних номерів та інших.

Готельні номери – це спеціальні укомплектовані приміщення, відпочинкового призначення, що є основним елементом послуги розміщення. Внаслідок використання готельних номерів гостями переважно у вечірній і нічний час, найголовнішою функцією номера являється забезпечення сну та відпочинку. Значення інших функцій готельних номерів залежить від

функціонального призначення та можливостей самого готелю і потреб гостей. Наприклад, у готелях із діловим призначенням найголовнішою буде функція номерів, яка пов'язана із наданням можливості гостеві працювати. Для цього у номерах готелів розміщується письмовий стіл із таким функціоналом, як: записник, ручка, олівець, телефон, факс, комп'ютер.

Попри різноманітність готельних номерів, які різняться за своєю площею, меблями та устаткуванням, існують найменування предметів, які повинні бути у кожному готельному номері. Тому незалежно від категорії кожен номер має бути обладнаний ліжком, кріслом, у розрахунку на кількість людей для яких призначений номер, нічним столиком або тумбою, із розрахуванням на кожне ліжко-шафою для одягу, загальним освітленням, кошиком для сміття. У кожному номері повинна знаходитися інформація про готель та план евакуації на екстрені випадки [26].

Послуги з пропозиції гостям їжі поєднують процеси виробничого, як приготування їжі на кухні, торгового, як продаж готових до споживання продуктів, алкогольних та безалкогольних напоїв, і сервісного обслуговування гостей офіціантами у ресторані, барі, кафе, готельних номерах.

Додаткові послуги охоплюють пропозиції басейну, спортивної зали, конференц-зали, приміщень для ділових зустрічей, прокат автомобілів, послуги хімчистки, перукарні, кабінету для масажу. Додаткові послуги набувають усе більшого значення у формуванні ринкової привабливості готельних закладів [19].

У галузі готельного бізнесу все частіше застосовують поняття «готельний продукт», що наголошує на комплексному характері готельних послуг. У категорії «готельний продукт» говориться про результат господарської діяльності, поданий у матеріальній, духовній, інформаційній формі або у формі виконання роботи. У структурі комплексного готельного продукту розрізняють такі його типи: основний, спеціальний, супутній, додатковий.

Основний продукт – це послуги надання готельного номера та готельного обслуговування. І разом з тим кожному готелю належить надавати спеціальний продукт, що включає певні особливості обслуговування, що притаманні лише цьому готелю та виділяють його з-поміж інших на ринку готельних послуг, наприклад, туристичні послуги, послуги бізнес-центру, унікальний або характерний тип розваг, спортивні послуги, рекреаційні послуги.

Супутній готельний продукт – це комплекс послуг та товарів, необхідних клієнтам для використання основного й спеціального продукту. Цей тип включає надання у готелях послуг телефонного, поштового зв'язку, побутових послуг і товарів туристичного попиту.

Додатковий готельний продукт – виокремлюється із загальних послуг та демонструє додаткові переваги, виділяється серед конкурентних аналогів цих продуктів. До прикладу можуть належати рекреаційні послуги оздоровчого характеру, послуги бізнес-центру, атракціони тощо.

Саме додатковий готельний продукт зараз закріплюється у тенденціях готельної галузі та сприяє формуванню привабливості готельного підприємства. Адже, те що є обов'язковим для готелю, як послуга, стає звичним та не дуже цікавим. Підвищений інтерес виникає саме при наявності пропозицій від закладу, котрі є незвичними та унікальними. Здебільшого вони формують додатковий продукт. Це засвідчують успіхи відомих готельних ланцюгів і окремих готельних підприємств. Так, готелі Брюсселя, Страсбурга, Давоса, де часто працюють високооплачувані фахівці – політики, економісти, банкіри, пропонують разом із використанням новітнього технічного забезпечення зручно облаштовані конференц-зали, послуги фітнес-центрів, ресторанів і тому подібне.

Послуги розміщення, харчування та додаткові послуги доповнюють одне одного та дають клієнтам цілісне та комплексне враження про місце їхнього перебування. А іноді різницю між спеціальним та додатковим готельним продуктом не завжди можна виявити. Адже послуги, які можуть надаватися

одним закладом у вигляді спеціального туристичного продукту, можуть бути надані у вигляді додаткового на іншому закладі. Що говорить нам про те, що для того, щоб сформувавши та розробити цілісний турпродукт, потрібно послуговуватися ретельному вивченню та аналізу сучасних та популярних тенденцій і головних потреб, які виникають на сьогоденному споживчому ринку готельних послуг.

Окрім вище перелічених типів готельного продукту, є ще також певні складові та характеристики, що створюють імідж готельного підприємства. Його складають такі фактори, як: атмосфера та якість обслуговування, форми пропозиції, толерантності та ввічливості у спілкуванні персоналу, що обслуговує, професіоналізм працівників готельної установи. Взявши навіть один фактор, наприклад, загальну атмосферу пропозиції готельного продукту, це вже може стати ключовим елементом у виборі клієнтами готельного продукту.

Те наскільки ефективно здійснюється підприємницька діяльність будь-якого готелю, визначається за допомогою певної групи чинників. Основу яких формують – розташування готелю, що має вплив на вартість землі, будівничих робіт, розміри оплати праці, а також продаж створеного продукту. Ці чинники мають первинні ознаки, вторинними ознаками наділені – наявність сировинних ресурсів, робочої сили, виробничої інфраструктури. У залежності від значення, якого надають цим чинникам власне підприємства, визначається орієнтованість діяльності самого підприємства. Вони можуть бути орієнтовані на сировину, трудові ресурси, транспорт, комунікацію, продаж продукції [20].

У першу чергу напрямок орієнтованості підприємства завжди направлений на збут власно-створеного продукту та на отримання матеріальної винагороди за це. Якщо порівняти промислове підприємство у якому цей процес відбувається у вигляді постачання продукції споживачам, ми бачимо що це відрізняється із готельною індустрією, де це відбувається за таким логічним

ланцюгом: споживач послуг – клієнт – обирає та власноруч дістається до готелю, саме через це його розташуванню надається значна увага [2].

Можна виділити декілька ознак, що різняться між собою готельні послуги та сам товар, такими будуть:

- основа послуги, яка має нематеріальні ознаки;
- певний товар має свій термін існування;
- надання послуг за термінових обставин;
- послуги, яким властивий непостійний попит (сезонні);
- якість сервісу характеризується неоднорідним характером.

Комплекс готельних послуг у зв'язку з нематеріальним характером має обмежений термін зберігання і не може бути збережений для подальшого продажу. Послуга надається тільки тоді, коли надходить замовлення від клієнта. Якщо за поточну добу готельний номер залишився непроданим, його неможливо продати додатково.

Через те, що готельним послугам властивий терміновий характер використання, це створює необхідність розробки стратегії, яка може забезпечити найкраще співвідношення попиту та пропозиції. Стимулювати попит на готельні послуги можна на основі створення роздільних тарифів та цін, знижок, позитивно оснащувати асортимент додаткових послуг.

Вагомий засіб управління обсягом попиту – введення системи попередніх замовлень на послуги та збільшення швидкості обслуговування внаслідок автоматизації окремих процесів тощо. У системі сучасних інформаційних технологій збільшення попиту можна забезпечити через широке використання реклами, зокрема за участю телекомунікаційних систем, у тому числі мережі Інтернет.

Суть особливості термінового характеру готельних послуг зумовлюється проблемою в обслуговуванні готелів: послуги повинні надаватись у найшвидший термін. Це часто є фактором, який впливає на рішення клієнта,

яку готельну послугу обрати. Час, який необхідний, щоб обрати із пропозицій окремі необхідні споживачу послуги, часто вимірюють у хвилинах, іноді навіть у секундах.

Світовим прикладом проведення найшвидшого обслуговування на сьогоднішній час пропонується в одному з готелів Токіо: комплекс послуг для поселення гостей – у вигляді документального оформлення поселення, оплати, отримання ключів – здійснюють лише протягом 45 секунд. У більшості готелів норма часу, що відведена на послуги поселення, в середньому становить 10-15 хвилин, для чіткого виконання всіх належних процедур поселення.

Ринок готельних послуг має манеру сезонного та тижневого коливання попиту на послуги. Це зумовлене періодичністю та сезонністю попиту на готельні послуги у періоди найбільшого відвідування окремої місцевості туристами. Переважно спостерігати високий рівень заповнюваності готелів можна в осінній і весняний періоди, а в готелях, де курортне відпочинкове розташування – переважно влітку. Водночас під час тижня у значній кількості готелів найвище навантаження спостерігається у будні.

Вагомою особливістю готельних послуг, що відрізняє їх від виробничого процесу на підприємстві, стосується використання праці людей. Людський чинник є вагомим фактором впливу на неоднорідність, мінливість якості, недотримання стандартів готельних послуг. Якість послуг суттєво залежить від рівня фахової підготовки працівників, організації виробничого процесу – комунікації в колективі, контролю за злагожденістю персоналу, як однієї команди, психофізичними особливостями кожного працівника, соціально робочої атмосфери [2].

Важливим джерелом мінливості якості надання послуг є клієнт. Адже кожен клієнт має свої потреби, які є унікальними та формують необхідність високого ступеня їх задоволення персоналом із виконанням ключового моменту – індивідуалізації послуг. Індивідуалізація послуг стає початком проблем

управління поведінкою споживача, дослідження того як здійснити вплив на їхню поведінку в процесі обслуговування.

Стандарт обслуговування – це встановлені обов'язкові правила для надання сервісу клієнтам, ці правила закріплюють гарантії встановлення певного рівня якості всіх виробничих операцій. Стандарт такого типу окреслює формальні критерії оцінювання якісного рівня обслуговування клієнтів та діяльності кожного співробітника готельного підприємства. Наприклад, стандарт якості технології обслуговування у готелях означає, що:

- окремі послуги повинні надаватися не перевищуючи попередньо-вказаний час: документальне оформлення поселення на рецепції, видача ключів і поселення в номер, незалежно від масовості заїзду, повинні тривати 5-15 хв., прання та прасування особистих речей – не більше доби, доставка багажу в номер – не більше 3 хв., відповідь на телефонний дзвінок 10-30 с.;
- робочий одяг і взуття потрібно створювати за зразком, що був затверджений на певному готельному підприємстві;
- навички робочого персоналу у володінні іноземними мовами повинні відповідати категорії готелю.

Під час розробки та створення системи стандартів діяльності підприємств готельної галузі туристичної індустрії, беруть до уваги специфічних факторів, що характерні для цієї сфери послуг. А саме:

- 1) Визначення головного стандарту та якості послуг – є доволі складним завданням, яке потребує комплексного підходу.
- 2) Якість послуг у великій мірі залежить від людського фактора виробництва, тому ефективність організації та самого управління робочим колективом має надати змогу дотримуватись попередньо визначених стандартів якості.
- 3) У розробці стандартів якості варто завжди враховувати потреби та побажання споживачів, які завжди займають центральне місце у формуванні економічних стандартів функціонування та напрямку діяльності підприємства.

- 4) Коливання попиту споживачів суттєво впливає на економічну ефективність роботи підприємства, майже як якість тур-продукту.
- 5) Якість послуг має індивідуальний характер і залежить від психофізичного, етнічного, релігійного, соціального статусу й інших особистісних характеристик клієнта.
- 6) Нероздільним процесом є маркетинг і якість послуг.

1.3. Методологічні засади дослідження розвитку готельного бізнесу

В рамках готельної індустрії необхідно використовувати методику оцінки загального стану інновацій в туристичному бізнесі. В основному, пропонується використовувати наявність або відсутність інновацій у сфері послуг для визначення кількості інновацій, а за допомогою певних аналітичних та статистичних методів для деяких параметрів готельного бізнесу можна отримати характеристики якісних факторів, таких як стан насиченості інноваційним оновленням.

При аналізі теоретичних інформаційних напрямів можна отримати дані, необхідні для формування напряму розвитку тенденцій та перспектив у туристичному секторі готельного господарства. Дослідження проводилося з використанням декількох методів: методи інформаційного аналізу, методи статистичного порівняння, методи аналізу рядів динаміки, методи статистичного групування.

1) Метод інформаційного аналізу

Інформаційний аналіз має велике значення, оскільки будь-яка технологічна, економічна чи соціальна система немислима без інформації. Можна також сказати, що кількість інформації, яка використовується в системах, з часом неухильно зростає. Інформація, що використовується в системі, змінюється разом із розвитком і вдосконаленням самої системи. Своєчасна та актуальна інформація гарантує стабільність системи, її здатність адаптуватися та відновлюватися у випадку порушень в її структурі або функціюванні.

Термін «інформація» має багато визначень. В принципі, це поняття трактується як відомості, знання, дані, повідомлення і сигнали, які підлягають прийому, обробці, зберіганню і передачі та зображають реальний світ. При проведенні системного аналізу слід враховувати, що не вся наявна інформація повинна використовуватися, а тільки та її частина, яка необхідна для дослідження готельної системи в певному напрямку [18].

Основними характеристиками інформації є:

- Повнота (довершеність); наявність усіх необхідних даних, що характеризують досліджуваний предмет або явище;
- Релевантність (важливість, необхідність);
- Доречність (відповідність);
- Надійність;
- Цінність – в принципі, ймовірність досягнення мети системою збільшується, коли ця якісь інформації присутня.

В інформаційному аналізі досліджувані теми представлені в ієрархічній структурі. Кількість рівнів в ієрархічній структурі визначається відповідно до цілей дослідження. У мірі просування вгору по ієрархії інформація поступово узагальнюється і виноситься на верхній рівень.

Вищі та проміжні рівні ієрархії трансформують інформаційні дані в керувальні відповідно до функціональних алгоритмів, які там реалізовані, так що вона досягає відповідних нижчих рівнів ієрархії. Керувальні дані поступово деталізуються на кожному рівні ієрархії в міру їхнього руху вниз. Слід зазначити, що на кожен рівень ієрархії повинна надходити тільки необхідна і якісна інформація для досягнення цілей системи і підсистеми.

Інформаційний аналіз дозволяє дослідити і вивчити конкретний склад інформації, що циркулює в системі, її кількість і форму вираження, а також послідовність введення, зберігання, обробки, передачі і виведення. Об'єктом дослідження в цьому випадку є інформаційні процеси, що відбуваються в інформаційній системі відповідного суб'єкта.

На даний час існує велика кількість існуючих характеристик інформації. Найбільш поширеними з них є наступні:

- Кількість інформації, швидкість обробки даних,
- Кількість і швидкість передачі інформації в кожному напрямку обміну (продуктивність),
- Достовірність інформації,
- Можливі спотворення та перетворення інформації,
- Ступінь інформаційної надмірності.

Поєднання декількох видів аналізу дозволяє дослідити основні характеристики системи і дає повне уявлення про механізми її функціонування.

2) Метод статистичного порівняння

Порівняльний статистичний метод використовується як процес зіставлення статистичних даних у сфері туризму з метою визначення рівня конкретного підприємства порівняно з іншими. У процесі зіставлення та аналізу статистичних даних по готельних підприємствах виявляються відмінності в рівні і структурі порівнюваних показників щодо їх соціально-економічного змісту, відмінності в методах побудови, джерелах і формах статистичних спостережень.

Порівняльна статистика також включає в себе порівняльний аналіз діяльності підприємств і організацій в окремих регіонах країни та порівняння результатів діяльності окремих операторів на місцевому, регіональному та національному рівнях.

Порівняльна статистика може бути використана для порівняльного аналізу технічної оснащеності праці, ефективності спеціалізації та кооперування тощо. Основним напрямком розвитку порівняльної статистики є опис і характеристика одного і того ж предмета по відношенню до різних регіонів та міст [9].

3) Метод аналізу рядів динаміки

На практиці використання статистичних методів дослідження не завжди користувалися лише аналітичними показниками. З часом комплексний аналіз

динамічних рядів почав вимагати використання різних методів обробки часових рядів для виявлення загальних тенденцій, так званих трендів у певній галузі, порівняння темпів видозмін декількох взаємопов'язаних критеріїв.

