

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ТА СПОРТУ  
УКРАЇНИ  
КАФЕДРА ТУРИЗМУ

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня бакалавра  
за ОП «Туристично-екскурсійне обслуговування» спеціальності 242 Туризм

на тему: «СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ»

здобувача вищої освіти

першого (бакалаврського) рівня

Могілевської Є. Д.

Науковий керівник: Опанасюк Н. А.

кандидат юридичних наук, доцент

Рецензент: Охріменко А. Г., к. е. н., доц.,

доцент кафедри готельно-ресторанного

бізнесу Київського національного

торговельно-економічного університету

України

Рекомендовано до захисту на засіданні

кафедри (протокол № \_ від \_\_\_\_ 20\_\_ р. \_)

Завідувач кафедри: Бабушко С. Р.

доктор педагогічних наук, доцент

---

## ЗМІСТ

	Стор.
<b>ВСТУП.....</b>	3-6
<b>РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ</b>	7-29
1.1. Історія розвитку готельного бізнесу в Україні та світі	7-15
1.2. Сутність готельного бізнесу	16-25
1.3. Особливості організації готельного бізнесу в Україні	25-29
<b>РОЗДІЛ ІІ. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ</b>	30-46
2.1. Дослідження сучасного стану готельного бізнесу	30-34
2.2. Діагностика кількісних та якісних показників діяльності готельного бізнесу	34-42
2.3. Аналіз чинників, що впливають на розвиток готельного бізнесу в Україні	42-46
<b>РОЗДІЛ ІІІ. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА НАПРЯМИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ</b>	47-61
3.1. Перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні	47-49
3.2. Напрями вдосконалення розвитку готельного бізнесу в Україні	49-58
3.3. Ефективність запропонованих напрямів з удосконалення готельного бізнесу в Україні	58-61
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	62-65
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	66-72
<b>ДОДАТКИ.....</b>	73-78

## ВСТУП

**Постановка проблеми.** Готельний бізнес є однією з основних складових індустрії туризму. Він задовольняє потреби споживачів, пов'язані з розміщенням (тимчасовим проживанням). Водночас, готельний бізнес важливий не лише для туристичної сфери. Послугами готельних підприємств часто користуються особи, які прагнуть до будь-якого тимчасового проживання поза власним помешканням, ділових зустрічей, організації та проведення корпоративних заходів тощо. Цей бізнес є незамінним для потреб сучасного суспільства.

Україна має перспективи щодо розвитку готельного бізнесу. Цьому сприяє чимала кількість визначних природних та історико-культурних пам'яток (у т. ч. 7 пам'яток, що увійшли до переліку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО), зростання популярності внутрішнього й в'їзного туризму, велика кількість міжнародних прибуттів, що загальмувалися через поширення пандемії COVID-19, але мають відкладений попит. Для того, щоб отримати максимум переваг від даної індустрії, необхідно розглянути загальний розвиток готельного бізнесу, визначити його особливості, дослідити сучасний стан і тенденції розвитку, зміцнити сильні та мінімізувати слабкі сторони.

**Актуальність теми дослідження.** Готельні підприємства є основними постачальниками послуг тимчасового розміщення та побутових послуг для туристів. Останніми роками потік іноземних туристів до України поступово зростає. Більшість з них надають перевагу проживанню в готелях. Так, у 2018 році загальна кількість відвідувачів, які зупинялися у колективних засобах розміщення (КЗР), склала 7,620 тис. осіб, з них 917 тис. – іноземці. З цього можна зробити висновок, що готельний бізнес в Україні має своїх споживачів, а його послуги та рівень сервісу користуються попитом. Для покращання діяльності готельних підприємств та визначення перспектив їх розвитку, необхідно дослідити сучасний стан готельного бізнесу в Україні. Саме цим і пояснюється вибір теми та мети **кваліфікаційної** роботи, її актуальність і проблемність.

На жаль, вивчення теоретичної частини та проведення аналізу сучасного стану готельного бізнесу в Україні показали, що існує чимало невирішених проблем, а саме: невідповідність ціни та якості готельних послуг; застаріла матеріально-технічна база вітчизняних готелів; проблеми з оцінюванням готельних послуг, невідповідність готельних послуг і сформованих стандартів та вимог; необізнаність споживачів щодо стандартів готельного обслуговування.

**Ступінь розробленості теми в науковій літературі.** Дану тему висвітлено в багатьох наукових працях. Водночас, фундаментальні аспекти проблем розвитку готельного бізнесу не здійснювалися, про що свідчить аналіз наукової літератури з даного питання. Дослідження, в основному, стосувалися окремих питань готельної справи та здійснювалися лише в межах досліджень туристичної індустрії як її складової.

Зокрема, фрагментарно питання організації та функціонування готельного бізнесу розглянуто в таких працях: 1) дисертаціях: Андренко І.Б. «Організаційно-економічні аспекти розвитку готельного господарства регіону»; 2) фахових статтях: Косій Т.М. «Сучасний стан розвитку готельного господарства України»; Марцин Т.О. «Проблеми та перспективи розвитку готельного господарства України»; Михайлова О.П. «Основні проблеми готельного бізнесу в Україні»; Подлепіна П.О. «Кластери як організаційна форма активізації регіонального туристичного ринку»; 3) підручниках: Байлик С.І. «Готельне господарство. Організація, управління, обслуговування»; Писаревський І.М. «Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи»; 4) посібниках: Заваріка Г.М. «Курортна справа»; Ковешніков В.С. «Організація готельно-ресторанної справи» і т. д.

У процесі дослідження було використано роботи таких науковців як Пуцентейло П.Р., Кифяк В.Ф., Устименко Л.М., Афанасьєва І.Ю., Абрамова В.В., Тонкошкура М.В., Мальської М.П., Пандяка І.Г., Круль Г.Я. та ін.

У ході підготовки **кваліфікаційної** роботи було виявлено обмеженість актуальної інформації щодо стану готельного бізнесу, його можливостей і проблем, тому для поглиблення знань автор використовував матеріали всесвітньої мережі Інтернет.

**Мета дослідження.** Дослідження проводиться з метою проведення аналізу сучасного стану готельного бізнесу України та визначення можливих перспектив його розвитку.

Для розкриття даної мети було поставлено й вирішено наступні завдання:

- розглянути теоретико-методичні засади розвитку готельного бізнесу в Україні та світі;
- дослідити історію готельного бізнесу, а саме – його розвиток від давнини до сьогодення;
- визначити сутність готельного бізнесу;
- розкрити особливості організації готельного бізнесу в Україні;
- дослідити сучасний стан готельного бізнесу в Україні;
- зробити діагностику кількісних та якісних показників діяльності туристичного бізнесу;
- проаналізувати аналіз чинників, що впливають на розвиток готельного бізнесу України;
- сформулювати пропозиції напрямів вдосконалення розвитку готельного бізнесу в Україні та здійснити аналіз ефективності запропонованих напрямів.

**Об'єкт дослідження.** Готельний бізнес в Україні.

**Предмет дослідження.** Теоретичні й практичні аспекти сучасного стану та перспектив розвитку готельного бізнесу в Україні.

**Методи, які було використано в ході наукового дослідження.** У ході дослідження було використано наступні методи: спостереження, узагальнення, класифікації, аналізу, індукції, дедукції, а також історичний метод, методи моделювання, теоретичного узагальнення та порівняння.

**Теоретичне й практичне значення виконаного дослідження.** За допомогою даного дослідження можна поглибити теоретичні знання щодо історії розвитку індустрії гостинності та сутності готельного бізнесу. У процесі підготовки дипломної роботи було проведено аналіз стану готельного бізнесу, виявлено можливі перспективи розвитку та запропоновано стратегічний план

вирішення наявних проблем, що може допомогти у подальшій ефективній розбудові даного бізнесу.

**Апробація результатів дипломної роботи.** Основні положення роботи опубліковані у матеріалах двох науково-практичних конференцій: «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» та «Індустрія туризму та гостинності: досвід, проблеми, перспективи».

**Обсяг і структура роботи.** Робота складається з вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг складає 78 сторінок. У роботі використано понад 70 джерел.

## РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

### 1.1. Історія розвитку готельного бізнесу в Україні та світі

Історія готельного бізнесу сягає сивої давнини. Розвиток даного бізнесу завжди був тісно пов'язаний з міграціями людей. Причинами для подорожей були: кочування, торгівля, збирання податків, виїзд на лікування, паломництво, військова справа, громадські свята, перевезення пошти тощо. Пересуваючись на далекі від дому відстані, мандрівники мали потребу в пристанищі, харчах і відпочинку, тому для задоволення даних потреб утворилися перші прототипи сучасних готелів.

Опираючись на етапи розвитку суспільства, туризмознавці виділяють чотири основні періоди історії розвитку готельного бізнесу:

- I період – доба Античності (II тис. до н. е. - 476 р. н. е.);
- II період – доба Середньовіччя (V - XVI століття);
- III період – Новий час (XVI - початок XX століття);
- IV період – Новітній час (середина XX - наш час).

Кожен період характеризується своїми умовами та особливостями розвитку готельної індустрії.

Найвизначнішими представниками доби Античності були наступні території: Єгипет, Стародавня Греція, Близький Схід, Римська Імперія. Саме на їх теренах бере початок розвиток готельного бізнесу.

Хоча, у XXI ст. неможливо побачити вцілілі готелі доби Античності (лише їх руїни), про їхнє існування можна знайти згадки у стародавніх манускриптах. Прообрази сучасних готелів виникли у Давні часи. Через вплив подорожуючих до Єгипту, який вважався лікувальним курортом, тут споруджувалися наметові містечка, павільйони та будинки для подорожуючих. Накопичені знання і досвід спорудження об'єктів розміщення, зафіксовані в історії Древнього Єгипту, з успіхом використовувалися пізніше в спорудженні подібних об'єктів греками та римлянами [47].

У Стародавній Греції раз на чотири роки проводилися Олімпійські Ігри, що спричиняло збільшення потоку до міст, тому притулок отримували всі, хто його потребував, незважаючи на соціальний статус. Так, В околицях Олімпу будувалися споруди для проживання в них атлетів, а у давньогрецьких тавернах могли зупинитися як плебеї, так і аристократи.

Навіть у давні часи готельний бізнес підпорядковувався законам. Близько 1780 р. до н.е. за наказом вавилонського царя Хаммурапі було створено «Зведення законів Хаммурапі» (інша назва «Кодекс Хаммурапі»). У центрі уваги законів господарські, економічні й сімейні відносини. Закон №109 зазначає: *«Якщо у будинку шинкарки змовляються злочинці і вона не схопить цих злочинців і не приведе до двірця, то цю шинкарку треба вбити»*. Згадка про шинкарку свідчить, що ще у II тис. до н. е. на території Вавилону існували шинки – заклади, де подавали алкогольні напої та давали нічліг [13].

Окрім таверн та шинків, готельній індустрії того часу підпорядковувалися постоялі двори. Постоялі двори були зведені не лише для надання проживання, а й для захисту купців від нічних нападів розбійників. Для цього заклади розташовувалися вздовж важливих транспортних шляхів. Першими такими прихистками були караван-сараї – заїжджі двори для караванів на торгових шляхах і в містах Близького Сходу, Центральної Азії, Закавказзя тощо. Дані заклади являли собою прямокутне подвір'я з приміщеннями в один або кілька ярусів для розміщення людей. Часто всередині не було жодного умеблювання, мандрівники повинні були мати з собою постіль та харчі для себе та своїх тварин. Нерідко тут була вода, адже караван-сарай розташовувався недалеко від джерела чи криниці. Для тварин було відведено спеціальні загорожі [20].

Але навіть такі зручності значно перевищували ті, які могла запропонувати Європа. На теренах Римської Імперії мандрівники могли розраховувати лише на таверни. Зазвичай, такі будівлі знаходилися вздовж головних шляхів, за 25 км один від одного. Найчастіше даними шляхами користувалися купці, Більшість римських таверн пропонували подорожуючим харчі та загін (рідко – кімнату), тому часто мандрівники ночували поряд зі своїми конями.



Зазначається, що під час правління імператора Октавіана з'явилася перша класифікація готелів на два типи: мансіонес і стабулярії. Перші були призначені для представників знаті – патриціїв. Доступ до таких готелів можна було отримати маючи спеціальні, видані державою, документи. Другий тип готелів був призначений для плебеїв – незнатного вільного населення.

Такі римські готелі мали вигляд комплексу, що складався з приміщень різного функціонального призначення: не тільки кімнати для розміщення мандрівників, але й складські приміщення, конюшні, майстерні тощо. Будувалися вони здебільшого з каменю і надавали необхідний перелік послуг. Узимку навіть обігрівалися.

З початком Середньовіччя, почався новий період розвитку готельної індустрії. Він характеризувався збільшенням релігійних подорожей. У період з V по XVI ст. готельний бізнес найбільше розвивався у країнах Європи.

Після падіння Римської імперії інтерес сфери послуг гостинності змістився з обслуговування мандрівників на відвідувачів інших категорій. Якщо люди й подорожували, то здебільшого ці подорожі були пов'язані або з королівським двором, або з церквою. Поступово форми готельного обслуговування розвивалися і вдосконалювалися [25].

Поштовхом для розвитку готелів стало паломництво. У IV ст. почалася християнізація германських племен. Місіонери долали величезні відстані задля проповідування своєї віри. До 1000 р. християнство поширювалося усією Європою, згодом почалися Хрестові Походи на Близький Схід. Чим більше людей подорожувало, тим необхіднішим ставало збільшення кількості засобів розміщення. Цьому сприяв едикт Карла Великого, король франків, згідно якого всі монастирі зобов'язувалися надавати безкоштовний притулок для паломників. Завдяки цьому утворилися госпіції – прочаноприймальні будинки, що споруджувалися під час хрестових походів на шляху до Єрусалима.

Розвиток госпіцій стимулював появу приватних підприємств. Зосереджені на отриманні прибутку, раніше безкоштовні підприємства перетворилися на заклади з умовами, наближеними до теперішніх готелів.

У XIII-XIV ст. у зв'язку зі зростанням і розвитком ремесла та торгівлі, пожвавленням внутрішніх і міжнародних економічних зв'язків у Європі, широкого поширення набула система тимчасового проживання за плату в готелях. Першими такими готелями були приватні житлові будинки (або окремі кімнати в них). Їх власники нерідко виконували й функції посередників у справах своїх клієнтів, виступали як перекупники та агенти. Таким чином, з'являються прототипи сучасних готелів. Приблизно в цей же час була здійснена перша офіційна спроба їх класифікації [12].

Готелі існували у великих містах і на перехрестях, біля переправ. Будинки були більше схожі на притулки з мінімумом меблів. Очерет, що кидали на земляну або кам'яну підлогу, служив як килимом, так і поверхнею, на котру зручно було кидати кістки й інші залишки їжі. У головній кімнаті уздовж стін були розкладені матраци, на яких спали. Харчування було особистою справою кожного, тому що більшість гостей привозило свою власну їжу. У XV ст. в деяких готелях вже було від 20 до 30 кімнат [47].

Розвиткові готельної справи побічно сприяв англійський король Генріх VIII. Прочани, що йшли головними шляхами до великих соборів, могли зупинитися на два дні в приміщеннях, прибудованих до абатства або монастиря, де їх розміщували і годували відповідно до їхнього статусу. Коли Генріх VIII у 1539 р. звелів, щоб церковні землі були відділені від них або продані, зникла роль монастирів як пристановища для мандрівників. Як результат, стала процвітати готельна справа. Перепис 1577 р. виявив 14202 пивних, 1631 готелів і 329 таверн в Англії й Уельсі [47].

Готельний бізнес у Нового часу відзначився продовженням діяльності у країнах Європи та початком швидкого розвитку на території Сполучених Штатів Америки.

У період Нового часу в готелях з'явилися нові, революційні підходи до управління готелями. У користувачів з'являлося більше вимог та уявлень про готельний комфорт. Так, з появою у Європі постійного водопостачання, кожен готель мав мати доступ до води та каналізації.

Зокрема у XVI ст. в Англії були створені каретні готелі, в яких надавалися послуги гінцям королівської пошти. Власники готелів облаштували стайні для коней, організовували якісні умови проживання для мандрівників. Англійський закон проголосив готелі громадськими будинками. «Каретна ера» закінчилася в 1838 р., коли англійський парламент прийняв рішення про перевезення пошти залізницею [6].

У XVI ст. широкого поширення у Європі набуває будівництво придорожніх постійних дворів та трактирів. Суттєвим чинником збільшення їхньої кількості був розвиток диліжансового сполучення. Тут суворо дотримувалися чітких соціальних розбіжностей в обходженні з кожним постояльцем. Зможних людей обслуговували в їдальні або в своїй кімнаті, бідняки зазвичай їли разом з господарем і його сім'єю на кухні. В Англії з'являються таверни для простолюду, в яких за загальним столом подавали чергові страви за фіксованою ціною. Англійський постійний двір був місцем, де відвідувачі займалися різними видами спорту та випивали [47].

