

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

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
за спеціальністю 242 Туризм,
освітньою програмою «Туризмознавство»

на тему: **«СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ»**

здобувача вищої освіти
другого (магістерського) рівня
Яцюти Аліни Дмитрівни

(ПІБ)

Науковий керівник: Опанасюк Н. А.

(прізвище, ініціали)

кандидат юридичних наук, доцент

(наук.ступінь, вчене звання)

Рецензент: Охріменко А. Г.

(прізвище, ініціали)

доктор економічних наук, доцент

(наук.ступінь, вчене звання)

Рекомендовано до захисту на засіданні
кафедри (протокол № 4 від 03.12.2021 р.)

Завідувач кафедри: Бабушко С. Р.

(прізвище, ініціали)

доктор педагогічних наук, професор

(наук.ступінь, вчене звання)

Київ – 2021

АНОТАЦІЯ

Яцюта А. Д. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм, спеціалізації «Туризмознавство». – Національний університет фізичного виховання та спорту України, Київ, 2021.

Випускню кваліфікаційну роботу присвячено проблемам і перспективам розвитку готельного бізнесу в Україні. У роботі розкрито сутність і роль готельного бізнесу як одного з найбільш динамічних та гнучких секторів в туристичній індустрії. Досліджено класифікацію підприємств готельного бізнесу як в Україні, так і світі. Об'єктом дослідження даної роботи виступило готельне підприємство **ПрАТ «Готель Прем'єр Палац»**.

Визначено перспективи та розроблено напрями удосконалення розвитку готельного бізнесу в Україні, у т. ч. заходи з організації безпеки на підприємствах готельної сфери.

Ключові слова: готельний бізнес, індустрія гостинності, підприємство готельної сфери.

ANNOTATION

Yatsiuta AD Current state, problems and prospects of hotel business development in Ukraine. - Manuscript.

Qualification thesis in the specialty 242 Tourism, specialization "Tourism Sciences". – National University of Ukraine on Physical Education and Sport, Kyiv, 2021.

The qualification thesis is devoted to the problems and prospects of hotel business development in Ukraine. The paper reveals the essence and role of the hotel business as one of the most dynamic and flexible sectors in the tourism industry. The classification of hotel business enterprises both in Ukraine and in the world is studied. The object of study of this work was the hotel company **PJSC "Premier Palace Hotel"**. Prospects have been identified and directions for improving the development of the hotel business in Ukraine have been developed, including measures to organize security at the hotel industry.

Key words: hotel business, tourism industry, enterprise.

ЗМІСТ

| | |
|---|-----|
| ВСТУП | 4 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ | 9 |
| 1.1. Сутність та роль готельного бізнесу в туристичній індустрії..... | 9 |
| 1.2. Класифікація підприємств готельного бізнесу в Україні та світі..... | 18 |
| 1.3. Державне регулювання готельного бізнесу в Україні | 31 |
| РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ | 41 |
| 2.1. Аналіз розвитку готельного бізнесу на прикладі готелів 3-5*..... | 41 |
| 2.2. Загальна характеристика готельного підприємства (на прикладі ПрАТ «Готель Прем'єр Палац») | 51 |
| 2.3. Діяльність готельного підприємства (на прикладі ПрАТ «Готель Прем'єр Палац») | 58 |
| 2.4. Діагностика закордонного досвіду розвитку готельного бізнесу..... | 66 |
| РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ | 75 |
| 3.1. Проблеми розвитку готельного бізнесу в Україні..... | 75 |
| 3.2. Тенденції та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні | 81 |
| 3.3. Організація безпеки підприємств готельного бізнесу в Україні..... | 86 |
| ВИСНОВКИ..... | 91 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ..... | 99 |
| ДОДАТКИ..... | 108 |

ВСТУП

Актуальність теми визначається тим, що сьогодні індустрія туризму дуже стрімко розвивається, і як концепція стала популярною, адже туризм – один з важливих факторів виходу нашої економіки з кризи, стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету. Крім того, туризм чинить позитивний вплив на більшість галузей економіки, збільшення зайнятості населення та розвиток ринкових відносин.

В Україні створені всі умови й можливості для розвитку туризму, а саме: природні умови, культурна спадщина (історико-культурні комплекси, пам'ятки архітектури та археології, парки, дендрарії, місця поширення народних промислів тощо). Готельний бізнес є невід'ємною складовою сфери туризму, оскільки послуга розміщення є основою в туристичному обслуговуванні. Потреба в готельних приміщеннях у різних регіонах специфічна, оскільки її значення не пов'язані безпосередньо з кількістю населення, промисловим розвитком, розміром населених пунктів та іншими статистичними факторами. Розвиток готельного простору також залежить від суб'єктивних факторів, що часто носять випадковий характер, а також від використання маркетингових заходів.

Діяльність готельного бізнесу, конкуренція в галузі, економічна дійсність з її досить складними умовами і відносинами істотно ускладнили підприємницьку діяльність на ринку послуг та визначили нові закономірності її розвитку. Все це необхідно постійно вдосконалювати та більш детально й поглиблено досліджувати, вивчаючи існуючі наукові теорії. Зокрема, перегляд підходів і принципів управління та розвитку підприємницької діяльності в регіональному туризмі, адаптація наукових концепцій та інструментів бізнес-середовища до сучасної економічної ситуації з урахуванням дрібниць філій.

Отже, актуально вивчити таке питання як поточний стан індустрії гостинності в Україні та визначити основні фактори, що впливають на розвиток готельних підприємств у різних регіонах України.

Готельне господарство – одна з найважливіших складових індустрії туризму. Тому важливе місце у формуванні туристичної інфраструктури займає матеріально-технічна база, що дає можливість розміщувати туристів, а туристичний сервіс безпосередньо залежить від якості умов проживання та обслуговування. Отже, вивчення індустрії гостинності надзвичайно актуальне, оскільки дана сфера приносить значні грошові надходження не тільки лідерам бізнесу, а й державі. Вона посідає не останнє місце в економіці України, а отже потребує розвитку інфраструктури, диверсифікації видів туристичних послуг, підвищення ефективності управлінських рішень з регулювання галузі та реалізації стратегічних пріоритетів відповідно до стану й тенденцій розвитку ринку туристичних послуг.

Готельний бізнес може стати важливим фактором економічного розвитку регіону, підприємництва, створення робочих місць і поліпшення туристичного іміджу.

Обрана тема є актуальною також тому, що в сучасному світі постійно зростає потреба в подорожах, а відтак і з'явилась необхідність розвитку і поліпшення якості готельного бізнесу. Він є одним з драйверів економічного зростання багатьох країн світу, оскільки виступає каналом перерозподілу валового національного продукту між країнами. Готельне господарство динамічно розвиває сфери послуг, що приносить мільйонні прибутки національним економікам багатьох країн світу.

Упродовж останніх десяти років в Україні спостерігається стрімкий розвиток готельного бізнесу. У великі міста приходять міжнародні готельєри, зростає кількість малих приватних готелів, реконструюються старі будови. У даний час у всьому світі простежується інтерес до України як туристичної дестинації, але наша держава поки займає незначну частку в світовому розподілі туристичних потоків.

Аналіз останніх досліджень у сфері готельної справи дозволяє констатувати, що вона вивчається переважно економічною наукою як складова частина туристичної індустрії (Агафонова Л. Г. [1], Бойко М. Г. [2],

Мальська М. П. [3], Мунін Г. Б. [4] та інші), де основна увага орієнтована на економічну ефективність готельного бізнесу, маркетинг і менеджмент, а також на організацію ринкової діяльності готелів.

Проте, враховуючи актуальність даної теми та імідж України як туристичної країни, можна зробити висновок про недостатнє дослідження даної проблематики.

У працях Галасюка С. С. та Шикіної О. В. [5], Кізима В. Л. та Бортніка Н. В. [6], Кузнецової Н. Н. [7], Лайко М. Ю., Кошелевої А. І., Євстегнеєвої Д. К. [8] досліджено сучасні підходи до визначення ролі готельного бізнесу в розвитку регіональної економіки та ринку туристичних послуг. Дослідники дійшли висновку, що розвиток гостинного бізнесу є одним з найважливіших сегментів туристичної індустрії, оскільки жодна подорож не обходиться без організації розміщення туристів. При цьому вони звертають увагу на регіональну специфіку ринку готельних послуг і необхідність вдосконалення державного регулювання готельного бізнесу.

Однак проблемні аспекти, пов'язані з діяльністю підприємств готельно-ресторанного бізнесу на сучасному етапі в контексті впливу на регіональні економічні відносини, потребують подальшого дослідження.

Вагомий внесок у вивчення означених проблем зробили такі вітчизняні науковці: С. Гласюк [9], Данько Н. [10], Круль Г., Мальська М. [11], Мініч І., Нечаюк Л. [12], Остапенко Я. [13], Шаповалова О., Юрченко О. [14] та ін.

Також питаннями готельного бізнесу займалися наступні фахівці: Роглев Х. Й., який вивчав основи менеджменту в готельному бізнесі [15]; Пуцентейло П. Р. – розглядав питання економіки і організації туристично-готельного підприємництва [16]; Скопеня М. М., Гуляев В. Г., Плотникова Н. І. – займалися питаннями впровадження комп'ютерних технологій у туризмі [17-19]; Кифяк В. Ф. – розглядав можливості ефективної організації туристичної і готельної діяльності в Україні [20].

Проте зазначені дослідження швидко втрачають свою актуальність, адже суспільство прогресує, економіка розвивається, з'являються нові

технологічні рішення і готельний бізнес багато в чому залежить від цих аспектів.

У зв'язку з цим, недостатньо розкритими залишаються питання розвитку ринку готельних послуг в Україні в умовах кризової ситуації та з урахуванням глобалізації й глокалізації світової економіки.

Мета кваліфікаційної роботи полягає в дослідженні сучасного стану, проблем і перспектив розвитку готельного бізнесу в Україні, а також напрацюванні пропозицій для вирішення наявних проблем.

Зазначена вище мета визначила постановку наступних завдань:

- дослідити теоретичні аспекти розвитку готельного бізнесу;
- визначити сутність поняття «готельний бізнес»;
- розглянути класифікацію підприємств готельного господарства в Україні та світі;
- визначити державне регулювання готельного бізнесу в Україні;
- проаналізувати сучасний стан готельного бізнесу України та виявити основні тенденції його розвитку;
- провести аналіз діяльності готельного підприємства ПрАТ «Готель Прем'єр палац»;
- виявити та охарактеризувати тенденції, перспективи й проблеми розвитку готельного бізнесу України;
- виявити слабкі й сильні сторони та запропонувати певні шляхи вирішення проблем, що гальмують розвиток готельного бізнесу України.

Об'єктом дослідження є готельний бізнес України.

Предметом дослідження є діяльність ПрАТ Готель «Прем'єр Палац», м. Київ.

Для досягнення поставленої мети використані методи наукового дослідження: історичний, порівняльно-правовий, аналітичний, статистичний, метод групування, синтезу й аналізу.

Основними джерелами, використаними для підготовки кваліфікаційної роботи слугували: законодавчі та нормативні документи, фінансова звітність

підприємства ПрАТ «Готель Прем'єр Палац», а також відповідні літературні та Інтернет-джерела.

Результати дослідження апробовано в рамках I Міжнародної конференції здобувачів і молодих вчених "Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність", (Університет імені Альфреда Нобеля, 25 березня 2021 р.) [85]

Обсяг і структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі змісту, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи – 107 сторінок друкованого тексту, список використаних джерел включає 86 найменувань. Робота в основному тексті містить 15 рисунків і 18 таблиць.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

1.1. Сутність і роль готельного бізнесу в туристичній індустрії

Індустрія гостинності – це єдність всіх співпрацюючих один з одним організацій, кожна з яких виконує певні функції, спрямовані на задоволення потреб споживачів. Однак, індустрія гостинності – це не тільки людський підхід до обслуговування, а й надання злагоджених технічних моментів в обслуговуванні клієнта (доступ в інтернет, якісний телефонний зв'язок та ін.), попередження бажань клієнта, технології швидкої обробки і подачі замовлення. Дана сфера підприємництва спирається на принципи гостинності – вміння дати можливість клієнту відчувати, що йому раді, проявити до нього повагу і надати люб'язність. Індустрія гостинності є невід'ємною частиною туристської та готельної індустрії [21]. В рамках останньої розвивається готельний бізнес.

Готельний бізнес – це бізнес, пов'язаний з професійним наданням послуг з проживання та побутового обслуговування клієнтів в готелях. В якості об'єктів готельного бізнесу виступають засоби розміщення – об'єкти, що регулярно надають туристам послуги з розміщення, проживання, ночівлі на комерційній основі [1].

Готельний бізнес динамічно розвивається в рамках економічної діяльності, яка направлена на надання послуг розміщення. Підприємства індустрії гостинності мають специфічні риси, які треба виявляти для аналізування готельного підприємства як об'єкта управління [22].

На даний момент у навчальній і науковій літературі є різні трактування таких понять, як «готельне господарство», «індустрія гостинності», «ринок готельних послуг», «готель», «готельна послуга» і т. д. (табл. 1.1), що в свою чергу визначає підходи до управління готельною індустрією.

Таблиця 1.1

Основні підходи до визначення дефініції «готельний бізнес»

| Автор | Визначення |
|---------------------------------|--|
| Р.А. Браймер | <p>Гостинність – це секрет будь-якого дбайливого обслуговування; турбота, виявлена по відношенню до гостя, здатність відчувати потреби клієнта, – невліпові, але настільки очевидні риси в поведінці службовця.</p> <p>Індустрія гостинності є збірним поняттям для численних і різноманітних форм підприємництва, які спеціалізуються на ринку послуг, пов'язаних з прийомом і обслуговуванням гостей».</p> <p>Готельним підприємством є кожна туристська база.</p> |
| Уокер Дж. Р. | <p>Гостинність – одне з фундаментальних понять людської цивілізації – вже давно перетворилося в індустрію, в якій зайняті багато мільйонів професіоналів.</p> <p>Індустрія гостинності об'єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад».</p> |
| Ваген Л. | <p>Індустрія гостинності – це сектор індустрії туризму, що відповідає за розміщення туристів, а також галузі, діяльність яких спрямована на продаж алкогольних напоїв, надання житла, їжі та розважальних заходів.</p> |
| М.М. Романова | <p>Індустрія гостинності як особлива сфери підприємницької діяльності, відрізняється інтегрованим характером економічних відносин взаємодії та взаємною залежністю суб'єктів виробничих і невиробничих галузей, що надають універсальний продукт (набір послуг, різноманітні види робіт, різнопрофільні товари).</p> |
| Є.Є. Доброжанська | <p>Індустрія гостинності розглядається в якості «міжгалузевого комплексу послуг». Автор посилається на те, що клієнтами індустрії гостинності виступають «приїжджі в дану місцевість люди», що, на нашу думку, є не зовсім вірним, адже споживачами послуг індустрії гостинності можуть бути не тільки приїжджі, але місцеві жителі.</p> |
| Д.І. Єлканова | <p>Такий же нюанс (як у Є.Є. Доброжанської) можна виявити в трактуванні, запропонованої колективом авторів під керівництвом Д.І. Єлканової, в якому після вказівки на споживачів послуг індустрії гостинності наводиться уточнення: туристів.</p> |
| А.С. Кусков | <p>Гостинність у вузькому сенсі слова включає продовольчий сектор і сектор засобів розміщення.</p> |
| С.С. Скобкін | <p>Індустрія гостинності виступає як самостійна, складна і відносно відособлена соціально-економічна система, що залучає значні матеріальні, фінансові та трудові ресурси.</p> |
| І.В. Зорін, В.А. Квартальнов | <p>Індустрія гостинності – сфера підприємництва, що складається з видів обслуговування, які спираються на принципи гостинності, що характеризуються щедрістю і дружелюбністю по відношенню до гостей.</p> |
| М.П. Мальська | <p>Готельне господарство – це сукупність готельних підприємств різних типів, що приймають та надають послуги з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг.</p> |

Джерело: систематизовано автором за [23-32].

Виходячи з даних визначень, можна зробити висновок, що індустрія гостинності являє собою послуги в сфері туризму, що включає і об'єднує різні підприємства туристської індустрії: готелі, туроператори і туристські агентства, підприємства харчування, транспортне та екскурсійне обслуговування і т.д., а також організації, що надають супутні послуги.

Готельний бізнес – це така діяльність фізичних і юридичних осіб (підприємців), що мають у володінні або права на майно, яке буде використовуватись для розміщення громадян, а також надання іншого готельного обслуговування.

Визначення готелю можна зустріти в науково-популярних джерелах. Так, згідно загальнодоступної віртуальної енциклопедії «Вікіпедія», готель є майновим комплексом, в тому числі це може бути будівля, будинок, або його частина, а також споруди різного типу з мебльованими номерами для тимчасового проживання туристів. Зазвичай надаються й інші послуги (прибирання, охорона) залежно від класу обслуговування [33].