Для цього з'явилася необхідність застосування методу, який використовує часові ряди як загальний компаратор. Сутність цього методу заключається у заміні динамічного ряду абсолютних значень вихідного показника еталонним темпом підвищення.

Цей темп визначається відповідно до того самого часового виміру порівняння значень, за допомогою яких, можна вивести висновки щодо показників тенденцій на підвищення або зменшення.

Метод рухомих середніх значень використовується для обробки часових рядів з метою зменшення варіацій в їхніх рівнях. Суть методу полягає в заміні вихідного часового ряду рядом середніх, розрахованих на основі рухомих середніх. Рухоме середнє значення обчислюється шляхом додавання рівнів часового ряду, що містяться в інтервалі вирівнювання (зазвичай 3, 4 або 6 рівнів). Основним недоліком цього методу є те, що вирівняний ряд буде коротшим за вихідний, оскільки перший та останній рівні ряду відсутні.

За допомогою цієї методики ми, за порівняльними показника, можемо порівнювати їхню динаміку, визначаючи тенденції та перспективи, що допоможе покращити слабкі зони підприємства та допомогти із визначенням напрямку подальшого розвитку [24].

4) Метод статистичних групувань

Статистичні спостереження генерують дані, які характеризують кожен параметр дослідження. Спостереження можуть бути безперервними, а можуть і не бути. Однак ці первинні джерела не можуть бути використані для всебічної характеристики досліджуваного явища, оскільки вони повинні бути організовані та оброблені. Це завдання виконується на другому етапі статистичного дослідження, який характеризується організацією та зведенням даних.

Узагальнення здійснюється з метою виявлення подібності та схожості ключових явищ і процесів. Поділ цих характеристик на групи тісно пов'язаний з певними поетапними діями, такими як систематизація, стандартизація, класифікація та групування. Зазвичай такий поділ здійснюється за розробленою системою. Підрозділи вибираються з набору ознак, що характеризують стандарт, а потім набір показників поділяється на групи та підгрупи відповідно до визначених ознак поділу.

Кожен поділ має фіксований базовий принцип, що базується на двох передумовах: критерії, які дещо схожі між собою, об'єднуються в одну групу; схожість між критеріями, що належать до однієї групи, є набагато більшою, ніж схожість між критеріями, що належать до різних груп [33].

Одним з найважливіших етапів статистичної роботи з числами є також всі інші статистичні методи, що будуть ефективними лише в поєднанні із групуванням. Методи аналізу, де використовується фактор групування, становлять основу зведень усього початкового статистичного матеріалу. Це допомагає не тільки забезпечити таку функцію, як системність, а також допомагає точніше підвести підсумки результатів спостереження.

Дослідження, яке проводиться із використанням статистичного аналізу, у будь-якому випадку знаходить свою кульмінацію у результаті, тобто у розрахунках, що виражені попередньо-вибраними статистичними показниками. За допомогою статистичних показників створюється, передається та зберігається інформація про розміри, пропорції, зміни в часі та інші закономірності досліджуваних критеріїв.

В статистичній практиці часто зустрічаються певні статистичні показники, якими вважаються узагальнені відносні величини, які описують зміни певних явищ, критеріїв, будь-якого виду складності. За допомогою таких обчислень, ми можемо спостерігати ступінь відхилення значень цих критеріїв показника від попередньо-встановленої норми.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

2.1. Характерні особливості розвитку готельної справи в західних областях України

Сфера гостинності є одним із ключових елементів реального потенціалу туристичної галузі. Хоча сфера послуг поступово відновлює рівень зростання, індустрія гостинності залишається складною для управління: погіршення політичної та економічної ситуації у 2022 році призвело до зменшення кількості туристів, як іноземних, так і внутрішніх. Власники готелів були змушені скорочувати витрати, оскільки збільшити кількість гостей було неможливо, ставлячи на перше місце власну безпеку.

Перша половина 2022 року ознаменувалася різким падінням ринку готельної нерухомості через нестабільну економічну ситуацію та збройні конфлікти на сході, півдні та півночі країни. Туристична інфраструктура, яка щойно вийшла з кризи після глобальної пандемії та набирала обертів як у столиці, так і по всій Україні, зазнала значного зниження кількості туристів, які відвідували та подорожували до України та у межах її території.

Зниження заповнюваності готелів також можна пояснити не лише нестабільною ситуацією в країні, а й тим, що в Україні вже багато років активно функціонує тіньовий ринок послуг. Зазвичай, приватні особи надають широкий спектр додаткових послуг для своїх гостей, таких як транспорт та харчування. Маючи низькі фіксовані витрати і часто не дотримуючись законодавства про оподаткування бізнесу, фізичні особи мають достатньо обігових коштів для підтримки високого рівня якості послуг і розвитку свого бізнесу. Тіньовий готельний бізнес також отримує вигоду від гнучкості в регулюванні цін, відповідно до попиту та сезонності, перебуває поза межами державного регулювання, що означає відсутність додаткових витрат [37].

У березні 2022 року український уряд почав заохочувати бізнес повертатися до роботи там, де це можливо і безпечно. За словами прем'єр-міністра України Дениса Шмигала, від цього залежить перехід країни до воєнної економіки та перемога у війні. Готельний бізнес, з відновленням роботи та податкових процедур, може поповнювати державний бюджет, забезпечувати робочі місця для людей та надавати базові товари і послуги населенню. Це означає, що підприємці виконують свою соціальну місію щодо збереження своїх позицій на туристичному ринку, відкриваючи та відновлюючи бізнес, і водночас підтримують стандарти національної ринкової економіки. Уряд запровадив низку заходів для підтримки бізнесу у воєнний час, зокрема у сфері гостинності та туризму. Ці ініціативи в основному передбачають зниження податків.

Було запроваджено нову фіксовану ставку в розмірі 2% замість 5%, яку можуть встановлювати як існуючі, так і новостворені ФОПи групи 3. Крім того, було встановлено основну умову для переходу: річний дохід не повинен перевищувати 10 мільярдів гривень. Платники податків цієї групи звільняються від сплати ПДВ, але це не стосується імпортованих товарів. Багато підприємств готельного та туристичного бізнесу користуються цим, сплачуючи 2% від обороту. Відтермінувати масове запровадження касових апаратів, було важливим кроком для готельних та туристичних операторів. Всі штрафи за невикористання касових апаратів під час воєнного стану були скасовані. Тому підприємцям у сфері гостинності та туризму не варто хвилюватися, якщо вони не використовують касові апарати або використовують їх неправильно.

Бойові дії зменшили пропозицію на українському готельному ринку, багато об'єктів розміщення було закрито з міркувань безпеки, а попит на туристичні послуги зник з технічних причин та через пошкодження електромережі внаслідок обстрілів. В цілому, ситуація в секторі відрізняється від регіону до регіону. У західних областях країни ситуація спокійніша [11].

Наразі в найкращих умовах для сталого розвитку перебуває Західна Україна: Івано-Франківська, Львівська та Закарпатська області (рис. 2.1), і за

словами Ірини Сідлецької, генерального директора «Vertex Hotel Group» та голови Української асоціації готелів та курортів, «там (на Західній Україні) готелі працюють на повну потужність і немає жодних підстав для закриття чи зупинки».

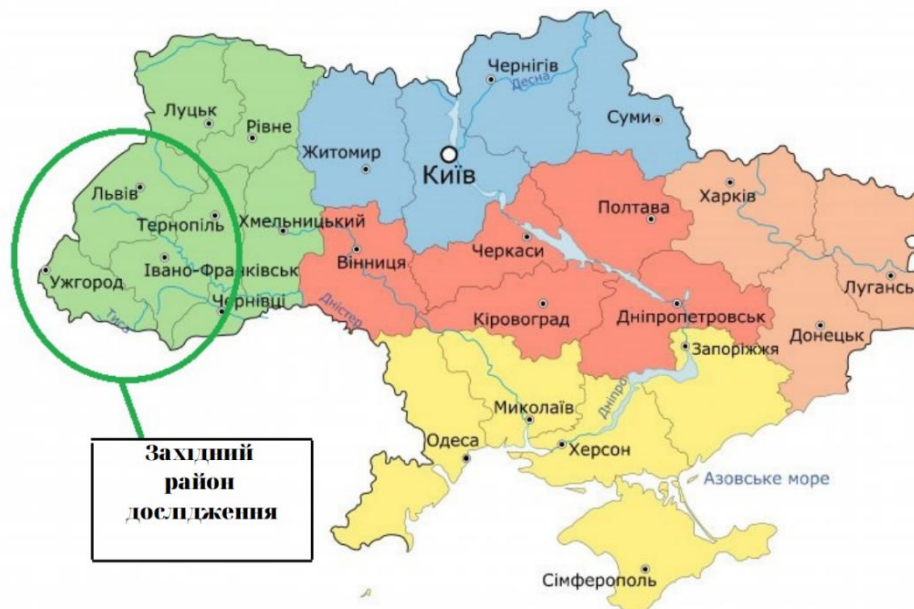


Рисунок 2.1 – Картосхема України із виділеним західним регіоном (Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська області)

Джерело: складено автором на основі [11]

Особлива увага приділяється роботі готелів з міжнародними брендами, і ці готелі часто закриваються в цей час. Це виправдано з точки зору безпеки. Крім того, цільовою групою цих готельних мереж є переважно іноземні туристи, які більше не приїжджають в Україну.

Готельний бізнес, який не закrywся, був змушений перевести всі бізнес-процеси в новий формат. При цьому компанії мають забезпечувати встановлений компанією рівень обслуговування клієнтів та безпеку проживання, допомагати своїм співробітникам та їхнім сім'ям, пропонувати волонтерську роботу: усім, хто має можливість, надавати притулок, приймати біженців та надавати гуманітарну допомогу. І це часто доводиться робити невеликій групі працівників готелю, а також працівникам готелю, які намагаються переїхати в безпечніші місця, виїхати за кордон, або ж деякі з

їхніх працівників вступають до лав військових чи територіально оборонних організацій.

Однак, якщо на початку основною проблемою було залучити й утримати команду, то зараз проблема полягає в тому, як її завантажити, коли попит низький, а кількість відвідувачів невелика.

Комендантська година також призвела до змін у роботі готелів. Обмеженість у часі ускладнила процес переміщення та перевезення працівників, а ключові завдання припадають на ранкову зміну. Комендантська година також означає, що працівникам, можливо, доведеться залишатися на ніч у готелі. Такі послуги, як ресторани, бари, перукарні та SPA-салони, також працюють в обмеженому режимі. Деякі готельні послуги недоступні під час дії повітряних попереджень. Це окремий пункт необхідності в роботі об'єктів з підвищеними стандартами безпеки. Це включає в себе повідомлення про попередження та скасування рейсів, а також створення безпечних зон та укриттів, де це можливо, щоб люди могли залишатися на місці, коли існує ймовірність небезпеки [38].

На жаль, стан індустрії гостинності у 2022 році в Україні можна охарактеризувати як відсутність ринку. За винятком деяких західних регіонів, туристичний або корпоративний сегмент взагалі відсутній.

За оцінками розвитку туристичного ринку готельної індустрії, із турфірм західного регіону не працює більше половини. Решта для економії коштів перестали наймати гідів на місцях. Натомість, екскурсії проводить гід, який супроводжує туристів від компанії. Тому практично всі місцеві екскурсоводи з невеликих туристичних міст залишилися без роботи. Проте, варто пам'ятати, що туризм не зник повністю. Його відновлення залежало від того, як розвиватимуться події на фронті і від того, як швидко завершиться війна. Таким чином, попит на послуги розміщення в готелях суттєво знизився в більшості регіонів України внаслідок війни, так само це характерно і для туристичних підприємств [21].

Також можна говорити про часткове відновлення ділового туризму. Так, станом на грудень-січень 2022-2023 років країну відвідало майже 100 тисяч

іноземних гостей та понад 170 тисяч громадян України. Звісно, це низькі цифри, якщо порівнювати із 2021 роком. Якщо говорити про всю Україну, то за період минулого року нас відвідало близько 2 мільйонів іноземних гостей, за даними Держагентства розвитку туризму (ДАРТ). При цьому слід вказати, що більшість іноземних туристів, прибували в Україну у якості волонтерів, журналістів та представників дипломатичного корпусу. Фактично цільових ділових туристів було значно менше. Проте, можемо вказати на те, що кількість відвідувачів зростає та набуває великих значень, що дозволяє сфері гостинності тримати свою сталу позицію на туристичному ринку.

Що стосується ділового туризму у західному регіоні, то він ще не набув системного характеру, проте його розвиток характеризується підвищенням динаміки відвідування.

Наприкінці 2022 року туризм в Україні продовжував зростати, незважаючи на зменшення кількості міжнародних мандрівників. Фокус ринку змінюється, і кількість людей, які подорожують по роботі, значно зменшується, але проживання в класичних готелях все ще користується попитом. Це стосується заміських готельних комплексів, гірськолижних курортів у Карпатах та екотуризму, наприклад, глемпінгу. Причина переваги такого типу подорожей зрозуміла: люди хочуть втекти від війни.

Військовий та діловий туризм наразі є другим за популярністю видом туризму. Ще одна інновація, яка з'явилася останнім часом, – це туризм у межах міст. Він стає популярним через бажання людей змінити своє оточення, щоб відпочити на кілька днів. Наприклад, унікальні зручності готелів, такі як сніданки та невеликі спа-центри, дають місцевим жителям відчуття, ніби вони подорожують. Ще одна причина – перебої з електрикою.

Завдяки житлу, обладнаному генераторами, водопроводом і кухнями, люди зупиняються в міських готелях, щоб завершити нагальні домашні справи або відчувати себе комфортно на деякий час. Щодо бізнес-туризму, він хоч і значно зменшився, але все ж існує.

Станом на сьогоднішній день, більшість номерів у бізнес-готелях бронюють люди, які приїжджають з-за кордону. До прикладу, це переважно представники міжнародних організацій та іноземні журналісти. Відвідувачі цього типу зупиняються в готелях на тривалий час і платять за тимчасове проживання та харчування, приносячи таким чином значні прибутки українським готельним компаніям.

Що не змінилося з початком широкомасштабної війни, так це вимоги, які українські гості висувають до готелів. Ключовими моментами при здійсненні вибору являються: ціна, розташування та відгуки. Для сьогоднішніх відвідувачів також важлива наявність засобів самозабезпечення, таких як генератори, власна вода та опалення.

2.2. Аналіз показників діяльності готельного бізнесу у Львівській, Івано-Франківській, Закарпатській областях

За останні декілька років готельний бізнес багато пережив: локдаун, війну та блекаути. Безумовно, все це вплинуло на сервіс, побудову комунікації з гостями та операційні процедури. Тим часом змінювалися й цінності клієнтів.

За останні декілька років питання безпеки, чистоти, безконтактних технологій стали дуже актуальними для всіх готельєрів, і залишаться такими ще надовго. А підвищена обізнаність людей про екологічність, свідоме споживання, здоров'я та турботу про себе встановили нові стандарти для готелів. Тоді як війна максимально актуалізувала питання безпеки та вивела його на абсолютно новий рівень.

Важливим чинником під час вибору готелю для гостей стала наявність укриття та зрозумілого алгоритму дій співробітників об'єкта у випадку надзвичайних ситуацій. Крім того, у сучасних умовах грає помітну роль і можливість гнучкого підходу до дати заїзду, скасування та повернення коштів. Зараз людям важко бути впевненими у своїх планах більш ніж на декілька годин, тому якщо готель йде на зустріч гостям у цьому питанні – це позитивно відображається на його завантаженості [17]. Показник навантаженості є

надзвичайно важливим для усіх готельних підприємств, кожна структура намагається збільшити та покращити цей критерій його збільшити (рис. 2.2). Адже цей фактор здійснює прямий вплив на прибуток готельних установ.