Проте, найбільшого розвитку готельна індустрія зазнала в США. На думку істориків, перший постійний двір тут з'явився значно пізніше, ніж у Європі, лише в 1607 р. Одна з перших таверн була відкрита в Бостоні в 1634 р. У 1642 р. в Новому Амстердамі (теперішня назва Нью-Йорк) таверна була відкрита голландцями. З цього часу таверни стали центрами громадського життя, місцем зустрічей для солдатів і бізнесменів. [45]

У 1794 р. відбулося відкриття першого комерційного готелю в США. «City Hotel» був розміщений, у спеціально побудованому для нього будинку. Споруда була розташована на Бродвеї – одній з найстаріших вулиць Нью-Йорку, та налічувала 70 номерів. У 1829 році в Бостоні відкрився готель «Tremont», готель першого класу.

Упродовж усього XIX ст. в США відбувався готельний бум. Власники готелів намагалися перевершити один іншого розмірами, висотою і розкішню нових готельних будинків. У 1875 р. в Сан-Франциско був відкритий

найдорожчий і найрозкішніший для свого часу «Palas-Hotel», що пропонував 800 номерів. Його будівництво обійшлося в 5 млн. доларів [45].

До кінця XIX століття вже були розповсюдженими два типи готелів – великі і розкішні, та маленькі і застарілі. Усі ці готелі будувалися поблизу міських транспортних вузлів [47].

У середині XIX ст. в Європі з'явилися спеціалісти готельної справи. Господар готелю керував цілим колективом, а сам готель мав внутрішній поділ на різні служби (ресторан, прийом, технічний відділ і т.п.). З'явилися нові готельні професії: консьєрж, швейцар, портье, грум і т. п. [2].

На межі XIX-XX ст. індустрія гостинності перетворюється у важливу галузь. Будівництвом готелів, підготовкою кадрів, питаннями ціноутворення починають займатися готельні об'єднання, синдикати, акціонерні товариства, корпорації. На початку XX ст. найбільш помітними серед них були Лондонський синдикат власників готелів, французький «Союз власників готелів». У 1906 р. виник Міжнародний союз власників готелів, що об'єднав власників 1700 готелів з різних країн світу [45].

Перші роки XX ст. вважаються часом початку будівництва готелів для бізнесменів і комерсантів. У 1908 р. Елсворт Статлер відкриває перший готельний ланцюг у Буффало з назвою «Buffalo Statler». Це була принципово нова концепція в готельній справі, заснована на наданні клієнтам максимальних зручностей. Що особливо важливо, цей перший у своєму роді готель був орієнтованим винятково на бізнесменів. З'явилися нові типи колективного розміщення: хостели, мотелі і т. д. [47].

Перший хостел відкрився у 1910 р. в Німеччині, потім, з ініціативи студентської групи «Перелітні птахи», - у Швейцарії, Нідерландах та інших країнах Європи. У 1912 р. було відкрито перший постійний хостел в Альтенському замку, що працює і нині.

Розвиток автомобільних доріг став поштовхом для відкриття придорожніх готелів – мотелів. Перший такий готель «Milestone Mo-Tel Inn» відкрився у 1925 р. поблизу Лос-Анжелеса. Зазвичай мотелі мають 1-2 яруси кімнат, двері

яких виходять на дорогу, та автостоянку. Такі підприємства потрібно розташовувати в радіусі не більше однієї години від населеного пункту. Світовим лідером з кількості мотелів вважається США.

Розвиток готельного бізнесу був вимушено пригальмований у першій половині XX ст. Усі сили пішли на війну. У післявоєнний період одними з перших оговталися США. У період 1940-1952 рр. було створено перші готельні ланцюги «Sheraton», «Hilton», «Holiday», що на сьогоднішній день є одними з найпопулярніших готельних мереж у світі.

Останній, четвертий період, розпочався після завершення Другої Світової Війни. Він відзначається найшвидшим та найпродуктивнішим розвитком готельного бізнесу по всьому світу.

У другій половині XX ст., туризм став масовим, що також вплинуло на готельний бізнес. Найактивніше подорожували жителі високорозвинених країн. Велика кількість подорожей змусила готельну індустрію розвиватися та удосконалювати свої послуги.

У XXI ст. готельна індустрія переживає чи не найбільше піднесення у своєму розвитку. З появою нових технологій будівництва та свободою творчості створюються неймовірні за концепцією готелі. Так, у світі вже є підводні готелі, що дозволяють, у прямому сенсі, поринути в океанічний світ, готелі з льоду, капсульні готелі, екоготелі та багато інших.

Так як темою дослідження є готельний бізнес України, розвиток готельного господарства на її території розглянемо окремо.

У своїх працях Бойко та Гопкало зазначали, що у період XII-XIV ст. у Київській Русі існували постоялі двори – попередники перших готелів. Їх називали ямами і розташовували один від одного на відстані кінного переходу. Подорожуючий мав змогу зупинитись на нічліг та за окрему плату отримати харчування. Окремі кімнати не передбачались, подорожуючі відпочивали на підлозі в одній загальній кімнаті, харчувались разом із господарями [6].

У XV ст. постоялі двори розташовували при поштових станціях, які були підпорядковані Ямському приказу. У великих містах будували гостині двори, що

відрізнялися від постійних тим, що крім розміщення і харчування в них надавалися можливості для здійснення торгівлі. Як правило гостинні двори були захищені стінами і вежами з в'їзними воротами [6].

Також, на території Русі, поблизу головних транспортних шляхів, працювали шинки та корчми-заїзди, що надавали мандрівникам можливість зупинитися на ніч та перекусити.

Як було згадано раніше, у середні віки Європу охопив рух паломників. Він не оминув і територію України. Центрами паломництва були Почаївська та Києво-Печерська лаври. Паломникам в Україні приділяли особливу увагу: вони користувались пошаною, було за честь прийняти прочан на ночівлю та нагодувати їх, а біля великих центрів паломництва вони завжди знаходили притулок у звичайному або спеціалізованому житловому приміщенні – церковному гостинному дворі [29].

У XVIII ст., після остаточного введення України до Російської імперії, розпочалося будівництво поштового тракту від Москви до Києва з поштовими дворами та станціями, що водночас виконували функції закладів розміщення.

До 1880 р. у Києві було 15 готелів. Заклади розміщення, крім харчування, надавали здебільшого послуги з доставки пасажирів та багажу кінними екіпажами і готельними омнібусами. Впродовж подальших 20 років у центральній частині міста, головно в районі Хрещатика та прилеглих вулиць, побудували 64 нових готелі – найбільше за всю історію міста [29].

У Києві в 1890 р. було збудовано готель «Франсуа». Це був чотириповерховий будинок на 400 місць. У 1908 р. почав функціонувати готель «Палас», що діє і нині під назвою «Прем'єр Палас». Неподалік від нього знаходилися готелі «Марсель», «Національ», «Пале-Рояль». Ці підприємства вважалися елітними, вишуканими, сучасно обладнаними. Зокрема в готелі «Марсель», який пізніше перейменували на «Дніпро», встановлено перший у місті ліфт. У 1953 р. його будівлю приєднали до готелю «Україна» [6].

Заклади розміщення Києва початку ХХ ст., згідно з розташуванням і категорією клієнтів, котрих обслуговували, умовно можна поділити на чотири

категорії: фешенебельні; готелі середнього класу; готелі, розміщені поруч з вокзалом, і мебльовані кімнати; «подвір'я», заїжджі двори. Фешенебельні готелі були розташовані у центрі Києва поблизу визначних місць міста. Вони надавали найвищі стандарти обслуговування. Готелі середнього класу були орієнтовані на менш заможних споживачів. Таких готелів перед Першою Світовою війною налічувалося близько 80. Усі інші категорії готелів приймали незаможних людей. Окрім Києва, готельний бізнес мав розвиток і в інших туристичних містах України [6].

На нашу думку, розвиток готельної індустрії України занепає. До початку ХХ ст. розвиток українського готельного бізнесу відповідав розвитку Європи, проте зараз, порівнюючи сучасні готелі західних країн з готелями України, можна побачити, що світовим стандартам, у більшій мірі, відповідають лише ті готелі, що працюють під брендами міжнародних готельних ланцюгів. Багато вітчизняних готелів, натомість, потребують кардинальних змін.

Отже, готельний бізнес завжди був пов'язаний з подорожами та має глибоку історію. Його розвиток почався у II тис. до н. е. та досі триває.

На розвиток готельного бізнесу як у світі, так і в Україні впливали найрізноманітніші фактори: від кочування, паломництва та передачі пошти до гонки між готельними ланцюгами для отримання першості на ринку послуг. Кожен період розвитку має свої особливості, притаманні саме для його епохи. Необхідно звернути увагу, що кожен період мав найбільший розвиток на певних територіях. Так, за добу Античності готельна діяльність найкраще розвивалася у країнах Середземномор'я та на Близькому Сході. У добу Середньовіччя Європа стала певним еталоном розвитку. Для Нового часу характерним є вихід готелів США на світовий ринок сфери послуг. У період Новітнього часу особливістю є те, що готельний бізнес почав розвиватися по всій території земної кулі. Розвиток готельного бізнесу в Україні не поступався розвитку готелів Європи аж до середини ХХ ст.

## 1.2. Сутність готельного бізнесу

Перед тим, як розпочати дослідження сутності, необхідно визначити, що таке готельний бізнес у цілому. Ми маємо декілька термінів, зміст яких тісно пов'язаний між собою: «готельна індустрія», «готельний бізнес», «готельне господарство».

Як зазначає Сенін В.С. у своїй роботі «Організація міжнародного туризму», готельна індустрія як вид економічної діяльності включає надання готельних послуг і організацію короткострокового проживання в готелях, кемпінгах, мотелях, гуртожитках, будинках для приїжджих і т.п. [50].

У свою чергу, Зінь Е.А. стверджує, що готельне господарство – частина соціальної інфраструктури регіону, яка створює сприятливі умови для руху, облаштування населення [15].

Мальська М.П. і Пандяк І.Г. описують готельний бізнес як одну зі складових туристичної індустрії, що спрямована на задоволення таких потреб споживача як надання житла, харчування та побутових послуг [28].

Таким чином, можна дійти висновку, що ці три поняття тісно пов'язані між собою та мають на увазі одне й те саме – організацію готельних підприємств та надання послуг проживання.

Проте Мальська М.П. зазначає, що на конкурентному ринку послуг гостинності прагнення підприємств до отримання найбільшого прибутку та зростаюча платоспроможність споживачів спонукають підприємства готельного бізнесу надати не лише проживання та харчування, а й розширити обсяг додаткових і супутніх послуг. Це збагачує зміст поняття «готельний бізнес», розширює сферу діяльності готельних підприємств, що надають послуги і власного виробництва, і суміжних галузей. Тому, для позначення діяльності готельних підприємств у роботі буде використовуватися поняття «готельний бізнес» [28].

Туристична діяльність не може існувати окремо від готельного бізнесу. На цьому навіть наголошує її визначення. Туристична індустрія – сукупність



суб'єктів туристичної діяльності, що забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів. Обслуговування включає в себе надання розміщення, харчування та супутніх послуг. Стан готельної сфери прямо впливає на туризм, адже надає засоби розміщення, що є важливим при подорожах, особливо на далекій відстані. Без готелів туристам було б важче подорожувати між містами і, тим паче, залишатися на певному місці довгий проміжок часу.

Щоб краще зрозуміти сутність готельного бізнесу, необхідно розглянути його класифікацію, особливості, правила та основи роботи. Зазвичай, саме ці критерії відрізняють індустрії між собою.

У готельному бізнесі найголовнішим є готельні підприємства (засоби розміщення), тому класифікують саме їх. У міжнародній практиці прийнята Стандартна класифікація засобів розміщення, затверджена Всесвітньою туристичною організацією (ЮНВТО). Усі засоби розміщення поділяють на дві групи: колективні та індивідуальні. Колективні засоби розміщення поділяються на готельні, спеціалізовані та інші (рис. 1.1.).

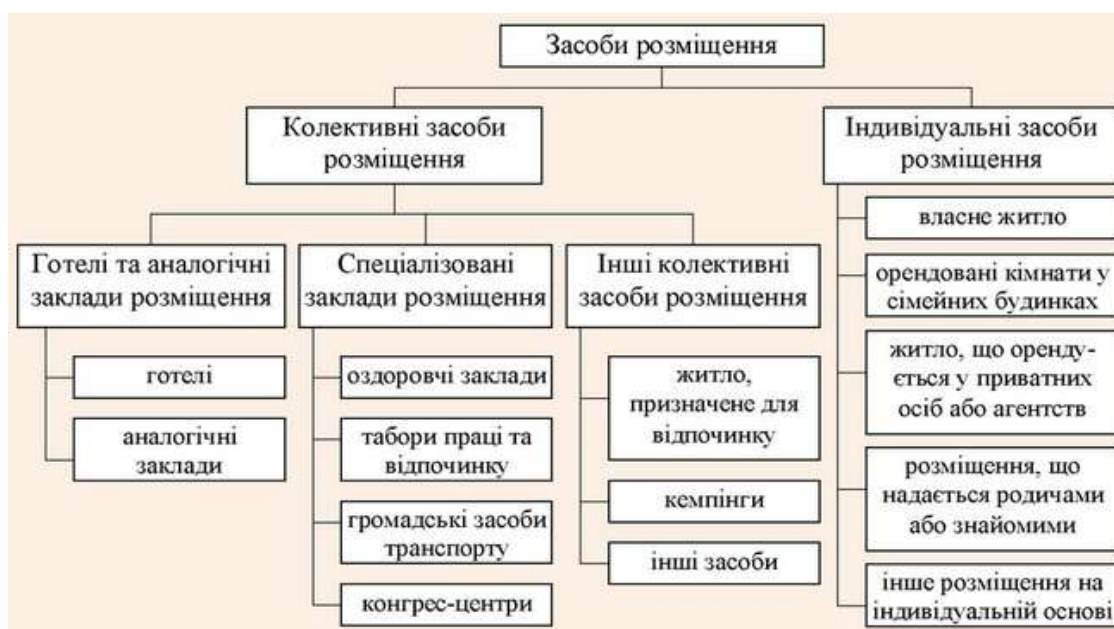


Рис. 1.1. Класифікація засобів розміщення (за рекомендаціями ЮНВТО)

Джерело: Новикова В.І., Фролова К.В. [39]

Така система діє й в Україні. Але, окрім готельних КЗР, існують «аналогічні засоби розміщення» та «інші засоби розміщення», до яких відносяться спеціалізовані готелі. На думку автора, вони є так само цінними для готельного бізнесу як і готелі. Згідно з наданою інформацією на сайті Державного підприємства «Миколаївський науково-виробничий центр стандартизації, метрології та сертифікації» ДП «Миколаївстандартметрологія», до готелів та аналогічних закладів розміщення відносять КЗР, що складаються більше ніж з семи номерів; мають єдине керівництво; надають готельні послуги, зокрема обслуговування в номерах, щоденне заправлення ліжок та прибирання кімнат і санвузлів; згруповані в класи і категорії відповідно до переліку надаваних послуг та наявного устаткування і не входять до категорії спеціалізованих закладів. Відмінність готелів від аналогічних закладів розміщення полягає в певному обмеженні послуг [10].

Потрібно зазначити, що, спеціалізовані готелі також надають послуги з розміщення, але мають свої особливості. До таких готелів відносяться хостели, мотелі, кемпінги, ротелі, ботелі, флотелі, флайтелі та інші типи спеціалізованих готельних підприємств. Перші три види є впізнаваними та поширеними на території України, проте інші є маловідомими. Саме тому потрібно надати їм коротку характеристику.

Ротелі є різновидом кемпінгу, що призначений для подорожуючих на трейлерах. Вони бувають двох типів: для масового туризму та для класу «люкс». Останні відрізняються тим, що до них під'єднуються додаткові вагони, де є бари, ресторани, дискотеки, спортзали. Ротелі розташовують поблизу великих міст чи в мальовничих місцях [25].

Ботелі – це сезонні або цілорічні готелі «на воді». Вони розташовуються на березі річки/озера, складаються з житлової частини та гавані. Надають клієнтам номер та місце розміщення для їхнього водного транспорту.

Флотелями називають рекреаційний заклад на воді. Такий готель призначений для пересування за маршрутом із зупинкою на 3 дні максимум. На

відміну від ботелів, у флотелях туристам надається широкий асортимент послуг для відпочинку на воді [25].