У готельному бізнесі ключовою фігурою є клієнт – гість готелю, якому необхідне місце для задоволення найважливіших потреб у повноцінному відпочинку та харчуванні.

Таким чином, основним завданням будь-якого готельного підприємства є надання тимчасового житла, що передбачає наявність окремих номерів (номерного фонду), а також комплексу господарсько-побутових, транспортних і розважальних послуг. Оскільки послуги в даній галузі не можуть надаватися без експлуатації матеріально-технічної бази, сучасне готельне господарство включає в себе також ремонт будівель, приміщень і обладнання, підтримання порядку на прилеглий території готелю і всередині приміщень; організацію постачання інвентаря та меблів, санітарно-гігієнічних засобів, канцелярських приладдів, харчових продуктів.

Отже, у навчальній та науковій літературі відсутнє виразне визначення поняття «готель», «готельний бізнес», «готельна індустрія», що вимагає більш чіткого формулювання.

Під готелем слід розуміти підприємство, зареєстроване як колективний засіб розміщення в установленому законодавством України порядку, що володіє необхідним майновим комплексом для надання послуг тимчасового проживання і кероване єдиним керівництвом.

Особливістю готельного бізнесу є його стандартизація. Безсумнівно, стандартний набір основних послуг і вимог до їх якості спрямовані на задоволення потреб гостей, але очевидно, що одноманітність позбавляє готелі конкурентних переваг. У зв'язку з цим сучасні готелі включають в асортимент додаткових послуг безліч різних пропозицій: спортивний зал, басейн, сауна, перукарня, масажний салон, екскурсії, послуги аніматорів, гідів та ін.

Тож, можна сказати, що готель – це перш за все місце надання готельних послуг. Одним словом, це єдиний комплекс з інфраструктурою, необхідною для забезпечення готелю (проживання, технічне оснащення персоналу, зберігання побутової хімії та інші додаткові послуги як спортивні, медичні та ін.).

На діяльність готельних підприємств впливають зовнішні і внутрішні чинники, прояв яких визначає специфіку підходів до управління (рис. 1.1).

До зовнішніх факторів можуть бути віднесені:

- особливості державного регулювання підприємництва в цілому та зокрема готельного бізнесу;
- політична та соціальна нестабільність;
- платоспроможний попит;
- наявність інвестиційних ресурсів та інвестиційний клімат в економіці;
- ступінь розвиненості транспортної інфраструктури;
- загальні особливості та тенденції ринку готельних послуг.

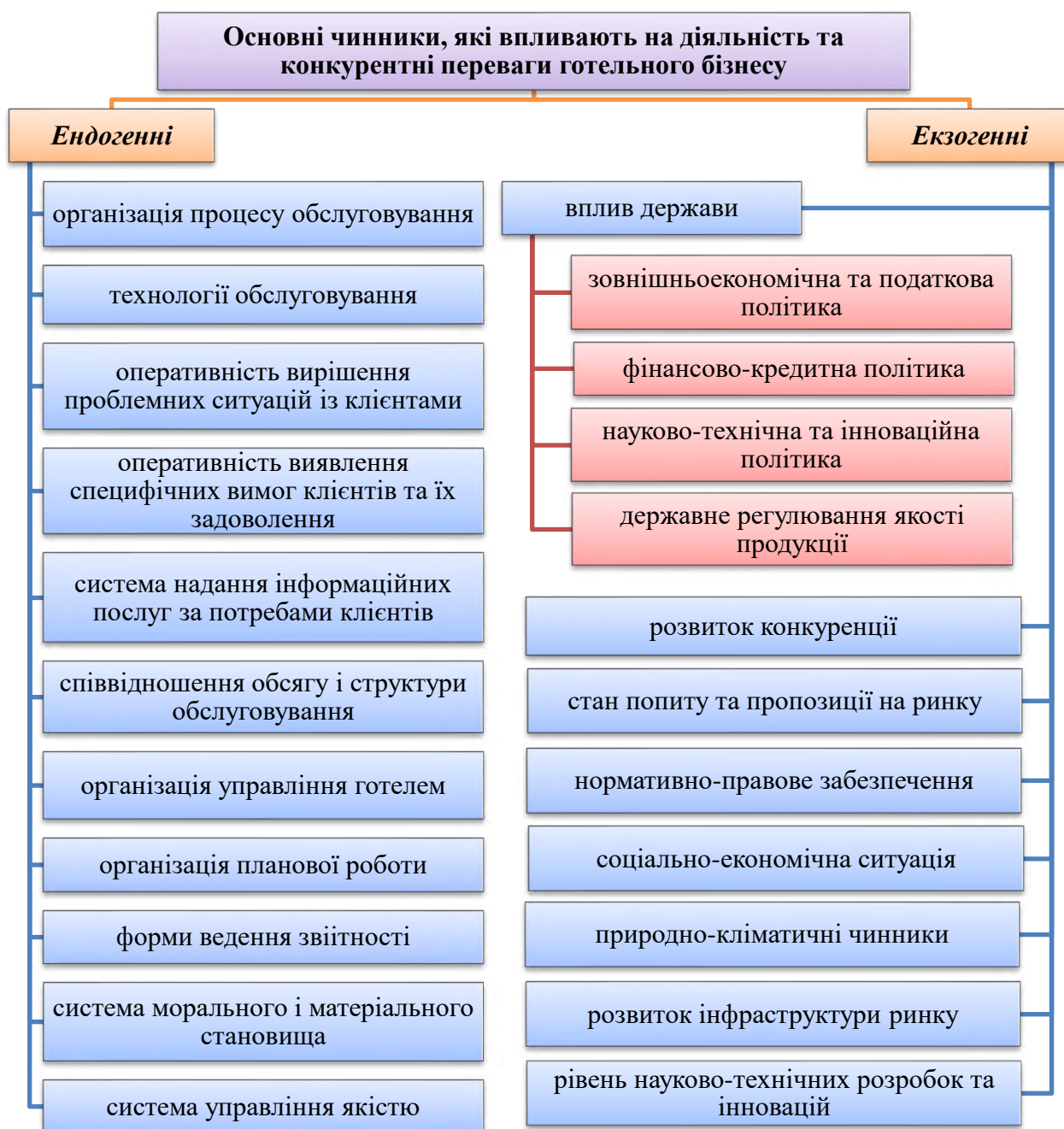


Рис. 1.1. Чинники, що впливають на діяльність та конкурентні переваги готельного бізнесу

Джерело: систематизовано автором за [34]

До внутрішніх факторів відносяться:

- тип готельного підприємства;
- кваліфікація управлінського персоналу;
- якість послуг, що надаються;

- класифікаційна група підприємства (малі та великі готелі, готелі мережі, і т.д.);
- позиціонування підприємства на ринку готельних послуг.

Найбільш важливими факторами ефективного управління готельними підприємствами представляються управління якістю послуг як основою забезпечення ефективної діяльності, розвиток системи категорювання як фактор ефективного управління сучасним ринком та ефективні моделі позиціонування підприємства в конкурентному середовищі.

У нинішніх умовах готельні підприємства працюють у дуже жорсткому конкурентному середовищі. Конкуренція на ринку готельних послуг загострюється під впливом таких факторів, як розвиток стратегій поглинання та консолідації; вихід на ринок нових компаній; застосування прогресивних маркетингових стратегій сегментації ринку.

На сьогодні, готельний бізнес є однією з найперспективніших галузей, який швидко розвивається і приносить дуже великий прибуток. Готельний бізнес має великий потенціал для українського ринку, здатний приносити стійкий дохід до бюджету країни. Кількість готелів у країні кожного року збільшується.

Готелі надають можливість проводити ділові зустрічі, наради та конференції, а також відпочивати і розважатися, тому у більшості країн вони відіграють важливу роль. Звідси слідує, що необхідність готелів для суспільства та економіки країни така ж, як і транспортна інфраструктура, зв'язок та різні товари і послуги. Готелі використовують свої наявні умови, щоб зробити вклад у загальне виробництво товарів та послуг, які є матеріальним благополуччям суспільства. [34, с.3].

Індустрія гостинності є частиною туристської та готельної індустрії. В рамках готельної індустрії розвивається готельний бізнес.

Готельним бізнесом вважається діяльність готельних підприємств з метою отримання прибутку.

Об'єктами готельного бізнесу виступають засоби розміщення – об'єкти, які надають туристам разово або регулярно послуги з проживання на комерційній основі.

Основний вид розміщення – це готель.

Готель – колективне розміщення для туристів, який надає номери та обов'язкові послуги.

Як вид економічної діяльності готельний бізнес є важливим засобом прямого чи опосередкованого створення робочих місць та збагачення національної скарбниці іноземною валютою.

На розвиток готельного бізнесу досить сильно впливає сфера туризму. Туризм – це явище, що динамічно розвивається і яке орієнтоване на споживача, а також є найбільшою індустрією світу [35].

Головною функцією готельного підприємства є надання тимчасового місця проживання за окрему грошову плату.

Готельні підприємства мають такі ознаки:

- складаються з номерів, число яких перевищує певний мінімум;
- мають єдине керівництво;
- надають різні готельні послуги;
- згруповані в категорії і класи відповідно до наданих послуг, наявним обладнанням і стандартом країни.

У кожній справі існують особливості і ризики, які заважають його розвитку. Не завжди можна відразу виявити від чого вони з'являються. На рис. 1.2 представлені деякі проблеми готельної діяльності.

Основними проблемами готельної справи є:

- сезонність. Сезон відпочинку серйозно впливає на прибуток багатьох готелів. Чим більше людей, тим більше результат діяльності (прибуток) готелю. І навпаки, чим менше клієнтів, тим менше доходу. Окупність безпосередньо залежить від розміру прибутку. Аналізуючи міжнародний досвід можна прийти до висновку, що людей необхідно

залучати яскравою рекламою та розвагами. Це найбільше стосується готелів, які розташовані в горах чи на морі.

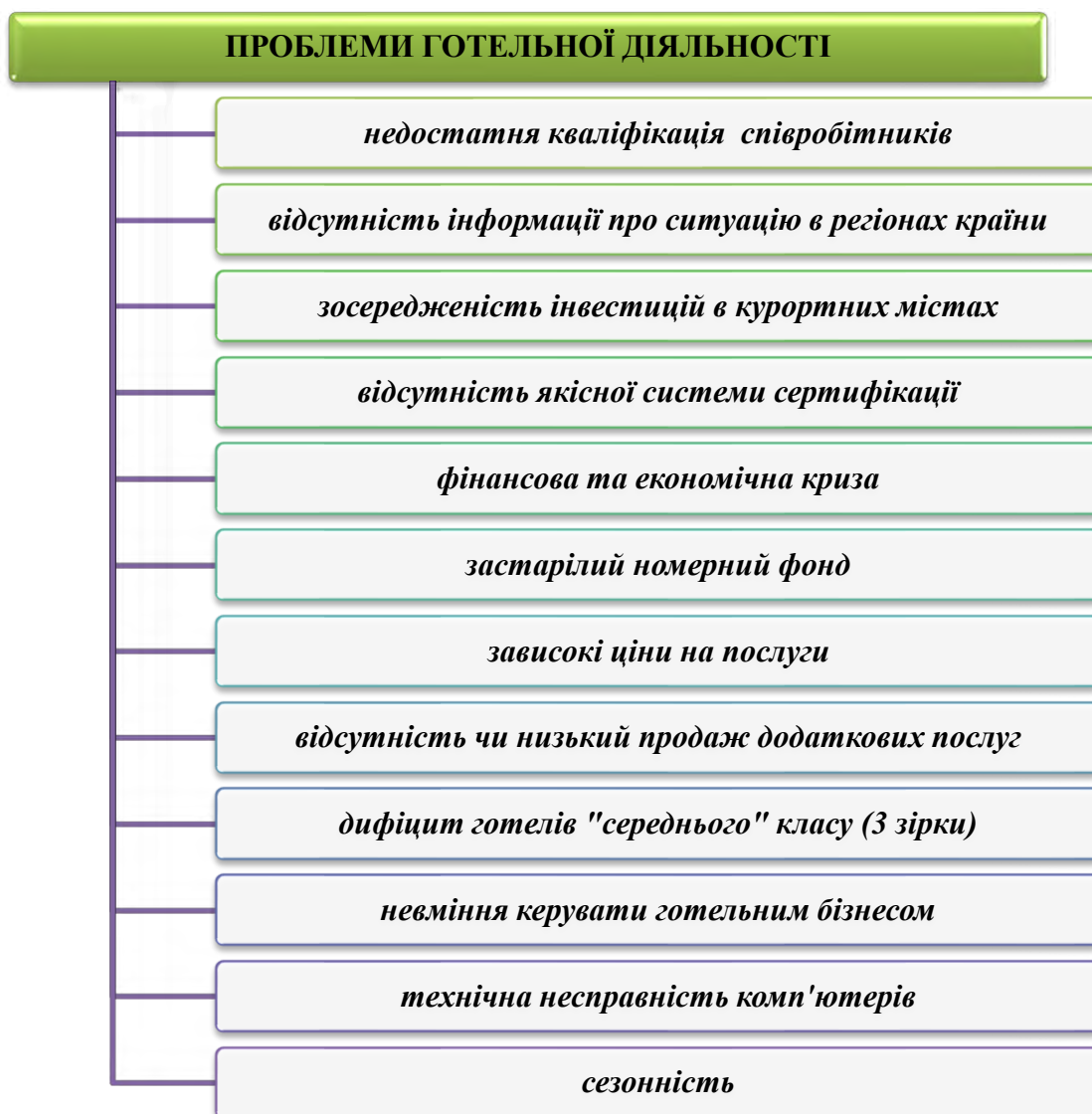


Рис. 1.2. Проблеми готельного бізнесу

Джерело: систематизовано автором за [36]

– сервіс. Для кожного клієнта готель служить тимчасовим будинком. Персонал повинен прибирати кімнати, обслуговувати клієнтів, охороняти будівлю. Тут існують вимоги, які необхідно виконувати. Якщо персонал забуває правила, то з'являються відгуки про поганий сервіс. Подібна діяльність вимагає серйозного підходу до бізнесу.

– несправність комп'ютерів. Це створює серйозні проблеми, якщо обладнання містить дані про клієнтів та бронювання номерів. Щоб уникнути подібних непорозумінь, потрібно періодично проводити ревізію комп'ютерів. Повноцінна підприємницька діяльність неможлива без працездатного обладнання.

Сучасний готельний бізнес як економічне явище:

- має виробничу форму;
- діє як готельний продукт і послуга, які не можна накопичувати і транспортувати;
- створює нові робочі місця і часто є лідером в освоєнні нових областей і сприяє прискореному розвитку національної економіки;
- виступає як механізм перерозподілу державного доходу на вигоду країн, які зосереджуються на готельній індустрії;
- є мультиплікатором національного доходу, зайнятості та розвивати місцеву інфраструктуру, а також покращувати рівень життя місцевих жителів;
- відрізняється значно високим рівнем ефективності та швидкими витратами інвестицій;
- ці елементи складають основу їх ресурсної бази та служать ефективним засобам збереження природи та культурної спадщини;
- спільний по суті з усілякими секторами економіки і видами людської діяльності, оскільки саме їх диференціація і свобода дій створюють різницю в потенціалі рекреаційного середовища, яка змушує людей змінювати свої потреби в місці і пізнанні [37, с. 92].

Отже, готельний бізнес здатний активно впливати на економіку регіону (або країни), де він розвивається, на державних, соціальних та гуманітарних засадах. В даний час моделі економічного впливу діяльності готелів в економічній сфері ускладнилися і засновані не на теоретичних концепціях і гіпотезах, а на статистичних даних.

1.2. Класифікації підприємств готельного бізнесу в Україні та світі

Класифікація готелів – це присвоєння їм певної класифікації в залежності від наявності у гостей певних зручностей. Як правило, ця система дозволяє туристам ще до заселення оцінити обстановку в готелі і сформуванати очікування.

Рейтинг готелів за кількістю зірок – це найпопулярніший спосіб класифікації готелів. Однак і тут є своя специфіка. Оскільки в світі досі немає єдиної класифікації готелів, кожна країна вказує свої вимоги до категорії готелів [38].

Так як у світі не існує єдиної організації, що стандартизує готельні послуги і встановлює рівень (клас, категорію) готелю, як правило, цим займається Національна асоціація готелів.

В даний час налічується більше тридцяти різних систем класифікації готелів, заснованих на різних критеріях оцінки. Найбільш відомі з них зображені в табл. 1.2. Вони можуть бути обов'язковими чи добровільними.