Львівська область	2021	2022	2023
● Завантаження відвідувачами, %	1. 56	1. 23	1. 46
● Зріст динаміки транзакцій, %	2. 20	2. 4	2. 25
Закарпатська область	2021	2022	2023
● Завантаження відвідувачами, %	1. 38	1. 10	1. 21
● Зріст динаміки транзакцій, %	2. 15	2. 3	2. 18
Івано-Франківська область	2021	2022	2023
● Завантаження відвідувачами, %	1. 47	1. 12	1. 24
● Зріст динаміки транзакцій, %	2. 17	2. 0	2. 19

Рисунок 2.2 – Рядові показники завантаження готелів та динаміки транзакцій у західних областях України.

Джерело: складено автором на основі [8]

Дані зображають транзакції тільки працюючих закладів в Україні за період 2021-2023 роки. Відповідно до даних, кількість транзакцій в закладах готельного господарства у Львівській області у 2021 році знаходився на шляху збільшення та становив 20 %, у 2022 році збільшився лише на 4% в порівнянні з показниками 2021 року. При тому, що гостьовий трафік у Львові, зменшився та під кінець 2022 року та на початку 2023 почав збільшуватися та становив до 46% за показником клієнтського навантаження готельної сфери. На той самий період і відбувся зріст динаміки транзакцій на 25%.

Звернувши увагу на Закарпатську область, тенденції до змін за показника навантаження та динаміки транзакцій, мають ознаки подібності із процесами зниження та зростання із Львівською областю. Так ми можемо спостерігати зниження завантаження відвідувачами у 2022 році на 28% відносно 2021 року. Проте, ситуація вибудовується краще та показник зростає на 11% у 2023 році відносно попереднього року.

Також зріст динаміки транзакцій у 2023 році знаходиться на найвищому рівні 18%, що є пов'язаним із наявністю значної зони рекреаційних ресурсів, які мають використання оздоровчого та відпочинкового характерів [19].

До того ж, аналогічна позиція динаміки спостерігається в Івано-Франківській області (рис. 2.2), у якій у 2021 році відновлювалися вище зазначені показники та у 2022 році відбувся помітний спад, який спричинила політична ситуація в країні, відзначившись варварським повномасштабним вторгненням Росії в Україну. Ситуація почала покращуватися перед початком 2023 року та продовжила прямувати до позитивного розвитку і на протязі 2023 року [8].

Позитивна динаміка розвитку та зростання показників пов'язаних із відвідуваністю та транзакціями спостерігається майже в усіх областях Західного регіону України.

Із змінами мети перебування іноземних відвідувачів, через активізацію заселення журналістів, які висвітлюють війну. Їх поселення спостерігалось ще до початку повномасштабного наступу, проте тоді найбільше використовувались готельні заклади західного регіону, як Львова та Івано-Франківська. Це зумовлювалося рівнем безпеки та кількістю людей, які знаходилися на західному регіоні у якості переселенців.

Сьогодні журналісти та представники преси в активному режимі поселяються у готелі, які знаходяться поблизу лінії фронту. Основною вимогою до готелів є наявність зв'язку, як мобільного так і Інтернет-зв'язку, а також можливість забезпечити відносну безпеку.

Таким чином готелі перетворюються на робочі та комунікативні центри. Серед іноземних споживачів готельних послуг варто відокремити і волонтерів, які активно долучились до допомоги Україні. Враховуючи ці реалії, 99% відвідувачів готелів у 2022 році були громадяни України і тільки близько 1% – іноземці.

Активність розвитку, відбудови готельних угідь на західному спектрі готельної галузі розвивалася в сторону зростання (рис. 2.3).

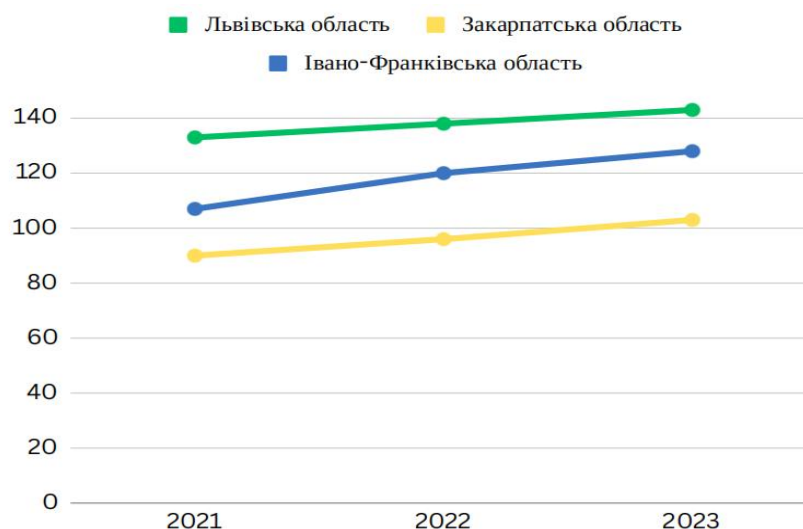


Рисунок 2.3 – Динаміка розбудови готелів у Львівській, Закарпатській, Івано-Франківській областях протягом 2021–2023 років.

Джерело: складено автором на основі [15]

За даними зображеними у таблиці вище, ми можемо зробити висновок, що кількість готелів у західних областях мала тенденцію до збільшення. Це зумовлювалося високої потребі місць розміщення населення, як українського та іноземних відвідувачів та резидентів країни, які змушені були змінити місце знаходження через військовий стан, який був введений в Україні.

Найбільшою кількістю новостворених та нововідкритих готелів характеризується Львівська область, найменшою Закарпатська. Тримається середини Івано-Франківська область [15].

На сьогоднішній день, новини про Україну поширилися на весь світ та продовжують витати по всіх просторах соцмереж. Багато людей хочуть відвідати та побувати на території України. І звичайно, вони не оминають західні території країни, це в основному пов'язано із транспортним сполученням.

У 2021-му до усього західного регіону України й, зокрема, Буковелі приїздили більше 200 000 туристів із Аравійського півострову. Для них наша країна стала альтернативою альпійським курортам – Австрії, Швейцарії, Італії, що давало значний прибуток (рис. 2.4). Дев'ять із десяти опитаних нами відпочивальників стверджували, що планують повернутися в Україну ще раз.

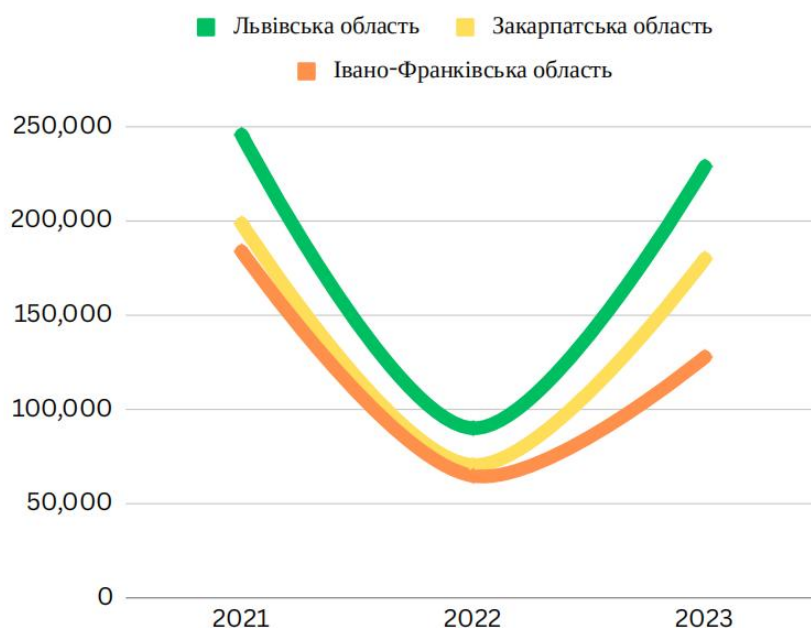


Рисунок 2.4 – Загальний прибуток областей Західного регіону України за період 2021-2023 років.

Джерело: складено автором на основі [11]

Як бачимо за результатами дослідження вище, ситуація із готельним бізнесом у 2021 році проявлялася з позитивними показниками. Після карантинних зобов'язань під час пандемії, готельній галузі, особливо у західних областях, що характеризуються наявністю великих рекреаційних ресурсів, вдалося перезапуститися та проявити високий рівень стійкості на туристичному ринку країни. Найбільше це спостерігалось у Львівській області.

В умовах війни, у період 2022 року, попит на бізнес-центри й торговельні об'єкти суттєво знизився. Багато компаній переїхали в інший регіон або закрилися, тож офіси тепер пустують. Якщо говорити про складську нерухомість, за даними компанії Colliers, саме в цьому сегменті спостерігалась найбільша активність інвесторів [11]. Протягом останніх 5 років на ринку уклали понад 10 інвестиційних угод. Дохідність була низькою – до 5%, але сьогодні ситуація змінилася через значні руйнування та постійні обстріли з боку Росії. Нині є сенс вкладатися в смарт-апартаменти, які частково належать до житлової нерухомості й частково – до готельної. На них буде запит у регіонах України з більш-менш стабільною безпековою ситуацією, оскільки люди переміщуються всередині країни й шукають нове житло на 3-6 місяців

або до року. У першій половині 2022-го року відкривалися апартаменти типу home + hotel. Клієнт, який бронює житло на довгий чи короткий строк, отримує не лише квартиру, а й доступ до коворкінгу, кафе, тренажерної зали.

Це проявлялося у такому співвідношенні, щодо строку використання, що 60% номерів здавалося на довгий строк (від трьох місяців), 20% – на середній строк (на два-три місяці) та ще 20% – на короткий строк утилізації (від кількох днів до місяця). Це давало змогу бізнес-проектам, які здобували такий напрямок розвитку, мати привабливу окупність на рівні 8-10% річних.

У 2022 році постраждали всі готельні комплекси країни. Західна галузь гостинності страждала у матеріальному плані, оскільки була висока необхідність у наданні місця перебування переселенцям із східних, південних та північних регіонів України. Ці місця надавалися переважно приватними особами та державними установами, наприклад, на «Арені Львів» у Львові, а згодом переселенці переміщалися у напрямку Закарпатської, або Івано-Франківської областей. Також, великим фактором, який спричинив зменшення прибутку на західному секторі сфери гостинності, являється різкий спад відвідуваності іноземними туристами [14].

Щодо ситуації внутрішнього туризму у 2023 році, вважається, що він міцно закріпиться на заході України, бо навіть після нашої перемоги Приазов'я та Причорномор'я будуть певний час закритими через мінування акваторії. Також популярними стануть заміські готельні комплекси, куди можна доїхати за дві-три години на машині.

Попри повномасштабне вторгнення Росії в Україну будівництво готелів триває. Зараз продовжується зведення одразу трьох об'єктів в Івано-Франківську та області, також будується у Львові та Ужгороді. Тож, пристосувавшись до непростих випробувань та викликів, готельна галузь продовжує розвиватися. Рівень безпеки покращується, що допомагає людям почуватися вільно та продовжувати жити, а це значить, що активність пересування буде збільшуватися та сфера послуг, в тому числі і готельна галузь, розвиватиметься [7].

2.3. Аналіз сучасного стану ринку готельних послуг на прикладі готельного комплексу Radisson Blu (Буковель)

Найбільший гірськолижний курорт Європи – Буковель, протяжністю 12 км і висотою 920 м над рівнем моря, розташований уздовж сіл Поляниця і Татарів Яремчанської міської ради. Сезон тут триває з кінця листопада до середини квітня і кінця травня, а в 2012 році Буковель був визнаний гірськолижним курортом у світі, що розвивається найшвидше. Комплекс на 3500 номерів пропонує все, починаючи від проживання, харчування і закінчуючи атракціями протягом усього сезону.

Буковель – це зона відпочинку з умовами для спорту, бізнесу, відпочинку та зміцнення здоров'я: 60 км трас усіх рівнів складності; снігові гармати на 100% трас; 16 підйомників пропускною спроможністю 34 700 осіб на годину. Гірськолижні школи (в т.ч. спеціалізовані школи для дітей). Також доступні лижні школи (в тому числі спеціалізовані школи для дітей) та прокат спорядження. Це те, що приваблює відвідувачів до Буковеля [1].

З 2008 року «Буковель» перетворився на медичний і спа-центр з найсучаснішим діагностичним і лікувальним обладнанням. Він охоплює людей з проблемами опорно-рухового апарату, травлення та урологічними проблемами. На курорті працює безкоштовний бювет і надається природна мінеральна вода, користь якої визнана Одеським бальнеологічним інститутом (вода протестована і сертифікована) [6].

Гірськолижний курорт «Буковель» із початком пандемії, для забезпечення дотримання карантинних норм, тимчасово зупиняли свою роботу 13 березня 2021 року. Рішення було прийнятим регіональною комісією з питань техногенно-економічної безпеки та надзвичайних ситуацій. Встановили термін із 13 березня по 27 березня, у який визначалося, що територія розміщення курорту набуває статусу території з обмеженим в'їздом. У вищевказаному періоді, обмежувався в'їзд громадянам, що прямують до села Поляниці (в тому числі до туристичного комплексу «Буковель») з розважальною, спортивною та іншою відпочинковою метою. Тим хто придбав послуги на період тимчасового

закриття, керівництво комплексу «Буковель», пообіцяло забезпечити гостей можливостями отримання придбаних послуг після 27 березня 2021 року. Після чого сезон таки відкрився, із виконанням всіх санітарних норм, як відвідувачами так і всім робочим персоналом. Відвідуваність різнилася відповідно до сезону (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Відвідуваність курортного комплексу «Буковель»

№	Роки	Кількість	
		чоловік на літній сезон, млн	Кількість чоловік на зимовий сезон, млн
1	2019/2020	2,2	1,4
2	2020/2021	1,2	2,5
3	2021/2022	2,6	2,9
4	2022-2023	1,4	1,8

Джерело: розраховано автором на основі [43]

Як результат даних, наведених у таблиці вище, кількість відвідувачів змінювалася досить часто з року в рік з моменту початку цілорічної роботи. Великими причинами випадків спаду відвідуваності стали глобальні виклики для світу та для України. Першим глобальним викликом була світова пандемія, висновком маємо результати у літній та зимовий періоди 2019-2021 років, що виражало спад у відвідуваності туристичного підприємства.

На гірськолижному курорті «Буковель», у розпал нової хвилі коронавірусу запровадили ідентифікатор безпечного гостя. Усі гості проходили перевірку своїх ковід-документів, поселяючись у готель на рецепції, під час купівлі скіпасів у касах курорту, отримання прокатного спорядження, проходження експрес-тесту у спеціальній зоні курорту тощо.

Після підтвердження свого негативного Covid-статусу гість міг отримати ідентифікатор безпечного гостя – наліпку, яку закріплює на видному місці, верхньому одязі чи шоломі. Ця наліпка сигналізує працівникам курорту та компетентним органам, що гість пройшов Covid-перевірку та є безпечним для оточення.

Згодом із спадом карантинних норма та нормалізації ситуації із пристосуванням до нового вірусу за допомогою вакцин, пересуватися територіями країн стало простіше. Кількість відвідувачів поступово збільшувалася на початку зимового сезону 2021 року. Загалом, курорт має досить розвинену інфраструктуру, включаючи багатопверхові автостоянки, готелі та ресторани.

Із повномасштабним вторгненням Росії в Україну, порушилася вся діяльність туристичних підприємств в країні, в тому числі це вплинуло на діяльність комплексу «Буковель». Згідно з указом Президента України, у зв'язку з військовою агресією Російської Федерації проти України, з четверга, 24 лютого, по всій території України запровадився воєнний стан, терміном на 30 днів. У зв'язку з цим, туристичний комплекс «Буковель» тимчасово призупинив свою роботу та прийом гостей [43].