Флайтелі (аероготелі) – готелі для власників особистих літаків. Як правило, такі готелі розташовані далеко від цивілізованих місць, куди можна потрапити тільки повітряним шляхом [25].

Дещо іншу класифікацію засобів розміщення подає у своїх працях Мальська М. П., що представлено на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Класифікація засобів розміщення туристів і мандрівників

Джерело: Мальська М.П. [30]

У розвинених країнах прийнято чітко відрізнити готелі від різного роду гуртожитків, будинків відпочинку, спортивно-профілактичних центрів та інших установ, що надають подібні послуги. В окремих випадках неправомірне вживання терміна «готель» може спричинити навіть кримінальну відповідальність. Основним критерієм готелю у цивілізованому світі є наявність широкого асортименту послуг окрім ночівлі і харчування. Клієнт, який проживає у готелі, повинен мати можливість для відпочинку, розумової праці, приймання

гостей, задоволення особистих потреб. Готель повинен гарантувати безпеку майна клієнта, кваліфіковане і ввічливе обслуговування, чистоту приміщень тощо [31].

Найчастіше, при згадці готельного бізнесу одразу здається, що мова йде лише про КЗР. Проте, помилково вважати, що він керує одними лиш готелями та аналогічними засобами розміщення. Тимошенко З. І. та його колеги зазначають, що готельний бізнес як індустрія складається з готелів та організацій, що випускають товари і надають послуги, а також з виробництвом, що тісно пов'язаного з готельним бізнесом. Це:

- екскурсійні бюро;
- транспортні підприємства;
- підприємства з виробництва сувенірів;
- учбові заклади готельного профілю;
- інформаційні та рекламні служби;
- науково-дослідні та проектні організації готельного профілю;
- готелі;
- підприємства харчування, зокрема ресторанного господарства;
- підприємства з виробництва готельних товарів тощо [32].

Окрім класифікації за видами, готельні підприємства групують й за різними критеріями. У 1984 р. доктор Хунцикер і доктор Крапф заснували науковий підхід до класифікації готелів. Основними класифікаційними ознаками були:

- тривалість перебування;
- мета перебування;
- місце розташування;
- вид транспорту, який використовується туристом;
- кількість обслуговуваних туристів;
- клас готелю;
- місткість готелю;
- режим експлуатації (сезон, рік);
- форма власності [32].

У США готелі поділяють на комерційні, мотелі, курортні і для проведення зустрічей. Крім того, готелі США класифікують за термінами проживання: в межах тижня, для постійного проживання, курортні готелі для проживання на час відпочинку [54].

Пуцентейло П.Р. у своїй роботі «Економіка і організація туристичного підприємства» визначає наступні класифікації готелів: за місцем розташування; за тривалістю роботи; за забезпеченням харчування; за тривалістю перебування; за рівнем цін; за рівнем комфорту; за місткістю номерного фонду; за функціональним призначенням [45].

Готелі можуть бути розташовані як в межах міста, так і поза ними. Тривалість роботи залежить від місця розташування. Деякі готелі працюють сезонно, більшість – цілий рік. Також, готелі можуть пропонувати харчування: повне 3-разове або лише сніданок. Клієнти можуть проживати у готелях короткий термін (декілька днів), або ж поселитися на довгий строк. За рівнем цін готелі бувають бюджетними, економними, середніми, першокласними, апартаментами та фешенебельними [45].

Найбільше у готелях цінується зручність, тому, в першу чергу, споживачі звертають увагу на кваліфікацію за комфортом. У світі існує багато систем класифікацій. Так, переважна більшість готелів світу використовує французьку систему «зірок», що є своєрідним світовим еталоном. Проте, норми присвоєння «зірок» можуть сильно відрізнятись у різних країнах. Це може бути пов'язане як з комісіями, що перевіряють готелі, так і з різним уявленням про комфорт. Найвищою оцінкою у даній системі вважається 5 «зірок».

Існують й інші системи класифікації. Подорожуючи до Великобританії, туристи можуть зустріти готелі з «коронами». Деякі готелі країн Північної Америки використовують класифікацію «діамантами». У Греції поширена система літер, а в деяких країнах Азії готелям присвоюють бали.

Готелі США часто використовують таку класифікацію готелів:

- Moderate Tourist Class;
- Tourist Class;

- Superior Tout Class;
- First Class;
- Superior First Class;
- Moderate Deluxe Class;
- Deluxe;
- Superior Deluxe.

Окрім цього існує ще одна система, яка, на думку автора, варта уваги. Готельна асоціація HOTREC, в яку входить Австрія, Чехія, Німеччина, Нідерланди, Швеція та Швейцарія створили систему сертифікації готелів Hotelstars Union. Згодом до них приєдналися країни Прибалтики, Люксембург, Бельгія, Мальта, Данія, Греція, Ліхтенштейн та Словенія [23]. За свої умови готелі отримують зірочки – чим більше зірочок, тим кращим вважається підприємство.

Цікаво, що, використовуючи з системою «зірок» однакові оцінки, система Hotelstars Union висуває інші вимоги до готелів. Для того, щоб отримати 1\*, готель має:

- мати душ/ванну, засоби гігієни для вмивання, рушники та туалет у кожному номері;
- мати телевізор, стіл та стілець у кожному номері;
- проводити щоденне прибирання;
- мати рецепцію та загальнодоступний телефон для гостей;
- пропозиції напоїв у готелі та сніданок;
- можливість депозиту.

Для 2\* до попередніх умов додаються:

- нічник поруч з ліжком;
- доступ до Інтернету;
- оплата карткою;
- індивідуальні засоби гігієни та засоби гігієни для душу;
- полички для білизни.

Щоб отримати 3\*:

– рецепція має бути відкрита протягом 14 годин та мати цілодобовий зв'язок по телефону;

- двомовний персонал;
- лаунж-зона;
- обслуговування багажу на вимогу;
- пропозиція напоїв у номері;
- телефон у номері;
- дзеркало, місце для багажу, фен;
- швейний набір, засоби для догляду за взуттям, пральня;
- додаткова подушка та покривало за вимогою;
- робота зі скаргами.

Для 4\* необхідно:

- робота рецепції протягом 16 годин;
- вестибюль з напоями/готельний бар;
- міні-бар, меню сніданку кімнатному сервісі;
- крісло/диван зі столиком;
- халат та капці на замовлення;
- косметичні засоби, дзеркало, підігрівач у ванній.

Для найвищої оцінки, 5\*, важливо:

- цілодобова рецепція та персонал зі знанням багатьох мов;
- послуги паркування, консьєрж;
- просторий прийомний зал;
- індивідуальне привітання квітами/подарунком для гостя у кімнаті;
- цілодобове обслуговування номерів;
- комп'ютер на вимогу та сейф;
- прасування (з поверненням речей за годину), чистка взуття;
- таємниця заселення.

Ми вважаємо, що наведена система оцінювання є вкрай перспективною та могла б прижитися в готелях України. Її вимоги є доцільними та ефективними для покращення діяльності готелів.

Готельний бізнес має характерні особливості, притаманні лише йому. Так, Тимошенко З. І. виділяє такі специфічні властивості як:

- орієнтація на готельний бізнес і ресурси при визначенні місця розміщення готелів;
- наявність циклічності та сезонності у створенні готельного бізнесу та їхніх продуктів;
- суворі вимоги до ступеня формування інфраструктури та інформаційних мереж [32].

Тобто, місце розміщення та сезонність впливають на ефективність готелю. Так, наприклад, готельне підприємство у центрі міста під час проведення місцевого масового заходу може мати 100% завантаження, а у звичайний день воно може не досягати і 30%. Курортні готелі поблизу моря матимуть великий попит у пік сезону, але будуть простоювати під час холодів. Готельний бізнес швидко розвивається, тому, щоб бути конкурентоспроможними, готелі мають відповідати світовим стандартам та загальним вимогам.

Не потрібно забувати, що готелі є не лише місцем для проживання. Готельний бізнес надає роботу багатьом людям. Адміністратори, менеджери, покоївки, консьєржі, кухарі, офіціанти, бармени, охоронці, технічні спеціалісти – усі вони мають змогу працювати у готельному підприємстві. У кожному готелі мають бути передбачені такі служби: служба реєстрації, служба управління номерами, адміністративна служба, технічна служба та допоміжні служби. Кількість персоналу залежить від величини та статусу готелю. Чим вища категорія готелю, тим більше має бути служб та персоналу.

Готель як об'єкт менеджменту має свою ієрархію керування. Так, «знизу» знаходиться персонал, який виконує безпосередньо роботу, залежно від свого відділу/служби. Ним керує менеджер відділу. Він слідкує за якістю виконання роботи. Менеджерами відділу керують менеджери вищої ланки, які не тільки наглядають за виконанням повсякденних завдань, а й беруть участь у вирішенні готельних питань та розробці стратегій розвитку. Головним в готелі є



генеральний директор. Він виконує конкретні управлінські рішення, є сполучною ланкою між власниками готелю та персоналом.

Для того, щоб працювати в готелі, спеціаліст має володіти такими якостями: привітність, дружелюбність, стресостійкість, володіння рідною та англійською мовами (бажано знання багатьох іноземних мов). Крім цього, персонал повинен мати кваліфікацію та пройти професійну підготовку. У готелях проводиться обслуговування клієнтів, тому кожен робітник повинен періодично проходити спеціальний медичний огляд, адже від цього залежить не лише його здоров'я, а й здоров'я всіх проживаючих у готелі.

Керуючі готелем також мають зобов'язання перед персоналом. Вони зобов'язані слідкувати за станом здоров'я своїх підлеглих, створювати їм адекватні умови для праці, умови відпочинку та харчування.

Отже, готельний бізнес є важливою складовою туристичної індустрії. Він спрямований на задоволення конкретних потреб туристів - розміщення та харчування. Готельний бізнес має критерії, оцінки та класифікації готелів. Готель - підприємство зі складною структурою, що має свої особливості та, певним чином, відрізняється від підприємств інших індустрій. Необхідно запам'ятати, що готельний бізнес керує всіма підприємствами, що надають послуги з проживання.

### **1.3. Особливості організації готельного бізнесу в Україні**

Перш ніж розглянути особливості організації готельного бізнесу в Україні, варто проаналізувати регулюючий вплив держави на її розвиток та функціонування.

Основними нормативними документами, що регламентують специфіку ведення готельного бізнесу, є Закон України «Про туризм» від 15.09.95 № 324/95, Наказ Державної туристичної адміністрації України «Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» від 16.03.2004 № 19, Постанова Кабінету Міністрів від 15 березня 2006 р. № 297 «Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового

розміщення (проживання)», Постанова Кабінету Міністрів України від 29 липня 2009 р. № 803 «Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)».

Згідно з наказом «Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг», готель – підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням.

Готельними послугами є дії підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готель, залежно від його категорії, може надавати основні та додаткові послуги [35].

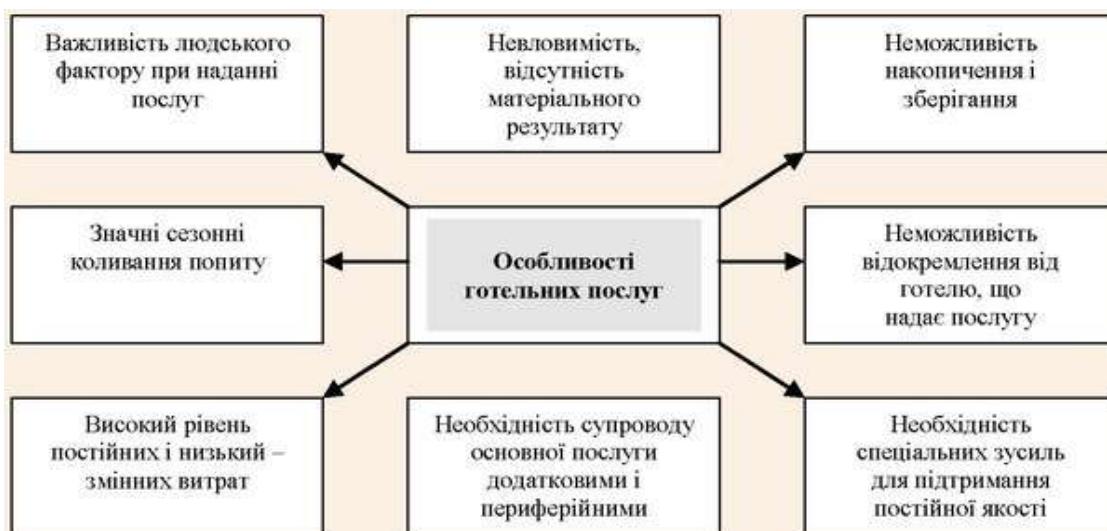
Основні послуги – це обсяг послуг готелю, що включається до ціни номера і надається споживачу згідно з укладеним договором. Зазвичай, такими послугами є розміщення та харчування [35].

Додатковими послугами є обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором [35].

Основною особливістю готельних послуг є неможливість їхнього накопичення та зберігання, тому, якщо послуга не була реалізована протягом одного дня, то вона автоматично вважається втраченою.

Як було зазначено раніше, готелі мають свою класифікацію та поділяються на категорії. Відповідно до статті 19 Закону України «Про туризм», встановлення об'єктам туристичної інфраструктури відповідної категорії здійснюється за заявою його власника. Категорії готелям надає спеціальний уповноважений орган із встановлення категорій готелям. Готелям забороняється надавати послуги з розміщення без наявності свідоцтва про встановлення відповідної категорії [14].

Основні особливості готельних послуг як товару представлено на рисунку 1.3.



*Рис. 1.3. Особливості готельних послуг, що впливають на специфіку маркетингової діяльності у готельному бізнесі*

*Джерело: Іванова Л.О [17]*

Згідно інформації з сайту ДП «Миколаївстандартметрологія», для отримання свідоцтва про відповідність певній категорії керівнику готелю необхідно:

- пройти процедуру сертифікації послуг розміщення;
- пройти процедуру сертифікації послуг харчування;
- пройти процедуру оцінки відповідності певній категорії;
- підготувати відповідні матеріали, які є доказовою базою відповідності певній категорії.

Сертифікація та оцінювання готелю здійснюється органами із сертифікації, акредитованими для виконання робіт із сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання) в установленому законом порядку.

Українські готелі класифікуються за системою «зірок». Загальні вимоги до засобів розміщення, призначених для проживання туристів, викладені в ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування». Вимоги до готелів різних категорій наведені в ДСТУ 4268:2009 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [10].

Обслуговування є головною діяльністю готелів. Воно теж підпорядковується певним правилам. Стаття 22 наголошує, що за договором на готельне обслуговування одна сторона зобов'язується за дорученням іншої сторони надати послуги по тимчасовому проживанню у спеціально обладнаному жилу приміщенні, виконати або організувати виконання інших визначених договором на готельне обслуговування послуг, пов'язаних з тимчасовим проживанням, а проживаючий зобов'язується сплатити за ці послуги встановлену плату. Цей Закон застосовується при наданні готельного обслуговування в мотелях, будинках відпочинку, санаторіях, пансіонатах, а також інших місцях, призначених для розміщення громадян. Тому, порушення даних дій будь-якою стороною неприпустиме і спричиняє відповідальність перед Законом [35].

Готель зобов'язаний надати достовірну інформацію про послуги, їх види і особливості. Договір на готельне обслуговування вважається укладеним з моменту отримання підтвердження готелю про прийняття замовлення.

Готельні послуги з розміщення постояльців не потребують ліцензії. Проте, готель може проводити такі види діяльності, що мають бути ліцензованими: продаж алкоголю та тютюнових виробів, наявність гральних автоматів, казино.

Готельні послуги надаються споживачу на підставі договору, що засвідчується розрахунковим документом. Цей документ має містити:

- найменування готелю, його реквізити (для приватного підприємця – прізвище, ім'я, по батькові, інформацію про державну реєстрацію);
- прізвище, ім'я та по батькові споживача;
- інформацію про номер (місце в номері), що надається;
- ціну номера (місця в номері);
- інші необхідні дані на розсуд готелю.

Зразки форм документів у сфері надання послуг з тимчасового розміщення має розробляти та затверджувати Міністерство культури та туризму України.

Для того, щоб відкрити власний готель, важливо знати основні моменти:

- визначити концепцію готелю (обрати розмір, послуги, що будуть надаватися, на кого буде орієнтований готель);

- скласти бізнес-план готелю, в який увійде його опис, мета, виробничий план, маркетинговий план, фінансовий план, план збуту, оцінка рентабельності, якими документами буде регулюватися;
- готель потрібно зареєструвати, обрати форму оподаткування, стати на облік;
- обрати приміщення готелю, зробити ремонт, умеблювати, розробити інтер'єр;
- найняти персонал;
- провести рекламу для залучення клієнтів (або підписати договір з туристичною компанією).