Таблиця 1.2

Система сертифікації готельних підприємств

| Система класифікації | Представники |
|--|--|
| Зірки (від * до *****) | Франція, Австрія, Угорщина, Єгипет, Китай, Росія, Україна та ін. |
| Корони (1 корона=2 зірки) | Великобританія |
| Класи (туристський клас, стандартний, комфортний, перший, люкс) | Німеччина |
| Лтери (А, В, С, D - deluxe) | Греція |
| Алмази (від 1 до 5) | США |
| Розряди, категорії (бюджетні готелі, готелі туристського класу, середнього, першого, а також готелі вищої категорії; або категорії (від 1 до 4)) | Італія, Іспанія |

Джерело: систематизовано автором за [38]

Найбільш поширеною є класифікація, згідно з якою категорію готелю позначають зірками. Вона здійснюється в залежності від комфортабельності та якості обслуговування. Готелі більш високих категорій (чотири і п'ять

зірок) відрізняються більш просторими номерами, якісними меблями, ширшим спектром послуг, що надаються, ніж в готелях категорії дві і три зірки. Дана класифікація є досить універсальною (стандарти країн, що використовують таку систему класифікації істотно не розрізняються) [39].

Метою класифікації є визначення відповідності конкретного готелю, а також його номерів встановленим стандартам. В залежності від категорії готелю визначаються його положення на ринку, управління, обсяг і вартість послуг.

В Україні готельні підприємства класифікують відповідно до національного стандарту ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [40]. Зазначений нормативний акт передбачає, що класифікація готелів здійснюється за системою зірок, залежно від структури номерного фонду, матеріально-технічного забезпечення та якості надання послуг.

Категорії мають символ – «*» (зірка). Всього існує п'ять категорій, тобто – п'ять зірок (*****). Готелі, у яких п'ять зірок – мають найвищу категорію, найнижчою вважається категорія готелів з однією зіркою.

Категорія готелю може вказуватись на вивісці, квитанціях, в реєстраційній картці гостя та в рекламних документах готелю.

У Стандарті наведені мінімальні вимоги до категорій готелів, їх виконання повинно бути обов'язково в повному обсязі.

Однак, можуть бути присутніми деякі відхилення від зазначених у стандарті вимог, якщо будова готелю являє собою пам'ятку історії або архітектури, але все ж необхідне виконання деяких умов:

- керівництвом надається документ, який підтверджує, що вимога не може бути виконана, для збереження історичного характеру будови і прилеглої до нього території;
- не виконання не спричинить значного зниження вимог для зазначеної категорії готелю;

– інформація про історичний характер будови і відхилення від вимог стандарту викладається в інформаційних і рекламних джерелах.

Готелі категорії «одна зірка» можуть будуватися з більш дешевих будівельних матеріалів, мати обладнання та меблі серійного виробництва, і, незважаючи на це, всі меблі та електроприлади повинні бути в справному стані і функціонувати.

На фасаді будинку обов'язково повинна бути вивіска із зовнішнім освітленням або вивіска, яка виділяється.

У безпосередній близькості від будівлі, це є обов'язковим, за винятком готелів, розташованих в суцільній міській забудові, декоративне або огорожувальне озеленення.

Житло цієї категорії повинно мати зону прийому клієнтів не менше 10 м² в готелях до 50 номерів. Якщо готель більше, то додатково 0,2 м² площі на кожен номер більше 50 номерів. У житлових кімнатах обов'язково повинні бути меблі і килими, сейф для зберігання дорогих речей.

Кількість номерів в структурі має становити не менше 60% одно- і двомісних номерів від загальної кількості.

Особливістю вимог стандарту щодо готелів категорії «одна зірка» порівняно з іншими категоріями – необов'язкова наявність у структурі закладів громадського харчування. Додаткові послуги включають цілодобове обслуговування номерів та цілодобове зберігання.

Обов'язковими послугами однозіркових готелів є – цілодобова робота ресепшену, щоденне прибирання номерів, заміна постільної білизни та ін.

Персонал в готелях з однією зіркою повинен знати інструкції і встановлені правила роботи, добре володіти однією іноземною мовою міжнародного спілкування та мати службовий одяг з позначками готелю.

Рушники та постільна білизна повинні бути хорошої якості без пошкоджень.

Санвузли – обладнані фурнітурою в хорошому стані, стіни і підлога мають бути водонепроникними.

Двозіркові готелі для цілей сертифікації близькі до однозіркових вимог національного стандарту.

Номерний фонд має складатися не менше ніж з 80% одно- і двомісних номерів. Все готельне обладнання може бути дешевим, але функціональним, справним і в хорошому технічному стані.

Постільна білизна повинна бути в хорошому стані, неушкоджена, з натуральних або натурально-штучних тканин.

Обладнання у ванних кімнатах повинно мати естетичний вигляд, стіни і підлога облицьовані водонепроникним матеріалом і виконані якісно.

Однією з основних послуг у двозіркових готелях має бути ресторан, кафе або бар. Готельні компанії цієї категорії мають надавати послуги з продажу та бронюванню квитків в театри, екскурсії та ін.

Будівлі готелів категорії «три зірки» повинні вписуватися в архітектуру вулиці (площі), мати виразний і привабливий зовнішній вигляд фасаду.

Меблі та обладнання мають бути виготовлені з матеріалів середньої вартості, проте витримані в єдиному стилі. Повинен бути хороший технічний стан обладнання.

У тризіркових готелів повинен бути парадний вхід для гостей в холі і окремий службовий вхід.

Зона ресепшн має бути облаштована меблями для відпочинку, мати сейф для зберігання цінностей, мають бути присутні інформаційні та рекламні матеріали, в тому числі на іноземній мові.

Номерний фонд має складатись зі 100% одно- і двомісних кімнат, при цьому допускається більше номерів.

Постільна білизна з якісних натуральних тканин.

Ванні кімнати добре обладнані середньою ціною та високою якістю, стіни та паркет покриті відповідним водонепроникним матеріалом, дефектів немає.

Згідно з вимогами національного стандарту у готелі категорії «три зірки» повинні бути ресторан або кафе не менше ніж на 75% від кількості

місць в готелі, зал для ділових заходів з аудіо і відео обладнанням, басейн, сауна, тренажерний зал, солярій, перукарня та ін.

Будівля чотиризіркового готелю має відповідати архітектурному стилю, бути привабливою для гостей і вписуватися в архітектуру району. Будівельні матеріали, меблі та обладнання для громадських місць і кімнат мають бути з дорогих матеріалів, а в усіх кімнатах повинні бути килими відповідної якості.

У безпосередній близькості від готелю обов'язкова наявність автостоянки та автосервісу. Ландшафт, прилеглий до готелю, має бути декоративним, за винятком готелів, розташованих в суцільній міській забудові. Ресторан повинен мати вхід з боку готелю і окремий вхід з вулиці.

Номерний фонд чотиризіркових готелів складається на 100% з одномісних і двомісних номерів. Кількість багатокімнатних номерів має становити не менше 5% від загальної кількості, які повинні містити вітальню, спальню з ванною, коридор з додатковим туалетом. Всі номери звукоізолювані, двері і вікна захищені від вуличного шуму.

Постільна білизна з тонких натуральних тканин, біла або кольорова.

Ванна кімната повинна бути оснащена дорогим, якісним обладнанням у відмінному стані, стіни і підлога мають бути покриті водонепроникним матеріалом, без дефектів.

Серед обов'язкових приміщень для надання послуг – ресторан на кілька залів, банкетний зал, бар, додатковий бар в холі, ресепшн, окрема кімната для прийому їжі персоналу.

Обов'язкове харчування: сніданок, цілодобова робота хоча б одного бару, цілодобове обслуговування номерів.

Відповідно до стандарту вимоги до готелів чотирьох і п'яти зірок в основному однакові, інтер'єри повинні мати унікальний дизайн, номери, холи, вестибюлі прикрашати оригінальні роботи: картини, декоративне оздоблення, живі квіти, кераміка, і т. д.

Обладнання кімнат і санвузлів, меблі і килими повинні бути з дорогих матеріалів і мати ідеальний стан.

Постільна білизна має бути з тонких тканин з вишитим або тканим логотипом готелю.

Столові прибори виконані в тому ж стилі, що і набір.

Санвузли повинні бути у всіх кімнатах площею не менше 5 м². У ванній обов'язково повинні бути підлоги з підігрівом.

Приміщення обладнані охоронною сигналізацією. Замки в номерах цілком секретні, телефон, міні-бар і міні-сейф є в кожному номері.

У готелях вище першого поверху повинен бути ліфт в робочому стані. Санітарно-технічне обладнання номера повинно забезпечувати кожного гостя халатом і тапочками.

Обов'язкова робота додаткового бару на рецепції, басейні, кабінеті лікаря; серед послуг парковка автомобіля біля готелю і транспорт від паркінгу до під'їзду для машини гостя.

Тож, готелі категорій 4 та 5 зірок мають включати в себе: конференц-зали з засобами зв'язку, копіювальну техніку, комп'ютери і телефакси; басейн з сауною; тренажерний зал, солярій; медичний кабінет; перукарню-салон вищої категорії відповідно до вимог стандарту, магазини і торгові кіоски, кафе, ресторан з декількома залами, барами і нічний клуб [41].

Парковки для готелів усіх категорій повинні бути розташовані в межах 400 м, а кількість місць має становити не менше 20% від чисельності номерів.

Персонал 4- і 5-зіркового готельного підприємства повинен бути добре навченим і ввічливим, готовим швидко і якісно задовольнити побажання гостей, періодично проходити медичні огляди, носити відповідний одяг, характерний для готельного сервісу, з офіційними відмітками. Персонал повинен бути кваліфікованим, відповідати виконуваній роботі і гарантувати безпеку в готелі, вільно володіти двома-трьома іноземними мовами, знати

посадові інструкції, визначати функціональні обов'язки і встановлені готельні принципи, а також періодично проходити медичний огляд.

У зв'язку з тим, що єдиної класифікації готелів немає, перераховані вище правила актуальні не скрізь. Наприклад, тризіркові американські засоби розміщення – це майже чотири зірки в Європі. У тризіркових готелях Азії наявність міні-бару, телевізора і холодильника в номері не є обов'язковим. Тут працює не закономірність, а цикл попиту. Тому вартість номера в готелях різних категорій часто може бути однаковою або навпаки – навіть в готелях одного класу ціни можуть бути різними.

Слід зазначити, що всі об'єкти підлягають перевірці, що підтверджує або спростовує відповідність вимогам до їх класифікації. Сьогодні ця проблема стоїть особливо гостро, оскільки після прийняття Закону України «Про державне регулювання діяльності з організації та проведення азартних ігор» [42] цей процес став обов'язковим.

Як правило, процедура класифікації має проводитися в кілька етапів, в результаті чого готель отримує акт, в якому вказується, до якої категорії зареєстровано готель. Після цього документ буде розглядатися акредитованою комісією, яка в подальшому видає сертифікат з категорією об'єкта, що є подробленою формою доказу з цієї категорії. Весь процес є досить трудомістким, тому краще звертатися до фахівців, які будуть гарантувати професійний підхід до сертифікації готелю.

Фахівці з сертифікації констатують ряд недоліків існуючої системи категоризації. Вони вважають недоцільним наявність у кожному регіоні власного центру зі стандартизації та сертифікації, до яких ще додалися і органи будь-якої форми власності, легалізовані новим законом України «Про підтвердження відповідності» [43]. На практиці виявляється, що власник готелю має право звернутися в будь-яку організацію і своєю завзятістю домагатися отримання потрібної йому категорії. А якщо готель належить впливовій людині, то вказати кількість зірок не складе труднощів. Процедуру сертифікації та відсутність єдиної методології проведення робіт, що не

враховує вимог до якості конструкції та обладнання готелю, а також недостатня підготовка аудиторів.

Враховуючи ці фактори, експерти сходяться в одному – сьогодні назріло створення нової державної системи класифікації готелів та інших засобів розміщення.

Асоціація готелів і курортів України розробила пропозиції для системи класифікації за категоріями готелів та інших засобів розміщення (проживання) в Україні. Згідно з узгодженою позицією представників спільноти гостинності України, офісу Президента України та Державного агентства розвитку туризму від 04.08.2020, експертна група доопрацювала та затвердила 09.10.2020 одноголосним рішенням редакцію №2 системи класифікації, яка вже направлена органам державної влади.

Зокрема були розроблені характеристики для 6 класів засобів розміщення, для яких є позначки у вигляді зірок – «*»:

- базова (без зірок – «В»);
- туристична (одна зірка – «*»);
- стандартна (дві зірки – «**»);
- комфортна (три зірки – «***»);
- першокласна (чотири зірки – «****»);
- розкішна (п'ять зірок – «*****») [44].

У ДСТУ 4527:2006 Національний стандарт України. «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» [45] приведені основні поняття, рекомендовані для наукової, навчально-методичної та публіцистичної літератури.

У всесвітній практиці існує стандартна систематика розміщення для подорожуючих, яка розроблена фахівцями Всесвітньої туристичної організації. Згідно з цією класифікацією засоби розміщення діляться на дві категорії, колективні та індивідуальні.

1) Колективні засоби розміщення – це об'єкти, які регулярно або епізодично надають туристам місце для ночівлі в номері або будь-якому іншому

приміщенні. До них відносяться: готелі та аналогічні засоби розміщення (пансіонати і мебльовані кімнати, туристські хостели і т. д.), спеціалізовані установи (оздоровчі бази відпочинку, трудові та оздоровчі табори, конгрес-центри і т. д.) та інші підприємства з розміщення (майданчики для кемпінгу або гуртожитку);

2) До індивідуальних засобів розміщення відносяться власні квартири та будинки, використовувані відвідувачами; вілли; особняки; котеджі; кімнати, що орендуються у приватних осіб або агентств; приміщення, які надаються безкоштовно родичами і знайомими [46].

- за функціональним призначенням;
- цільові готелі;
- готелі ділового призначення – готелі для туристів, основна мета подорожі яких є професійна діяльність (бізнес-готелі, конференц-готелі, конгрес-центри, професійні клуб-готелі та відомчі готелі);
- готелі для відпочинку – готелі для туристів, основна мета подорожі яких є відпочинок і лікування (курортні готелі, пансіонати і будинки відпочинку, туристично-екскурсійні готелі);
- транзитні готелі, які обслуговують туристів під час короткочасної зупинки:
 - на авіамаршрутах (готелі при аеропортах);
 - на автомагістралях (мотелі);
 - на залізничних коліях (привокзальні);
 - на водних шляхах (готелі, розташовані поблизу портів);
- готелі для постійного проживання.

Згідно з типологією Всесвітньої туристичної організації (ВТО) [47], засоби розміщення поділяються на дві категорії: колективні та приватні (рис. 1.3).

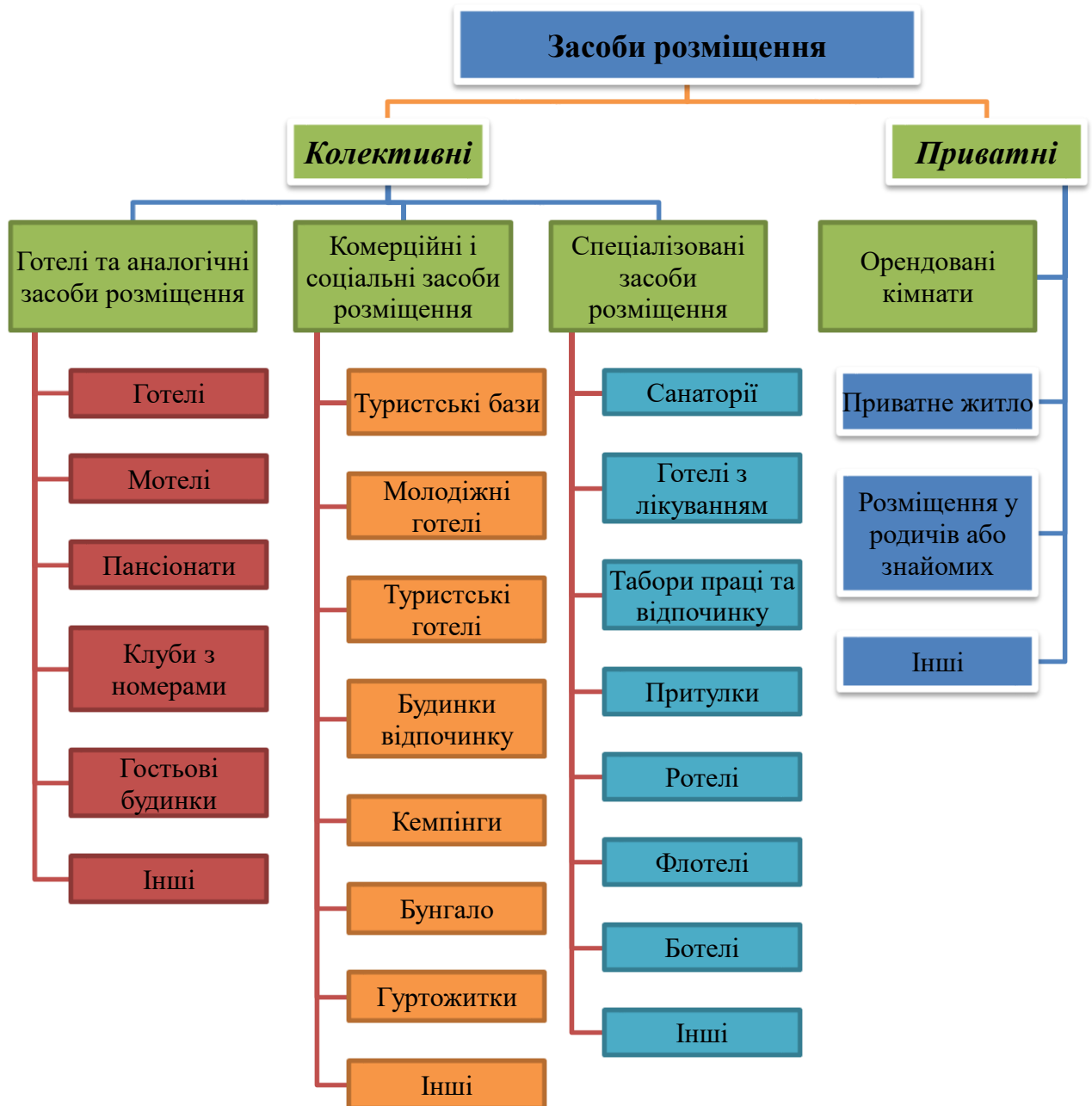


Рис. 1.3. Типологія засобів розміщення
(згідно із класифікацією, запропонованою ЮНВТО)

Джерело: систематизовано автором за [47]

Також на рис. 1.4 зображена класифікація засобів розміщення згідно з їх формою.