З перших днів агресії ворога керівництво та працівники курорту допомагали армії, координуючи свої зусилля з волонтерськими та урядовими організаціями з надання фінансової, гуманітарної та матеріально-технічної допомоги. Рішенням керівництва було відкрито польову кухню, цент безкоштовного харчування.

Це було доступно для усіх людей, які залишили свої домівки та приїхали у «Буковель» або ж перебували у межах території, на якій розташовується комплекс. Польова кухня відкрилася 01 березня 2022 року, розташовувалася в холі багаторівневої системи паркування №1 та двічі на день надавала всім нужденним безкоштовне харчування, гарячу їжу.

З кінця квітня почалося часткове відновлення роботи готельних секторів курорту, що допомагало відновити діяльність туристичного комплексу. Та уже влітку запрацювали всі клуби активності на території «Буковель».

Місцем перезавантаження, відновлення ментального та фізичного здоров'я став курорт «Буковель». І активно розпочався сезон 2022-2023 років для цього гірськолижного комплексу. Як одне із прекрасних місць, де кожен

може проведіть час на схилах Карпат, дихаючи чистим гірським повітрям, щоб з новими силами допомагати наближувати нашу перемогу.

Формат зимової роботи «Буковель» зазнав деяких змін: відсутність новорічних розваг та святкових забав у центрі, проте наявність ялинки, створювало святкову атмосферу для дітей; зони «Après Ski» працювали в режимі майданчику для відпочинку, без розважальної програми; виключення із програми послуги нічного катання [4].

Як і в усій Івано-Франківській області, у Буковелі запроваджено планові відключення електроенергії за графіком. Але сам курорт, партнери курорту і більша частина бізнесів, що працюють поряд з курортом, вже забезпечили себе альтернативними джерелами живлення. Під час аварійних відключень електропостачання курорт забезпечував необхідний мінімум живлення для безпечного спуску лижників з витягів та освітлення для пересування курортом.

На курорті були введені загальні правила безпеки на період другої половини 2022 року:

1) під час повітряної тривоги усіх проситимемо пройти в укриття у будівлі паркінгу №2, РЦ Вука, готелі Hvoya та Radisson;

2) витяги під час повітряної тривоги зупинятимуться, але тільки після того, як всі гості будуть доставлені до зон висадки;

3) на випадок блекауту на території Bukovel для всіх облаштовано Пункт Незламності з резервним освітленням, старлінком, аптечками, питною водою;

4) на території курорту, як і на всій території України, діє комендантська година з 23:00 до 05:00.

Курорт «Буковель» слугує майданчиком для підготовки та проведення світових і європейських спортивних змагань, включаючи чемпіонати України з зимових видів спорту (біатлону, слалому, могулу, фрістайлу, сноубордингу та інших). Окрім цього, постійно удосконалюється інфраструктура курорту, щоб усі любителі спорту та прихильники здорового способу життя знайшли активне і захопливе заняття для себе [11].

На базі туристичного комплексу «Буковель» тривають соціальні програми благодійного фонду Олександра Шевченка «Новий Івано-Франківськ». Ще з 2017 курорт почав приймати на оздоровлення та реабілітацію сотні людей з усієї України. Безперервно і до сьогоднішнього дня працює програма підтримки учасників АТО.

У «Буковель» військовослужбовці мають можливість оздоровитись у спа-центрах, скуштувати страви української кухні та ознайомитись з курортом. Найбільш захопливим став підйом на витягу та прогулянка до оглядового майданчика, з якого відкривається панорамний вид на Говерлу та весь Чорногорський хребет.

Проект був створений після Майдану, фонд займається десятками різноманітних проектів: від гуманітарної допомоги до лікування українських бійців за кордоном [30].

Як найбільший курорт східної Європи, він створює велику кількість робочих місць, виконує всі вимоги щодо оподаткування всієї проведеної діяльності, що приносить матеріальні кошти в бюджет та підтримує економіку країни, тим самим, працюючи в тилу, наближає нашу перемогу.

2.4. Стан екологічної безпеки та заходи щодо її поліпшення

В останні роки часте будівництво нових і великих готелів створило величезну кількість відходів і забруднення, з якими місцева влада і громади не можуть впоратися. Надмірне споживання енергії, води та палива туристами часто позбавляє цих ресурсів місцеве населення. Турбота про довкілля, дбайливе поводження з невідновлюваними ресурсами та використання відновлюваних ресурсів в організації господарської діяльності готельної групи є іншими пріоритетами. Окрім усвідомлення свого становища на планеті та впливу на навколишнє середовище, зростаючий попит з боку мешканців на екологічно чисті послуги означає, що готельний бізнес повинен враховувати екологічні потреби мешканців.

Основними джерелами забруднення є побутові стічні води, неадекватні системи опалення, надмірна забудова, вторгнення, неконтрольований відпочинок поблизу закладів розміщення та харчування, стихійний розвиток приватного житла та надмірна кількість туристів. Все це впливає на навколишнє середовище, призводить до забруднення води та повітря, виснаження водних ресурсів, порушення кліматичного балансу, зміни структури ґрунту, збільшення щільності ґрунту, візуального забруднення та деградації естетичних цінностей.

Протягом останніх років активно країнами, залученими у туристичній сфері, розроблялися програми, спрямовані на гармонізацію відносин між туризмом і навколишнім середовищем. Серед них – концепція сталого розвитку туризму ВТО ООН, Всесвітній кодекс поведінки в туризмі та Хартія туризму, а також рекомендації та декларації міжнародних туристичних конвенцій, в яких зазначено, що мудре та раціональне природокористування, збереження та примноження туристичних ресурсів є основою позитивного процвітання суспільного фактора навколишнього середовища [22].

Засноване у 2015 році, бюро SHOVK створює сучасну функціональну архітектуру та дизайн з енергоефективними та сталими рішеннями У 2019 році архітектори розробили концепцію реставрації «Фабрики Ріхардта» (давно зруйнованої пивоварні на Подолі, побудованої наприкінці 19 століття купцем Михайлом Ріхардтом), для невідомого конкурсу архітектори SHOVK розробили концепцію її редевелопменту: еко-готелю подалі від міста. «На Дніпрі» розташований на 1 га землі на відстані 100 метрів від берега Дніпра (як того вимагає законодавство). Екоготель має давати людям змогу відчути себе частиною природного середовища.

Суть екологізації полягає в мінімізації негативного впливу туристичної діяльності на навколишнє середовище через високе споживання традиційних енергоресурсів.

Екологізація готельного бізнесу повинна впроваджуватися абсолютно у всіх сферах діяльності готелю. Сьогодні в усьому світі дуже популярною є

концепція екологічно чистих готелів. Метою таких готелів є зменшення негативного впливу послуг розміщення на навколишнє середовище, що є важливим для конкурентоспроможності українського готельного бізнесу [13].

Еко-готелі надають енергозберігаюче технічне обладнання, санітарно-гігієнічні засоби, виготовлені виключно з органічних матеріалів, без синтетики, а також бавовняну та шовкову постільну білизну. Уся їжа готується з натуральних інгредієнтів. Екоготелі працюють за принципом гармонійного співіснування з природою, не забруднюючи навколишнє середовище відходами мандрівників. Наприклад, деякі готелі побудовані з матеріалів, що біологічно розкладаються. Згідно з європейськими стандартами, екологічні готелі повинні відповідати таким вимогам, як встановлення екологічно чистих систем опалення, встановлення власних очисних споруд, розділення відходів відповідно до класифікації, використання електроенергії, виробленої з екологічно чистих видів палива, використання енергозберігаючих лампочок для освітлення та використання екологічно чистих продуктів для приготування їжі.

Одним із найефективніших способів захисту довкілля є добровільна участь у програмах екологічної сертифікації та екологічного маркування. Кількість таких програм зростає з кожним роком. Схеми екологічного маркування загалом та екологічне маркування туристичної діяльності зокрема є ефективними маркетинговими інструментами для сприяння розвитку туристичного бізнесу та захисту довкілля [26].

Найвідоміші схеми сертифікації готелів включають Green Globe (Великобританія), Green Key (Данія), НАС Greenleaf (Канада) та Touristik Union International (TUI) (Німеччина). Багато готелів сертифіковані за стандартами LEED. Міжнародна екологічна програма Green Key реалізується у більш ніж 25 країнах світу. Green Key – одна з п'яти програм Фонду екологічної освіти, міжнародної неурядової та незалежної організації, що базується в Данії.

У 2010 році вона розпочала кампанію з впровадження та популяризації екологічної сертифікації в Україні. Компанії, які беруть участь у схемі екологічної сертифікації, можуть заявити про свою відповідальність за захист

навколишнього середовища та отримати додаткові переваги на туристичному ринку. Green Key є найактивнішою програмою екологічної сертифікації для українського готельного бізнесу та першою міжнародною програмою екологічної сертифікації для готелів і курортів: у 2011 році екологічну сертифікацію Green Key отримав готель Radisson Blu у Києві, а також львівські готелі Reikartz Медіваль, Reikartz Дворжец та Premier Hotel Dniester. Ці готелі використовують лише енергозберігаючі технології: «Reikartz Медіваль» використовує екологічно чисті транспортні засоби для гостювих автобусів та екскурсій, щоб розширити спектр додаткових послуг та зменшити шкідливі викиди в атмосферу [40].

Розуміння того, що будь-яка діяльність може негативно впливати на довкілля, має стати першим кроком до свідомого ставлення до поводження з відходами: згідно з Державними будівельними нормами України, зміненими у 2019 році, роздільне збирання відходів є обов'язковим лише для нових та реконструйованих готелів.

Водночас інші готелі можуть вивозити відходи разом на полігони, але це має негативні наслідки. Щоб зменшити кількість відходів, готельний бізнес може використовувати екологічно чистий одноразовий посуд, багаторазові контейнери з екологічно чистих матеріалів, целюлозні зубні щітки, гребінці та декоративні елементи.

Ще один спосіб переробки відходів – компостування. За даними вчених, компостування може зменшити кількість відходів, що потрапляють на звалища, на 40% протягом п'яти років. Мінімізація забруднення навколишнього середовища має бути не лише гаслом, а й способом мислення, способом роботи та пріоритетною стратегією для готельного бізнесу.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

3.1. Тенденції розвитку підприємств готельного господарства України

Ефективне функціонування готельного сектору є індикатором позитивних змін у вітчизняній економіці та важливою передумовою зміцнення міжнародних зв'язків та інтеграції країни у світове співтовариство серед сучасних тенденцій розвитку готельного бізнесу в Україні. Дослідники відзначають наступні поглиблення спеціалізації готелів: створення міжнародних готельних мереж та мереж малих підприємств, впровадження нових інформаційних технологій у галузь гостинності.

Але незважаючи на те, що сфера послуг набуває все більшого розвитку в нашій країні, розвиток і функціонування готельного господарства ускладнюється цілою низкою проблем:

1. Існують значні бар'єри для входу на український готельний ринок що призводить до дефіциту готелів це стримує розвиток готельної індустрії вихід на вітчизняний ринок відомих готельєрів та створення національної готельної мережі здатної забезпечити належний рівень обслуговування туристів які відвідують Україну з усього світу.

2. Різниця між якістю та ціною готельних послуг пов'язується з недостатнім державним регулюванням готельного сектору та із відсутнім державним органом з реєстрації готелів. Також існує зв'язок із іншими засобами розміщення регулювання та контролю за їх діяльністю та низьким рівнем диверсифікації готельних послуг, нерозвиненість мереж гостьових будинків мотелів, кемпінгів та пансіонатів.

3. Низький рівень конкуренції на готельному ринку, через відсутність корпоративних стандартів контролю якості готельних послуг, український

готельний ринок характеризується недостатнім попитом та обмеженою пропозицією з боку іноземних готельних мереж та українських готельєрів.

4. Відсутність розвиненої та офіційно задокументованої мережі альтернативних об'єктів для розміщення економічних благ.

5. Недостатній рівень підготовки кадрів у сфері гостинності.

6. Обмежене використання електронних та автоматизованих систем бронювання і сучасних технологій при наданні послуг у готелях та інших засобах розміщення.

7. Існують проблеми із завантаженістю та якістю обслуговування в готелях та інших засобах розміщення.

Готельний бізнес в Україні наразі стикається з низкою проблем, серед яких нерозвиненість готельних мереж, дефіцит готелів середнього рівня, нестача кваліфікованого персоналу та недосконале законодавство.

Однак ці проблеми поступово долаються, компанії розвиваються та переймають досвід у своїх західних колег, які, в свою чергу, виходять на український ринок та покращують рівень сервісу. Розвиток готельного бізнесу стимулював розвиток інших галузей (транспорт, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, послуги тощо). У середньому на кожні 10 туристів, які зупиняються в готелі, створюється близько трьох прямих і двох непрямих робочих місць, пов'язаних з обслуговуванням (працівники туристичних агентств, транспортних компаній тощо).

Україна посилює політику розвитку готельного господарства з метою створення конкурентоспроможного готельного продукту з широким спектром послуг, збільшення в'їзного та внутрішнього туризму і збільшення надходжень до бюджету. Ця тенденція стосується всіх готельних підприємств, незалежно від їхньої організаційно-правової форми власності та галузевої приналежності.

Наразі інфраструктура готельного господарства України не відповідає міжнародним стандартам розміщення та відпочинку. Кількість готельних підприємств недостатня, частка підприємств високого класу в структурі

готельного бізнесу низька, матеріально-технічна база застаріла і потребує модернізації, засоби зв'язку та передачі інформації застарілі, відсутня ефективна та надійна система безпеки, що є необхідною умовою забезпечення високої якості послуг.

В Україні лише 18% готелів відповідають вимогам міжнародних стандартів якості за рівнем комфорту для розміщення ділових людей. Географічно майже всі готелі класу люкс розташовані в Києві та найбільших регіональних містах – Донецьку, Одесі, Львові, Харкові та Дніпрі. Водночас, згідно з моніторингом галузевої інфраструктури, який проводять міжнародні професійні організації, українські готелі класу «люкс» значно відстають від своїх східноєвропейських колег за рівнем сервісу.

У європейських країнах готельний фонд на 15-25% складається з великих корпоративних готелів і на 75-85% з готелів та мотелів сімейного типу. В Україні великі корпоративні готелі складають близько 60% від загальної кількості, тоді як мотелі, кемпінги та молодіжні центри майже не представлені. Міжнародний досвід показує, що малі готелі є основою сучасного сектору гостинності. Малі готелі формують ринок готельних послуг, задовольняють попит споживачів, створюють конкурентне середовище та генерують додаткові робочі місця [26].

Зростаючий попит на готельні послуги вимагає диверсифікації пропозиції шляхом розширення асортименту послуг та розробки гнучкої цінової політики. Однак готелі в Україні залишаються дорогими в ціноутворенні на послуги розміщення. Впровадження принципів фінансового менеджменту для ефективного управління доходами є нагальним завданням для української готельної індустрії. Гнучка цінова політика повинна призводити до збільшення попиту в періоди зменшення кількості гостей та зменшення знижок у періоди стабільного попиту.

За останні роки відбулися позитивні зміни в нормативно-правовій базі для готельних операторів. Окрім скасування готельного збору, були прийняті закони, спрямовані на стимулювання розвитку готельного бізнесу. У багатьох

випадках вартість проживання не була знижена, але вивільнені фінансові ресурси часто використовуються для диверсифікації виробництва, наприклад, шляхом реструктуризації номерного фонду або розширення спектру послуг. У зв'язку з цим зросла заповнюваність у готелях різних категорій, розмірів і розташування.