Отже, готельний бізнес в Україні підпорядковується та охороняється законодавством. Ним зазначено, який заклад може вважатися готелем, опис його послуг, зазначаються пункти категоризації та надання ліцензії. Для того, щоб організувати своє готельне підприємство, необхідно виконати цілий ряд завдань. Серед них найголовнішими є реєстрація послуг, виплата податків, оренда підходящого приміщення та належне умеблювання кімнат, висококваліфікований персонал та чітка система управління.

Готельний бізнес є важливою складовою туристичної індустрії. Даний бізнес має давню та цікаву історію розвитку, що складається з чотирьох періодів. Кожен період відзначається різними темпами розвитку готельних підприємств. Готельний бізнес задовольняє потреб туристів з розміщення та харчування. Він керує не лише готелями, а й іншими видами підприємств. В світі існує різна класифікація готелів, найпопулярнішою з яких є зіркова. Він має свої особливості та вимоги щодо організації.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

### 2.1. Дослідження сучасного стану готельного бізнесу в Україні

Готельний бізнес – один з найперспективніших напрямів бізнесу для розвитку на теренах України. Він включає в себе керування усіма підприємствами, що надають послуги колективного розміщування. Маючи стільки можливостей, необхідно проводити правильну організацію КЗР та максимально розкривати їхній потенціал.

Щоб дослідити стан бізнесу, для початку необхідно зрозуміти, скільки підприємств йому підпорядковується та як вони працюють. На період 2018 р., в Україні офіційно нараховувалося 4719 закладів розміщення. В це число увійшли всі офіційно зареєстровані готелі, хостели, мотелі, кемпінги та інші види розміщення країни. На жаль, державна підтримка готельного бізнесу незначна, тому можливості підприємств сильно різняться між собою. Окрім законодавчих актів, достатньо складно знайти проекти або стратегії щодо розвитку сфери обслуговування, зокрема й готельного бізнесу.

У своїй роботі «Економіка і організація туристично-готельного підприємництва» Пуцентейло П.Р. зазначає, що існують два типи готелів: готельні ланцюги та маленькі незалежні готелі. Готельний ланцюг припускає об'єднання декількох готельних підприємств у колективний бізнес, здійснюваний під єдиним управлінням і під єдиною торговою маркою. Готелі в ланцюзі можуть бути об'єднані купівлі підприємств готельною компанією; договором з франчайзером; підписанням контракту на управління [45].

Малими готелями вважаються незалежні готелі, які знаходяться у вільному володінні власника. Наявність договірних зобов'язань з іншими компаніями в питаннях управління чи використання чужого знака обслуговування не спричиняє зміни статусу підприємства як незалежного стосовно інших суб'єктів ринкових відносин. Таким чином, основною відмінністю між готельними ланцюгами та малими готелями є підпорядкованість перших певним організаціям [45].

В Україні існує два типи готельних ланцюгів. Перший – міжнародні брендові готелі такі як «Hilton», «Raddison», «Hyatt», «InterContinental» і т.д. Другий – національний ланцюг «Premier-Hotels». Послуги, що надаються в готельних ланцюгах, найбільше відповідають європейським стандартам. Такі готелі дбають про свою репутацію, комфорт клієнтів та виконують відповідні вимоги, задані їхніми мережами. Як правило, готельні ланцюги в Україні мають статус 4-5 зірок.

Гірша ситуація спостерігається серед малих українських готелів. Окрім фешенебельних малих готелів існують й такі, що працюють без матеріальної підтримки, використовуючи для розвитку лише власні прибутки. Стан таких готелів напряму залежить від місць, де вони розміщені. Малі готелі, що розташовані не в туристичних містах, мають багато проблем. З них найбільшими, на думку автора, є застарілість матеріально-технічної бази, що не поновлювалася з радянських часів, та невелика чисельність персоналу.

На ефективність готелів вказує їхня заповнюваність. За даними аналітиків компанії CBRE Ukraine, за результатами 8 місяців 2019 року середня заповнюваність готелів Києва склала 54,1%. Найвища заповнюваність спостерігалася в період квітень-липень, коли вона в середньому становила 58,8%. Найбільший попит серед іноземних туристів отримують 4-5-зіркові готелі України, особливо, готелі міжнародних мереж. Бюджетні готелі 3-зірок найчастіше обслуговують українських туристів [5].

Готельний бізнес України тісно пов'язаний з розвитком туризму у країні. Можна помітити таку тенденцію, що, незважаючи на якість сервісу, 4-5-зіркові готелі мають меншу завантаженість саме через те, що їхня цільова аудиторія не вважає Україну популярною дистанцією для туризму. Вітчизняні туристи, частіш за все, не мають змоги відпочивати у фешенебельних готелях, тому в країні пріоритетними є саме 3-зіркові готелі.

Практика показує, на теренах України найбільше розвиваються готелі. Авжеж, інші види розміщення також існують, але, на жаль, їм приділяється мало уваги. Як правило, на державному рівні такі типи готельного підприємства

об'єднуються у групи «аналогічні засоби розміщення» та «інші засоби розміщення». Це призводить до гальмування розвитку даних закладів, адже кожен тип має свої особливості у функціонуванні, тому віднесення їх в одну групу та надання однакового підґрунтя для роботи негативно впливає на якість їхніх послуг. Особливо, більшої уваги заслуговують такі спеціалізовані готелі як хостели, мотелі, курортні готелі та кемпінги.

Хостел (гостел) – порівняно новий для країни вид готельного підприємства. Іноді його називають молодіжним готелем. Від готелю він відрізняється тим, що його клієнт сплачує гроші не за номер, а за окреме місце. Хостели можна умовно розділити на дві основні категорії – великі, розташовані в нежитловому фонді та невеличкі квартирні. Для того, щоб заробляти на хостелі, потрібно постійно впроваджувати нові послуги та сервіси. Таким засобам розміщення надають перевагу, в основному, молоді люди [18].

Для хостелів є певні вимоги: на одну людину має припадати не менше п'яти кв. м., відстань від спинки двоярусного ліжка до стелі має становити не менш як 75 см, ліжка повинне бути розміром не менш ніж 80 на 190, а відстань між ліжками щонайменше 75 сантиметрів. На 12 осіб повинен бути один туалет, передбачається один умивальник на шістьох людей, на 15 осіб - одна духова. Ці вимоги розробила Міжнародна федерація молодіжних хостелів [57].

Зазначається, що перші українські хостели з'явилися у 2005 р., коли в країні проходив міжнародний конкурс «Eurovision». Проте, незважаючи на період у 15 років, такі засоби розміщення досі не визнаються серед українців. Основною причиною недовіри до даного типу розміщення є «подібність до гуртожитків». Найпопулярнішими хостелами в Україні є «Alina Hotel & Hostel» в Ужгороді, «Coin Apartments & Hostel» у Чернівцях та «ЕстерХаус» в Одесі. На думку автора, розвиток хостелів може позитивно вплинути на готельний бізнес та створити конкуренцію для малих готелів. Є великий шанс того, що з роками даний тип розміщення буде набирати все більшу популярність за рахунок своєї зручності та відносно дешевої ціни [58; 59; 67].



Іншим перспективним видом розміщення є мотель. Це невеликий готель, розташований біля транспортних доріг. Він є зручним для тих, хто довго подорожує на автомобілі та не має місця для нічлігу. Найбільша кількість мотелів зосереджена на території Західної України. Найкращими мотелями в Україні є «Beregynya» у Южноукраїнську, «Motel Sun Lit» в Івано-Франківську та «мотель Хуторок» у с. Вулька Волинської обл. [66].

Популярними серед українців є пансіонати, санаторії та курортні готелі – рекреаційні заклади, що відносяться до «будинків відпочинку». На території України такі заклади діють на підставі Закону «Про курорти». Про них досить мало свіжої інформації. Найпопулярніші: «Квітка Полонини» у с. Солочин Закарпатської обл., «Хмільник» та «Миргород» у однойменних містах [65].

На думку автора, одним з найцікавіших видів розміщення є кемпінг. Це заклад для автотуристів з наметами або трейлерами. Вони надають найпростіші послуги: місце для стоянки, водопровід, кухню. Кемпінги є популярними в країнах Європи та Північної Америки. Такий вид розміщення підходить туристам, які хочуть відволіктися від метушні та поринути у природу. Розвитком таких розміщень займається Українська федерація кемпінгу, караванінгу, автотуризму. На їхньому сайті [55] описано 13 кемпінгів України (без урахування Криму). Найбільш відвідуваними є «Віансо» в Одесі, «Гуцульський двір» у с. Криворівня Івано-Франківської обл. та садиба «Під Ліском» у с. Пульмо Волинської обл..

Найбільша кількість КЗР розташована у містах та областях з найбільшим потоком туристів: м. Київ, Львівська, Одеська, Херсонська, Миколаївська області. Найменше готельних підприємств зосереджено у Чернівецькій, Тернопільській, Волинській і Житомирській області. Саме в цих районах знаходяться найуспішніші готелі України та присутня постійна конкуренція, що спонукає готелі розвиватися.

Артур Лупашко, генеральний директор керуючої компанії Ribas Hotels Group, на конференції «Готельна нерухомість України: перспективи розвитку» звернув увагу на окупність готельного бізнесу в Україні.

«Окупність готельних об'єктів стартує з 9%. При цьому термін окупності може становити в середньому від 7 до 9 років, а подекуди – це справжні довгострокові інвестиції з окупністю близько 10-15 років». Він зазначив, що маржинальність 5-зіркових готелів становить від 35% до 72% від загального валового доходу, 3-зіркових – 50%; хостелів – близько 65-70%. Він розповів, що готелі високого цінового сегменту дають більш надійний та стабільний дохід, ніж об'єкти інших класів. Також, експерт звернув увагу на те, що за швидкістю повернення інвестицій сьогодні лідирують 3-зіркові готелі в курортах Буковель, Моршин, Трускавець, та 4-зіркові готелі у великих бізнес-містах — Львів, Київ, Одеса, Харків, Дніпро [16].

Отже, на території України є багато різних типів розміщення: готелі, мотелі, хостели, кемпінги і т. п.. Готелі мали б гарну конкуренцію, якби ці типи розміщення мали підтримку від держави. Проте, на сьогоднішній день, через низький рівень диференціації готельних послуг головними засобами розміщення в країні залишаються готелі. Найпопулярнішими та найуспішнішими готелями є 3-4-зіркові готелі в курортних та бізнес-містах України.

## **2.2. Діагностика кількісних та якісних показників діяльності готельного бізнесу**

Для аналізу діяльності будь-якої індустрії необхідно розглянути її статистичні дані. За допомогою статистики можна побачити та порівняти зміни у діяльності готельного бізнесу. Єдиним мінусом є те, що причини даних змін, частіш за все, не зазначаються.

Ефективність роботи готельного бізнесу автор визначає за наступними критеріями: чисельність осіб, що перебували в КЗР, кількість КЗР по Україні та по регіонам, загальна кількість місць, середня місткість КЗР, загальна та середня кількість днів роботи КЗР, надходження у бюджет. У роботі наведено статистику за 2018 р. з офіційного сайту Державної служби статистики [9].

Показником стану розвитку готельного бізнесу в Україні є кількість розміщених у готелях туристів, що представлено нами в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

## Колективні засоби розміщування в Україні за 2011-2018 роки

Роки	Показники		
Роки	1. Кількість колективних засобів розміщування		
	усього	у тому числі	
		готелів та аналогічних засобів розміщування	спеціалізованих засобів розміщування
2011	5882	3162	2720
2012	6041	3144	2897
2013	6411	3582	2829
2014 <sup>1</sup>	4572	2644	1928
2015 <sup>1</sup>	4341	2478	1863
2016 <sup>1</sup>	4256	2534	1722
2017 <sup>1</sup>	4115	2474	1641
2018 <sup>1</sup>	4719	2777	1942
2. Кількість місць, тис.			
Роки	усього	у тому числі у	
		готелях та аналогічних засобах розміщування	спеціалізованих засобах розміщування
	2011	567,3	154,2
2012	583,4	162,8	420,6
2013	586,6	179,1	407,5
2014 <sup>1</sup>	406,0	135,5	270,5
2015 <sup>1</sup>	402,6	132,5	270,1
2016 <sup>1</sup>	375,6	135,9	200,5
2017 <sup>1</sup>	359,0	133,3	185,8
2018 <sup>1</sup>	300,0	135,3	164,6
3. Кількість розміщених, тис. осіб			
Роки	усього	у тому числі у	
		готелях та аналогічних засобах розміщування	спеціалізованих засобах розміщування
	2011	7426,9	4656,8
2012	7887,4	4983,9	2903,5
2013	8303,1	5467,8	2835,3
2014 <sup>1</sup>	5423,9	3814,2	1609,7
2015 <sup>1</sup>	5779,9	4297,2	1482,7
2016 <sup>1</sup>	6544,8	5037,0	1507,6
2017 <sup>1</sup>	6661,2	5135,1	1526,0
2018 <sup>1</sup>	7006,2	5410,2	1595,9

<sup>1</sup> Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

*Джерело: систематизовано автором на основі матеріалів [9]*

У Києві функціонує 171 готель, серед яких є і п'ятизіркові. Із найбільш престижних – «Прем'єр Палац» ([www.premier-palace.com](http://www.premier-palace.com)), «Інтерконтиненталь» ([www.intercontinental-kiev.com](http://www.intercontinental-kiev.com)), «Хаятт Рідженсі Київ»

(www.kiev.regency.hyatt.com), «Опера» (www.hotel-opera.com.ua). Для поселення в центральній частині міста, популярними є готелі «Дніпро» (www.dniprohotel.ua), «Хрещатик» (www.khreschatik.kiev.ua), «Україна» (www.ukraine-hotel.kiev.ua) або «Київ» (www.htl.kiev.ua).

Таблиця 2.2

### Колективні засоби розміщування у місті Києві

Роки	Кількість колективних засобів розміщування, одиниць			Кількість місць, одиниць			Кількість розміщених, осіб		
	усього	у тому числі		усього	у тому числі у		усього	у тому числі у	
		готелів та аналогічних засобів розміщування	спеціалізованих засобів розміщування		готелях та аналогічних засобах розміщування	спеціалізованих засобах розміщування		готелях та аналогічних засобах розміщування	спеціалізованих засобах розміщування
<b>2011</b>	198	156	42	25373	18454	6919	1247083	1183920	63163
<b>2012</b>	185	148	37	23760	17490	6270	1093383	1043549	49834
<b>2013</b>	177	145	32	24448	19196	5252	1164100	1119400	44700
<b>2014</b>	194	157	37	27454	21503	5951	889717	847631	42086
<b>2015</b>	171	147	24	25322	20484	4838	1048850	1008327	40523
<b>2016</b>	186	165	21	22647	18326	4321	1182326	1149789	32537
<b>2017</b>	182	163	19	21861	17798	4063	1155444	1122041	33403
<b>2018</b>	140	-	-	20662	-	-	1214889	-	-

У 2011–2017 роках інформація за даними юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, починаючи з 2018 року – за даними юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб.

*Джерело: систематизовано автором на основі матеріалів [8]*

На жаль, на момент написання роботи, офіційної статистики за 2019 р. не було у відкритому доступі. Але, можна спрогнозувати, що через карантинні заходи, у тому числі й обмеженні роботи сфери обслуговування, у 2020 р. зафіксується масштабне скорочення КЗР, зменшення кількості місць та розміщення осіб.

Для початку розглянемо чисельність відвідувачів готелів. Потрібно зазначити, що до них входять як іноземні відвідувачі, так і громадяни країни, які з певних причин мали звернутися для отримання послуг проживання. Останніми роками чисельність іноземних туристів в Україні зростає. Цьому сприяє популяризація туристичних місць країни. Більшість іноземних туристів надають перевагу проживанню у КЗР. Для прикладу, у 2014 р. загальна кількість людей,

які зупинялися в готелях, склала 5,4 млн. осіб, з них іноземці – 551 тис.. А в 2018 р. загальна чисельність зросла до 7 млн. осіб, з них 917 тис. – іноземці. Найбільша чисельність осіб, що перебували у КЗР, зареєстрована у Києві – 1,2 млн. осіб. Очевидно, що готельний бізнес таки приваблює нових клієнтів.

Ще одним важливим критерієм розвитку є кількість активних КЗР. Можна дійти висновку, що готельний бізнес України поступово розвивається, оскільки з кожним роком число КЗР зростає.

Так, у період 1995-2010 рр. кількість підприємств готельного типу зросла з 1396 до 1731 од., а кількість місць збільшилася з 62,3 тис. до 79,8 тис. У 2011 р. картина кардинально змінилася. Кількість КЗР склала 5882 од., кількість місць – 567,3 тис. од. Тобто, за один рік кількість готельних підприємств зросла більш ніж на 4 тис., кількість місць збільшилася у 7 разів!