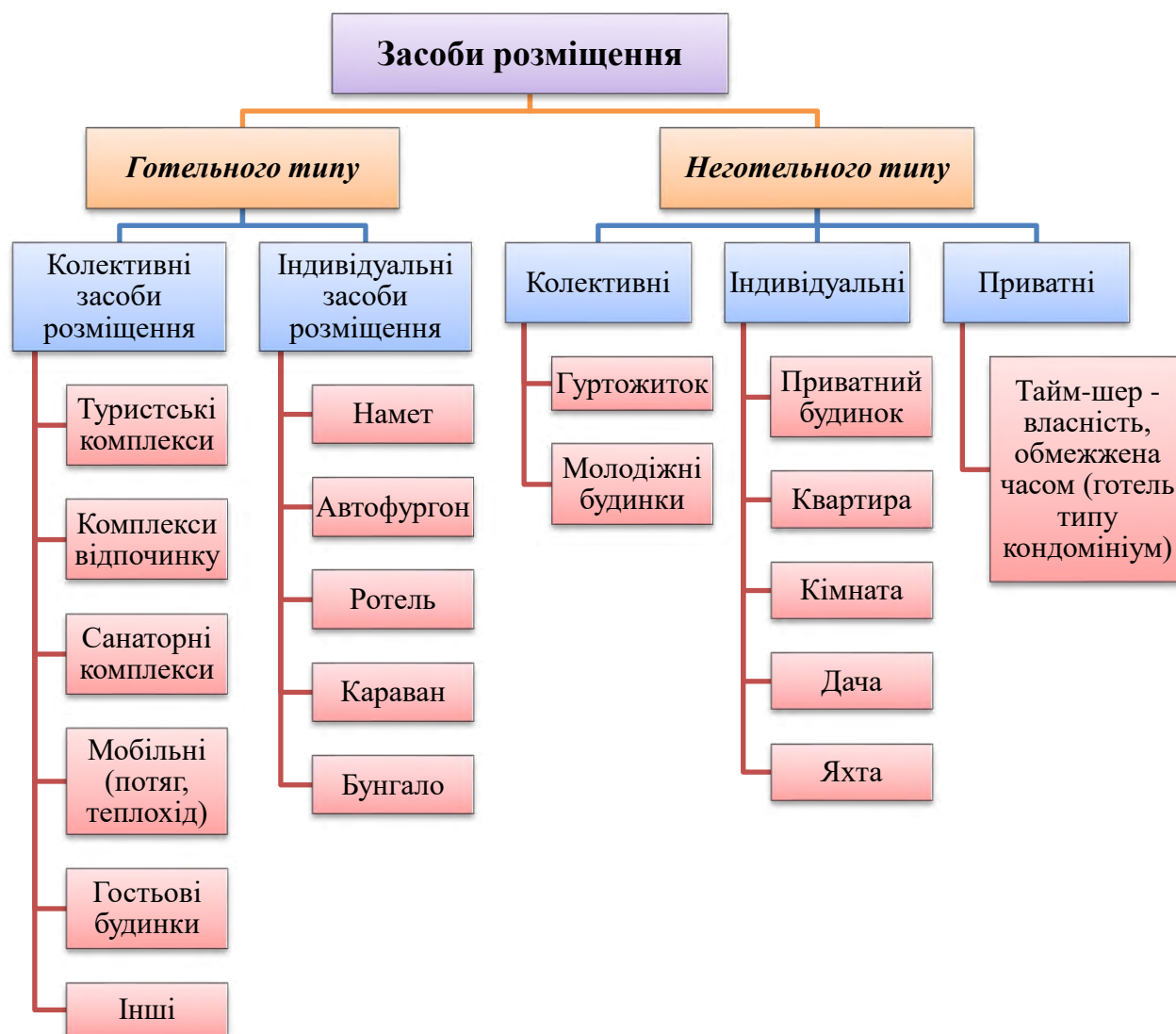


Рис. 1.4. Класифікація засобів розміщення за формою

Джерело: систематизовано автором за [48]

Класифікація готельних підприємств здійснюється в 3 етапи:

1) Експертна оцінка об'єктів індустрії туризму – полягає в проведенні оцінки готелів та інших засобів розміщення, номерів і персоналу.

Проведення експертної оцінки складається з шести етапів, зображених на рис. 1.5.

2) Прийняття рішення;

3) Отримання об'єктом туристської індустрії свідоцтва (видається на 3 роки) [48].



Рис. 1.5. Етапи проведення експертної оцінки об'єктів розміщення

Джерело: систематизовано автором за [48]

У сфері гостинності і туризму відповідно до міжнародної класифікації виділяють типи житлових номерів готельного підприємства, представлені у табл. 1.3.

Окрім приведених класифікацій, готельні підприємства поділяють за зручністю розташування транспорту та за правом власності. Однак найважливішим критерієм при класифікації готелів є рівень комфортності номерів.

У даний час в Україні рівень комфорту встановлюється згідно систем класифікації «зірок».

Таблиця 1.3

Типи номерів готельного підприємства

| Тип номеру | Характеристика |
|-----------------------------------|--|
| Президентський апартамент | складається з трьох і більше житлових кімнат, міні-кухні або кухонної ніші, одного повного і одного або більше додаткових санвузлів, розрахований на проживання 1-2 персон. |
| Апартамент | складається з двох і більше житлових кімнат, кухонної ніші, одного повного і одного додаткового (для гостей) санвузлів, розрахований на проживання 1-2 персон. |
| Люкс | складається з двох і більше житлових кімнат (спальня, вітальня або кабінет) і повного санвузла, розрахований на проживання 1-2 персон. |
| Дуплекс | двоповерховий номер з двох і більше житлових кімнат із внутрішніми стаціонарними сходами, та повним санвузлом; розрахований на проживання однієї-двох осіб. |
| Напів-люкс; студіо | складається з однієї житлової кімнати з плануванням, що дозволяє використовувати частину номера як вітальню або місце для приготування і прийому їжі, і повного санвузла, розрахований на проживання 1-2 персон. |
| Номер першої категорії (стандарт) | складається з однієї житлової кімнати та повного санвузла, розрахований на проживання однієї-двох осіб. |
| Номер другої категорії | складається з однієї житлової кімнати та неповного санвузла; розрахований на проживання однієї-двох осіб. |
| Номер третьої категорії | складається з однієї житлової кімнати і неповного санвузла; розрахований на проживання трьох і більше осіб. |
| Номер четвертої категорії | складається з однієї житлової кімнати з умивальником, розрахований на проживання трьох і більше осіб |
| Номер п'ятої категорії | складається з однієї житлової кімнати без санітарно-технічних зручностей, розрахований на проживання трьох і більше осіб. |
| Суміжні номери | складається з двох і більше номерів, сполучених між собою дверима, і які можуть мати спільний передпокій, спільний чи окремі санвузли. |
| Одномісний номер | призначений для розміщення однієї персони, оснащений одним односпальним ліжком. |
| Двомісний номер | призначений для розміщення двох персон, оснащений одним двоспальним або двома односпальними ліжками які примикають/стоять окремо одна від одної. |
| Багатомісний номер | призначений для розміщення трьох і більше персон, оснащений односпальними ліжками за кількістю проживаючих. |

Джерело: систематизовано автором за [49]

Структура світової готельної індустрії складається з двох частин: самостійні компанії та операційні мережі. Незалежне підприємство

знаходиться в незалежній власності, контролюється і управляється власником, який отримує вигоду від цього майна. Виробнича мережа – це група компаній (двох і більше), які ведуть колективний бізнес і знаходяться під безпосереднім контролем управління мережею.

Мережа готелів, як форма організації бізнесу, з'явилася в США під кінець Другої світової війни, традиційно була першовідкривачем компаній Statler Group, Hilton і Sheraton.

Об'єднання готелів переслідує дві основні цілі:

- забезпечення конкурентоспроможності на ринку гостинності завдяки високоякісним послугам, які підкріплюються статусом основних засобів, кваліфікацією персоналу, безпекою клієнтів та їх активів;

- забезпечення економічної ефективності діяльності за рахунок стабільної заповнюваності готелів. Мережа дозволяє знизити витрати на бронювання, маркетингові дослідження, рекламу та підготовку кадрів.

Одним з найпоширеніших видів асоціацій у світі є франшиза. Це дозволяє компанії об'єднатися з другою компанією або мережею підприємств, які впевнені на ринку, де попит на послуги стабільний, певні системи фінансового контролю й виробництво даної послуги налагоджені [49].

Отже, на сьогодні існує безліч підходів до визначення типів засобів розміщення, але все одно, на них впливають фактори, які визначають тип установи – це комфортність, місткість, місцезнаходження, тривалість роботи та тривалість перебування, особливості харчування, функціональне призначення, форма власності та цінова політика.

1.3. Державне регулювання готельного бізнесу в Україні

Нормативно-правове регулювання є визначальним інструментом у структурі державного управління рівнем якості послуг у засобах тимчасового розміщення. Він може гарантувати стабільність якості послуг. Поліпшення

якості обслуговування в готелях пов'язано також з тим, що національні стандарти далекі від європейських та міжнародних стандартів. Тому на державному рівні існує необхідність оптимізації та гармонізації нормативної бази.

Основними об'єктами нормативно-правового регулювання підприємств готельного господарства виступають елементи технології виробництва, реалізації елементів готельного обслуговування в різних сферах, що висвітлюють широкий асортимент питань (рис. 1.6).

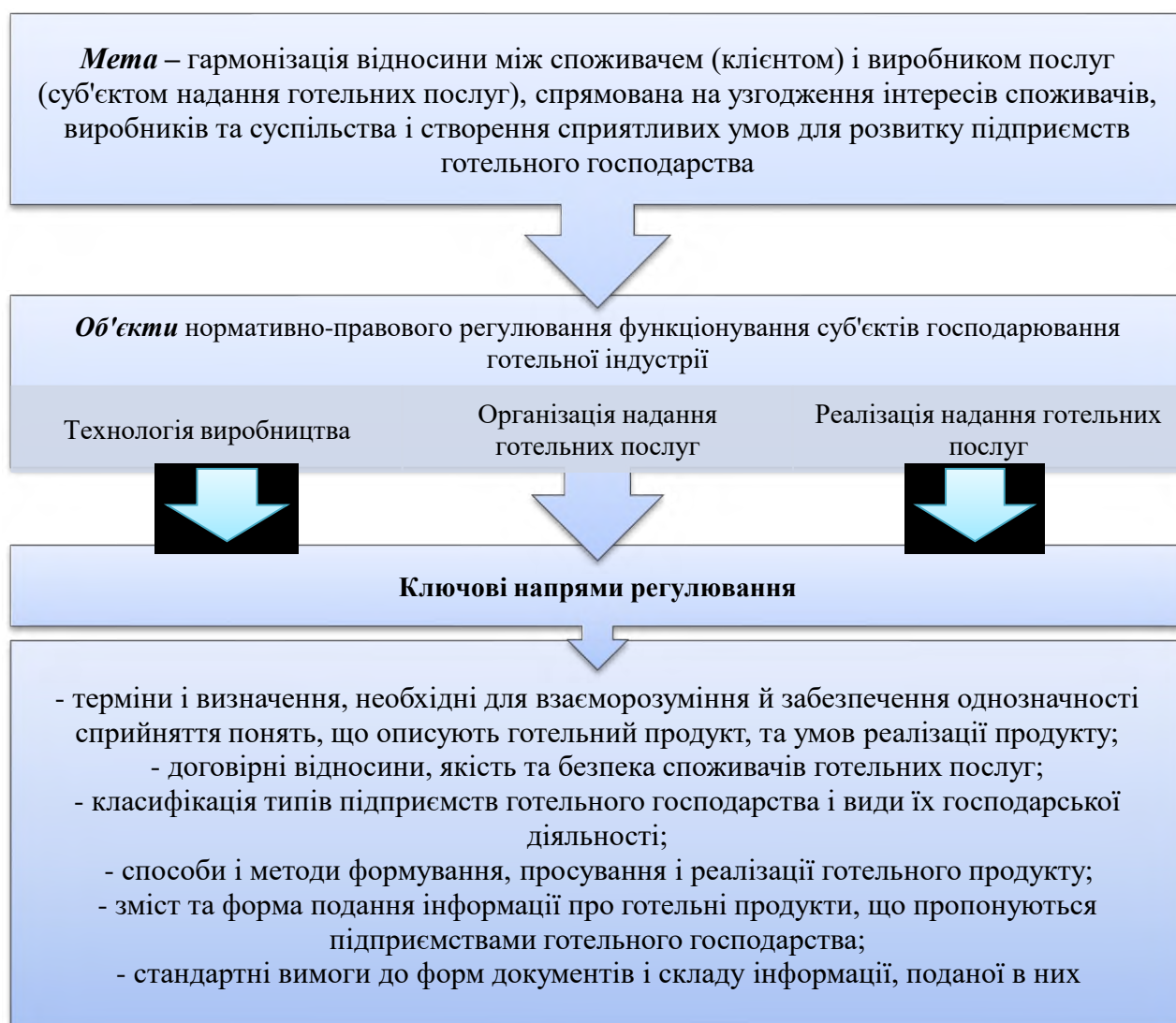


Рис. 1.6. Цілі і напрями нормативно-правового регулювання господарської діяльності готелів

Джерело: систематизовано автором за [50]

Структура нормативно-правової бази діяльності підприємств готельного господарства в Україні зображена на рис. 1.7.