Аналіз фінансових показників готелів Києва та Львова показує, що попит на чотири- та п'ятизіркові готелі залишався стабільним у 2016-2019 роках, коли прибутковість сектору гостинності суттєво знизилася. Цей факт демонструє стабільність ринку готелів класу люкс і не свідчить про значні зміни, зумовлені появою нових конкурентів у цьому сегменті. Наразі ринок елітних готелів здатен протистояти новій пропозиції, оскільки нова пропозиція не перевищує 10% від загального обсягу готельної індустрії. Інші сегменти ринку потребують розширення фізичної бази готельної індустрії у зв'язку зі збільшенням попиту на послуги. Готельний бізнес в Україні сьогодні, як правило, орієнтований на бізнес-мандрівників, з різними типами послуг та спеціалізацією. Розкішні готелі потребують диверсифікації послуг та модернізації матеріально-технічної бази.

Впровадження глибшої спеціалізації та вищих стандартів обслуговування у вітчизняному готельному секторі пов'язане зі створенням міжнародних готельних мереж традиційної корпоративної форми світової готельної індустрії. Великі готельні підприємства, об'єднані в товариства з обмеженою відповідальністю, діють колективно під виключним контролем керівництва ланцюга. Професійний менеджмент несе повну відповідальність за підвищення операційної ефективності та конкурентоспроможності. З технічної точки зору, успіх корпоративної гостинності пов'язаний з високою якістю готельних продуктів, ідентичністю послуг і доступністю послуг у всіх мережах компанії.

Консолідація готелів пропонує значні економічні вигоди для власників та операторів. Основні переваги включають загальне зниження витрат, консолідацію систем бронювання, консолідацію ланцюжка поставок і консолідацію послуг. З іншого боку, механізми корпоративного управління не

настільки поширені серед вітчизняних готельних операторів. Це пов'язано, головним чином, з відсутністю досвіду корпоративного управління, значними фінансовими ризиками, пов'язаними з бюрократизацією бізнес-процесів та відсутністю чітких законодавчих визначень правових, економічних та організаційних аспектів створення та розвитку конкурентного середовища на ринку гостинності. Законодавча база повинна сприяти розвитку ринку та входженню на нього нових готельних підприємств, особливо малих, а також створювати умови правового захисту та стабільності [39].

Реалізація стратегії розвитку ділового туризму відповідно до в'їзного та внутрішнього туристичних потоків вимагає розвитку сучасної готельної інфраструктури, включаючи бізнес-центри, місця для дозвілля, торгові точки та сервісні об'єкти. Впровадження принципів «розумного готелю» забезпечить надання готельних послуг та отримання клієнтами послуг високої якості. Діяльність готельного комплексу має бути спрямована на задоволення потреб різних клієнтів.

Серед основних послуг, необхідних діловим мандрівникам, є телекомунікаційні послуги, тобто можливість швидкого отримання та передачі інформації, автоматизоване управління системами життєзабезпечення, супутникове та ефірне телебачення, а також системи ідентифікації та контролю доступу. Наразі лише невелика кількість готелів в країні може дозволити собі побудувати та підтримувати автоматизовані системи управління.

У перспективі готельне господарство має стати важливим чинником розвитку туризму, інтеграції України в глобальну структуру міжнародного співробітництва та відродження національної культури. Результати дослідження готельного господарства України показують, що реальний стан туристичної інфраструктури країни значною мірою залежить від розвитку та зростання інвестицій.

Загальновизнано, що готельне господарство є чинником формування інфраструктури соціального простору, культурних і ділових об'єктів та виробничих показників у межах міст. За своєю економічною спрямованістю

готель є комерційною виробничою одиницею, яка надає товар у вигляді різноманітних послуг. Специфіка послуг полягає в тому, що, на відміну від матеріального виробництва, вони відбуваються в безпосередньому контакті між споживачем і постачальником, що задоволення від послуги конвертується в безпосереднє задоволення попиту клієнта і що попит на готельні послуги має сезонні коливання. Останнє включає в себе як постійні, так і змінні витрати бізнесу. Сезонність також часто супроводжує збільшення кількості обслуговуючого персоналу, який стає менш патріотичним по відношенню до готелю і менш зацікавленим у наданні кращого обслуговування клієнтів.

Надання послуг та реалізація готельних продуктів залежать від загальної якості роботи персоналу готелю, логістики, комфорту, рівня обслуговування та пакету послуг, який пропонує готель. Економічні фактори, такі як місце розташування готелю, рівень екологічної безпеки, історична та культурна спадщина місцевості, наявність пам'яток культури, доступність як туристичного напрямку та якість готелю, мають значний вплив на ефективність роботи готельної індустрії.

На думку вітчизняних дослідників, ефективне функціонування вітчизняного готельного господарства є індикатором позитивних економічних змін та передумовою інтеграції України у світове співтовариство. Пріоритетним напрямом розвитку сфери готельних послуг є технологізація послуг на основі впровадження міжнародних стандартів. Конкурентоспроможність готельних послуг є комплексним показником, що відображає ступінь ефективності дії зовнішніх і внутрішніх факторів, серед яких ціна, якість, інноваційність, наукова та інтелектуальна наповненість послуг виходять на перший план і впливають на успіх будь-якого готельного бізнесу.

Відповідно до міжнародних стандартів, основним викликом для готельного бізнесу є створення конкурентоспроможності, підвищення конкурентоспроможності, пошук нових шляхів розвитку та оновлення політики з метою досягнення динамічного ринку готельних послуг.

Основні виклики конкурентоспроможності готельних послуг та їх залежність від факторів якості проілюстровано на наступній таблиці (табл. 3.1):

Таблиця. 3.1 – Фактори що впливають на конкурентоспроможність готелю

Фактори конкурентоспроможності готелю.	
Внутрішні	Зовнішні
1) Система управління та методи управління. 2) Технічні стандарти та організація процесів виробництва послуг 3) Система довгострокового планування 4) Орієнтація на маркетингові концепції 5) Інноваційність послуг 6) Ступінь задоволення додаткових потреб конкретного споживача. 7) Якість розробки з точки зору оптимальних показників надійності.	1) Внутрішньополітична ситуація 2) Економічні відносини 3) Наявність конкурентів 4) Розташування виробничої одиниці 5) Наявність ресурсів 6) Загальний рівень технологій 7) Структура управління 8) Централізація виробництва 9) Нормативно-правова база

Джерело: складено автором на основі [39]

Інвестиційний клімат в нашій країні не завоював довіри іноземних інвесторів через політичну нестабільність, триваючі антитерористичні операції та високі ризики. З іншого боку, іноземних готельєрів приваблює український ринок, де повернення інвестицій відбувається відносно швидко. За оцінками експертів, термін окупності майже вдвічі менший, ніж, наприклад, у Європі. Готелі в Україні дуже прибуткові. Ця бізнес – ніша ще не заповнена. Незважаючи на ризики, інвестиції в цей сектор є дуже привабливими.

Проживання – важливий елемент туристичної подорожі. Проживання займає особливе місце в туристичному секторі. Туристичні потоки, а отже, і доходи, значною мірою залежать від кількості туристів у секторі та якості наданих послуг. За даними Державної служби статистики України, динаміка основних показників діяльності колективних засобів розміщування в Україні .

У міжнародній практиці використовується стандартна класифікація засобів розміщення, розроблена експертами Всесвітньої туристичної організації, згідно з якою всі засоби розміщення поділяються на дві групи: колективні та індивідуальні.

Засоби розміщення готельного типу поділяються на засоби розміщення готельного типу та спеціалізовані засоби розміщення, а згідно з ГОСТ 51185-98 «Туристичні послуги» колективні засоби розміщення готельного типу класифікуються як «туристичні послуги». Засоби розміщення. До «загальних вимог» належать готелі, мотелі, заїжджі двори, гостьові будинки, мебльовані кімнати та хостели.

Спеціалізовані заклади розміщення включають санаторії, оздоровчі центри, будинки відпочинку, пансіонати, туристичні бази, туристичні та спортивні центри, бази відпочинку та мисливські будинки.

Різноманітність закладів розміщення дозволяє туристам визначити та обрати рівень обслуговування, що найбільше відповідає їхнім потребам та умовам проживання, залежно від їхнього доходу, особистих побажань та потреб, а також виду туризму.

В умовах поглиблення відносин між Україною та Європейським Союзом необхідно підвищувати якість готельних послуг до рівня міжнародних стандартів та розширювати ринок для забезпечення сталого розвитку туристичного сектору.

Вирішення стратегічних завдань потребує державного фінансування за двома основними напрямками: залучення туристів на обраний цільовий ринок (рекламно-інформаційні заходи, такі як виставки, створення мережі інформаційних центрів тощо) та гармонізація державного регулювання, стандартів безпеки та якості продуктів і послуг з міжнародними стандартами.

Розвиток України як туристичної дестинації світового рівня є складним завданням, яке потребує організації та вирішення всіма державними органами та готельними операторами. Для цього необхідно

- розробити оптимальну стратегію розвитку готельного господарства та нормативно-правову базу для розвитку індустрії туризму, курортів і відпочинку та її інфраструктури, зокрема

- створити сприятливі умови для залучення інвестицій та запровадити відповідні механізми стимулювання будівництва та реконструкції готелів та інших об'єктів сфери туризму, курортів та дозвілля

- створити сприятливі умови для розвитку іноземного та внутрішнього туризму.

- сприяти розвитку проектів у сфері гостинності, забезпечити гармонізацію національних стандартів та підвищити якість туристичних послуг.

- впроваджувати заходи з підвищення позитивного іміджу України та розробляти ефективні маркетингові стратегії на ключових зовнішніх ринках.

- сприяти створенню додаткових робочих місць та розширенню тимчасової зайнятості в туристичному секторі.

- створення безпечних умов для туристичних подорожей, забезпечення особистої безпеки подорожуючих та надання екстреної медичної, технічної та правової допомоги.

Реалізація цих стратегічних цілей дозволить перетворити вітчизняну готельну індустрію на прибутковий та конкурентоспроможний сектор економіки.

3.2. Інноваційні підходи та напрями вдосконалення діяльності готельного бізнесу

Вивчення принципів бізнес-інновацій забезпечує менеджмент. Менеджмент - це структура, що постійно розвивається і реагує на зміни в бізнес-середовищі, тому необхідно також враховувати вплив трансформацій у зовнішньому середовищі на спосіб прийняття управлінських рішень. Зауважимо, що інноваційна діяльність стає складнішою в міру розвитку ринків і технологій. Інноваційний розвиток характеризується зміщенням акцентів у бік використання нових, більш досконаліх технологій, переходом до

високотехнологічної продукції, організаційними та управлінськими рішеннями щодо інновацій у взаємозв'язку з мікро- та макроекономічним розвитком (створення технопарків і технополісів, реалізація політики ресурсозбереження, перетворення всіх видів виробничої діяльності в інтелектуальну) [28].

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність», інноваційна діяльність, це новостворені (застосовані) і вдосконалені технології, конкурентноспроможні продукція та послуги, організаційно-технічні рішення, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціального середовища у сфері виробництва, управління, торгівлі та інших об'єктах. Трактуючи сутність інновацій таким чином, інновації стосуються лише засобів виробництва та технологічних процесів і є необхідною, але недостатньою умовою, яка має призвести до ефективного використання всього потоку інвестиційних ресурсів у національній економіці. Саме це слід брати до уваги, розглядаючи питання розвитку інновацій.

Інноваційною вважається будь-яка діяльність, спрямована на використання або комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, що зумовлює випуск на конкурентний ринок нових товарів і послуг [16].

Інновація має бути спрямована, з одного боку, на більш якісне та повне задоволення потреб споживачів, а з іншого - на отримання певного економічного ефекту у вигляді прибутку для підприємства, яке ініціювало її розробку та впровадження. Інноваційна діяльність – це вид діяльності, пов'язаний з перетворенням результатів наукових досліджень і розробок у нові або вдосконалені продукти, що пропонуються на ринку, нові або вдосконалені технологічні процеси та якісно нові підходи до виробництва і надання послуг, які є необхідними для суспільства [41].

Інноваційний розвиток – це розвиток, заснований на безперервному пошуку і використанні нових методів і сфер реалізації потенціалу суб'єкта господарювання у відповідь на мінливі умови зовнішнього середовища в контексті обраної місії і прийнятих стимулів ведення бізнесу, а також у зв'язку зі змінами на існуючих ринках і створенням нових ринків. Вона також включає

в себе концепцію сталого розвитку в гармонії з навколишнім середовищем і в напрямку екологічно орієнтованих потреб, постійне оновлення товарних груп і технологій виробництва та вдосконалення систем управління виробництвом і збутом. Інноваційна діяльність значною мірою залежить від різних типів факторів, які можна класифікувати як внутрішні та зовнішні.

Внутрішні фактори включають наявність матеріальних і фінансових ресурсів, обладнання, технології, організацію та управління виробництвом, людські ресурси, науковий потенціал, маркетинг, інноваційний клімат, ступінь сприйняття інновацій та ступінь незалежності фірми. Зовнішні фактори можна поділити на прямі (споживачі, ринкове середовище, бюджет та оподаткування, конкуренти, науковий потенціал країни, експортно-імпортна політика, національна інноваційна політика) та непрямі (макроекономічні умови, національна фінансово-кредитна та соціальна політика, наявність природних ресурсів, нормативно-правова база, міжнародне науково-технічне співробітництво, політичні фактори) [3].

Індустрія гостинності орієнтована на споживача, задоволення якого є кінцевим результатом діяльності компанії.

Готельний бізнес є одним з найважливіших елементів індустрії гостинності. На конкурентному ринку послуг інновації є ключем не тільки до конкурентоспроможності, але й до збереження та покращення фінансового стану підприємств готельного бізнесу. Інновації означають здатність безперервно розвивати виробництво і продаж нових продуктів і послуг у відповідь на попит, а в сфері збуту і пропозиції – здатність розробляти нові технологічні процеси на основі існуючих власних технологій і комерційних ноу-хау, а також здатність розвивати пропозицію доступних і недорогих ресурсів. Перше дозволяє фірмі вигравати ефективну конкуренцію, а друге – брати участь у цінній конкуренції, не втрачаючи при цьому прибутку. Нові технології вимагають не лише здатності їх надавати, але й зміни існуючої корпоративної стратегії. Бізнес-технології мають докорінно змінитися, а їхня ефективність має значно зрости. Це означає, що компанії повинні бути знайомі

зі своїми поточними процесами і вміти використовувати блок-схеми як візуальний інструмент для проектування або редизайну процесів [5].

Як один з найприбутковіших секторів світової економіки, індустрія гостинності стає ключовим сектором економічного і соціального розвитку України в 21 столітті. Існує постійна потреба в пошуку нових шляхів удосконалення процесів обслуговування клієнтів для успішної роботи на готельному ринку та збільшення прибутку.

Сучасна готельна індустрія пропонує своїм клієнтам широкий спектр послуг, таких як послуги сомельє, щасливі години для гостей, кулінарні шоу, гала-презентації кулінарних страв, бар-шоу, риболовля та приготування страв на очах у гостей, караоке, кальянні, знижки для постійних гостей, бонусні програми, виїзне ресторанне обслуговування з організацією дозвілля, а також широкий спектр послуг, що пропонуються клієнтам, включаючи широкий спектр послуг.

У готельному бізнесі добре відомо, що лише 20% постійних клієнтів можуть забезпечити 80% прибутку (закон Парето). Водночас, якість обслуговування та надання послуг є невід'ємною складовою ефективності роботи готельного закладу та сприяють утриманню клієнтів. Навіть сьогодні підприємства готельного бізнесу приділяють особливу увагу якості послуг, які вони надають. Це пов'язано з тим, що якість є однією з ключових умов успішного та ефективного розвитку бізнесу. Однак, щоб утримати постійних клієнтів і залучити нових в умовах конкуренції, підприємства гостинності вже не можуть обмежуватися лише стильним інтер'єром і якісною, смачною їжею. Досягти цієї мети можна за допомогою інновацій. Технології трансформують суспільство та економіку країни, впливаючи на виробництво продуктів, надання послуг та маркетинг [3].