*Таблиця 2.3*

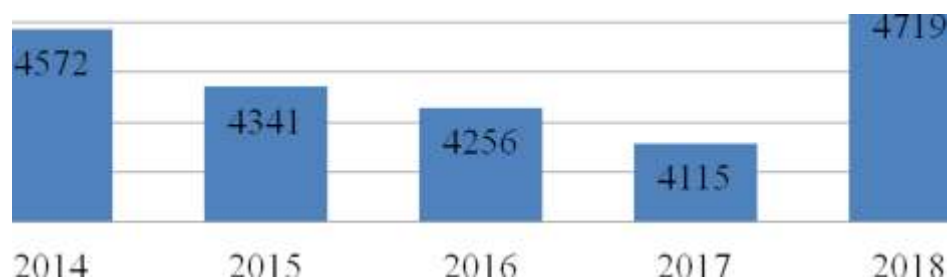
#### **Колективні засоби розміщування в Україні за 1995-2010 роки**

<b>Роки</b>	<b>Показники</b>	
	<b>Кількість підприємств готельного типу</b>	<b>Кількість номерів</b>
<b>1995</b>	1396	62360
<b>1996</b>	1368	60601
<b>1997</b>	1375	58464
<b>1998</b>	1328	55487
<b>1999</b>	1326	51450
<b>2000</b>	1308	51012
<b>2001</b>	1258	49966
<b>2002</b>	1254	51107
<b>2003</b>	1218	50412
<b>2004</b>	1192	50414
<b>2005</b>	1232	51686
<b>2006</b>	1269	53645
<b>2007</b>	1420	62165
<b>2008</b>	1595	71580
<b>2009</b>	1684	76019
<b>2010</b>	1731	79833

*Джерело: систематизовано автором на основі матеріалів [9]*

Одразу виникають питання щодо причин значного статистичного стрибка. Однозначну відповідь дати складно. Можливо, таке різке збільшення пов'язане зі змінами у законодавстві, перерахунком та впровадженням нового ведення документації.

Через загострення політичного стану в країні, статистика від 2014 р. не враховує тимчасово окуповані території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окуповані території Донецької та Луганської обл.. Тому, статистика за 2014 р. зазначає, що загальна кількість КЗР склала 4572 од., а кількість місць – 406 тис. одиниць (рис. 2.1).



*Рис. 2.1. Динаміка кількості засобів тимчасового розміщення у період 2014-2018 рр., в од.*

*Джерело: систематизовано автором на основі матеріалів [9]*

Як показано на рис. 2.1., з 2014 по 2017 рр. число КЗР поступово зменшувалося, проте у 2018 р. кількість КЗР в Україні зросла на 604 од. та склала 4719 од., з них готелі та аналогічні засоби розміщення – 2777, інші засоби розміщення – 1942. Зареєстровано 1591 юридичних осіб та 3128 фізичних осіб-підприємців. На думку автора, кількість КЗР може бути значно більшою, адже не всі заклади розміщення ліцензують свої послуги.

Найбільша кількість КЗР в країні знаходиться на території Одеської обл. – 177 од., наступною йде столиця, м. Київ, – 140 од. та територія Львівської обл. – 129 од.. Така ситуація пояснюється тим, що Одеська обл. є найпопулярнішим регіоном у літній сезон, м. Київ – найбільший центр ділового туризму в Україні, а Львівська обл. має найбільшу концентрацію історико-культурних пам'яток.

Найменша кількість засобів розміщення розташована у найменшій області України, Чернівецькій, – 11.

Окремо варто розглянути та проаналізувати статистичні дані щодо кількості «аналогічних» та «інших засобів розміщення». До «аналогічних засобів розміщення» відносяться мотелі. За інформацією з сайту Booking.com, у Карпатах розташовано 15 мотелів, в Львівській обл. – 17, у Закарпатті – 13, у Івано-Франківській обл. – 11. До «інших засобів розміщення» належать хостели, будинки відпочинку, пансіонати, туристичні бази та кемпінги. У Києві налічується 178 хостелів, у Львові – 92, в Одесі – 61, у Харкові – 30, у Дніпрі – 21, Ужгороді – 21, Чернівцях – 13, Івано-Франківську – 10. В інших містах України налічується менше 10 хостелів. На теренах Карпатських гір, в Одесі, Буковелі, Івано-Франківську, Дніпропетровській обл. розміщено 24 кемпінги.

Згідно з рис. 2.2., кількість номерів у період з 2014 по 2018 рр. поступово зменшувалася. Найбільше скорочення відбулося у 2018 р.. У порівнянні з 2017 р., кількість місць (номерів) знизилася з 358 тис. до 300 тис., кількість кімнат склала 71132 од. Середня місткість КЗР по Україні склала 114 од. Кількість ночівель досягла позначки у 12,7 млн. ночей.



Рис. 2.2. Динаміка кількості місць розміщення у період 2014-2018 рр., в тис.

Джерело: систематизовано автором на основ матеріалів [9]

Загальна кількість днів роботи КЗР – сума роботи всіх готельних підприємств у місті/області. Даний критерій залежить від кількості КЗР та його відвідувань. Так, у 2018 р. загальна кількість днів по Україні склала 378 тис.. Найбільше днів відпрацьовано у м. Київ – 46,5 тис., у Львівській обл. –

41,9 тис. та Одеській обл. – 33,4 тис. Найменша кількість днів зафіксована у Чернівецькій, Тернопільській та Сумській обл. – менше 5 тис. на кожную область.

Середня кількість днів роботи КЗР – загальна кількість днів поділена на календарний рік. У 2018 р. по Україні вона склала 238 днів.

З цих даних можна дійти висновку, що готельний бізнес активно функціонує по всій Україні, в залежності від можливостей регіонів.

Хоча готельний бізнес не є найприбутковішим сегментом індустрії, він вносить свою лепту в бюджет країни. Згідно з даними Державної Статистики України, за 2019 р. на теренах України було надано чимало послуг у сфері розміщення. За I квартал, обсяг реалізованих послуг у секторі «Тимчасове розміщення й організація харчування» склав 6983323,9 тис. грн..

Починаючи з II кварталу, у статистичних даних з'являється розмежування на «Тимчасове розміщення» та «Діяльність із забезпечення стравами та напоями». Таким чином, загальна сума склала 8474398,8 тис. грн., з них тимчасове розміщення – 2710019,2 тис. грн.

Загальний сектор у III кварталі отримав 9457806 тис. грн., з них доходи тимчасового розміщення склали 3456025,1 тис. грн.

Загальний обсяг у IV кварталі склав 8511554,1 тис. грн., з них тимчасове розміщення – 2419969,1 тис. грн. (табл. 2.4.)

*Таблиця 2.4*

#### Обсяг реалізованих послуг у 2018 році

Квартал	Показники в тис. грн.	
	«Тимчасове розміщення й організація харчування»	з них «Тимчасове розміщення»
<b>I</b>	6983323,9	-
<b>II</b>	8474398,8	2710019,2
<b>III</b>	9457806	3456025,1
<b>IV</b>	8511554,1	2419969,1

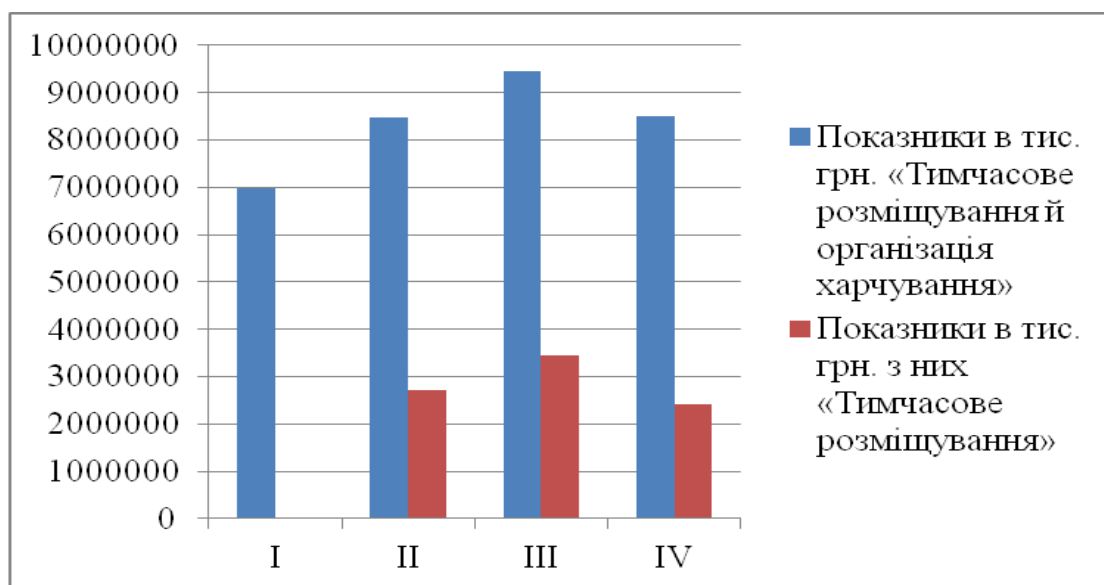
*Джерело: систематизовано автором на основі матеріалів [9]*

Підсумовуючи вище наведені дані, можна дійти висновку, що III квартал (липень, серпень, вересень) був найуспішнішим (рис. 2.3.). Дану ситуацію можна



пояснити тим, що саме на цей період припадає найбільша кількість відпусток та подорожей у країні.

Динаміку обсягів реалізованих послуг з тимчасового розміщення та організації харчування за 2019 р. представлено на рис. 2.3.



*Рис. 2.3. Динаміка обсягів реалізованих послуг «Тимчасове розміщення й організація харчування» за 2019 р.*

*Джерело: систематизовано автором на основі матеріалів [9]*

Як було зазначено раніше, потенційні клієнти готельних підприємств найчастіше звертають увагу на рейтинг (зірки) готелю. В Україні існує 28 готелів, володарів 5 зірок. У Києві знаходиться вісім 5-зіркових готелів, у Львові – 5, в Одесі – 15, в Харкові – 3. 4-зіркових готелів значно більше: Київ – 33, Одеса – 241, Харків – 33. Під час аналізу рейтингової системи в Україні мінусом стала відсутність офіційних даних щодо «зірковості» готелів, тому автор взяв за основу інформацію з сайту Booking.com. Хоча сайти бронювання не є найнадійнішим джерелом, вони мають багато інформації щодо готелів та їх стану. Так, позитивні та негативні відгуки в Інтернеті показують більш реальну обстановку всередині готелю, ніж офіційні сайти готелів з детальним описом.

Отже, готельний бізнес є перспективним напрямом бізнесу, адже його діяльність з кожним роком набирає все більших обертів. Чисельність споживачів зростає, прибутки від роботи готельних підприємств вносять чималу лепту у бюджет країни. Негативним показником є зменшення кількості КЗР та місць розміщення.

### **2.3. Аналіз чинників, що впливають на розвиток готельного бізнесу в Україні**

Є два типи чинників, що впливають на розвиток готельного бізнесу: зовнішні (поза межами готелю) та внутрішні (у самому готелі). До зовнішніх належить економіка, політика, сезонність.

Економіка є дуже важливою для розвитку готельного бізнесу. Від неї залежить направлення готелів, їхні витрати, податки, доходи, прибуток тощо. Актуальною економічною проблемою стало поширення пандемії COVID-19. Через необхідність карантину сфера надання послуг зазнає значних збитків. На даний момент пішло значне скорочення туристичних поїздок. Кордони України закриті, що унеможлиблює в'їзний туризм. Внутрішній туризм страждає також. Це не оминає і готельний бізнес. По суті, готельні підприємства припиняють обслуговувати своїх клієнтів, втрачають дохід, працюють в мінус, або простоюють.

Зовнішня політика безпосередньо впливає на успішність будь-якого бізнесу. Відносини між країнами та з міжнародними організаціями вносять значну лепту як у розвиток країни, так і у розвиток окремих сфер діяльності. Так, міжнародна співпраця країн дозволяє перейняти досвід інших країн з приводу туризму та готельного бізнесу, полегшує туризм між країнами. Міжнародні асоціації слідкують за правильністю організації діяльності, забезпечують своїх учасників інформацією, управляють цінами та якістю готельних послуг.

Позитивним чинником для розвитку українського туризму та готельного бізнесу є безвізовий режим з Європою, міжнародна співпраця з країнами Європи.

Негативним чинником є війна на сході України та анексія Криму. Через військові дії Україна втратила територію, частину колективних засобів розміщення та потенційних туристів, споживачів послуг.

Внутрішня політика (державне регулювання) впроваджує правила та закони щодо розвитку бізнесу, слідкує за виконанням своїх розпоряджень, проводить перевірки стану готелів. Особливості правового регулювання готельного бізнесу в Україні були розглянуто в пункті 1.3 даної роботи.

Готельний бізнес України залежить від сезонності. Так, послуги готелів Києва спрямовані на бізнес-сегмент, а тому влітку мають менше відвідувачів. Натомість готелі південних областей України перевантажуються за рахунок відпочиваючих на морях. Сезонну картину можна побачити і в готелях Західної України. Найбільший наплив споживачів спостерігається взимку та влітку через особливості даного регіону.

Основні чинники, що впливають на розвиток готельного бізнесу в Україні, згруповано та систематизовано на рис. 2.3



*Рис. 2.3. Чинники, що впливають на розвиток готельного бізнесу*

*Джерело: створено автором на основі спостереження*

До внутрішніх чинників належить матеріально-технічна база готелів, якість обслуговування, навички обслуговуючого персоналу.

Готельний бізнес в Україні є дуже перспективним для розвитку. Але, з точки зору студента, має декілька чинників, що негативно впливають на розвиток.

1. Недостатні навички працівників. Ця ситуація існує через брак добре підготованих кадрів. Навчання працівників готельної індустрії здійснюється за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанний бізнес». Згідно з інформацією на Інтернет-ресурсі Освіта.UA дану спеціальність пропонують 83 університети України [42]. Однак, хоч студенти і отримують теоретичні знання – на практиці цього буває недостатньо. Окрім закладів навчання, працівників мають навчати на роботі – проводити семінари, тренінги, що для невеликих готелів буває неможливим. Недостатня кваліфікація працівників готелю негативно впливає на якість надаваних послуг. Це призводить до невдоволеності клієнтів та зменшує шанс їхнього повторного візиту.

2. Недостатня чисельність працівників. Беручи до уваги світові стандарти, 10 готельних номерів мають обслуговувати від 4 до 20 спеціалістів. Але в Україні існує тенденція перевантаження малих готелів та браку необхідної кількості спеціалістів. На один готель може припадати менше 10 працівників. Таке перевантаження працівників впливає на їхню ефективність роботи та психоемоційний стан.

3. Невідповідність ціни та якості готельного сервісу. У порівнянні з європейськими, українські готелі часто завищують свою ціну для обслуговування, яке надають. Так, вартість проживання в готелі України може бути вдвічі дорожча, аніж в європейському готелі такої ж категорії. Це може бути пов'язано з низьким контролем за діяльністю готелів.

4. Низька якість готелів. В Україні, особливо в нетуристичних містах, більшість готелів не змінювалися з часів Радянського Союзу. Тому є проблеми з екстер'єром готелів – вони можуть виглядати не привабливо, не презентабельно на фоні інших готелів. Окрім цього, в таких готелях можуть бути застарілі меблі, санвузли, електрична мережа, відсутність технічних пристроїв та розрахунку картками. Деякі готелі відкрито не дотримуються техніки безпеки та охорони здоров'я своїх клієнтів. Прикладом цьому стала пожежа 13 серпня 2019 р. в

одеському готелі «Токіо Стар», в результаті якої загинуло 9 осіб. Через халатне відношення власників готелю, постраждали люди, що є неприпустимим для підприємств, чії послуги направлені на обслуговування людей.

5. Низька популярність українських маленьких готелів. Найбільш популярними готелями в нашій країні є готелі міжнародних ланцюгів, тому що потенційний споживач вже знає про можливості цих готелів. Малі готелі, не маючи схвалення, будучи «білою плямою» для клієнтів, не мають довіри до якості свого обслуговування.

На думку автора, для розвитку готельного бізнесу в Україні необхідно знизити вплив даних негативних чинників. Це можна зробити, використовуючи наступні завдання:

1. Покращити якість підготовки персоналу, включаючи збільшення кількості практичних годин в університетах. Практика допоможе майбутнім професіоналам набути потрібних навичок швидше та краще. Окрім того, необхідно ввести спеціальну підготовку в тих готелях, де її ще немає.