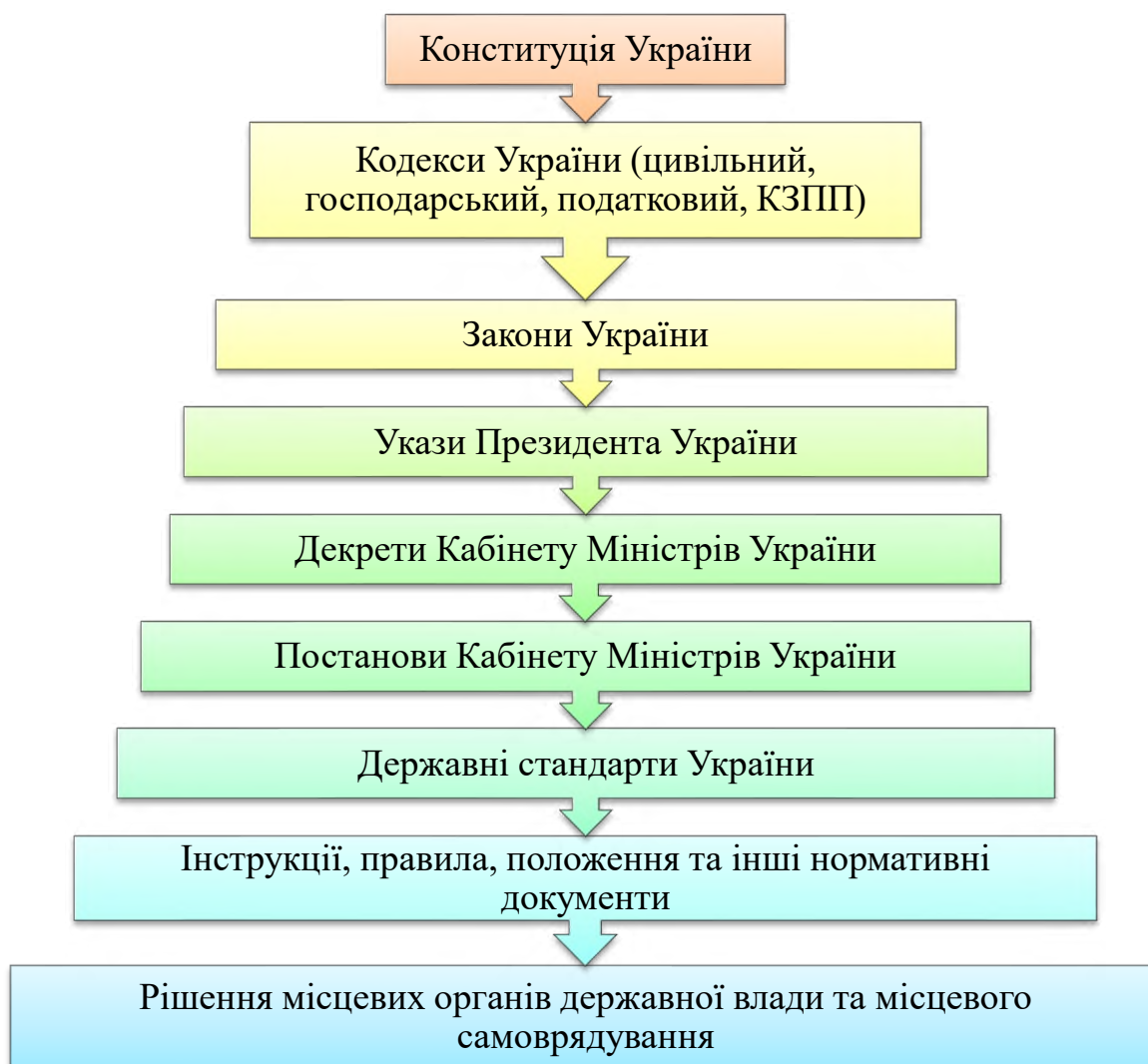


Рис. 1.7. Нормативно-правова база діяльності підприємств готельного господарства

Джерело: систематизовано автором за [50]

Власне визначення категорії «підприємство готельного господарства» законодавчо не визначено, так як в даний час немає єдиного правового акта, що регулює фінансово-господарську діяльність цього сектора послуг. Тому у своїй діяльності засоби розміщення керуються наступними документами:

- Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-I [51];
- Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [52];

- Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР [53];
- Закон України «Про захист прав споживачів» від 12 травня 1991 р. №1023-12 [54];
- Закон України «Про стандартизацію» від 5 червня 2014 р. № 1315-18 [55];
- Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. «Про Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [56];
- Постанова Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385. Київ. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року [57];
- ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення», затверджений наказом Держспоживстандарту України від 23.12.2003 р. № 225 [58];
- ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», затверджений наказом Держспоживстандарту України від 23.12.2003 р. № 225 [40];
- ДСТУ 4527-2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» [45].
- Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг, затверджені постановою Держстандарту України від 27.01.1999 р. № 37 [59];
- Правила користування готелями та аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг, затверджені Державною туристичною адміністрацією України від 16.03.2004 р. № 19 а також іншими підзаконними актами [60];
- Порядок надання послуг з нетривалого проживання, схвалений постановою КМУ від 15.03.2006 р. № 297 [61];

– Порядок встановлення категорій готелів та інших об'єктів з метою надання тимчасового житла, затверджений постановою КМУ від 29.07.2009 р. № 803 [62];

– Правила пожежної безпеки в Україні [63].

У зв'язку з нинішньою епідеміологічною ситуацією у світі, стосовно поширення коронавірусної інфекції COVID-19, готельні підприємства також дотримуються «Постанови про затвердження тимчасових рекомендацій щодо організації протидії епідемії в готелях у період карантину, пов'язаного з епідемією коронавірусної хвороби (COVID-19) від 21.05.2020 року № 22» [64].

Регулювання якості послуг в установах розміщення забезпечується в основному Законом України «Про туризм» [53], Декретом КМУ «Про стандартизацію і сертифікацію» [65], Законом України «Про підтвердження відповідності» [43] та «Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні» [66].

Закон України «Про туризм» визначає основні організаційні та соціально-економічні положення реалізації державної політики у сфері туризму в Україні. В його основі лежать конституційні права громадян на відпочинок, свободу пересування, а також охорону здоров'я, безпеку, задоволення духовних потреб, а також інші права у сфері туризму.

Закон регулює раціональне використання туристично-рекреаційних ресурсів та відносини, пов'язані із здійсненням туристичної діяльності в Україні.

Закон України «Про туризм» став основою для створення низки галузевих нормативних актів та інструкцій, що регулюють туристичну діяльність. У ньому визначено основні принципи сертифікації та стандартизації у сфері туризму, а також дано аналіз провідних напрямків державної системи стандартизації та цілі сертифікації товарів, робіт та послуг у сфері туризму [53].

У національних стандартах містяться як обов'язкові вимоги, так і рекомендації. Серед них:

- забезпечення безпеки товарів або послуг для життя, здоров'я та майна громадян, а також охорони навколишнього середовища;
- техніка безпеки та гігієни праці повинна відповідати санітарним нормам та правилам;
- метрологія, що забезпечує достовірність вимірювань;
- технічна єдність під час роботи, вироблення та використання продукції [65].

Готель має виконувати всі вимоги щодо особистої гігієни, живлення та перепочинку персоналу. Умови до готелів різних категорій викладено у ДСТУ 4268:2003 «Туристичні послуги. Засоби розміщення. Загальні вимоги» [58].

Систему сертифікації організовує Державний комітет зі стандартизації, метрології та сертифікації – він організовує та координує роботу щодо забезпечення свого функціонування. Він містить основні принципи і правила сертифікації, а також затверджений перелік товарів та послуг, які повинні бути обов'язково сертифіковані та ін.

Сертифікація послуг в індустрії готельного бізнесу є обов'язковою та добровільною. Обов'язкова передбачає огляд і з'ясування продукції для того, щоб визначити рекомендації та технічний нагляд. Грошові кошти на впровадження сертифікації входять до собівартості послуг. Також передбачено, що орган, який здійснює сертифікацію несе відповідальність за необгрунтованість або неправильну видачу сертифікату або порушення правил.

Органами виконавчої влади у сфері оцінки відповідності є Кабінет Міністрів України, центральний орган виконавчої влади, який отримав спеціальну ліцензію у сфері оцінки відповідності, що здійснює функції технічного нагляду, а також центральний орган виконавчої влади з економічних питань.

Підтвердження відповідності в законодавчо регульованій сфері, в тому числі і надання готельних послуг – процедура обов'язкова для виробника (готелю) або уповноваженого органу з сертифікації. Сертифікація готельних послуг – це процедура оцінки відповідності. Готель підтверджує відповідність (невідповідність) своїх послуг всім вказаним вимогам законодавства.

Ще одним документом, який регулює якість послуг у готелях України є «Перелік продукції, який підкоряється неодмінній сертифікації України», схвалений наказом Державного комітету зі стандартизації, метрології та сертифікації України від 30 серпня 2001 року. Обов'язковій сертифікації в Україні підлягають готельні та кейтерингові послуги, які надаються суб'єктами туристичної діяльності. Послуги готелів з ресторанами і окремо без ресторанів, для яких встановлені ідентичні вимоги відносяться до готельних [66].

Незважаючи на безліч законів, постанов та інструкцій, якість обслуговування в більшості вітчизняних готельних компаній залишається низькою, а ціни і тарифи на послуги близькі до найвищих. Це пов'язано із застарілою матеріально-технічною базою готелів і необхідністю коштів на їх ремонт і поповнення. Недостатнє фінансування в основному викликане недосконалістю законодавчої системи України, а саме податкової політики держави щодо готельного бізнесу. Недостатній професійний рівень керівництва та обслуговуючого персоналу, а також відсутність технічної підтримки компаній також є серйозними проблемами в підвищенні якості готельних послуг. Вирішення даної проблематики стає більш складнішою незавершеністю системи оцінки та ревізії рівню послуг та механізму ціноутворення українських готельних послуг. Взаємозв'язок і взаємозалежність якості послуг і рівня цін регулюється державою через систему стандартизації та сертифікації послуг.

Органи, відповідальні за сертифікацію, Кабінет Міністрів України, центральні органи виконавчої влади, уповноважені проводити оцінку

відповідності, органи виконавчої влади, відповідальні за технічне регулювання, та орган, відповідальний за економічні питання.

Сертифікація готельних послуг – це процедура встановлення відповідності. Підприємство з розміщення підтверджує відповідність послуг, що надаються компанією, вимогам законодавства.

Сертифікація закладів, що надають готельні послуги та послуги харчування може бути проведена за різними схемами, що встановлені «Правилами обов'язкової сертифікації готельних послуг», де охарактеризований порядок їх проведення, а також зазначені права і обов'язки сторін [59].

З 1 січня 2016 р., Україна продовжить використовувати окремі міжнародні та європейські стандарти замість національних. Це передбачено наказом Міністерства економічного розвитку та торгівлі України № 1493 «Про прийняття міжнародних та європейських нормативних актів як національних стандартів України, перемін до загальнонаціональних норм України та відміна загальнонаціональних стандартів України» від 30 грудня 2014 року [67].

Втім, не дивлячись на перелік нормативно-правової документації, що висуває вимоги до закладів розміщення, якість обслуговування в них залишає бажати кращого, а ціни на послуги зависокі. Це обумовлюється застарілою матеріало-технічною базою, а також недостатнім рівнем кваліфікації керівництва та обслуговуючого персоналу. Розв'язання цих проблем ускладнюється ще недосконалістю систем контролю та оцінки якості послуг готельних підприємств.

Інтенсифікація процесів готельної індустрії відбувається під впливом багатьох чинників, як внутрішніх, так і зовнішніх (рис. 1.8), що загострює проблеми, які гальмують розвиток галузі і вимагають використання ефективних інструментів, адаптованих до сучасних умов управління.



Рис. 1.8. Необхідність удосконалення нормативно-правового забезпечення готельного господарства

Джерело: систематизовано автором за [51]

Висновки до розділу 1

Як відзначають фахівці, готельна індустрія – це єдність усіх фірм і організацій, що співпрацюють, кожна з яких виконує свої специфічні функції, спрямовані на задоволення потреб гостей.

Готельний бізнес як частина туристичної індустрії є однією з найбільш динамічних та гнучких галузей у світі. Його розвиток визначається різними тенденціями, які залежать від ринкових умов, розвитку технологій, а також різних інтересів і переваг споживачів готельного продукту.

Всі фактори і тенденції розвитку готельної індустрії повинні визначати пріоритетні напрями розвитку готельного бізнесу та цілі державного регулювання даної сфери національної економіки.

У кожній державі існують свої поняття про комфорт і гостинність та певні географічні, кліматичні, культурні умови. Через це досить складно ввести єдину класифікацію готельних підприємств за рівнем комфорту. В даний час систем класифікації налічується більше 30. Найбільш відомими серед них є: система зірок, система діамантів, система розрядів. Система зірок є найпоширенішою, тому більшість країн світу поступово переходить на цю систему класифікації.

Однозіркові готелі в Україні характеризуються невисоким рівнем комфорту. Готелі категорії 1* частіше невеликі за розміром та розташовані в непримітних місцях. У розпорядженні знаходяться понад 10 номерів. Харчування там не передбачається, а зручності розташовані на поверсі.

У готелі категорії 2* найчастіше розташовуються туристи, які подорожують недорогими екскурсійними маршрутами. Відповідно до європейських та американських стандартів, у номері такого готелю мусить бути санвузол і телевізор. Іноді ресторан у готелі розташовується в холі одного з поверхів і пропонує континентальний сніданок.

Найпоширенішою категорією є готелі 3*. У номерах цієї категорії зручності розташовані у номері, також мається мило, шампунь та іноді фен. У деяких тризіркових готелях є мінібар та кондиціонер.

Готелі, які мають 4* вважають об'єктами з високим рівнем сервісу. Як правило, вони розташовані у центрі міста або на першій лінії пляжу. Переважно орієнтовані на людей із середнім достатком.

Готелі 5* надають широкий спектр послуг. П'ятизіркові засоби розміщення, які відповідають категорії, нагадують невелике містечко з усією необхідною інфраструктурою.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз розвитку готельного бізнесу на прикладі готелів 3-5*

Протягом останніх кількох років український готельний ринок поступово поновлюється після значного падіння в 2014 році. На цьому тлі все більше інвесторів планує придбати готовий готельний бізнес. InVenture проаналізував поточну ситуацію в готельному сегменті комерційної нерухомості України і відібрав кращі інвестиційні пропозиції [71].

Ріст готельного бізнесу зумовлений перш за все відкриттям лоукостів, що спричинило зростання іноземних туристів. Однак, за оцінками Всесвітньої ради з подорожей і туризму, до 2028 року туризм становитиме лише 1,7% ВВП України, а чисельність іноземних туристів, які відвідали Україну за рік, в 2028 році зросте до 21 мільйона з теперішніх 15 (частка мандрівників серед них менша, так як статистика бере до уваги транзитних туристів), що засвідчує про невеличку привабливість України як туристичного напрямку.

Невисокі темпи зростання промисловості пов'язані з відсутністю українського законодавства та відсутністю високоякісних готелів на користь розвитку туризму та необхідної інфраструктури.

Тож, не дивлячись на зростаючий приплив туристів, основними туристами готелів України продовжують залишатися українці, а обсяг внутрішнього туризму збільшує строк стрімко зростати, особливо на півдні країни. Структура внутрішніх і зовнішніх туристів в деяких країнах за 2017 рік зображена на рис. 2.1.

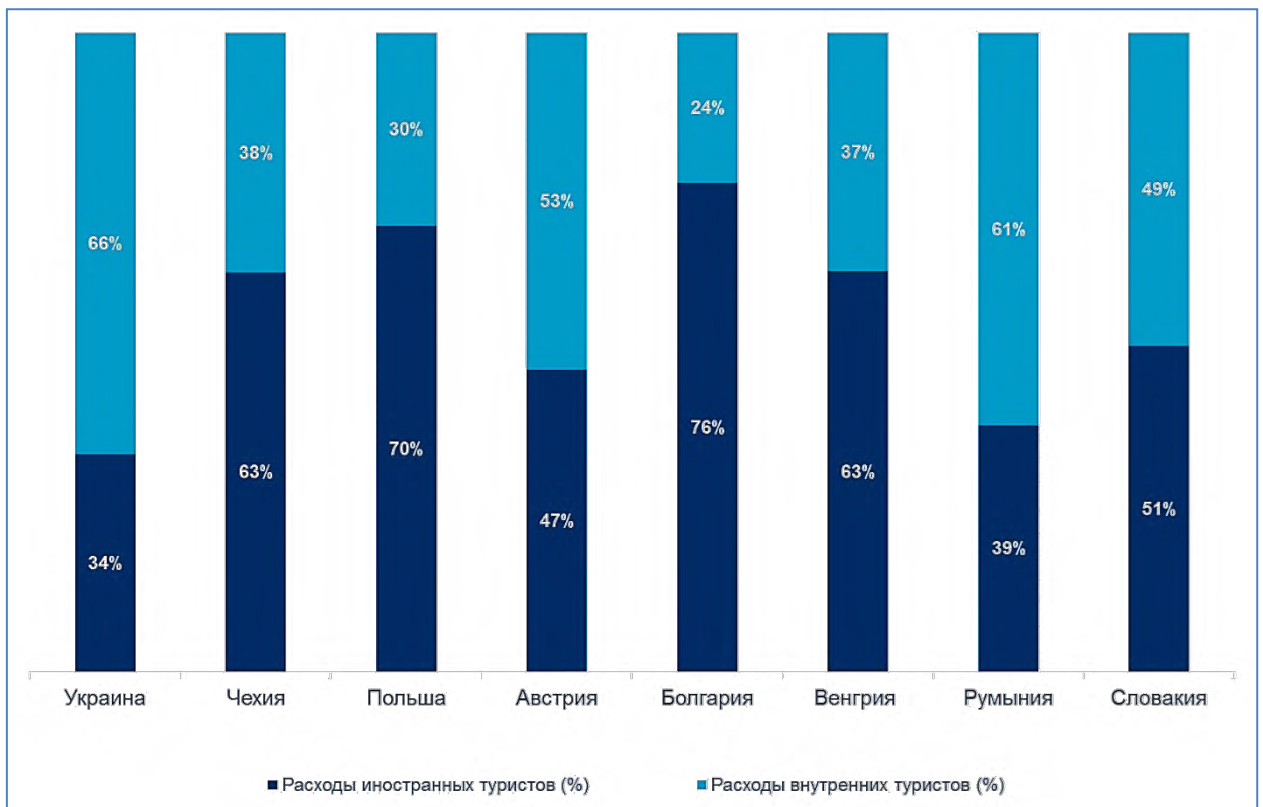


Рис. 2.1. Структура витрат внутрішніх і зовнішніх туристів у країнах Центральної та Східної Європи в 2017 році
Джерело: систематизовано автором за [68]

На сьогоднішній день готельна індустрія розвивається в кількох регіонах, кожен зі своєю спеціалізацією. Тому готелі які на заході і на півдні – налаштовані на рекреаційний вид туризму, тому корпоративними туристами являються гості міст-мільйонерів.