Досвід економічного і соціального розвитку суспільства підтверджує, що сталий розвиток готельного господарства може бути забезпечений лише інноваційними технологіями на макро-, середньо- і мікрорівнях, які сприяють структурній та економічній модернізації і реструктуризації. Тому питання

інноваційних технологій є дуже актуальним. Водночас, досягнення сталого зростання на різних рівнях може мати лише тимчасовий ефект, якщо воно не матиме інноваційної спрямованості. Тому інвестиції в інноваційні технології сьогодні забезпечать сталий розвиток у довгостроковій перспективі. Інновації спрямовані на краще задоволення споживчого попиту та створення конкретних економічних вигод.

Інновації включають всі зміни (нововведення), які вперше впроваджуються на підприємстві та приносять певні економічні та/або соціальні вигоди підприємству. Таким чином, інновація – це не лише виведення на ринок нової продукції, але й різні інші нововведення.

- нові, або кращі продукти (продуктові інновації).
- нові або кращий сервіс (сервісні інновації).
- нові або вдосконалені виробничі процеси та технології (процесні та технологічні інновації).
- змінені або соціальні відносини на підприємстві (соціальні інновації або інновації у сфері людських ресурсів).
- нові або вдосконалення виробничих систем [42].

Насправді, на підприємствах гостинності ці типи інновацій поєднуються один з одним. В умовах сучасних технологій технологічні, економічні, організаційні та соціальні зміни у виробничому процесі неможливо відокремити один від одного.

Основні критерії інновацій можна визначити наступним чином:

1. Наукова, технологічна або соціокультурна інновація.
2. Практичне застосування, тобто використання, наприклад, у виробничій або споживчій діяльності. Важливо зазначити, що нова ідея, яка ідеально описана, формалізована і виражена у вигляді схем і слів, ще не є інновацією, якщо вона не була втілена в продукт, послугу або процес, які пройшли перевірку на практиці. Тільки нова ідея, реалізована в новому продукті, послужить

або процесі, є інновацією. Нові ідеї орієнтовані на задоволення практичних потреб суспільства, втілені в матеріальних товарах або процесах.

3. Комерційна життєздатність. Характеризується тим, що інновація прийнята ринком, тобто на неї є попит, і здатна задовольнити споживчий попит. У соціальній сфері соціальна застосовність особливо важлива, оскільки багато інновацій реалізуються поза комерційними відносинами, що пов'язано з політичними, психологічними та етноконфліктними аспектами прийняття інновацій [32].

Пропонується систематизувати основні напрямки інноваційної діяльності та інноваційних процесів відповідно до масштабу змін та того, чи є результатом нові продукти або процеси (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Систематизація основних сфер інноваційної діяльності

Інновації	Характеристика
1) Значні нововведення	«Перша у світі» послуга, для якої ринок ще не є чітко визначеним або масштабованим. Такі інновації пов'язані з високим ступенем невизначеності та ризику з точки зору проникнення на ринок.
2) Нові види діяльності	Нові послуги, які є традиційними для певних соціальних груп і створюють можливості для залучення інших соціальних груп і груп споживачів (інших сегментів ринку) у вигляді споживчої активності.
3) Нова послуга для існуючого ринку	Додавання нових послуг для існуючих клієнтів у тому ж сегменті ринку, які раніше не пропонувалися організацією-постачальником послуг.
4) Розширення номенклатури пропонованих послуг	Додавання послуг до існуючих лінійок послуг, які покращують поточну пропозицію та розширюють асортимент послуг (наприклад, нова форма надання певних спеціалізованих послуг у готельному закладі).
5) Поліпшення продукту	Покращення продукту – це модифікація певних характеристик послуги з метою забезпечення кращої якості для споживачів або підвищення

	цінності (співвідношення ціна/якість) послуги. Перше досягається у вигляді прискорення обслуговування або додаткових функцій, які покращують «зовнішній вигляд» послуги, сприяють простоті використання та забезпечують однорідність соціального складу споживачів. Другий напрямок стосується включення додаткових безкоштовних послуг до стандартного пакету послуг.
б) Зміна стилю послуги	До цієї категорії можна віднести ремонт будівель і споруд, нову уніформу для працівників, нові логотипи та слогани для бізнесу тощо. Такі нововведення у сфері послуг є дуже важливими і можуть бути класифіковані як інновації. В результаті формується новий імідж послуги та постачальника послуг, а також нові якісні характеристики послуги.

Джерело: складено автором на основі [32]

Важливо те, що розробка та впровадження інновацій дає фірмі конкурентну перевагу, яку в деяких випадках неможливо імітувати (або досить складно). З іншого боку, розробники інновацій використовують конкурентну перевагу, яку вони отримують, впроваджуючи нові технології обслуговування або нові концепції, які не можуть бути легко імітовані конкурентами. Основними напрямками інноваційної діяльності в готельному господарстві є:

- 1) Сучасні та прогресивні методи бронювання номерів у закладах розміщення.
- 2) Інноваційні послуги з обслуговування клієнтів на поверсі.
- 3) Інноваційні технології прибирання.
- 4) Впровадження сучасних інформаційних систем.

Інновації в інформаційній сфері відіграють важливу роль у функціюванні підприємств гостинності. У сучасній практиці широко використовуються системи PMS (property management system), які поділяють всю діяльність готелю на три основні категорії: зовнішні послуги, внутрішні послуги та зони взаємодії. Зовнішні послуги надаються комп'ютерними програмами (бронювання, номерний фонд, розрахунки з гостями, загальне управління

готелем). Наприклад, система HOTEL 3 забезпечує автоматизоване управління процесами прийому індивідуальних і групових бронювань на проживання в готелі.

Інновації у сфері сервісних технологій також включають такі системи, як знижки, бонуси та клубні картки, які мотивують споживачів до повторного вибору місця проживання. Система клубних карток є особливо важливою в сучасних умовах. Це технологія, яка забезпечує централізований облік, миттєву обробку замовлень, автоматизоване обслуговування кредитних карток та електронне управління виконанням замовлень. Інші інновації в готелях включають телевізори в дзеркалах, роботів, які складають рушники, інтерактивні столи в лобі-барах, «розумні» ліжка, які включають аудіо- та відеосистеми і засоби зв'язку [34].

3.3. Перспективи розвитку українського готельного бізнесу в умовах глобальних викликів

Туризм стимулює регіональний розвиток, інвестиції, сільське господарство, енергетику, транспорт і гостинність. Продажі українських послуг іноземцям принесли 50 млрд грн. В Україні до обслуговування туристичних потоків залучено 3278 готельних підприємства різних форм власності загальною місткістю 574,2 тис. ліжко-місць, які виконують одну з найважливіших функцій у сфері туристичних послуг, надаючи сучасні засоби розміщення та супутні послуги, необхідні туристам. За даними International, у 2021 році в Києві налічувалося 34 готелів категорії 4-5 зірок, 54 готель категорії 2-3 зірки та близько 31 готелю категорії 1 зірка. У порівнянні з 2020 роком темпи зростання готельного бізнесу збільшилися в середньому на 30%, що свідчить про зростання галузі, у 2021 році загальна пропозиція готелів різних категорій налічувала 12 740 готельних номерів, у тому числі 4005 три-зіркових готелів, 36311 чотири-зіркових готелів та 1532 п'ятизіркових готелів. В середньому мандрівники платять від 70 до 160 євро залежно від категорії готелю [10].

Сьогодні туризм – це глобальний комп'ютеризований бізнес, до якого залучені великі компанії, авіакомпанії, готелі та ресторани з усього світу. З інтернаціоналізацією та глобалізацією світового суспільства, з одного боку, та все більш активним впливом нестабільних зовнішніх факторів, таких як глобальний тероризм, екологічні проблеми та економічні кризи (насамперед пандемія COVID-19), з іншого, зміни в інфраструктурі світового туристичного ринку стають все більш очевидними.

Із запровадженням карантину туристичні оператори можуть лише спостерігати за розвитком подій, оскільки не можуть вплинути на ситуацію чи масове скасування туристичних пакетів з ініціативи туристів. Внутрішній сектор туризму та гостинності був змушений реформувати свою діяльність: авіакомпанії, які раніше перевозили пасажирів, стали перевозити вантажі, а туроператори були змушені розробити нові туристичні пакети. Українські туроператори оперативно створювали як найбільш сприятливі умови для мандрівників, щоб уникнути масових скасувань. Через ситуацію, спричинену корона-вірусом, вони змінили умови бронювання та тісніше співпрацюють зі своїми клієнтами.

Пандемія також призвела до значних змін в організації індустрії гостинності в країні. За даними Української асоціації індустрії гостинності, кількість іноземних туристів, які відвідують Україну, не перевищує 5 мільйонів щороку, тоді як потік внутрішніх туристів перевищує 9 мільйонів. Під час карантину серйозних збитків зазнали не лише власники готелів, а й заклади харчової діяльності, туристичні центри, туристичні агенції та всі, хто задіяні у сфері послуг. У великих містах, таких як Київ, Львів та Одеса, індустрія гостинності була достатньо прибутковою, щоб пережити карантин, та не втратити підприємства попри кризу. Не лише іноземні туристи, а й самі українці приносять більшу частину доходу. Багато готелів співпрацюють з бізнес-компаніями, організовують конференції та тренінги, приймають спортивні та туристичні групи. Однак у невеликих містах сектор туризму та гостинності зазнав значних втрат.

Уряд розробив тимчасові рекомендації щодо роботи готелів:

1. Керівництво готелю виділяє особу, відповідальну за вимірювання температури тіла всіх працівників перед початком роботи. Працівники, температура тіла яких перевищує $37,2^{\circ}\text{C}$ або які мають ознаки респіраторних захворювань, не допускаються до роботи.

2. Адміністрація готелю повинна забезпечити наявність засобів індивідуального захисту щонайменше на п'ять днів. Повинна бути забезпечена чітка інформація (банери, наклейки, таблички тощо) про необхідність дезінфекції рук.

3. Якщо у гостей з'являються симптоми респіраторного захворювання або підвищується температура, вони повинні бути ізольовані у своїх номерах до прибуття швидкої допомоги, викликаної персоналом готелю.

4. Гості можуть одночасно перебувати у вестибюлі з розрахунку не більше одного гостя на 10 квадратних метрів площі обслуговування. Зони загального користування повинні постійно провітрюватися, щоб запобігти поширенню вірусу.

5. Керівництво готелю має забезпечити та контролювати дотримання вимог щодо запобігання утворенню черг у місцях, де можливе скупчення подорожуючих. Якщо очікується скупчення людей, слід встановити відповідні тимчасові знаки для забезпечення дотримання дистанції не менше 1,5 метра.

6. Щоб уникнути черг під час реєстрації, готелі повинні надавати гостям можливість попередньої електронної реєстрації.

7. Зона реєстрації готелю повинна бути обладнана бар'єром між персоналом та гостями.

8. Персонал готелю повинен дотримуватися всіх гігієнічних правил і стандартів, встановлених політикою МГЗ та ВООЗ, а також конференц-зали, тренажерні зали та спа-центри не повинні функціонувати в приміщеннях готелю.

9. Харчування в готелях може здійснюватися лише в готельних ресторанах (кафетеріях), де їжа доставляється в номер за попереднім

замовленням гостя, або в готельних ресторанах (кафетеріях), на відкритих (літніх) майданчиках, у тому числі під навісами та на терасах, з дотриманням відстані не менше 1,5 метра між місцями для сидіння в суміжних.

10. Запроваджується шведський стіл – подача страв персоналом, забезпечення усунення контакту гостей з сервісним. Відбувається регулярна щоденна обробка всіх ресторанів і барів з дезінфікуючими помповими розпилювачами.

11. При заїзді в готель кожному гостю надається спеціальний набір із санітайзером, гумовими рукавичками та маскою. Проводиться обробка дезінфікуючим засобом багажних сумок, колясок і інших речей гостей. Після виїзду кожного гостя з метою дезінфекції в номерах слід використовувати професійні дезінфікуючих озонаторів.

12. В готелі повинні бути експрес-тести на антитіла до COVID-19 для тестування співробітників готелю при перших симптомах ГРВІ (для гостей у разі відповідних звернень на рецепцію викликається швидка допомога).

Аналізуючи вплив війни на готельну індустрію в Україні, слід виокремити такі негативні наслідки: руйнування інфраструктури, закриття або анексія бізнесу на окупованих територіях, виведення готелів на окупованих територіях з міжнародного ринку, відтік кваліфікованого персоналу через виїзд та мобілізацію, скорочення або відсутність споживачів готельних послуг, перехід до категорії «військових готелів» та їхнє цільове призначення. Доцільно виокремити кілька напрямів негативного впливу війни на готельну індустрію в Україні.

Війна в Україні мала особливо руйнівний вплив: не досягнувши результатів у перші місяці війни, російська армія почала застосовувати тактику "вогняного моря" та здійснювати часті ракетні обстріли. Аналіз повідомлень про руйнування готельних об'єктів у період до грудня 2022 року показує, що у березні 2022 року були розбомблені готель «Україна» (Чернігів) та готель «Інгул» (Миколаїв), у квітні 2022 року ракетним ударом було пошкоджено готель «НТОН» у Львові, а в травні 2022 року ракетним ударом було

зруйновано готель «Гранд Петтіне» (Одеса) та кілька готелів у Затоці, в Одеській області в липні 2022 року в результаті ракетного обстрілу було пошкоджено готель «Миколаїв» та готель «Рейк'ярд Рівер» (Миколаїв), а в грудні ракети влучили в готель «Альфа Віто» (Київ) [36].

Інформація про пошкодження готельних об'єктів у містах, де тривають бойові дії, відсутня. Пошкодження очікуються на територіях, звільнених від окупаційних військ. Зокрема, за даними проекту RebuildUA, лише в Ірпені зруйновано 63 з 74 готелів та закладів відпочинку, в Бучі – 20 з 54, в Хостмері – 7 з 10 [31].

Аналіз поточної діяльності найбільшого в Україні готелю «Рейкалець» дає уявлення про унікальність роботи готелів під час військових дій. З 61 готелю, що належать мережі, 21 готель у ворожих районах (Київ, Кривий Ріг, Херсон, Суми та Миколаїв) був закритий на тривалий період часу. Більшість з них знову відкрили свої двері після 12 квітня 2022 року.

Найскладніша ситуація склалася з готелями, що розташовані або перебувають на окупованих територіях. Серед розглянутих мереж це «Раціотель Рішельє Херсон», «Оптима Херсон» та «Reikartz Маріуполь».

Активні бойові дії також вплинули на роботу національної мережі готелів Premier Hotels. Внаслідок активних бойових дій припинив роботу Premier Hotel Aurora (Харків), а також Compass Hotel Kherson (Херсон), який знаходиться на окупованих територіях. Внаслідок військових дій з 2014 року український готельний ринок втратив багато міжнародних та національних готельних мереж. Внаслідок анексії Автономної Республіки Крим було втрачено два готелі мережі Rezidor Hotel Group та один готель мережі Best в Арусті [10].

Найбільшого негативного впливу в результаті бойових дій зазнав готельний сектор на півночі, сході та півдні України, а також у Києві. У той же час, готельний бізнес у центральній та західній Україні майже не постраждав від стихійного лиха, але зазнав втрат через відсутність безпеки в країні.

Відтік робочої сили також негативно вплинув на роботу української готельної індустрії: згідно з опитуванням 2021 року, у складі робочої сили в

готельному бізнесі переважають жінки. Так, 5,1% від загальної кількості працездатних жінок в Україні зайняті в готельному бізнесі. Чоловіки складають 3,2% від загальної кількості працездатного населення. У цьому контексті кількість внутрішньо переміщених осіб є більш значною. Крім того, жінки з дітьми становлять більшість населення України, яке мігрує за кордон або в інші регіони. Згідно зі звітом Міжнародної організації з міграції, у травні 2022 року в Україні налічувалося понад 8 мільйонів внутрішньо переміщених осіб. При цьому 7,5 мільйона українців втекли з країни за кордон, а 3,4 мільйона осіб шукали захисту в країні проживання. Варто зазначити, що ці втрати є величезними для українського ринку праці та мають значний вплив на функціонування сфери гостинності. Зменшення кількості працівників-чоловіків пов'язане з тривалою мобілізацією. Наразі, внаслідок зменшення завантаженості готельних підприємств, проблема відтоку робочої сили не є такою гострою [23].