2. Збільшити чисельність готельного персоналу. Це допоможе знизити навантаження на працівників, що, в свою чергу, призведе до покращення їхньої продуктивності. Даний пункт залежить як від самих готелів, так і від держави, яка може встановити мінімальну чисельність персоналу для готелів.

3. Зрівняти ціну та якість обслуговування.

4. Провести ребрендинг і реорганізацію старих готелів. Це допоможе оновити готельну індустрію.

5. Рекламувати та розвивати малі готелі України. Необхідно просувати українські готелі на ринок послуг та зробити їх конкурентоспроможними.

6. Орієнтуватися на розвиток нових засобів розміщення. Враховуючи різноманітність природних та культурних пам'яток України, є доречним розвивати кемпінги, мотелі, хостели.

У країнах Європи великі готелі становлять 15-25% загальної готельних господарств, 75-85% - це мотелі та готелі типу. За результатами аналізу структури готельного господарства такі форми готельного господарства як мотелі, кемпінги,

бази, що надзвичайно поширені в інших країнах, в Україні практично не розвинені. Як свідчить міжнародний досвід, саме такі підприємства могли б дати суттєвий поштовх розвитку готельного господарства та створенню додаткової кількості робочих місць [6].

Окремою «проблемою» готелів є необізнаність деяких клієнтів щодо стандартів обслуговування. Вона визначається у надмірних вимогах деяких споживачів щодо готельних послуг. Наприклад, зупинившись у 2-3-зірковому готелі, клієнт може вимагати послуги, які не є притаманними для даної категорії. Навіть після урегулювання такого «конфлікту» недосвідчений клієнт може продовжувати наполягати на своєму, залишаючи невдоволені відгуки, що потім може створити помилкові враження у потенційних відвідувачів.

Без сумнівів, Україна має потужну базу колективних засобів розміщення. Для подальшого розвитку необхідно вирішити існуючі проблеми у готельному бізнесі та спрямувати зусилля на розвиток альтернативних засобів розміщення, таких як мотелі, бази, кемпінги тощо. Дуже перспективною є створення нових засобів розміщення, що є популярними у країнах Європи. Це може бути особливо успішним у Центральній та Західній Україні.

Отже, за результатами аналізу сучасного стану готельного бізнесу України було досліджено статистичні дані та чинники, що впливають на розвиток бізнесу. Статистику щодо готельного бізнесу надає Державна служба статистики. Дані щодо КЗР починаються з 1995 р. З того часу видно, що готельний бізнес поступово розвивається. У 2011 р. відмічається великий приріст КЗР. Було виявлено, що кількість КЗР та їх відвідувачів з кожним роком поступово зростає. Основними проблемами готелів є низька кваліфікація працівників, перевантаження готелів та застаріла техніка. Окрім готелів на теренах України працюють й інші види готельного розміщення, що ще раз доводить необхідність їхнього розвитку.

## РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

### 3.1. Перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні

Для визначення перспектив готельного бізнесу необхідно поглянути на його діяльність у цілому. Готельний бізнес значною мірою залежить від туризму. Він не може існувати без постійного попиту на свої послуги, тому чим сильніше розвинений туристичний потік до країни, тим якісніша її сфера обслуговування – вона має невпинно розвиватися.

Першим чином, для визначення перспектив готелів, необхідно з'ясувати, які види туризму є провідними в Україні. У ході дослідження було виявлено, що на території нашої держави переважають наступні види туризму:

- Діловий туризм (Київ, Харків, Одеса);
- Лижний туризм (Карпати);
- Паломницький туризм (Київ, Умань);
- Культурно-пізнавальний туризм (Карпати, Київська, Чернігівська, Волинська, Одеська, Львівська, Чернівецька, Тернопільська обл.);
- Лікувально-оздоровчий туризм (Карпати, Миколаївська, Херсонська, Полтавська обл.);
- Екологічний, сільський зелений туризм (маленькі осередки по всій території України).

Беручи до уваги наведену вище інформацію, можна зробити висновок, що найрозвиненішими у плані туризму є захід, північ та південь України. Можна припустити, що саме на цих територіях готельний бізнес має найбільші перспективи для розвитку.

Наступним кроком у пошуках перспектив є огляд найбільш підходящих готелів для окремих видів туризму. Для ділового туризму характерним є вибір великих готелів з приміщеннями для конференцій, нарад, конгресів, презентацій і т.п. Прикладом таких готелів є конгрес-готелі «Пуца» «Royal Congress Hotel»,

«Ambassador Plaza» (Київ). На сьогодні саме ці готелі найбільше відповідають заданим вимогам. Для подальшого розвитку у цьому напрямку необхідно покращити якість подібних готелів в інших бізнес-містах України. Часто, окрім конгрес-готелів для відрядження обираються малі стандартні готелі.

Беручи до уваги, що єдиною точкою лижного туризму є Карпати, потрібно звернути увагу на гірськолижні готелі-курорти (шале). Сайт Booking.com пропонує понад 900 таких видів розміщення та визначає найкращі з них: «Bukville», «Radisson Blu Resort Bukovel», «Gold Palace» (Буковель), «Guculka Apartments» (Яремче). В основному, ці готелі орієнтовані на заможних постояльців. Окрім готелів, на заході України розміщено багато гестхаусів. Значною проблемою лижного туризму в Україні є сезонність. Проте, це не заважає Карпатам приваблювати туристів, що прагнуть активно відпочити. З цього можна зробити висновок, що даний вид туризму має попит, готельна сфера добре розвинена та стабільно працює. Для повного розкриття потенціалу готельного бізнесу в цьому регіоні доцільно було б розмістити більше кемпінгів.

Паломницький та культурно-пізнавальний туризм не потребують особливих та специфічних послуг, тому для них підходять абсолютно всі види КЗР. Туристи мають найширший вибір розміщення, тому тут неможливо виділити окремі готельні підприємства, які б мали найбільші перспективи для розвитку. Можемо додати, що доцільно розвивати хостели (молодіжні готелі) в найпопулярніших точках культурного туризму (Київ, Львів, Одеса, Чернівці).

Натомість, інший вид туризму, лікувально-оздоровчий, потребує спеціальні умови, що надаються спеціалізованими закладами розміщення: пансіонатами, санаторіями та курорт-готелями. На жаль, такі підприємства найчастіше мають рамки, регламентовані законом, тому туди важко привнести нові ідеї для розвитку.

Найцікавішим у плані розміщення є сільський зелений туризм. Концепція даного туризму передбачає відпочинок у сільській місцевості у відповідно призначеній для цього садибі. Усе частіше люди шукають порятунку від шкідливого впливу великих міст на їхній організм та прагнуть усамітнитися з



природою. Саме тому зелений туризм набуває популярності. На території України зосереджена велика кількість природних та автентичних сільських місцевостей, що дає значний поштовх для розвитку даного туризму, а разом з ним удосконалюються садиби та еко-готелі. Окрім цього, Національна туристична організація України (НТО) оголосила 2020 рік роком розвитку туризму в регіонах та сільських місцевостях [39].

Таким чином ми визначили, що з погляду розвитку туризму в Україні, перспективним для готельного бізнесу є розвиток еко-готелів та садиб. Але не потрібно забувати про області, де туризм не такий активний. Попри невелику кількість потенційних споживачів, важливо розвивати готельний бізнес і на цих територіях. Тому, необхідно розробити концепт розвитку, який би включав у себе вирішення проблем готелів в не туристичних містах. Ймовірно, готельний бізнес наступні декілька років буде поступово розвиватися, адже Україна має для цього можливості: велика кількість готелів та туристична популярність. Фактором, що негативно впливатиме на стан готельного бізнесу найближчі декілька місяців, на даний момент є COVID-19, через який більшість готелів припинили свою діяльність, а туризм як зовнішній, так і внутрішній взагалі зійшов нанівець.

### **3.2. Напрями вдосконалення розвитку готельного бізнесу в Україні**

Світовий готельний бізнес невинно розвивається та протистоїть сьогодні сучасним викликам глобалізації. Свідченням цьому є поява інноваційних трендів розвитку, різноманітних видів готелів і готельних мереж, креативність їхнього екстер'єру, стандартів обслуговування споживачів.

Для того, щоб бути привабливим для відвідувачів, готельні підприємства завжди мають відповідати запитам суспільства. Беручи до уваги основні світові тренди у 2019 р., можемо констатувати наступне:

- попит на екологічність. ЗМІ та екоактивісти все частіше звертають увагу на екологічні проблеми, зумовлені антропогенним впливом на навколишнє середовище та важливість їхньому запобіганню. Таким чином, все більше людей переходять на екологічний спосіб життя та обирають безпечні для природи

продукти, товари й послуги. У 2019 р. Всесвітня туристична організація (UNWTO) спрогнозувала, що до 2020 р. буде здійснено близько 1,6 млрд. подорожей, пов'язаних з екологічною метою. Світовий готельний бізнес не стоїть осторонь цих змін. Готелі пропонують споживачам вегетаріанське меню, обирають засоби гігієни, тестування яких не проводилося на тваринах, та ін. Окрім цього, зросла популярність еко-готелів. Такі готелі не лише надають можливість відчувати єднання з природою, а й надають додаткові послуги на кшталт просвітництва в сфері екології. Блог компанії «Hotelscombined» запропонував список найкрасивіших еко-готелів у світі. До нього увійшли: «Garonga Safari Camp» (Фалабор, Південно-Африканська Республіка), «Lefay Resort & Spa Lago Di Garda» (Гаргано, Італія), «Thala Beach Lodge» (Порт-Дуглас, Австралія), «Park Hyatt Maldives Hadahaa» (Мальдіви), «The Park Hyderabad» (Гайдарабад, Індія), «Spice Island Beach Resort» (Сент-Джорджес, Гренада), «Alila Villas Soori» (Балі, Індонезія), «Six Senses Con Dao» (Кон Дао, В'єтнам), «Hi Hotel» (Ніцца, Франція), «Nix Island House» (В'єкес, Пуерто-Ріко) [73; 74];

– попит на технологічну зручність. XXI ст. стало найсприятливішим часом для технологічних відкриттів. Сьогодні споживач може отримати номер у готелі за допомогою декількох кліків на сайті. Більшість оплат здійснюється банківськими картками або переказом через Інтернет-банкінг, готівка переходить на другий план, а смартфон стає чи не найголовнішим предметом для людини. Тому, все більше готелів переходять на безконтактну оплату послуг і використовують системи онлайн-бронювання. Поступово все більше електронних помічників з'являється у готельних підприємствах. У своїй статті інтернет-журнал «Hotelier.pro» зазначав, що готельні мережі «Starwood Hotels and Resorts» та Hilton надають відвідувачам можливість замість ключів використовувати спеціальні програми у смартфоні. Також, за допомогою мобільного гаджету споживачі можуть регулювати температуру в номері, керувати освітленням і т. п. Найнезвичнішим персоналом готелю для пересічного відвідувача може стати персонал японського готелю «Henn-na Hotel» у місті Сасебо. Половину працівників становлять людиноподібні роботи. Останні зустрічають споживачів

на вході, працюють за стійками реєстрації та здійснюють прибирання у готелі. Раніше роботи складала більшу частину персоналу. Проте, подібний досвід не зміг зменшити витрати чи навантаження на звичних для нас працівників готелю [43; 68; 72].

Готельний бізнес не лише пристосовується до світових трендів, а й розвиває свою індустрію. Популярність набирають нові види готелів, що ще не «приїлися» вибагливому туристу. На сьогодні існує безліч спеціальних туристичних готелів. Найпоширенішими видами готелів є бізнес-готелі, апарт-готелі, бутик-готелі, гірськолижні готелі, курорт-готелі, СПА-готелі, кемпінги, хостели та мотелі. Кожен з цих видів зорієнтований на надання певних, особливих лише для нього, послуг [19].

Крім того, є готелі, концепція яких вражає своєю нестандартністю. Часто споживачі прагнуть відпочити від буденності та шукають щось цікаве. У даному випадку, звичайні готельні підприємства, «міські коробки», не можуть конкурувати з тими готелями, що зацікавлюють своїм виглядом. Прикладами таких готелів є:

– «Icehotel» (Юккас'ярв, Швеція). Це найбільший льодовий готель світу. Особливістю даного готелю є те, що він повністю створений з льоду, а його кімнати відбудовуються кожен рік. Попри низькі температури є популярним серед туристів (Додаток А);

– «Green Plaza Shinjuku Capsule Hotel» (Токіо, Японія). Конструкція номерів схожа на капсули космічних кораблів. У кожній капсулі може розміститися лише одна людина. Готель призначений лише для чоловіків і не обслуговує людей з татуванням;

– «Tree hotel» (Харадс, Швеція). Номери готелю мають незвичну форму та знаходяться на деревах. На декількох деревах знаходяться дзеркальний куб, пташине гніздо та НЛО, у якому можуть розміститися споживачі (Додаток Б);

– «Woodlyn Park» (Північний острів, Нова Зеландія). Цей готель може запропонувати чотири варіанти розміщення: у вагоні поїзда 1918 р., всередині

бойового літака, у патрульному катері та у будинках хоббітів – чарівних істот літературного Всесвіту Толкієна;

– «Montana Magica Lodge» (Нельтуме, Чилі). Знаходиться у природному заповіднику. Зовні готель має вигляд оповитого рослинами вулкана з водоспадом замість лави [69].

Готельний бізнес має пропонувати користувачам не лише гарну картинку, а й бездоганний сервіс. Міжнародні стандарти обслуговування готелів розробляють такі організації як H&RA, UNWTO, ICCA та ін. Основами бездоганного сервісу є: технологія обслуговування, поведінка персоналу та чисельність персоналу.

Для того, щоб готелі України стали більш привабливими для іноземних туристів, вони мають відповідати стандартам і трендам світового готельного бізнесу. Україна також може запозичити досвід вище розглянутих готелів для того, щоб створити власну індустрію гостинності з унікальним готельним сервісом. Більше того, на теренах України вже існують конкурентоспроможні незвичайні готелі. Зокрема:

– «Готель Історія» (Поляниця, Буковель). У готелі немає однакових номерів. Кожна кімната присвячена певному періоду історії України. Три номери показують Стародавню історію («Печера», «Трипілля», «Скіфія» (Додаток В)), 4 номери – Середньовіччя («Київська Русь», «Княжий», «Козацтво», «Кріпацтво») та ще 3 – Новітній період («УПА» (Додаток Д), «Класика», «Молодіжний») [48];

– Еко-готель «Friend House» (Кіровське, Дніпропетровська обл.), що створений з екологічних матеріалів: дерево, глина, очерет. Готель отримав Гран-Прі X Міжнародного фестивалю архітектури та дизайну в рамках Першої московської бієнале і приз журі на ArchiBau Awards/ArchiEurope. Є закритим для загального користування (Додаток Е) [38];

– Ресторан-садиба «Грибова Хата» (Поляниця, Буковель). Форма готелю нагадує гриб та не має жодного прямого кута. Інтер'єр виконаний у карпатському стилі, а всі меблі є авторської роботи;

– «Ice Hotel Bukovel» (Буковель). Перший готель України зі снігу та льоду. Розташований на території туристичного комплексу «Буковель». Навесні тане, а тому кожного сезону перебудовується;

– «IQ Hotel» (Київ). Готель використовує техніку «Розумний дім» – систему домашніх пристроїв, що можуть виконувати повсякденні дії без участі людини (Додаток Ж).

Отже, вже існуючі готелі України мають дотримуватися встановлених готельних стандартів. У готелях має бути справна матеріально-технічна база, кваліфікований персонал, а його чисельність повинна відповідати розмірам і концепції готелю.

Таким чином, для успішного розвитку готельного бізнесу в Україні, необхідно відповідати запитам споживачів послуг, орієнтуватися на їх смаки й уподобання, відслідковувати тенденції та створювати конкурентоспроможні пропозиції. Україна має дослідити досвід розвитку готельного бізнесу в інших країнах, де почали відходити від звичайних готелів і створювати нові креативні ідеї готельного сервісу, та запозичити кращі світові практики.

Найголовнішим на даному етапі діяльності готельного бізнесу є знаходження нових, перспективних ідей для розвитку. Саме тому, для цього ми розробили концепт та план дій щодо розвитку готельного бізнесу в Україні на найближчу перспективу. У ньому визначено наявні плюси та мінуси діяльності готельного бізнесу, дії щодо їх усунення та напрями для подальшого розвитку індустрії.

### ***Концепт розвитку готельного бізнесу***

Розвиток готельного бізнесу має розвиватися за 3 основними напрямками: безперебійна робота всередині готелів, рівні умови для засобів розміщення в Україні та високий рейтинг у світі.