Найбільш перспективні інвестиції в готельний бізнес є в Києві та південному регіоні, де найбільший потік туристів. У столиці його надають іноземні туристи та корпоративні мандрівники, а в останні роки активно перебуває у розвитку рекреаційний туризм у прибережних зонах.

Розглянемо та проаналізуємо стан готельного ринку на прикладі столиці України – м. Києва.

У 2018 році готельний ринок Києва поповнився декількома готелями категорії 3* та 4*, загальним номерним фондом 794 номери (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Готелі, що вийшли на ринок м. Києва у 2018 році

| № з/п | Назва | Адреса | Категорія | Номерний фонд | Оператор |
|-------|---------------------------|----------------------------|-----------|---------------|---------------------------|
| 1 | Aloft Kyiv | вул. Еспланадна, 17 | 4* | 310 | Sheraton Hotels & Resorts |
| 2 | ibis Kyiv Railway Station | вул. Повзунова, 6 | 3* | 280 | Accor Hotels |
| 3 | Favor Park Hotel | вул. М. Конєва, 6 | 4* | 133 | Приватне управління |
| 4 | BURSA | вул. Костянтинівська, 11 | | 33 | Приватне управління |
| 5 | CITYHOTEL (розширення) | вул. Б. Хмельницького, 56А | 4* | 38 | Приватне управління |

Джерело: систематизовано автором за [69]

На кінець 2018 року готельний ринок міста Києва налічує близько 100 готелів різних категорій загальним номерним фондом приблизно 10800 номерів.

У 2019 році готельний ринок поповнився всього лише на два нових традиційних готеля з чисельністю 110 номерів. У той же час набирає вагу розвиток гібрид-готелів і концептуальних хостелів. У Києві в 2019 році відкрилося кілька оригінальних об'єктів, а також перший у світі хостел в колишніх вагонах метро на Подолі [69].

Заповнюваність і середньорічна вартість проданого номера в день (ADR) для якісних готелів під управлінням Професійних операторів м. Київ представлена в табл. 2.2 [68].

Таблиця 2.2

Заповнюваність та середня вартість номера у готелях 3-5* м. Києва у 2018-2019 рр. [69]

| Категорія | Показник заповнюваності | | ADR, євро | |
|-----------|-------------------------|----------|-----------|----------|
| | 2018 рік | 2019 рік | 2018 рік | 2019 рік |
| 3* | 55-65% | 55-65% | 45 | 50 |
| 4* | 55-65% | 55-65% | 85 | 90 |
| 5* | 45-50% | 44-46% | 150 | 150 |

У 2018 році помітно зростав рівень доходності в готелях категорій 3*,4* і 5* м. Києва.

Загалом турист залишає в готелі від 50 до 150 євро в необхідності від класу готелю – 3 *, 4 *, 5 *.

У Cushman & Wakefeild в Україні цифри дещо відрізняються, а динаміка цін на номер різнилась в залежності від категорії готелю. У той час, як ціна за номер дещо знизилася в готелях категорій luxury, upper upscale, upscale і upper midscale, готелі нижньої цінової категорії дещо підвищили вартість (рис. 2.2) [68].



Середня вартість номеру (rack rate) категорії стандарт, дол. США, з ПДВ
Джерело: Cushman & Wakefield

Рис. 2.2. Динаміка rack rates готелів у Києві

Джерело: систематизовано автором за [68]

Сегмент Luxury buy вартість в минулому році зафіксувалась біля \$426 (-\$24 за рік), Upper Upscale – \$220 (-\$9 за рік), Upscale – \$220 (-\$9 за рік), Upper Midscale – \$139 (-\$21 за рік), Midscale – \$82 (+\$9 за рік), Economy – \$ 40 (+\$8 за рік).

Пасажиропотік аеропортів «Київ» і «Бориспіль» в 1 кварталі 2019 року виріс до 638 тис. (+44,3%) і 2,65 млн. (+15,2%), що показує зріст інтересу іноземців до Києва як до економічного і туристичного центру. Однак, забезпеченість номерним фондом в Києві найнижча серед столиць держав Центральної та Східної Європи – на одну тисячу жителів припадає всього 3,5 номера, що в два рази менше середнього Європейського показника. З іншого боку, у готельної галузі є великий потенціал для зростання. За даними Cushman & Wakefield з 2016 по 2020 номерний фонд київських готелів збільшився на 13% з 10 117 номерів до 11 451, але до грані розквіту готельному ринку ще дуже далеко [68].

Номерний фонд готелів столиці збільшився протягом 2019 року всього на 110 номерів. Після реконструкції ввели в експлуатацію butik-готель Riviera House (65 номерів) і другий корпус Amarant Hotel 3* (45 номерів).

У Colliers International (в Україні) відзначили, що загальна пропозиція готелів різних категорій станом на 2019 рік становить біля 10 900 номерів. З них у сегменті 3* – 3927 найбільше пропозиції номерів, у готелях 4* – 3624 номерів пропозиції трохи менше, а в сегменті 5* – 1518 номерів значно менше пропозицій.

Обсяг номерного фонду та середня вартість номера категорії «стандарт» у київських готелях у 1 кварталі 2019 року за даними Colliers International наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Обсяг номерного фонду та середня вартість номера категорії «стандарт» у київських готелях у 1 кварталі 2019 року

| Категорія готелю | Обсяг номерного фонду | Середня вартість номера, євро |
|------------------|-----------------------|-------------------------------|
| 3* | 3882 номерів | 69 |
| 4* | 3624 номери | 147 |
| 5* | 1518 номери | 369 |

Джерело: систематизовано автором за [70]

На рис. 2.3-2.5 зображена аналітика готельної нерухомості за 2019 рік, згідно даних джерела Colliers International

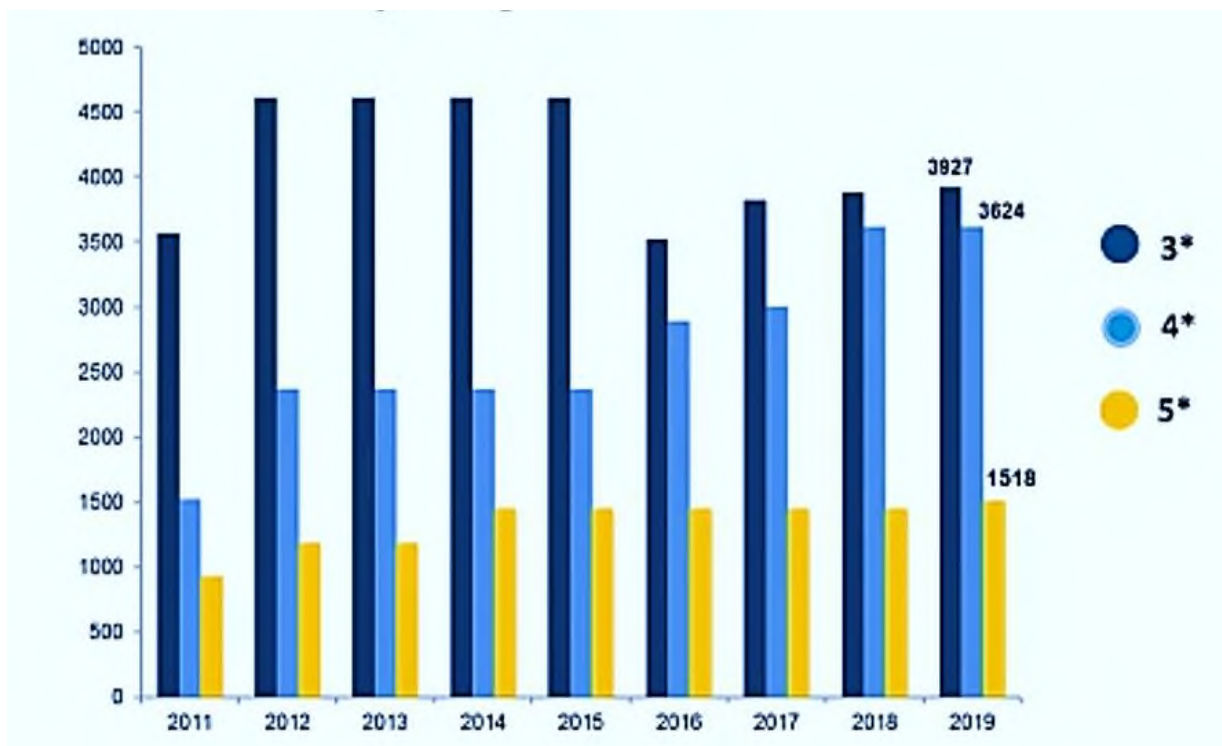


Рис. 2.3. Пропозиція номерного фонду в готелях Києва [70]

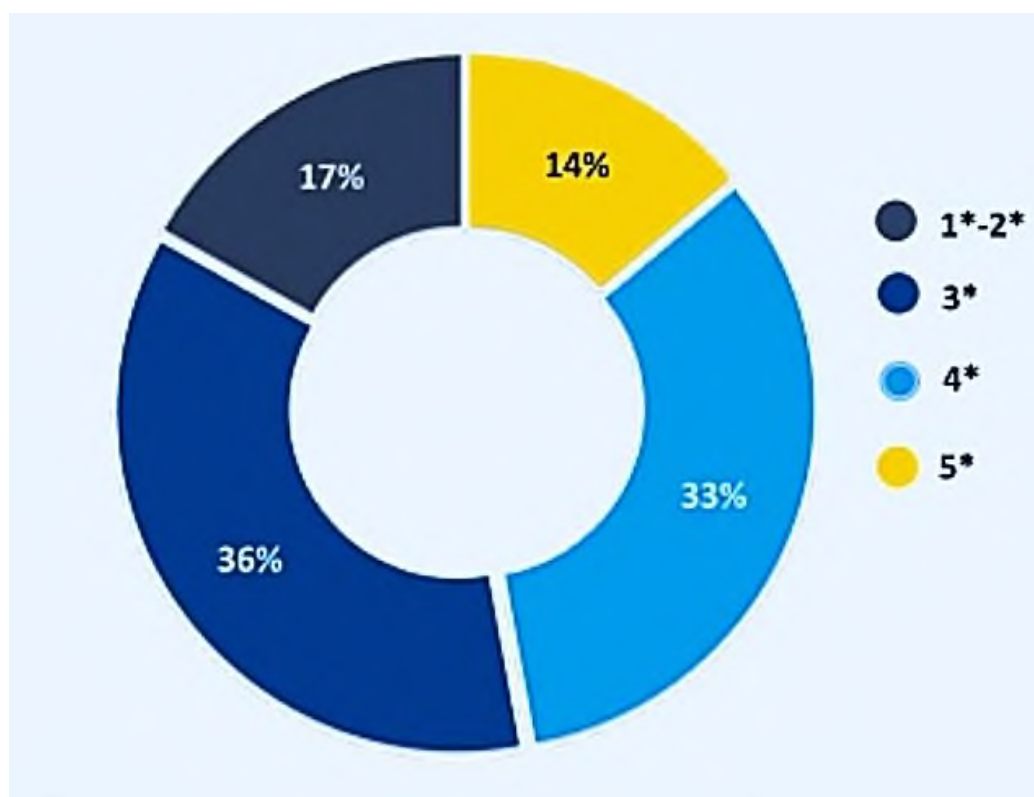


Рис. 2.4. Пропозиція номерного фонду за категоріями, 2019 рік

Джерело: систематизовано автором за [70]



**Рис. 2.5. Середня оголошена вартість номеру «Стандарт» у готелях
Києва категорії 3-5***

Джерело: систематизовано автором за [70]

Нині на ринку готельної власності Києва є перебір готелів у сегментах upscale, upper upscale і luxury. При цьому столиці не вистачає високоякісних готелів категорій budget-midscale, де спостерігається найвищий попит. Середня заповнюваність готелів Києва у 2018 році становила 50-60%, але це число в тому ж сегменті, оскільки деякі готелі занадто дорогі для проживання, а деякі готелі не відповідають своїм розміщенням. За даними розробників для 40% київських готелів характерні неякісний сервіс і застарілий номерний фонд. Заповнюваність п'ятизіркових готелів істотно нижче, оскільки їх ціна порівняна з готелями у Відні. Якщо більшість постояльців готелів Києва – корпоративні мандрівники, то готелі в будні дні завантажені більше, ніж на вихідних.

Брак готелів в сегменті budget-midscale стимулює інвесторів і розробників інвестувати у відкриття нових готелів. У 2020 році планувалося відчинити готелі Ibis і Adagio City Aparthotel, якими орудує всесвітня готельна мережа AccorHotels. У майбутньому спостерігається вихід на ринок Києва великих міжнародних готельних брендів, але готельного буму очікувати не варто, так як кількість туристів, які відвідують столицю все-таки невелика.

У Одеській, Херсонській, Миколаївській та Запорізькій областях кількість туристів стрімко зростає. Одеська мерія зазначила, що в 2018 році Південну Пальміру відвідали 3 мільйони 200 тисяч туристів (в 2017 їх кількість склала 2,5 мільйона). Як і в Києві, більша частина жителів готелів українці – близько 60-70%. Доречно зазначити, що готельний ринок на півдні України має багато характеристик.

– Сектор комерційної нерухомості та готельного господарства в південному регіоні розвинений слабо. Наприклад, в Одесі, за даними компанії EY в 2018 було 65 готелів із загальним фінансуванням близько 4000 номерів. До того ж тільки один готель, п'ятизірковий Hotel de Paris Odessa-MGallery by Sofitel знаходився під керівництвом всесвітнього готельного диспетчера (компанія AccorHotels). В решти курортних містах умови в готелі ще гірші. Тому якщо ви хочете інвестувати в готельний бізнес в Південному регіоні зараз – саме час.

– Чудова сезонність. У сезон туризму гарний готель може бути поповнений на 100%, а ось взимку постійних туристів може не бути взагалі.

– Зважати дефіцит якісних готелів на півдні України, то конкуренція в готельному бізнесі менша. Основними конкурентами бюджетних і середніх готелів є різноманітні апартаменти та квартири, які знімаються. Також готельєрам, які працюють в Херсонській, Миколаївській та Запорізькій областях, слід зазначити, що більшість ймовірних клієнтів – це особи з відносно низьким рівнем купівлі (готелі категорій upscale і luxury варто відкривати в Одесі) [71].

Перше півріччя 2020 року український готельний ринок проводив без особливого жалю. Брак бізнес-туристів, скорочення в два рази і більше рівня завантаження готелів практично по всіх сегментах, падіння середнього чека стали основними викликами для готельєрів.

Крім зазначених вище проблем, ще й заборона на проведення масових і ділових заходів. Отже, стає зрозуміло, чому готельєри не особливо нарікають на перші 6 місяців 2020 року і всерйоз побоюються посилення карантину через нові події у зв'язку з епідемією коронавірусу.

Як показала практика, внаслідок закритих кордонів через епідемію коронавірусу, в Україні розвинувся внутрішній туризм, і готелі типу замських, в яких гості проводили відпустку, досить успішно закрили свої сезони і досі успішно працюють. З непоганими показниками по чистому прибутку виходили по липню готелі в Яремче, Славському, Верховині, Буковелі.

Успішним був сезон для об'єктів Чорноморського узбережжя сегменту «середній плюс» і вище.

Аудиторія, яка з року в рік вибирала відпочинок в зарубіжних готелях, з відомих причин попрямувала в готелі Чорноморського і Азовського узбережжя: від Курортного (Одеська область) до Бердянська (Запорізька область). Готелі на відстані 1-2 годин їзди від таких великих міст, як Дніпро, Київ, Харків, Вінниця, Львів, Одеса, Івано-Франківськ, також мали успіх завдяки турам вихідного дня [72].