Поведінка споживачів готельних послуг також змінилася в роки війни. Функціонування готелів під час війни висвітлює кілька тенденцій, пов'язаних зі змінами в основних групах споживачів готельних послуг.

Перша з них стосується підвищення активності готельної індустрії в Західній Україні після довоєнного переїзду дипломатичного корпусу з Києва до Львова. Найбільший наплив припав на готелі високого класу, які були тимчасово переобладнані під дипломатичні представництва. Така ситуація тривала до травня, коли дипломати почали повертатися на свої робочі місця в столиці.

Другим за величиною фактором, що вплинув на готельну індустрію в Західній Україні, стало переміщення населення з районів, де відбувалися бойові дії. Частина переселенців зупинялася в готелях.

Третя тенденція була пов'язана зі зміною місця призначення для іноземних мандрівників через збільшення кількості журналістів, які висвітлюють війну. Їхнє перебування спостерігалось ще до початку повномасштабного наступу, але тоді найчастіше вони зупинялися в готелях

Києва, Львова та Дніпра. Сьогодні вони активно зупиняються в готелях поблизу лінії фронту. Вимоги до таких готелів полягають у тому, що вони повинні мати гарний інтернет-зв'язок і бути здатними забезпечити відносно безпечне середовище. Таким чином, готель стає центром роботи та спілкування. Особливістю іноземних споживачів готельних послуг є те, що серед них є волонтери, які беруть активну участь у підтримці України. Враховуючи цей факт, 99% користувачів готелів у 2022 році становитимуть громадяни України і лише 1% – іноземці [11].

Серед негативних факторів, що впливають на готельну індустрію, слід також зазначити, що її основне призначення втрачається на територіях, наближених до лінії бойових дій. Готелі використовуються окупаційними військами як командні пункти, склади, в'язниці тощо. Зокрема, такі випадки відомі у Новій Каховці, Херсоні та Кирилівці.

Економічні показники готельного сектору демонструють негативну тенденцію. Інвестиційні вливання майже припинилися, а проекти, розпочаті до війни, заморожені. У перші кілька місяців кілька готельних компаній, що належать до міжнародних готельних мереж, припинили свою діяльність, орієнтуючись на міжнародних споживачів і розглядаючи вакансії для іноземних менеджерів [31].

Зараз ці готелі відновили роботу в містах, які були оголошені безпечними. Слід також зазначити, що інвесторами готельних підприємств часто виступають російські компанії, які більше не можуть працювати в Україні. У цій ситуації необхідно вирішити інвестиційні питання та позбавити російські компанії можливості працювати в готельному секторі країни.

Незважаючи на негативні тенденції розвитку сфери гостинності в країні, під час війни на заході України відбулися певні позитивні зрушення у сфері гостинності. Відкриття у 2022 році американської мережі готелів Best Western Plus Market Square та мережі готелів Accor Ibis у Львові показало, що інвестори розуміють необхідність завершення вже розпочатих проектів. Реалії війни

спонукали готельєрів впроваджувати нові послуги та підвищувати соціальну значимість готельного бізнесу [29].

Незважаючи на ворожість зі сторони агресора, Агентство розвитку туризму спільно з Асоціацією готелів та курортів України реалізує проект з апробації європейської системи класифікації готелів «Hotels Stars Union». Ці заходи наблизять українську готельну стандартизацію до стандартизації в Європейському Союзі та стануть одним із шляхів вступу України до Європейського Союзу [7].

Поточна військово-політична ситуація в Україні дозволяє визначити перспективні напрямки розвитку готельної індустрії.

- Переорієнтація готельного бізнесу на більш безпечні регіони Західної України.

- Переорієнтація готельного бізнесу на реабілітацію, яка користується більшим попитом. Ревіталізація курортних готелів.

- Збільшення кількості квартирних готелів, придатних для сімейного та комфортного довготривалого проживання.

- Потенційний попит на туризм і міжнародну промоцію України посилить післявоєнну туристичну діяльність і вплине на готельну індустрію.

- Адаптація готельних підприємств до реалій воєнного часу та пошук нових форм обслуговування.

- Формування «відкладеної пропозиції» на готельному ринку, що призведе до посилення конкуренції та підвищення якості послуг готельних підприємств країни.

- Реорганізація готелів з акцентом на безпеку та автономну роботу (облаштування бомбосховищ, автономне енергопостачання).

- Розвиток екоготелів з акцентом на альтернативні джерела енергії.

- Посилити контроль за походженням інвестицій у готельну індустрію.

- Наблизити готельні стандарти до стандартів Європейського Союзу.

- Залучати кошти з різних фондів післявоєнної відбудови для розвитку нових підприємств та реконструкції існуючих.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ В ГОТЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ

4.1. Стан охорони праці, виробничої санітарії і гігієни праці у підприємствах туристичної сфери

Охорона праці – система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, лікувально-профілактичних та інших заходів і засобів, спрямованих на збереження життя, здоров'я і працездатності працівників у процесі трудової діяльності. Сучасний готельний заклад оснащений великою кількістю різного обладнання і майна. У ньому працює велика кількість обслугованого персоналу, відбувається постійна зміна постояльців. Саме тому питанням охорони праці і техніки безпеки в готельних установах приділяється велика увага.

У готелях повинні проводитися заходи щодо профілактики травматизму, створення нормальних санітарно-гігієнічних умов, електробезпеки, навчання персоналу. Загальне керівництво роботою з охорони й безпеки праці в готелі здійснює директор (роботодавець). Він зобов'язаний забезпечити виконання вимог законів про працю, правил і норм з охорони праці, державних стандартів, а також виконання зобов'язань, передбачених колективним договором (контрактом).

Директор готелю наказом призначає відповідального за безпеку праці, формує склад служби охорони праці, призначає відповідальних за стан охорони праці в кожному підрозділі і відповідальних за навчання персоналу готельного бізнесу і перевірку знань з охорони праці. На основі положень, правил і типових інструкцій у кожному готелі розробляється своє положення про організацію роботи з охорони праці і виробничої санітарії. Крім того, для кожної категорії працівників складаються інструкції.

Працівник готелю зобов'язаний дотримуватися норм, правил, інструкцій з охорони праці, вміти правильно застосовувати колективні й індивідуальні засоби захисту, негайно повідомляти своєму безпосередньому керівникові про

будь-який нещасний випадок, а також про ситуації, що створюють загрозу життю і здоров'ю людей. Працівники готельного бізнесу допускаються до роботи лише після проходження інструктажу з техніки безпеки. Видами інструктажу є вступний, первинний, повторний, позаплановий, поточний.

Профілактика виробничого травматизму є обов'язковим фактором щодо забезпечення безпеки на роботі. Причини травматизму можуть бути організаційними і технічними. До організаційних належать: недостатній нагляд за дотриманням правил техніки безпеки, відсутність необхідної технічної кваліфікації у персоналу, робота без запобіжних засобів, неправильне розташування людей на робочому місці, недостатній інструктаж, погане освітлення, низька або висока температура, слабка вентиляція тощо. До технічних причин травматизму належать: несправність або недосконалість технологічного обладнання, інструментів, пристроїв і засобів техніки безпеки, незручність або захаращеність робочого місця.

Причиною травми може стати також хворобливий стан працівника, невідповідність до даної роботи і неуважне ставлення до неї, втома і стан сп'яніння. Розслідування та облік нещасних випадків відбувається відповідно до «Положення про порядок розслідування й обліку нещасних випадків на виробництві». Це положення встановлює єдиний порядок розслідування й обліку нещасних випадків на виробництві, обов'язковий для всіх готельних господарств. За результатами розслідування складається висновок, що є обов'язковим для роботодавця і може бути оскаржений в органах державної інспекції праці або в суді.

Слід надати особливу увагу виробничій санітарії та гігієні. Гігієна праці розглядає питання, пов'язані з умовами роботи і їх впливом на людський організм; розробляє гігієнічні і лікувально-профілактичні заходи, спрямовані на поліпшення і збереження здоров'я працівників, підвищення працездатності і продуктивності праці. Існують декілька гігієнічних критеріїв оцінки умов праці: забруднення повітря температура, вологість і швидкість руху повітря; рівень шуму; освітленість; санітарний стан; особиста гігієна співробітників.

Забруднення повітря являється значною якістю для забезпечення роботи працівників туристичного підприємства. Всі готельні приміщення, де працює персонал, повинні бути просторими, мати досить високі стелі, бути оснащеними природною або штучною вентиляцією, що забезпечує нормальну циркуляцію повітря і виключає проникнення сторонніх запахів.

Температура, вологість і швидкість руху повітря є тими параметрами, що суттєво впливають на стан здоров'я людини, її працездатність і регулюються за допомогою системи опалення. Температура повітря в приміщеннях повинна бути не нижче 18 °С, вологість повітря в теплий період року 30-60%, у холодний – не більше 70%, швидкість руху повітря в холодний період – до 0,3 м/с, у теплий – до 0,5 м/с.

У готелях слід дотримуватися правил уникнення шуму. Підлоги в коридорах, холах і вітальнях мають покриватися шумопоглинальними килимами або покриттями, що їх замінюють; телевізори мають встановлюватися лише в номерах або спеціальних приміщеннях, а телефон загального користування – подалі від житлових кімнат у спеціальних кабінах або під акустичним ковпаком. Для зменшення шуму в житлових і громадських приміщеннях використовують спеціальні звукоізолюючі вікна і двері, звукоізолюючу обробку стін.

Освітленість приміщення може впливати на робочий процес та здоров'я працівників значною мірою. При погкій освітленості з'являються зорова втома, загальна млявість, погіршення зору, знижується продуктивність праці. У приміщеннях повинно бути природне (не менше одного вікна) і штучне освітлення, що забезпечує освітленість цілодобово при лампах накаливання 100 лк (у люменах), при люмінесцентних лампах – 200 лк, у коридорах – природне або штучне освітлення. Кожне робоче місце повинно бути достатньо освітлене, але освітлення при цьому не повинно справляти осліплюючої дії. Штучне освітлення може бути загальним, місцевим і комбінованим. Застосування лише місцевого освітлення на робочих місцях не допускається. Існує також аварійне освітлення на випадок евакуації.

У готелі необхідно дотримуватися санітарно-гігієнічних норм і правил, встановлених органами епідеміологічного нагляду, зокрема щодо чистоти приміщень, стану сантехнічного обладнання, видалення відходів, ефективного захисту від комах і гризунів, обробки білизни. Все газове, водопровідне і каналізаційне обладнання повинно бути встановлене й експлуатуватися відповідно до «Правил технічної експлуатації готелів та їх обладнання».

У приміщеннях необхідно щодня робити вологе прибирання, видаляти пил і павутину, пилососити килими і килимові покриття, протирати вікна, двері. По закінченню роботи приміщення потрібно ретельно прибирати і залишати в повному порядку. Періодично необхідно прибирати приміщення з використанням мильно-лужного розчину, хлорного вапна, проводити генеральні прибирання, дезінфекції й дезінсекції (заходи боротьби з комахами). Особлива увага має приділятися роботі покоївок. Транспортування білизни, матеріалів для прибирання та інвентарю здійснюють на візках [25].

У службових приміщеннях, призначених для відпочинку, прийому їжі, зміни одягу обслуговуючого персоналу забороняється тримати інвентар для прибирання і брудну білизну. Ці кімнати обладнуються індивідуальними шафами, обідніми столами, стільцями тощо.

Інструкція із санітарного утримання вимагає від персоналу особливої уваги до постільної білизни постояльців та її своєчасної заміни. У білизняній повинна бути ідеальна чистота. Чиста і брудна білизна має зберігатися в різних приміщеннях, окремо одна від одної. Після прийому брудної білизни необхідно вимити руки і змінити халат. Прання білизни гостей здійснюється покоївками в спеціально обладнаних приміщеннях. Інструкція із санітарного утримання включає також вимоги до стану території, що прилягає до готелю. Вона повинна бути прибраною, озелененою, облагородженою. Для збору побутових відходів на території двору встановлюються сміттєзбиральні об'єкти. Вторинна сировина і макулатура має збиратися і складатися окремо.

Особиста гігієна співробітників носить обов'язковий характер, щодо дотримання та підтримання її стану. Усі працівники готелю не рідше одного

разу на рік мають проходити медичний профогляд у поліклініках і подавати на роботу довідки про стан свого здоров'я. Співробітники, які не пройшли медогляд, до роботи не допускаються. У випадку, якщо занедужає мешканець готелю, адміністрація готельного комплексу має викликати лікаря. У випадку інфекційного захворювання працівники СЕС проводять у номері дезінфекцію. Прибирання номерів, у яких перебувають хворі, має проводитися із застосуванням розчину хлорного вапна. На кожному поверсі готелю повинні бути інструкції із надання першої медичної допомоги й аптечки з набором необхідних медикаментів.

4.2. Пожежна безпека готельного господарства

Охорона праці є саме тим організаційним впровадженням технічних заходів, які допомагають забезпечити попередження травмування та захворювання персоналу при високій ефективності усіх підприємств надання туристичних послуг. До того ж, інженерно-технічні працівники та обслуговуючий персонал туристичної сфери діяльності повинні створювати умови для безпечного та не шкідливого проживання туристів.

Ця особливість готельного господарства накладає на персонал туристичних комплексів особливу відповідальність не тільки щодо особистого дотримання вимог охорони праці, але й для роз'яснення та популяризації роботи серед мешканців готелю, а також, у разі потреби, забезпечення місткості для туристів. завчасне надання медичної допомоги, заходи з евакуації, попередження та ліквідація небезпечних ситуацій.

Найбільш серйозною небезпекою для життя і здоров'я гостей і персоналу готелю, збереження їхнього майна, а також майна і будівлі готелю є пожежі. Тому в готельних господарствах важливе значення має забезпечення захисту будинків, приміщень і людей від пожежі.

Найчастішими причинами виникнення пожеж у готелях є необережне поводження з вогнем, несправність електромереж і електрообладнання,

порушення технологічного процесу і правил експлуатації, недотримання заходів пожежної безпеки при ремонтних й інших видах робіт.

Метою пожежної безпеки підприємства готельного господарства є попередження виникнення пожежі на визначеному чинними нормативами рівні, а у випадку виникнення пожежі – обмеження її розповсюдження, своєчасне виявлення, гасіння пожежі, захист людей і матеріальних цінностей. Повинні створюватися системи запобігання пожежі – сукупність засобів та організаційних заходів, призначених для створення умов, за яких імовірність виникнення і (або) розвитку пожежі не перевищує нормоване допустиме значення (ДСТУ 2272:2006).

Основними вихідними даними при розробці комплексу технічних і організаційних рішень щодо забезпечення потрібного рівня пожежної безпеки в кожному конкретному випадку є чинна законодавча нормативно – технічна база з питань пожежної безпеки, вибухонебезпечні властивості матеріалів і речовин та особливості підприємства готельного господарства. Процес створення системи протипожежної безпеки в готелях складається з таких етапів:

- 1) проведення організаційних заходів щодо створення пожежної охорони в готелі;
- 2) проведення протипожежної підготовки працівників;
- 3) проведення протипожежної профілактики.