***Мета:*** розвиток готельного бізнесу в Україні.

***Місія:*** запропонувати можливі напрями розвитку готельного бізнесу, створити сприятливі умови для їх реалізації.

***Цілі:***

1. Усунути наявні проблеми та недоліки сфери гостинності;
2. Розробити план розвитку;
3. Конкурентоспроможність та промоція готельного бізнесу на міжнародній арені.

### *Аналіз готельного бізнесу України*

**Загальна характеристика.** На території України присутня велика кількість КЗР, проте готельний бізнес розвивається нерівномірно. Найбільший розвиток мають підприємства, зосереджені на заході, півночі та півдні України, найменше – центр і схід країни. Найшвидше розвиваються готелі. Усі інші види готельних підприємств відносяться до «аналогічних» або «інших засобів розміщення», що значно перешкоджає їхньому розвитку. Серед українських готелів мало таких, що відомі за межами країни.

Останніми роками світовий готельний бізнес стрімко розвивався, з чого український готельний бізнес має брати приклад.

**Основні мережі.** «Premier Hotels», «Radisson», «Hilton», «Hyatt2», «InterContinental» і т. д.

**Уподобання споживачів.** Відвідувачі прагнуть комфорту та високої якості обслуговування. Найпопулярнішими засобами розміщення є готелі в рекреаційних, розважальних, історико-культурних локаціях та у бізнес-містах. Найчастіше, споживачі зупиняються в 3-4-зіркових готелях. Відвідування українських готелів залежить від сезонності.

Жоден бізнес не може працювати без чіткого визначення його сильних та слабких сторін, вивчення можливостей та загроз діяльності. В ході дослідження було помічено низку недоліків, які значно знижують темпи розвитку готельного бізнесу в Україні. Виходячи з цього, необхідним є комплексний аналіз, що дозволить критично оцінити ефективність готельного бізнесу в нашій державі. З цією метою доцільно застосувати такий метод стратегічного аналізу як SWOT-аналіз, що орієнтований на визначення сильних сторін та можливостей, а також виявлення загроз і слабких сторін у функціонуванні індустрії гостинності (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1

## SWOT-аналіз

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Велика кількість готелів; 2. Популярні туристичні локації; 3. Потенційно популярні туристичні локації;	1. Немає чіткого розділу між «аналогічними» та «іншими» засобами розміщення (мотелі, хостели, кемпінги і т.п.); 2. Слабка підтримка держави; 3. Низькі можливості готелів в нетуристичних містах (стара матеріально-технічна база, некомпетентний персонал, відсутність техніки безпеки, орієнтація на давно минулі стандарти обслуговування); 4. Залежність від сезону.
Можливості	Загрози
1. Зріст грошових надходжень; 2. Покращення готельного сервісу; 3. Можливість розвитку готельного бізнесу; 4. Збільшення популярності на міжнародному ринку послуг.	1. Відсутність чіткого впливу на готельні підприємства; 2. Значний зріст витрат; 3. Несприятливі зміни економіки та політики.

*Джерело: розроблено автором на основі власного аналізу та спостереження*

За даними табл. 3.1 з'ясовано, що кількість слабких і сильних сторін, можливостей та загроз майже однакова, що є непоганим показником для бізнесу. Найперше, що потрібно зробити – усунути недоліки в роботі готелів у маленьких непопулярних містах. На жаль, визначені загрози неможливо усунути без змін у державному управлінні. Винятком є «зріст витрат», які кожен готель може самостійно здійснити моніторинг.

Наступним етапом аналізу необхідним є ґрунтовне дослідження впливу факторів зовнішнього середовища непрямої дії, що згруповано нами та представлено за групами факторів у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

## PEST-аналіз

Політичні фактори	Економічні фактори
1. Нестабільність політичної ситуації в країні; 2. Воєнні дії в країні; 3. Відсутність державної готельної асоціації; 4. Регулювання бізнесу законодавчими актами; 5. Вільна можливість створення бізнесу.	1. Нестабільна економічна ситуація в країні; 2. Карантин через пандемію COVID-19 (обмеження у роботі сфери обслуговування); 3. Загроза світової економічної кризи.
Соціальні фактори	Технологічні фактори
1. Цільова аудиторія 3-зіркових готелів – громадяни України; 2. Цільова аудиторія 4-5-зіркових готелів – іноземці; 3. Високі очікування відвідувачів; 4. Необізнаність деяких клієнтів щодо стандартів обслуговування в залежності від класифікації.	1. Період розвитку Інтернету, мобільних технологій і т. п.; 2. Застаріла технічна база у деяких готелях.

*Джерело: розроблено автором на основі власного аналізу та спостереження*

Можна дійти висновку, що найбільший вплив на готельний бізнес здійснюють політичні та економічні фактори. На даний час вони є найнесприятливішими для розвитку. Саме вони гальмують будь-який прогрес та не дозволяють готельним підприємствам діяти відповідно до їхніх можливостей та потенціалу. Аналіз соціальних та технологічних факторів показав, що всі вони придатні до швидкого коригування (менше 1 року).

Отже, за результатами проведеного стратегічного SWOT-аналізу можемо запропонувати наступний стратегічний план розвитку, що дозволить вирішити існуючі проблеми (табл. 3.3).

Підсумовуючи наведене вище, можемо зробити наступний узагальнюючий висновок, що для успішного розвитку готельного бізнесу необхідно відповідати



**Пропозиції щодо стратегічного плану розвитку  
готельного бізнесу в Україні**

<b>№ з/п</b>	<b>Проблема, можливість</b>	<b>Дія</b>	<b>Що зміниться</b>
1	Відсутність чіткого розподілу між «аналогічними» та «іншими» засобами розміщення	Припинити відносити мотелі, хостели, кемпінги до однієї групи. Створити для них свій розділ, правила та обов'язки організації в законодавстві	Альтернативні засоби розміщення зміцнять свої позиції на ринку розміщення та матимуть державну охорону
2	Слабка підтримка держави	Привернути увагу держави до готельного бізнесу	Розширення законодавства щодо готельного бізнесу, створення стратегій розвитку, матеріальна підтримка
3	Низькі можливості готелів у нетуристичних містах	Створити підтримку та спеціальну організацію для перевірки діяльності підприємств	Покращення функціонування готелів
4	Перевантаженість готелів	Слідкувати за чисельністю персоналу у готелях. Не допускати перевантаження працівників	Зниження навантаження на працівників, поліпшення їхньої роботи. Покращення якості обслуговування
5	Недостатні навички працівників	Покращити систему підготовки спеціалістів готельно-ресторанного бізнесу, розширити набір на навчання, мотивувати абітурієнтів обирати дану професію. Заохотити готельних керівників організувати для їх персоналу кваліфікаційні підготовки	Покращення якості обслуговування

Закінчення табл. 3.3

6	Підвищити популярність українських засобів розміщення	Відслідковувати світові готельні тенденції, заохотити створення нових підприємств розміщення, створювати та розвивати нові готелі	Популярність українських готелів призведе до зросту їхніх грошових надходжень
7	Просунути готельний бізнес на міжнародну арену	Вступити до міжнародних готельних асоціацій. Створити державні організації	Популярність та впізнаваність українських послуг серед іноземних туристів

*Джерело: розроблено автором на основі власного аналізу та спостереження*

вимогам споживачів послуг, відслідковувати тенденції та створювати конкурентоспроможні пропозиції. Україна може повчитися цьому в інших країн, де почали відходити від звичайних готелів та створювати нові креативні ідеї.

Необхідно усунути наявні слабкі сторони, зміцнити сильні сторони та проаналізувати фактори зовнішньої сфери, що можуть вплинути на розвиток готельного бізнесу. На даний момент більшість факторів зовнішньої сфери є негативними для реалізації даних напрямів.

### **3.3. Ефективність запропонованих напрямів з удосконалення розвитку готельного бізнесу в Україні**

Нами було запропоновано напрями з удосконалення розвитку готельного бізнесу в Україні. Проте, перш ніж забезпечити їх практичну реалізацію, необхідно визначити ефективність цих напрямів. Зокрема:

1. Звернути увагу на тенденції готельної індустрії у світі. Дослідження ефективних світових практик організації та розвитку готельного бізнесу допоможе нам краще зрозуміти потреби, смаки й уподобання споживачів готельних послуг. Світ постійно змінюється, а з ним і все, що йому належить.

Готельний бізнес завжди має йти в ногу з часом та пристосовуватися до нових реалій та адаптуватися до глобалізаційних викликів.

2. Заохочувати створення нових видів готельних підприємств. На теренах України існує багато видів розміщення, окрім готелів. Але їм приділяється занадто мало уваги. Важливо створити альтернативу для споживачів у готельному бізнесі. Це допоможе розвинути мережу розміщення. Окрім розвитку мотелів, костелів, кемпінгів, що вже існують, можна створити нові (для України): готелі Bed & Breakfast, гест-хауси, лоджі та ін.

3. Стимулювати керівників готельних підприємств до проведення більш ретельної перевірки власних засобів (оновлювати матеріально-технічну базу, проводити кваліфікаційні роботи з працівниками, забезпечувати повну безпеку та комфорт клієнтам). По-перше, це буде для них корисно для покращення якості обслуговування; по-друге, це допоможе убезпечити постояльців від нещасних випадків.

4. Звернути увагу на незвичайні готелі світу та розглянути можливі варіанти для України. У XXI ст. для готелів вже недостатньо пропонувати нічліг. З'являється все більша потреба у зацікавленні клієнтів. Відвідувачів приваблює нестандартність та оригінальність, тому країни Європи все частіше дивують людей незвичними концепціями. Український готельний бізнес потихеньку починає створювати нові задумки.

5. Рекламувати українські нестандартні готелі. Недостатньо лише створити креативний готель. Про нього повинні дізнатися люди. Тому, для них є важливим створення маркетингової стратегії. В Україні вже існують цікаві готелі, проте про деякі з них знає мало потенційних споживачів.

6. Створити сприятливі умови для розвитку малого та середнього бізнесу. Малий і середній бізнес є важливими для готелів, адже окрім великих готельних мереж є й малі готелі та фізичні особи-підприємці, бізнес яких залежить лише від їхнього прибутку. Так, багато підприємств, що надають розміщення в курортних містечках, працюють лише у сезон. Весь інший час такі

підприємства простоюють, але їх все одно необхідно утримувати (обігрівання, ремонт, прибирання).

7. Держава має створити спеціальну організацію для перевірки готельних підприємств. Спеціальна організація для перевірки може змінити інколи халатне відношення керуючих готелями щодо їхньої роботи та якості їхніх підприємств.

8. Вести міжнародну співпрацю з країнами, готельний бізнес яких є одним з найкращих у світі (країни Скандинавії, США, і т.п.). Завдяки Міжнародній співпраці з іншими країнами Україна може отримати нові знання та досвід щодо ведення готельних справ.

9. Здобути членство у міжнародних готельних організаціях для вивчення та запозичення досвіду інших країн. Міжнародні готельні організації підтримують своїх членів, надають їм допомогу, слідкують за їх діяльністю та надають стандарти обслуговування.

Усі ці напрями є достатньо перспективними та можливими для реалізації на теренах України, якщо приділити на них достатню кількість коштів та уваги.

Проте, чи можуть вони бути задіяні саме зараз. У зв'язку з останніми подіями в світі, пов'язаними з пандемією COVID-19, готелі більшості країн світу на даний момент змушені були призупинити/скоротити свою діяльність. Тому, на думку автора, найголовнішим напрямом 2020-2021 рр. у розвитку готельного бізнесу буде відновлення своєї роботи та відшкодування завданих збитків.

Після закінчення карантинних обмежень масовий туризм ще довго не зможе повернутися до кількості поїздок попередніх років, адже нині є велика загроза світової економічної кризи. Достатньо мало людей зможуть дозволити собі подорожі та зупинки у засобах розміщення. Ймовірно, більшість малих готельних підприємств припинять свою діяльність, адже не зможуть повернути витрачені кошти на підтримання готелів у робочому стані. Для великих мереж також настануть скрутні часи, але вони зможуть втриматися на ринку за рахунок заощаджень коштів та підтримки власників.

Таким чином, запропоновані нами напрями розвитку можуть бути ефективними. Вони сприятимуть подоланню проблем, пов'язаних зі станом та діяльністю готельних підприємств, станом бізнесу в Україні та світі. Але, для виконання даних напрямів спочатку необхідно буде стабілізувати роботу готелів, несподівано підірвану непередбачуваними факторами.

Отже, можна дійти висновку, що для покращення діяльності готельного бізнесу, він має відповідати основним трендам розвитку суспільства. Необхідним є спостереження за економічними, політичними та соціальними причинами країни, що можуть вплинути на її готельний бізнес. Використовуючи запропоновані напрями, можливо досягти всебічного розвитку готельної сфери та вивести її на конкурентоспроможний рівень з іншими країнами.

## ВИСНОВКИ

За результатами розгляду теоретико-методичних аспектів і практичних рекомендацій щодо розвитку готельного бізнесу, можемо зробити наступні узагальнюючі висновки.

1. Досліджено, що готельний бізнес бере свій початок у II тис. до н. е. На його розвиток впливало багато факторів: кочування, паломництво, торгівля, передача пошти, перегони між готельними ланцюгами для отримання першості на ринку послуг.

Кожен період розвитку має свої особливості, притаманні саме для його епохи. Так, для доби Античності характерними є постійні двори, корчми та таверни. Доба Середньовіччя пов'язана з поширенням християнства та розвитком госпіцій. Новий час характеризується розвитком всередині готелів та появи готельного бізнесу в США. У добу Новітнього часу готелі мають змогу розвиватися у будь-якому напрямку, створюючи все більше незвичайних концепцій та нових видів розміщення.

Розвиток готельного бізнесу в Україні не поступався розвитку готелів Європи аж до середини XX ст.

2. З'ясовано, що готельний бізнес – одна зі складових туристичної індустрії, що спрямований на задоволення таких потреб споживача як надання житла, харчування та побутових послуг.

3. Встановлено, що сучасний стан готельного бізнесу потребує змін, які, насамперед, стосуватимуться удосконалення нормативно-правової бази, а також реновації матеріально-технічної бази більшості готелів і створення можливостей для їх розвитку та підвищення рівня сервісу. На даному етапі функціонування готельного бізнесу видно багато слабких сторін і загроз для його дальшої ефективної діяльності.

4. Здійснено статистичний аналіз показників діяльності готельного бізнесу. Так, станом на 2018 р., в Україні діяло 4719 засобів тимчасового розміщення

(проживання). До статистичних даних увійшли всі офіційно зареєстровані готелі, хостели, мотелі, кемпінги та інші типи засобів розміщення в країні.

З 2014 по 2017 рр. число КЗР поступово зменшувалося, проте, у 2018 р. кількість КЗР в Україні зросла на 604 од. та склала 4719 од., з них готелі та аналогічні засоби розміщення – 2777, інші засоби розміщення – 1942. Було зареєстровано 1591 юридичних осіб та 3128 фізичних осіб-підприємців.

Найбільша кількість колективних засобів розміщення розташована у містах та областях з найбільшим потоком туристів: на території Одеської обл. – 177 од., у м. Київ – 140 од. та на території Львівської обл. – 129 од. Найменше готельних підприємств зосереджено у Чернівецькій, Тернопільській, Волинській і Житомирській області.

5. Досліджено, що найбільшим попитом серед іноземних туристів користуються 4-5-зіркові готелі, особливо, готелі міжнародних мереж. Бюджетні 3-зіркові готелі найчастіше обслуговують внутрішніх туристів.

Загалом чисельність іноземних туристів в Україні зростає. Якщо у 2014 р. загальна кількість споживачів, які зупинялися в готелях, склала 5,4 млн. осіб, з них іноземці – 551 тис., то в 2018 р. загальна чисельність зросла до 7 млн. осіб, з них 917 тис. – іноземці. Найбільша чисельність осіб, які перебували у КЗР, зареєстрована у Києві – 1,2 млн. осіб.

6. Встановлено, що окрім готелів, готельний бізнес України має й інші аналогічні засоби тимчасового розміщення. Так, у Карпатах розташовано 15 мотелів, у Львівській обл. – 17, у Закарпатті – 13, у Івано-Франківській обл. – 11. У Києві налічується 178 хостелів, у Львові – 92, в Одесі – 61, у Харкові – 30, у Дніпрі – 21, Ужгороді – 21, Чернівцях – 13, Івано-Франківську – 10. В інших містах України налічується менше 10 хостелів. На теренах Карпатських гір, в Одесі, Буковелі, Івано-Франківську, Дніпропетровській обл. розміщено 24 кемпінги.

У цілому порівняно з 2017 р. кількість місць (номерів) знизилася з 358 тис. до 300 тис., а кількість кімнат склала 71132 од.