Непогано себе почували і замські готелі в радіусі 50-70 км від Києва. Багато з них були завантажені на 80-100% фактично з початку карантину і до кінця літа.

А попит на відпускні внутрішні напрямки, навіть незважаючи на побоювання підхопити вірус, був досить стабільним фактично все літо – з середини червня до початку навчального року, зазначає експерт. Влітку середнє завантаження готелів в Одесі, за його даними, було від 60 до 75%.

Готельний ринок не прихований. Останнім часом цю країну відвідує багато мандрівників та гостей. Цьому слугує низька вартість, відкриття кордону з Європейським Союзом та підвищення помітної торгівельної марки на всесвітньому рівні. Наразі планується будівництво деяких нових готелів, тому ми повинні зробити все можливе, щоб зробити їх більш захопливими для туристів. (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Готелі, відкриття яких планується в 2020-2022 рр.*

| Назва | Адреса | Категорія | Оператор | Номерний фонд | Дата | Статус |
|---------------------------|---------------------------|-----------------|---|---------------|-----------|---|
| Hotel Ibis | пр. Перемоги, 55 | Midscale | AccorHotels | 150 | 2020 | В процесі будівництва |
| Adagio City Aparthotel | пр. Перемоги, 55 | Upper midscale | AccorHotels | 100 | 2020 | В процесі будівництва |
| Sheraton Kiev Olimpiyskiy | вул. В. Васильківська, 55 | Upper Upscale | Marriott International | 208 | 2020 | Будівництво відновлено |
| Славутич | вул. Ентузіастів, 1 | Economy | Premier Hotels and Resorts | 300 | 2021 | В процесі реконструкції |
| Санкт-Петербург | бул. Т. Шевченка, 4 | Upper midscale* | Планується залучення міжнародного оператора | 146 | 2021 | Будівництво / реконструкція ще не поновлені |
| Swiss Hotel Living | вул. Лютеранська, 13 | Upper midscale* | AccorHotels | 58 | 2021-2022 | В процесі будівництва |

*Попередні дані, дати відкриття є орієнтовними
Джерело: систематизовано автором за [68]

Таким чином, у 2020-2022 роках на готельному ринку буде помірне збільшення загального обсягу пропозиції.

Відбуватися це буде, в основному, за рахунок відновлення будівництва або реконструкції готельних проектів, які або залишалися замороженими протягом більше 5 років, або характеризувалися повільними темпами будівництва [69].

За словами виконавчого директора Української асоціації туристичних агентств, за 2020 рік вітчизняний туристичний ринок в цілому скоротився на 60-70 %.

В кінці минулого і на початку нинішнього року ситуація дещо пом'якшилася після того, як для туристів стали доступні Єгипет і Туреччина.

Тим часом, за даними Міжнародної організації цивільної авіації ООН з питань цивільної авіації, в 2020 році, в порівнянні з 2019 роком, обсяг пасажирських авіаційних перевезень авіакомпаній світу скоротилися на шістдесят відсотків. Всього в минулому році було перевезено тільки близько 1,8 мільярда пасажирів, тоді як в позаминулому – 4,5 мільярда.

При цьому, за даними організації, на внутрішніх рейсах кількість пасажирів скоротилася на п'ятдесят відсотків, тоді як на міжнародних рейсах – на 74 %. Критична мінімальна точка була в квітні 2020 року, а влітку ситуація в сфері авіаперевезень значно пожвавилася.

Отже, як буде розвиватися ситуація далі, експерти поки прогнозувати не беруться. Вони обережно припускають, що галузь авіаперевезень почне відновлюватися в другому кварталі нинішнього року, але тільки за умови, що покращиться епідеміологічна ситуація. В Україні, за даними прес-центру Державного підприємства з обслуговування повітряного руху в Україні, кількість авіаперевезень, порівняно з 2019 роком, зменшилася на 57% [73; 74].

2.2. Загальна характеристика готельного підприємства (на прикладі ПрАТ «Готель Прем'єр палац»)

Об'єктом дослідження даної роботи є готельне підприємство ПрАТ «Готель Прем'єр Палац», основним видом діяльності якого є надання туристам послуги засобів тимчасового розміщування, і юридична інформація про яке наведена в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

**Загальна інформація про готельне підприємство ПрАТ «Готель
«Прем'єр Палац»**

| | |
|---------------------------------|--|
| Повне найменування емітента | - українською мовою: ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ГОТЕЛЬ «ПРЕМ'ЄР ПАЛАЦ» |
| | - російською мовою: ЧАСТНОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «ГОСТИНИЦА «ПРЕМЬЕР ПАЛАС» |
| | - англійською мовою: PRIVATE JOINT STOCK COMPANY PREMIER PALACE HOTEL |
| Скорочене найменування | - українською мовою: ПрАТ «Готель «Прем'єр Палац» |
| | - російською мовою: ЧАО «Гостиница «Премьер Палас» |
| | - англійською мовою: PrJSC Premier Palace Hotel |
| Організаційно-правова форма | Акціонерне товариство |
| Ідентифікаційний код за ЄДРПОУ | 21660999 |
| Місцезнаходження | бульв. Тараса Шевченка / вул.Пушкінська, буд. 5-7/29, м. Київ, Київська область, 01024, УКРАЇНА |
| Міжміський код, телефон та факс | (044) 244-12-23 (044) 279-28-14 |
| Електронна поштова адреса | blv@premier-palace.com |
| Статутний капітал | 366700000,00 грн |
| Генеральний директор | Бондарук Максим Вікторович |
| Головний бухгалтер | Бедій Людмила Володимирівна |
| Основні види діяльності | 55.1 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування 56.1 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування 56.3 Обслуговування напоями |

Джерело: систематизовано автором за [76]

Premier Hotels and Resort – перша мережа готелів в Україні, сукупність готелів від 3 до 5 зірок, кожен зі своїми унікальними методами, але однаково затишні. Всі готелі об'єднані загальною властивістю – професійним і якісним сервісом [75].

Ви завжди можете розраховувати на безпеку і приватність, професійне обслуговування і увагу до своїх побажань, незалежно від категорії готелю, в будь-якому місті.

Готелі можна знайти в різних куточках України: мегаполісах, обласних центрах, курортах і ключових транспортних розв'язках.

Premier Hotels and Resorts – готелі, що створюють емоції. Можна обрати один з трьох брендів готелю:

– Premier Palace Hotels – готелі, унікальні своєю історією і архітектурою. У кожному з них аристократична атмосфера переплітається з духом того місця, де розташований готель. Зупинившись тут, безсумнівно відчуваєш себе в самому серці сучасного мегаполісу [76].

– Premier Hotels – бізнес-клас серед готелів, що поєднує комфортне розміщення з необхідними послугами і сучасними технологіями, для людей, які ведуть активне життя і цінують час. Завжди зручне розташування, всі умови для ведення бізнесу і ідеальне місце для зустрічей.

– Premier Compass Hotels – тут є все, що необхідно для короткої зупинки в дорозі. І разом з тим, гість завжди може розраховувати на професійний сервіс, особистий простір і приватність. Лаконічний і продуманий дизайн, функціональність і простота характеризують бренд.

Premier Palace Hotel – унікальний готель, з більш ніж віковою історією, а також перший готель в Києві, який отримав категорію «п'ять зірок». Це улюблене місце проживання і зустрічей ділової, політичної та культурної еліти [76].

Premier Palace Hotel – пам'ятка архітектури державного значення. Класичний зразок пізнього «російського ампіру» з елементами модерну.

Гармонійно поєднує в собі вишуканість історичної будови і традиційні інтер'єри в стилі ренесансу з функціональністю і ультрасучасним комфортом.

Чудова будівля готелю є частиною архітектурного надбання міста і розташоване в самому серці столиці на перетині вул. Пушкінської та

бульвару Т. Шевченка. Звідси всього 100 метрів до головної вулиці столиці – Хрещатик (див. Додаток А).

Сьогодні Premier Palace Hotel – один з кращих в Києві з бездоганною репутацією готель, який обирають відомі бізнесмени і політики, зірки шоу-бізнесу і спорту. Тут часто зупиняються міжнародні делегації. А загальний список знаменитих постояльців давно перевалив за 200 осіб [76].

Загальний номерний фонд готелю складається з 284 номерів, категорії і кількість номерів представлені в табл. 2.6

Таблиця 2.6

Номерний фонд ПрАТ «Готель Прем'єр Палац»

| Категорія номеру | Кількість | Обладнання |
|---------------------------|-----------|---|
| Класичний одномісний | 59 | Індивідуальна система кондиціонування та опотлення; Кабельне ТВ; Wi-fi; Міні-сейф; Міні-бар; Телефон з міжнародним доступом; Електронна система безпеки; Фен; Набір для чаю/кави; Шумоізоляцій ні вікна. |
| Класичний двомісний | 73 | |
| Номер «Прем'єр» | 125 | |
| Делюкс | 11 | |
| Люкс | 7 | |
| Іменний люкс | 4 | |
| Номер «Клуб» | 1 | |
| Апартаменти | 2 | |
| Королівські апартаменти | 1 | |
| Президентські апартаменти | 1 | |
| Всього номерів: | 284 | |

Джерело: систематизовано автором за [76]

Цінова політика на номери різних категорій залежать від їх наявності на потрібні Вам дати.

Категорія «Стандартні номери» містить у собі такі номери: стандартний одномісний; класичний одномісний; класичний двомісний; прем'єр номер з роздільними ліжками; класичний двомісний з балконом; прем'єр номер з широким ліжком; прем'єр номер з широким ліжком з балконом; сімейний номер; gastro getaway – делюкс зі сніданком і вечерею; делюкс та двокімнатний люкс.

Категорія «Тематичні делюкси» представлена такими номерами: тематичний делюкс – хай-тек; тематичний делюкс – Булгаков; тематичний

делюкс – весільний; тематичний делюкс – Роксолана; тематичний делюкс – Гетьман; тематичний делюкс – фен-шуй.

В категорії «Іменні люкси» містяться такі номери: іменний люкс – Висоцький; іменний люкс – Серж Лифар; іменний люкс – Вертинський; іменний люкс – Любов Орлова.

На Представницькому поверху розміщені такі номери: президентські апартаменти; двокімнатний люкс на представницькому поверсі; апартаменти на представницькому поверсі; номер «Клуб»; королівські апартаменти; одномісний на представницькому поверсі; двомісний на представницькому поверсі; 2 прем'єр номери на представницькому поверсі.

В готелі діють спеціальні пропозиції, з якими детально можна ознайомитись на офіційному сайті готелю [76].

Ресторани готелю Premier Palace Hotel задовольняють смак найбільш вимогливих гостей (табл. 2.7). Ранок починається з кращого в Києві сніданку, сервірується в панорамному ресторані «Теракота». Романтичний вечір знову повертає гостей за столики з видом на центр міста ресторану «Теракота». Тут ваш чекають кулінарні шедеври Середземномор'я, з великою любов'ю приготовані з бездоганно якісних натуральних автентичних продуктів.

З квітня по листопад гості насолоджуються кращим відкритим рестораном Києва – «Атмосфера», відвідування якого входить в must have будь-якого поважаючого себе гурмана [76].

Таблиця 2.7

Ресторани і бари ПрАТ «Готель Прем'єр Палац»

| Ресторани і бари | Характеристика | Час роботи | Поверх |
|-------------------------|--|-------------------|---------------|
| Atmosfera | Панорамний ресторан з відкритою терасою, розташований на даху готелю, звідки відкривається чудовий вид на центр міста. | 12:00-23:00 | 8 |
| Terracotta | Вишуканий ресторан середземноморської кухні з великим вибором вин і непередаваною атмосферою, яка створюється завдяки живій музиці і високому рівню сервісу. | 07:00-23:00 | 8 |

Продовження табл. 2.7

| Ресторани і бари | Характеристика | Час роботи | Поверх |
|----------------------|--|-------------|--------|
| Лоббі-бар | Затишне і комфортне місце ідеально як для неспішних ділових зустрічей, так і для відпочинку. Більше 200 видів алкогольних і безалкогольних напоїв, легкі закуски і десерти доступні 24 години на добу. | 24/7 | 1 |
| Спорт бар «Fan Fest» | Демократична атмосфера і спортивні трансляції всіх значущих спортивних подій розташовує до неформального спілкування. Ситні закуски будуть прекрасним доповненням до коктейлів і пива, представленому в широкому асортименті. | 09:00-23:00 | 1 |
| Вітамін-бар «Laguna» | Розташований на території басейну. Пропонує широкий вибір низькокалорійних страв з "фітнес-меню" для тих, хто дотримується правильного харчування і здорового способу життя, а також вітамінні безалкогольні коктейлі і свіжовичавлені соки. | 09:00-23:00 | 1 |
| Ikigai | Ikigai-це місце японської haute cuisine. Відкрита кухня-суші-майстер нарізає слайсами лосось. Терруарний чай подають у скляних колбах-жовтим кольором свій бутон розкриває лотос. З спиртного віддаємо перевагу о-саке. Крім основних залів, тут три вір-кімнати і літня тераса. | 12:00-23:00 | 1 |

Джерело: систематизовано автором за [76]

На другому поверсі ПрАТ «Готель Прем'єр Палац» є цілий комплекс для підготовки та проведення ділових зустрічей, нарад, конференцій, презентацій, тренінгів, банкетів та інших заходів, зали мають різні варіанти розсадки.

Щоб організувати і провести конференцію, зустріч або форум швидко, легко і професійно готель пропонує вам по-новому поглянути на весь процес. Готель пропонує Ideal Meeting – концепцію проведення ідеальних заходів в Premier Hotels and Resorts, що втілила наш досвід і знання, зібрані за довгі роки в різних готелях і регіонах України [75].

Відновити сили і відчути внутрішню гармонію можна відвідавши Premier Palace Wellness Club (див. Додаток Б).

В оздоровчий комплекс Premier Palace Wellness Club входять: VIP-сауна, фінська сауна, турецька лазня, солярій, тренажерний зал з сучасним обладнанням, зал для аеробіки і масажні кабінети.

Наявний басейн під скляним куполом, оснащений системою протитоку, водними атракціонами і гідромасажними установками. Поруч з басейном знаходиться фітнес-бар «Лагуна».

Також Premier Palace Wellness Club пропонує аксесуари для басейну, товари для спорту, косметику та парфумерію.

Тренерами готелю є майстри спорту та учасники міжнародних змагань, які розробляють індивідуальні тренувальні програми.

Крім того, пропонуються різноманітні послуги СПА, класичний і тайський масаж.

Дозвілля та розваги, пропоновані ПрАТ «Готель Прем'єр Палац»:

– БУТІК «FABULOUS» – розташований на 1-му поверсі готелю Premier Palace Hotel і представляє колекції таких світових дизайнерів як: Елі Сааб, Кароліна Еррера, Етро, Ральф Лорен, Массірно Сфорца, Анджело Галассо, Джейкоб Коен, Сантоні, Рапаро та багато інших.

Час роботи: щодня з 10:00 до 22:00.

– БУТІК «FRANCESCO SMALTO» – представляє класичні чоловічі костюми, костюми в стилі casual, сумки, окуляри та інші всілякі аксесуари.

Час роботи: щодня з 10:00 до 22:00.

– СУВЕНІРНИЙ КІОСК. З Києва неможливо виїхати, не придбавши на пам'ять сувеніри для друзів і близьких. У лобі готелю ви знайдете сувенірний кіоск з подарунками на будь-який смак, що нагадують про Україну.

Час роботи: щодня з 8:00 до 22:00.

– КАБАРЕ PARADISE – на 8-му поверсі готелю, в пентхаусі розташоване найпрестижніше кабаре Києва – кабаре Paradise.

Час роботи: з 21:00 до 06:00.

Перелік основних послуг та безкоштовних послуг (вказуються при бронюванні номеру) які надає готель приведено в Додатку В.

Premier Palace Hotel – готель в самому серці Києва. Гостям готель пропонує зануритися в унікальну атмосферу, відвідавши найзнаменніші місця міста, їх перелік наведено у Додатку Г.

Заїзд у готелі починається з 15:00 години, виїзд – до 12:00 години.

Готельне підприємство ПрАТ «Готель Прем'єр Палац» здійснює господарську діяльність згідно Статуту ПрАТ «Готель Прем'єр Палац» та чинного законодавства України [76].

Отже, можна зробити наступний висновок готельного підприємства п'ятизіркового «Готелю Прем'єр Палац», що це найкращий готель в місті Києві, з унікальною історією, відкритого в 1912 році. Загальний номерний фонд готелю складається з 284 номерів, з вікон яких видно золотoverхові куполи знаменитих київських храмів, музеїв, парків та торговельних центрів. Недарма в назві готелю присутнє слово «прем'єр», що означає «перший».