Проведення організаційних заходів щодо створення пожежної охорони в готелі передбачає таку послідовність дій. Керівник підприємства готельного господарства, який відповідно до діючого законодавства несе відповідальність за забезпечення пожежної безпеки, наказом призначає відповідального за організацію заходів із забезпечення протипожежної безпеки готелю. Призначаються також відповідальні за пожежну безпеку в кожному підрозділі готелю. Таблички із зазначенням осіб, відповідальних за пожежну безпеку, вивішуються на видних місцях. Розробляються правила, положення пожежної безпеки для кожного підрозділу й інструкції із заходів протипожежної безпеки на кожному робочому місці. Створюються пожежні бойові розрахунки з числа

чергових адміністраторів, чергових менеджерів, працівників служби безпеки готелю й іншого чергового персоналу, що здійснюють цілодобовий контроль за пожежною безпекою. Розробляється система оповіщення у випадку виникнення пожежі. Розписуються основні обов'язки кожного члена пожежного бойового розрахунку під час пожежі. Після сигналу пожежної тривоги по системі оповіщення всі особи, призначені наказом директора відповідальними за пожежну безпеку, повинні при-бути до готелю, з'ясувати причину тривоги, почати евакуацію людей, а також вжити всіх необхідних заходів для гасіння і запобігання поширення вогню до прибуття пожежників.

Протипожежна підготовка складається з протипожежного інструктажу (вступного, первинного і повторного) і занять за програмою пожежно-технічного мінімуму. Вступний і первинний інструктажі з пожежної безпеки проводяться при прийомі на роботу. Первинний і повторний інструктажі проводить на робочому місці особа, відповідальна за пожежну безпеку в цьому підрозділі. Заняття з пожежно-технічного мінімуму проводяться за спеціально затвердженою директором готелю програмою з працівниками інженерно-технічної служби і з матеріально-відповідальними особами. Після закінчення навчання проводиться залік, результати якого заносяться у відомість [12].

4.3. Інструкція з пожежної безпеки на готельному підприємстві

Інструкція, щодо пожежної безпеки, поширюється на службові приміщення і визначає вимоги щодо забезпечення пожежної безпеки в цих приміщеннях. Інструкція має обов'язковий характер та зобов'язана виконуватися усіма працівниками, які знаходяться у службових приміщеннях, а також персоналом готелю.

Основними вимогами пожежної безпеки є: Розміщення меблів та готельного устаткування так, щоб була можливість забезпечити вільний евакуаційний прохід до дверей виходу з приміщення, шириною не менше одного метра. Евакуаційні шляхи та виходи ні у якому разі не повинні бути перекритими інших устаткуванням підприємства.

Електромережі, електроприлади та інша апаратура повинні експлуатуватися тільки у справному стані з урахуванням вказівок та рекомендацій підприємств-виготовлювачів. У разі виявлення пошкоджень електромереж, вимикачів, розеток та інших електровиробів слід негайно вимкнути їх та вжити необхідних заходів щодо приведення у пожежобезпечний стан.

Документи, папір та інші горючі матеріали слід зберігати на відстані не менше 1 м від електрощитів; 0,5 м від електросвітильників; 0,6 м від сповіщувачів автоматичної пожежної сигналізації та 0,15 м від приладів центрального водяного опалення.

Засоби протипожежного захисту слід утримувати у справному стані. Усі працівники повинні вміти користуватись наявними вогнегасниками, іншими первинними засобами пожежегасіння, знати місце їх знаходження. Відстань від найбільш віддаленого місця приміщення до місця розташування вогнегасника не повинна перевищувати 20 м [12].

Ряд дій, що вважаються недопустимими при роботі на службовому приміщенні:

- влаштовувати тимчасові електромережі, прокладати електричні проводи безпосередньо по горючій основі, експлуатувати електроприлади, які мають механічні пошкодження;

- захарашувати доступ до засобів пожежегасіння;

- курити, користуватися легкозаймистими речовинами;

- проводити вогневі, зварювальні та інші роботи без наявного дозволу від спеціалізованих осіб підприємства;

- вмикати електронагрівальні прилади (чайники, кип'ятильники тощо) без негорючих підставок та в місцях, де їх використання не передбачено (або заборонено);

- захарашувати шляхи евакуації та евакуаційні виходи.

Зобов'язання відповідального за протипожежний стан службових приміщень після закінчення роботи:

- проводити огляд приміщення, щоб запевнитись у відсутності порушень, що можуть призвести до пожежі;

- вимкнути освітлення електроживлення приладів та обладнання (за винятком електрообладнання, яке за вимогами технології повинно працювати цілодобово).

Обов'язки та дії працівників у разі пожежі:

- 1) У випадку пожежі терміново повідомити пожежну охорону по телефону 01, вказати при цьому адресу, кількість поверхів, місце виникнення пожежі, наявність людей, своє прізвище.
- 2) Організувати евакуацію людей та матеріальних цінностей.
- 3) Повідомити про виникнення пожежі адміністрацію та чергового (за його наявності).
- 4) Вимкнути у разі необхідності струмоприймачі та вентиляцію.
- 5) Розпочати гасіння пожежі наявними первинними засобами пожежегасіння.
- 6) Організувати зустріч підрозділів пожежної охорони та надати їм консультаційну та іншу допомогу в процесі гасіння пожежі.

Слід також додати, що будівлі та приміщення готельних установ та комплексів, повинні бути забезпечені первинними засобами пожежогасіння: вогнегасниками, ящиками з піском, бочками з водою, покривалами з негорючого теплоізоляційного матеріалу, пожежними відрами, совковими лопатами, пожежним інструментом (гаками, ломами, сокирами тощо), які використовуються для локалізації і ліквідації пожеж у їх початковій стадії розвитку [25].

ВИСНОВКИ

Історія готельної справи розвивалася із подорожами та брала свій початок з часів Стародавньої Греції, Стародавнього Єгипту та Римської імперії. Історичні події впливали на розвиток готельної справи так же ж рівноцінно, як розвиток світової та внутрішньої економіки кожної країни та регіону окремо, як потреби та цілі подорожей туристів. Розвивалися різні форми готелів із різними видами турпослуг. Удосконалювалося все від устаткування готелю до професійності персоналу. Багато світових механічних та інформаційних здобутків сприяли становленню готельного бізнесу в Україні та світі.

Типові особливості галузі гостинності в Україні зумовлюють перетворення організації та управління у цій сфері на складний процес порівняно з галузями матеріального виробництва і з погляду забезпечення ефективності механізму обслуговування, ціноутворення, планування стратегії підприємства та формують специфіку управління та застосування маркетингу, реклами в цій сфері.

Сфера гостинності розвивається досить стрімко. Попри всі перепони, як корона-вірус та війна, туристичний ринок пристосувався та оновлюється, впроваджуючи нові варіанти просування. Рівень забезпечення готелів пристроями, такими як генератори, власна вода та опалення, підвищується, що допомагаю активно надавати послуги відвідувачам, при різних умовах. Те як діють готелі залежить від регіону, найкраща ситуація на західному регіоні, що характеризують вихідні дані досліджень кваліфікаційної роботи. У східних, південних та північних областях України готельна галузь дуже постраждала, багато готельних структур були знищені, або зазнали часткових руйнувань.

Турбуючись про довкілля, готельна галузь почала вносити свої зміни, щоб зберегти ресурси, якими активно користується, особливо такі, як рекреаційні. Тому, популярними стали екоготелі. Екоготелі мають у своєму функціоналі: екологічно чисті систем опалення, власні очисні споруди для розділення відходів відповідно до класифікації. Ефективно на довкілля впливають впроваджені програми екологічної сертифікації. Такі схеми

сертифікації готелів, як – Green Globe, Green Key, НАС Greenleaf та Touristik Union International. Щоб зменшити кількість відходів, готельний бізнес може використовувати екологічно чистий альтернативи.

Україна має всі необхідні елементи для зеленого зростання готельного бізнесу на високому рівні. Екологізація має бути забезпечена за рахунок низки ефективних заходів, таких як використання екологічно чистих технологій у туристичних послугах та різноманітних дій, спрямованих на підвищення екологічної свідомості туристів.

Готельний бізнес в Україні наразі стикнувся з низкою згаданих проблем, однак ці проблеми поступово все долається. В Україні посилюється політика розвитку готельного господарства. Ця тенденція стосується всіх готельних підприємств, незалежно від їхньої організаційно-правової форми власності та галузевої приналежності. Нові проекти, щодо покращення та відновлення інфраструктури відходячи від старих систем та готельного господарства, зможуть забезпечити активне просування сфери гостинності. Модернізація та створення ефективної та надійної система безпеки, забезпечує велику необхідність високоякісності послуг. Із поглибленням відносин між Україною та Європейським Союзом можна підвищувати якість готельних послуг до рівня міжнародних стандартів та таким чином розширювати ринок для забезпечення сталого розвитку туристичного сектору.

Інновація спрямовуються на якісне задоволення потреб споживачів, та на отримання прибутку. Інновації забезпечують безперервне процвітання виробництва та забезпечують діяльність підприємств, якого б рівня це підприємство не було. Сучасна готельна індустрія пропонує своїм клієнтам все більше й більше нових послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архипова Л. М. Гранична місткість та сталий розвиток рекреаційної зони «Буковель». Науково-технічний журнал. 2014. № 2 (10). С. 93–100.
2. Бойко М. Г., Гопкало Л. М. Організація готельного господарства: підручник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2006. 448 с.
3. Будя О. П., Вертелева О. В. Інноваційні напрямки розвитку маркетингу в сфері туризму і гостинності. Зовнішня торгівля: право та економіка. 2018. № 12. С. 213.
4. Буковель Bukovel. Вебсторінка у соцмережі “Фейсбук”. URL: https://www.facebook.com/bukovel/?locale=uk_UA
5. Бунтова Н. В. Стратегічні орієнтири розвитку готельного бізнесу в Україні. Ефективна економіка. 2013. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.Ua/?n=12&y = 2013>
6. Відпочинок у Буковелі. URL: <http://rest-ua.com/sights/bukovel-otdykh>
7. Встояти під час війни: як працюють готелі України. Commercial Property. URL: <https://commercialproperty.ua/analitics/vstoyati-pid-chas-viyni-yak-pratsyuuyut-goteli-ukraini/>
8. Готельне господарство Івано-Франківської області у 2021-2023 рр.: Стат. зб. 173 с.
9. Державна служба статистики. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>
10. Державне агентство України з туризму та курортів. URL: <http://www.tourism.gov.ua/ua/25020/27508/>.
11. Діагностування стану українського бізнесу під час повномасштабної війни Росії з Україною. Український соціологічний портал. URL: <https://usp-ltd.org/diahnostuvannia-stanu-ukrainskoho-biznesu-pid-chas-povnomasshtabnoi-vijny-rosii-z-ukrainoiu/>
12. Довідник нормативних документів у сфері охорони праці, пожежної безпеки, гігієни праці. ПП "РК" "Вектор". Київ 2009. 244 с.
13. Довкілля України 2019: стат. зб. К.: Держкомстат, 2019. 204 с.
14. Івано-Франківськ: Гол. упр. статистики в Ів.-Фр. обл., 2010, 59 с

15. Івано-Франківська обласна наукова бібліотека імені І. Франка. URL: <http://lib.if.ua/535082.html>
16. Левковська Л., Чабан Р., Мунін Г. Стан і перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу в Україні. Економіка України. 2013. № 12. С. 342.
17. Мазур Ф. Ф. Соціально-економічні умови розвитку рекреаційної індустрії (на прикладі Карпатського регіону): навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2005. 96 с.
18. Макогон Ю. В., Пилипенко В. В. Основи наукових досліджень в економіці: Навч. посібник. Донецьк: Альфа-прес, 2007. С. 7-23.
19. Матвійчук Л. Ю. Аналіз раціонального використання туристичних ресурсів України. Вісник національного університету водного господарства та природокористування. Сер.: Економіка. 2011. Вип. 2(54). С. 145-150.
20. Матвійчук Л. Ю. Інституційні аспекти раціонального використання туристичних ресурсів. Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ : зб. наук. праць. 2012. Вип.2. URL: Доступний з http://tourlib.net/statti_ukr/matvijchuk4.htm.
21. Матеріали міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (9–10 грудня 2010 року, Україна, м. Тернопіль). URL: [www.URL:http://confiapv.at.ua/_ld/0/11_Zbirnyk_tez_ico.pdf.9](http://confiapv.at.ua/_ld/0/11_Zbirnyk_tez_ico.pdf.9).
22. Мунасіпова-Мотяш І. А. Особливості екологічної компетентності та екологічних установок студентів різних спеціальностей. URL: <http://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v7/i42/17.pdf>.
23. Намагаються вижити. РБК-Україна. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/pytayutsya-vyzhit-oteli-ukraine-zapolneny-1657631247.html>
24. Остапенко Я. О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 8. С. 1216–1221.
25. Охріменко А. С. Особливості функціонування рекреаційного комплексу в умовах сталого розвитку. Регіональна економіка. 2012. No 7. С. 15-32.

26. Папп В. В. Роль готельного господарства у розвитку туризму в регіоні. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». 2015. No2 (46). С. 207-212
27. Перші в Україні готелі URL: <https://city-adm.lviv.ua/portal/history-of-lviv/for-the-first-time-in-lviv/5262-pershyi-v-ukraini-hotel-pid-rymskym-tsezarem>
28. Пілюшенко В. Л., Шкрабак І. В., Славенко Е. І. Наукове дослідження: організація, методологія, інформаційне забезпечення: навч. посіб. Київ: Лібра, 2004. С. 52-60.
29. Подлепіна П. О. Функціонування готельного господарства України в контексті сучасних тенденцій розвитку економіки // Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку : матеріали І Міжнар. наук-практ. конф. Черкаси : Брама-Україна, 2012. С. 370–374.
30. Про схвалення Концепції Державної цільової соціальної програми розвитку фізичної культури і спорту на період до 2020 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 9.12.2015 р. No 1320-р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1320-2015-p>
31. Ринок HoReCa під час війни: поточний стан та ключові тенденції. Вокс Україна. URL: <https://voxukraine.org/rynok-horeca-pid-chas-vijny-potochnyj-stan-ta-klyuchovi-tendentsiyi/>
32. Семенов В. Ф., Балджи М. Д., Мозгальова В. М. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності: монографія. Одеса: Optimum, 2008. 201 с.
33. Стеченко Д. М., Чмир О. С. Методологія наукових досліджень: підручник. К.: Знання, 2015. С. 91-190.
34. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.
35. Туризм в умовах війни: що відбувається з галуззю й які перспективи на цьогорічний сезон. Comments.ua. URL: <https://money.comments.ua/ua/news/economy/turizm-v-umovah-viyni-scho-vidbuvaetsya-z-galuzzyu-y-yaki-perspektivi-na-cogorichniy-sezon-699311.html>

36. У відпустку після перемоги. Як турбізнес виживає під час війни. РБК-Україна. URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/vidpustku-pislya-peremogi-k-turbiznes-vizhivae-1663770271.html>
37. Чеховська Л. Сучасний стан і проблеми розвитку інфраструктури масового спорту України / Любов Чеховська // Науковий часопис НПУ ім. Драгоманова. Серія 15, Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт) : [зб. наук. пр.]. – Київ, 2017. – Вип. 3К(84)17, т. 1. – С. 526–531
38. Чорна І. В. Діагностика діяльності підприємств готельного господарства. URL: http://knowledge.allbest.ru/sport/2c0b65625b3ac68b4d43b88421206d37_1.html
39. Чумаков К. І. Потенціал туристичної галузі України: формування і розвиток: Запоріжжя, 2015. 20 с.
40. Шморгун Л.Г. Менеджмент організацій : навч. посіб. К. : Знання, 2010. 452 с.
41. Щоголева І.В., Соколовський В.А. Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. "Інноваційний розвиток готельно-ресторанного господарства та харчових виробництв" (м. Кривий Ріг, 30 квітня 2021 р.). Прага: Oktan Print s.r.o., 2021. С.357.
42. Як «Буковель» офіційно відкрив гірськолижний сезон 2022-2023. URL: <https://www.ratusha.if.ua/bukovel-ofitsijno-vidkryv-hirskolyzhnyj-sezon-2022-2023/>
43. Miller, Каас. World Wide Fund 2002. Beyond the Green Horizon. World Wide Fund, Surrey. P. 45-76.