7. Здійснено аналіз статистичних даних щодо обсягу реалізованих послуг. Так, за I квартал 2019 р. обсяг реалізованих послуг у секторі «Тимчасове розміщування й організація харчування» склав 6983323,9 тис. грн. Починаючи з II кварталу, у статистичних даних з'являється розмежування на «Тимчасове розміщування» та «Діяльність із забезпечення стравами та напоями». Таким чином, загальна сума склала 8474398,8 тис. грн., з них тимчасове розміщення – 2710019,2 тис. грн. Загальний сектор у III кварталі отримав 9457806 тис. грн., з них доходи тимчасового розміщення склали 34560251 тис. грн. Загальний обсяг у IV кварталі становив 8511554,1 тис. грн., з них тимчасове розміщення – 2419969,1 тис. грн.

8 Досліджуючи перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні, встановлено, що 2020 рік оголошено роком розвитку туризму в регіонах та сільських місцевостях. Тому, у 2020 році необхідно звернути увагу на створення та розвиток екологічних готелів та сільських зелених садиб.

9. Розглянуто міжнародні практики розвитку готельного бізнесу та запропоновано їх імплементацію в Україні.

10. Проведено SWOT-аналіз розвитку готельного бізнесу, результати якого виявили наступні проблеми: відсутність чіткого розмежування КЗР, що відносяться до «аналогічних» та «інших засобів розміщення»; слабка підтримка держави; низькі можливості готелів в нетуристичних містах країни та залежність готельної діяльності від сезону. Загрозами можна вважати відсутність чіткого впливу на готельні підприємства, зріст витрат та несприятливі зміни в економіці та політиці.

Серед сильних сторін і можливостей виділено велику кількість готелів, популярні та потенційно популярні туристичні локації, зріст грошових надходжень, покращення готельного сервісу та збільшення популярності на міжнародному ринку.

11. За результатами PEST-аналізу встановлено фактори, що найсильніше впливають на розвиток готельного бізнесу. Так, політичними факторами є нестабільна ситуація та воєнні дії на сході країни, відсутність державної готельної



асоціації, регулювання бізнесу законодавчими актами та вільна можливість створення бізнесу. Серед економічних факторів можна помітити наступні: нестабільна економічна ситуація, карантинні заходи через пандемію COVID-19, загроза світової економічної кризи. У соціальні фактори увійшли вподобання постояльців (цільова аудиторія 3-зіркових готелів – громадяни України, 4-5-зіркових – іноземці), високі очікування відвідувачів та необізнаність деяких клієнтів щодо стандартних заходів обслуговування. Технологічних факторів виявилось найменше: період розвитку Інтернету та мобільних технологій, застаріла технічна база деяких готелів.

12. Запропоновано напрями з удосконалення розвитку готельного бізнесу в Україні. Зокрема:

- звернути увагу на тенденції готельної індустрії у світі та запозичувати кращі світові практики розвитку готельного бізнесу (наприклад, країн Скандинавії, США, і т.п.);
- заохочувати створення нових видів готельних підприємств;
- стимулювати керівників готельних підприємств до проведення більш ретельної перевірки власних засобів;
- звернути увагу на незвичайні готелі світу та розглянути можливі варіанти для України;
- рекламувати українські нестандартні готелі;
- створити сприятливі умови для розвитку малого та середнього бізнесу;
- держава має створити спеціальну організацію для перевірки готельних підприємств;
- здобути членство у міжнародних готельних організаціях для вивчення та запозичення досвіду інших країн.

На нашу думку, ці дії допоможуть максимально ефективно усунути наявні проблеми готельного бізнесу та сприяти його подальшому ефективному розвитку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В.В. Історія туризму: підруч. / В.В. Абрамов, М.В. Тонкошкур – Х.: Харківська національна академія міського господарства, 2010. – 294 с.
2. Артёмова Е.Н. Основы гостеприимства и туризма: учеб. пособ. / Е.Н. Артёмова, В.А. Козлова – Орёл: ОрёлГТУ, 2005. – 104 с.
3. Береговий Максим. Готельний бізнес: як відкрити готель? [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://uacredity.com/gotelnij-biznes-yak-vidkriti-gotel/> – Все про гроші та бізнес.
4. Березовая Л.Г. История туризма и гостеприимства: учеб. для академ. бакалавриата / Л. Г. Березовая. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 477 с.
5. Берещак Вікторія. Усе буде, якщо трохи зачекати. Підсумки 1 півріччя 2019 року в готельній нерухомості. [Електронний ресурс] Режим доступу: [https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya\\_nedvizhimost/use\\_bude\\_yakscho\\_trohi\\_zac\\_heckati\\_pidsumki\\_1\\_pivrichchya\\_2019\\_roku\\_v\\_gotelniy\\_neruhomosti](https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/use_bude_yakscho_trohi_zac_heckati_pidsumki_1_pivrichchya_2019_roku_v_gotelniy_neruhomosti)
6. Бойко М.Г. Організація готельного господарства: підруч. / М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало. – К.: Київ, нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 448 с.
7. Бородина В.В. Ресторанно-гостиничный бизнес: учет, налоги, маркетинг, менеджмент: учеб. / В.В. Бородина – М. : Кн. мир, 2001. – 164 с.
8. Державна служба статистики Києва. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.kiev.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=538&lang=1>
9. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> – Економічна статистика / Економічна діяльність / Туризм
10. Державне підприємство «Миколаївський науково-виробничий центр стандартизації, метрології та сертифікації» ДП «Миколаївстандартметрологія». [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://ncsms.com.ua/index.php/informatsijna-politika/statti/68-kategorizatsiya-goteliv-ta-inshikh-podibnikh-zakladiv-v-ukrajini> – Категоризація готелів та інших подібних закладів в Україні

11. Дусенко С.В., Шунина Е.В. Средства размещения для паломников: история и современность / С.В. Дусенко, Е.В. Шунина // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2009. – №4. – С.56-63
12. Еволюція розвитку світового готельного господарства. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://studopedia.org/14-1573.html>
13. Закони Хаммурапі. [Електронний ресурс] Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Закони\\_Хаммурапі](https://uk.wikipedia.org/wiki/Закони_Хаммурапі)
14. Закон України «Про туризм» від 15.09.95. № 324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1995. – № 31 – ст.24
15. Зінь Е.А., Регіональна економіка: підруч. / Е.А. Зінь. – К.: «ВД «Професіонал», 2007. – 528 с.
16. З початку 2019 року середня вартість номера у столичних готелях знизилася на 6%, а завантаженість готелів значно покращилася. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://budport.com.ua/news/15293-z-pochatku-2019-roku-serednya-vartist-nomera-u-stolichnih-gotelyah-znizilasya-na-6-a-zavantazhenist-goteliv-znachno-pokraschilasya>
17. Іванова Л.О. Світовий досвід застосування концепції маркетингу та франчайзингових систем у готельному бізнесі / Л.О. Іванова // Вісник Хмельницького національного університету.2010. – №5, Т.4. – С.172-177.
18. Ільїн Артем. Україна гостинна: як розвивається готельний ринок. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/iak-rozvyvaietsia-hotelnyi-rynok> – Hromadske
19. Какие бывают виды отелей? [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://puteshestvie.net/hotels/136-kakie-byvayut-vidy-oteley.html> – Путешествуйте по миру с нами!
20. Караван-сарай. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.wikiwand.com/uk/Караван-сарай>
21. Карпова Влада. Готельний бізнес: організаційні моменти. [Електронний ресурс] Режим доступу:

[https://bz.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/BZ008211](https://bz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/BZ008211) – Архів електронного видання «Бухгалтер&Закон».

22. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / В.Ф. Кифяк – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.

23. Классификация отелей [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://dreamhotels.ru/sistemyi-klassifikatsii-oteley/> – Dreamhotels.

24. Ключевые гостиничные тренды в 2020 году [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.frontdesk.ru/article/klyuchevye-gostinichnye-trendy-v-2020-godu>.

25. Круль Г.Я., Основи готельної справи: навч. посіб. / Г.Я. Круль. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с. [http://tourlib.net/books\\_ukr/krul.htm](http://tourlib.net/books_ukr/krul.htm).

26. Кто входит в штат гостиницы? [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://vele-rosse.com.ua/articles/kto-vhodit-v-personal-gostinitsy/> – Кто входит в персонал гостиницы?

27. Кузик Валентина. Особливості українського хостелінгу. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://tyzhden.ua/Publication/2169> – Тиждень.ua.

28. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.

29. Мальська М.П., Організація готельного обслуговування: підруч. / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк – К., 2011. — 366 с., тв. пал., (ст. 12 пр.).

30. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. / М.П. Мальська, В.В. Худо. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.

31. Маркетинг готельних послуг: навч. посіб. / [С.В. Скибінський, Л.О. Іванова, О.Ф. Моргун]; Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2000 – 246 с.

32. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу: навч. посіб. / [З.І. Тимошенко, Г. Б. Мунін, В.П. Дишлевий]; – К.: Європ. ун-т, 2007. – 245 с.

33. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб. / [І.М. Школа, Т.М. Ореховська, І.Д. Козьменко та ін.]; За ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці: Книги-XXI, 2005. – 596 с.

34. Михайлова О.П., Брінь П.В Основні проблеми готельного бізнесу в Україні / О.П. Михайлова, П.В, Брінь // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – 2012. – №58(964). – С.101-106.

35. Наказ Державної туристичної адміністрації України «Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг» від 16.03.2004 № 19 // Міністерство юстиції України. – 2004. – 2 квітня (№ 413/9012).

36. Незвичайні готелі України. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://blog.vlasne.ua/uk/hotel/>

37. Незвичайні готелі в Україні, які вас здивують! [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.airinme.com/ua/blog/staycation/nesvacil-hotel-in-ukraine-that-you-devout/>

38. Необычный эко-отель возле Днепропетровска. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://prohotelia.com/2012/07/friend-house/>.

39. Новикова В.І., Фролова К.В. Класифікація засобів розміщення та їх використання у туристській діяльності / В.І. Новикова, К.В. Фролова // Збірник тез Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції "Актуальні проблеми розвитку підприємств в умовах нестабільної економіки" (м. Кіровоград, 15 грудня 2015 р.). – Кіровоград: КОД, 2015. – С.120-122.

40. Організація готельного господарства: навч. посіб. / [О.М. Головка, Н.С. Кампов, С.С. Махлинець, Г.В. Симочко]; За ред. О.М. Головка. – Київ: Кондор, 2011. – 410 с.

41. Организация moteley и кемпингов для обслуживания транспортных туристов. [Електронний ресурс] Режим доступу: [https://studbooks.net/735435/turizm/istoriya\\_moteley\\_kempingov](https://studbooks.net/735435/turizm/istoriya_moteley_kempingov).

42. Освіта. UA. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://ru.osvita.ua/vnz/guide/search-17-0-0-180-75.html> – ВУЗы України.

43. Открылся первый отель с роботами - Henn-na Hotel. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://planetofhotels.com/blog/henn-na-hotel-japan-pervyj-otel-s-robotami> – Planet of Hotels.
44. Поддубко Владимир. Топ-5 мировых трендов гостиничного бизнеса. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://pro.rbc.ru/demo/5dd4a9559a79474964d2407b>.
45. Пуцентейло П.Р., Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навч. посіб. / П.Р. Пуцентейло. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
46. Ранне середньовіччя. [Электронный ресурс] Режим доступа: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Ранне\\_середньовіччя](https://uk.wikipedia.org/wiki/Ранне_середньовіччя).
47. Роглев Х.Й. Основы готельного менеджменту: навч. посіб. / Х.Й. Роглев – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
48. Сайт готелю «Історія». [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.historyhotel.com.ua/> – Історія Готель-Hotel.
49. Сайт готелю «Ice Land». [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://bukovel.com/winter/ice-hotel-bukovel>.
50. Сенін В.С. Організація міжнародного туризму: підруч. / В.С. Сенін. – М. : Фінанси і статистика, 2003. - 400 с.
51. Скорбенко Сергей. Тренды отельного маркетинга 2019 года. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://digitalwill.ru/blog/trendy-otel'nogo-marketinga-2019-goda>.
52. Тенденции гостеприимства в 2019 году. [Электронный ресурс] Режим доступа : <https://studcar.ru/stati/tendencii-gostepriimstva-v-2019-godu/>
53. Топ-10 тенденций в гостиничном бизнесе в 2019 году. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://hoteliernews.ru/top-10-tendentsiy-v-gostinichnom-biznese-v-2019-godu/> – HotelierNEWS.
54. Тренды в индустрии гостеприимства на 2019 год и ближайшее будущее. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://prohotelia.com/2019/02/hospitality-trends-2019/>

55. Украинская федерация кемпинга, караванинга, автотуризма. [Электронний ресурс] Режим доступу: <http://ufssa.in.ua/ua-camps/каталог-кемпингов-украины/> – Каталог Кемпингов України.
56. Устименко Л.М., Історія туризму: навч. посіб. / Л.М. Устименко, І.Ю. Афанасьєв. – К.: Альтерпрес, 2005. – 320 с.
57. Хостел. [Электронний ресурс] Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Гостел>.
58. Хостел: история, развитие, современность. [Электронний ресурс] Режим доступу: <http://tourlib.net/statti6/hostel.htm>.
59. Хостели в Україні. [Электронний ресурс] Режим доступу : <https://hihostels.com.ua/uk>.
60. Цвіркун Ярослав. Світові інноваційні тренди у сфері туризму 2019-2020. [Электронний ресурс] Режим доступу: <https://blog.liga.net/user/yrtsvirkun/article/35207>.
61. Шамова Анна. 6 мировых трендов отдыха: что отелю предлагать гостям в 2020 году. [Электронний ресурс] Режим доступу: <https://www.travelline.ru/blog/6-mirovykh-trendov-otdykha/>
62. Що таке хостел? [Электронний ресурс] Режим доступу: <https://travelmode.com.ua/shcho-take-khostel/>
63. Як відкрити готель або Ласкаво просимо. [Электронний ресурс] Режим доступу: <http://ukrgroshi.com.ua/yak-vidkriti-gotel.html>.
64. 10 лучших кемпингов в Украине. [Электронний ресурс] Режим доступу: <https://www.booking.com/campings/country/ua.ru.html>.
65. 10 лучших санаториев в Украине. [Электронний ресурс] Режим доступу: <https://www.tripadvisor.ru/Hotels-g294473-c3-zff42-Ukraine-Hotels.html>
66. 10 найкращих мотелів в Україні. [Электронний ресурс] Режим доступу: <https://www.booking.com/motels/country/ua.uk.html>.
67. 10 найкращих хостелів в Україні. [Электронний ресурс] Режим доступу: <https://www.booking.com/hostels/country/ua.uk.html>.

68. 10 новых технологий для гостиничных номеров. От умных термостатов до роботов на стойке регистрации. Тренды отельной автоматизации. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://hotelier.pro/use/item/2150-smart/> – Hotelier.pro.

69. 10 самых необычных отелей мира. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://pegastour.ru/tourists/tours/what-know/266-10-samyh-neobychnyh-otelei> - ПЕГАС ТУР.

70. 2020 – рік розвитку туризму в регіонах та сільських територіях. [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://www.ntoukraine.org/ntoukriane\\_2020\\_ua.html](http://www.ntoukraine.org/ntoukriane_2020_ua.html) – Національна туристична організація України.

71. The System of the Hotelstars Union. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.hotelstars.eu/system/description/> – Hotelstars.eu.

72. Esther Hertzfeld. Japan's Henn na Hotel fires half its robot workforce. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.hotelmanagement.net/tech/japan-s-henn-na-hotel-fires-half-its-robot-workforce>.

73. TRIVAGO BUSINESS BLOG. Sustainable Hospitality: Eco-Friendly Industry Trends and Tips for Hotels. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://businessblog.trivago.com/sustainable-hospitality-trends-eco-friendly-hotel-tips/>

74. Travelling Green: The World's Top Eco-Friendly Hotels. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://blog.hotelscombined.com/travelling-green-the-worlds-top-eco-friendly-hotels/>





*(Фото одного з номерів шведського готелю «Icehotel». Автор: Asaf Kliger.  
Джерело: <https://www.icehotel.com/art-design-gallery>)*



*(Фото одного з номерів шведського готелю «Tree hotel». Джерело:  
<https://www.treehotel.se/en/rooms>)*



*(Фото Готель Історія - Номер Скіфія. Джерело:  
<http://www.historyhotel.com.ua/nomer-skifiya>)*



*(Фото Готель історія - Номер УПА. Джерело:  
<http://www.historyhotel.com.ua/nomer-upa>)*



*(Фото Еко-готелю «Friend House». Автор: Андрей Авдеенко. Джерело:  
<https://ryntovt.com/works/ekootel-friend-house/>)*



*(Фото інтер'єру та одного з номерів «IQ Hotel». Джерело:  
<https://iqhotel.ua/ru/gallery/>)*