2.3. Діагностика господарської діяльності готельного підприємства (на прикладі ПрАТ «Готель Прем'єр Палац»)

Джерелом інформації для проведення аналізу фінансового стану готельного підприємства ПрАТ «Готель Прем'єр Палац» є фінансова звітність суб'єкта у складі форми №1 «Баланс» та форми №2 «Звіт про фінансові результати» за 2017-2019 рр.

Розглянемо основні показники діяльності ПрАТ «Готель Прем'єр Палац» та їх динаміку. Показники економічної ефективності підприємства ПрАТ «Готель Прем'єр Палац» за 2017-2019 рр. представлені в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

**Основні показники діяльності готельного підприємства ПрАТ «Готель
«Прем'єр Палац» за 2017-2019 рр.**

| Показники | Обсяг, тис.грн | | | Відхилення, грн. | |
|--|----------------|---------|---------|------------------|-----------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2018/2017 | 2019/2018 |
| Доход (виручка) від реалізації продукції | 275663 | 304782 | 274274 | 29119 | -30508 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | -190798 | -167325 | -161939 | 23473 | 5386 |
| Чистий доход (виручка) від реалізації продукції | 84865 | 137457 | 112335 | 52592 | -25122 |
| Адміністративні витрати | -26609 | -30946 | -29147 | -4337 | 1799 |
| Витрати на збут | -23486 | -16519 | -8754 | 6967 | 7765 |
| Чистий прибуток | 860639 | 12708 | 112628 | -847931 | 99920 |
| Грошові кошти та їх еквіваленти | 14506 | 16818 | 21873 | 2312 | 5055 |
| Товари (послуги) | 5864 | 6313 | 5982 | 449 | -331 |
| Необоротні активи | 317112 | 317369 | 293891 | 257 | -23478 |
| Оборотні активи | 67587 | 29627 | 42124 | -37960 | 12497 |
| Поточні зобов'язання і забезпечення | 27116 | 38875 | 153075 | 11759 | 114200 |
| Валюта балансу | 384699 | 346996 | 336015 | -37703 | -10981 |
| Продуктивність праці | 574,30 | 654,04 | 624,77 | 79,74 | -29,27 |
| Рентабельність продажу | -4,51 | 0,04 | 0,41 | 4,55 | 0,37 |
| Загальна рентабельність | 3,12 | 0,04 | 0,41 | -3,08 | 0,37 |

Джерело: систематизовано автором за [76]

Дані табл. 2.8 показують, що виручка від продажу продукції (надання послуг) в 2018 році порівняно з 2017 роком збільшилася на 29 119 тис. грн., а у 2019 році зменшилась на 30 508 тис. грн. через що зменшився потік туристів, і відповідно товари (послуги) – на 331 тис. грн.

Прибуток від продажу товару також має тенденцію у 2018 році – зростання, а у 2019 році – зниження, внаслідок чого підприємство отримало чистий прибуток в 2019 році – 112 628 тис. грн., що на 99 920 тис. грн. більше ніж сума чистого прибутку в попередньому році. Даний фактор безумовно позитивно впливає на фінансове становище підприємства. Однак в 2017 році цей показник дорівнював сумі в 860 639 тис. грн., відповідно за 2018 рік помітне вагоме зниження – на 847931 тис. грн.

Адміністративні витрати і витрати на збут зменшились за 2019 рік, відповідно зменшилась і собівартість реалізованого товару (наданих послуг).

Необоротні активи у 2019 році зменшились, а оборотні активи мають тенденцію зростання, що в свою чергу надає на фінансовий стан позитивний вплив. Також зросла сума поточних зобов'язань і забезпечень, що для підприємства – не самий позитивний момент, і якщо цей приріст буде збільшуватись, це може призвести до критичного положення. Дані зміни вплинули на зменшення суми валюти балансу підприємства.

Також спостерігалось зростання продуктивності праці в 2018 році, та її зниження у 2019.

Рівень рентабельності продажів за 2018 рік значно збільшився – з -4,51 до 0,04, а у 2019 році значення досягло 0,41, це означає, що сума прибутку з кожної гривні проданої продукції збільшився. А от показник загальної рентабельності спочатку значно зменшився (на 3,08), а потім помітно зріс на 0,37.

Для ПрАТ «Готель Прем'єр Палац» розрахунок показників, що характеризують ліквідність балансу представлений в табл. 2.9.

Таблиця 2.9

**Показники, що характеризують ліквідність балансу ПрАТ «Готель
Прем'єр Палац», за 2017-2019 рр.**

| Показники | Обсяг, тис. грн. | | | Відхилення, грн. | |
|---|------------------|--------|--------|------------------|-----------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2018/ 2017 | 2019/2018 |
| Грошові кошти та їх еквіваленти | 21980 | 2257 | 8799 | -19723 | 6542 |
| Дебіторська заборгованість | 28935 | 11164 | 17312 | -17771 | 6148 |
| Оборотні засоби | 67587 | 29627 | 42124 | -37960 | 12497 |
| Короткострокові зобов'язання | 27116 | 38875 | 153075 | 11759 | 114200 |
| Коефіцієнт абсолютної ліквідності | 0,5533 | 0,0370 | 0,0185 | -0,5162 | -0,0186 |
| Коефіцієнт швидкої (термінової) ліквідності | 1,4293 | 0,3239 | 0,0673 | -1,1054 | -0,2566 |
| Коефіцієнт поточної ліквідності | 1,6804 | 0,4862 | 0,0883 | -1,1941 | -0,3979 |

Джерело: систематизовано автором за [76]

Як видно з табл. 2.9, грошові кошти за 2019 рік зросли на 6 542 тис. грн., однак в 2018 році бачимо їх зменшення на 19 723 тис. грн. Збільшення грошових коштів свідчить, як правило, про зміцнення фінансового стану підприємства. Їх сума повинна бути достатньою для погашення першочергових платежів.

Також спостерігається зріст суми дебіторської заборгованості, оборотних засобів, і короткострокових зобов'язань.

Значення коефіцієнта поточної ліквідності знаходиться нижче нормального рівня – (від 1 до 2) – 0,5533, 0,0370 та 0,0185, причому цей показник з кожним роком знижується, можливо ця тенденція збережеться і в наступні періоди.

Значення коефіцієнта швидкої (термінової) ліквідності трохи перевищувало норму (від 0,7 до 1) у 2017 році – 1,4293, проте його величина знижується, що свідчить про погіршення платоспроможності підприємства і

заповільнює оборотність власних коштів, вкладених в запаси.

Для характеристики ліквідності аналізованого підприємства в табл. 2.10 розрахунок груп активів і пасивів.

Таблиця 2.10

**Показники ліквідності ПрАТ «Готель Прем'єр Палац»
за 2017-2019 рр., тис. грн.**

| Показники | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік |
|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| A1 | 21980 | 2257 | 8799 |
| A2 | 34799 | 17477 | 23294 |
| A3 | 9975 | 9893 | 10031 |
| A4 | 317112 | 298369 | 293891 |
| Всього активи | 383866 | 327996 | 336015 |
| П1 | 27116 | 38875 | 345628 |
| П2 | 12610 | 22057 | 131202 |
| П3 | 635442 | 583437 | 498703 |
| П4 | -277859 | -275316 | -162688 |
| Всього пасиви | 397309 | 369053 | 812845 |

Джерело: систематизовано автором за [76]

Порівняння отриманих показників з нормативними значеннями, представлено в табл. 2.11.

Таблиця 2.11

**Зіставлення підсумків груп за активами й пасивами балансу
ПрАТ «Готель Прем'єр Палац»**

| Нормативні показники | Співвідношення активів і пасивів балансу | | |
|-----------------------------|---|-----------------|-----------------|
| | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік |
| A1=>П1 | A1<П1 | A1<П1 | A1<П1 |
| A2=>П2 | A2=>П2 | A2=>П2 | A2=<П2 |
| A3=>П3 | A3=<П3 | A3=<П3 | A3=<П3 |
| A4<П4 | A4>П4 | A4>П4 | A4>П4 |

Джерело: систематизовано автором за [76]

Як бачимо, і в 2017, і в 2018 не вистачає можливості швидкого

переводу активу щоб покрити найневідкладніші борги. Нерівність $A2 \Rightarrow P2$ – дотримуються, а нерівності $A3 \leq P3$ і $A4 > P4$ мають протилежні значення. На даний момент таке положення не тягне за собою критичного погіршення фінансового стану підприємства, однак якщо дана тенденція буде зберігатися, в перспективі це може викликати велику нестачу коштів для погашення термінової заборгованості.

Розглянемо показники, що характеризують платоспроможність підприємства, наведені в табл. 2.12.

Таблиця 2.12

**Аналіз платоспроможності готельного підприємства ПрАТ «Готель
Прем'єр Палац», за 2017–2019 рр.**

| Показники тис. грн. | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | Відхилення (+, -) | |
|--|----------|----------|----------|-------------------|-----------|
| | | | | 2018/2017 | 2019/2018 |
| Платіжні засоби: | | | | | |
| - Грошові кошти | 21980 | 2257 | 8799 | -19723 | 6542 |
| - Дебіторська заборгованість | 28935 | 11164 | 17312 | -17771 | 6148 |
| Разом платіжних засобів | 50915 | 13421 | 26111 | -37494 | 12690 |
| Термінові платежі: | | | | | |
| - Заборгованість з оплати праці | 1345 | 1556 | 1483 | 211 | -73 |
| - Заборгованість перед державними позабюджетними фондами | 436 | 489 | 473 | 53 | -16 |
| - Заборгованість по податках і зборах | 4436 | 4094 | 4610 | -342 | 516 |
| Разом термінових платежів | 6217 | 6139 | 6566 | -78 | 427 |
| Коефіцієнт платоспроможність | 0,5685 | 0,5090 | 0,3876 | -0,0595 | -0,1214 |

Джерело: систематизовано автором за [76]

У складі платіжних засобів переважає дебіторська заборгованість, в 2019 році вона збільшилася на 6 148 тис. грн. Збільшення дебіторської заборгованості позитивно позначається на фінансовому стані підприємства, а зниження – говорить про зниження ділової активності підприємства.

Сума термінових платежів у 2019 році – збільшилася на 427 тис. грн., що є негативним фактором для діяльності підприємства. Збільшення даного показника відбулося за рахунок збільшення заборгованості перед державними позабюджетними фондами, а також за рахунок збільшення заборгованості з податків і зборів.

Значення коефіцієнта платоспроможності не відповідає нормативному значенню (дорівнює 2 і більше). Це значення показує, що кошти підприємства не повністю покривають борги, при цьому після погашення зобов'язань, виробничий процес не постраждає в значній мірі. Однак, з кожним роком, даний показник поступово знижується, даний факт слід розглядати як негативний. Це означає, що борги підприємства зростають, а майно не змінюється. Або зобов'язання не збільшуються, проте зменшується розмір активів. Така тенденція говорить про ризик виникнення неплатоспроможності в майбутньому.

На підставі інформації, поданої у справі №1 «Прибуток (Довідка про грошовий капітал) ПрАТ «Готель Прем'єр Палац» розраховано основні коефіцієнти фінансової стійкості підприємства.

(табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Показники, що характеризують фінансову стійкість підприємства

ПрАТ «Готель Прем'єр Палац»

| Показники | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | Відхилення (+,-) | |
|---------------------------------|----------|----------|----------|------------------|-----------|
| | | | | 2018/2017 | 2019/2018 |
| Власний капітал, тис. грн. | -277859 | -275316 | -162688 | 2543 | 112628 |
| Позиковий капітал, тис. грн. | 662558 | 622321 | 498703 | -40237 | -123618 |

Продовження табл. 2.13

| Показники | 2017 рік | 2018 рік | 2019 рік | Відхилення (+,-) | |
|---|----------|----------|----------|------------------|-----------|
| | | | | 2018/2017 | 2019/2018 |
| Довгострокові зобов'язання, тис. грн. | 635442 | 583437 | 345628 | -52005 | -237809 |
| Короткострокові зобов'язання, тис. грн. | 27116 | 38875 | 153075 | 11759 | 114200 |
| Баланс, тис. грн. | 384699 | 346996 | 336015 | -37703 | -10981 |
| Коефіцієнт концентрації власного капіталу (фінансової незалежності) | -0,7223 | -0,7934 | -0,4842 | -0,0712 | 0,3093 |
| Коефіцієнт концентрації позикового капіталу | 1,7223 | 1,7935 | 1,4842 | 0,0712 | -0,3093 |
| Коефіцієнт фінансової залежності | -1,3845 | -1,2604 | -2,0654 | 0,1242 | -0,8050 |
| Коефіцієнт поточної заборгованості | 0,0705 | 0,1120 | 0,4556 | 0,0415 | 0,3435 |
| Коефіцієнт фінансового левериджа (ризик) | -2,3845 | -2,2604 | -3,0654 | 0,1242 | -0,8050 |

Джерело: систематизовано автором за [76]

З табл. 2.13 видно, що власний капітал підприємства за аналізований проміжок часу має від'ємне значення, в 2019 році цей показник збільшився, але все одно має від'ємне значення і складає – 162688 тис. грн.

Валюта балансу, як уже зазначалося вище, також має тенденцію зменшення, внаслідок чого фінансова стійкість підприємства погіршується.

Коефіцієнт концентрації власного капіталу (фінансової незалежності) у 2019 році збільшився, ця зміна говорить про те, що підприємство стає все менш залежним від зовнішніх джерел фінансування.

Значення коефіцієнтів концентрації позикового капіталу, коефіцієнт фінансової залежності, а також коефіцієнт фінансового левериджу (ризик) на кінець 2019 року мають тенденцію спаду, з цього випливає, що частка позикового капіталу у складі пасивів підприємства збільшилася, фінансова залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування збільшилась поточна заборгованість підприємства також збільшилася.

Отже, коефіцієнт фінансового ризику збільшився. Якщо у підприємства буде зберігатися дана тенденція, то незабаром він стане неплатоспроможним та в кінцевому підсумку, великий ризик його банкрутства.

2.4. Діагностика закордонного досвіду розвитку готельного бізнесу

Сьогочасний ринок готельного бізнесу дуже великий. Готелі мають різні категорії, з широким вибором послуг та різноманітною ціновою політикою. Така багатоманітна структура готельної індустрії створила жорстку конкуренцію в цій економічній сфері. Компанії потребують оригінальних і якісних речей для вибору споживачів.

Готель є комерційним підприємством, основною метою діяльності якого є отримання прибутку. Прибуток у цьому випадку, природно, залежить від обсягу продажів послуг, які кожна компанія намагається розширити. Це, можливо, місце, де відбувається жорстка ринкова конкуренція, яка є провідним процесом ринку.

Важливим фактором, таким як місце розташування, категорія, інфраструктура, ціна, технічна оснащеність готельного бізнесу, є «візитна картка» тимчасового житла. Проте, саме по собі це не привернуло багатьох клієнтів. Впроваджуючи додаткові послуги до корпоративної структури, можна зробити свій готель конкурентоспроможним учасником на ринку. Без

хорошого поєднання наявних ресурсів, які безпосередньо впливають на повсякденну роботу готелю та належного управління цією робочою зоною, неможливо вигідно розвивати цю сферу розміщення. Фінансові елементи організації додаткового обслуговування не завжди на першому плані. Як і весь готельний бізнес, системи додаткових послуг зобов'язують нестандартного підходу до вирішення багатьох проблем. Це дає готелю реальну можливість виділитися з-поміж своїх конкурентів, нехай і в невеликих масштабах.

Рівень туристичного попиту на персонал та спектр додаткових послуг у готельному комплексі з кожним роком збільшується. Гості не хочуть платити дорого за невідповідні послуги. При цьому обслуговування має бути швидким, ненав'язливим та якісним. Це основні критерії, якими керуються потенційні гості при виборі готелю. Клієнти можуть вразити якість готельного обслуговування вже з перших кількох хвилин перебування в готелі. Погляди споживачів щодо якості готельних послуг та обсяги наданих готельних послуг ґрунтуються на суб'єктивному досвіді та спостереженні. Якісне обслуговування туристів об'єднують сильні сторони всіх співробітників готельного обслуговування, безперервне та ефективне управління з боку держави, вдосконалення форм і методів обслуговування, впровадження світового досвіду, нового обладнання та технологій, масштаби, гарантовані розширенням і вдосконаленням.

Одним із головних промахів українських готелів є відсутність кваліфікованого персоналу, який може бути дуже незалежним для побудови діалогу з гостями готелю. До того ж у Європі та США краще мати готель з найкращим сервісом, ніж готель з розвиненою інфраструктурою, великою кількістю номерів і якісними меблями. Найголовніше – це сервіс, а досконалий сервіс, як відомо, надають люди.

За кордоном послуги «butler service» вже давно популярні в 5* готелях. Батлер – це фахівець висотного рівня, який виступає посередником між гостями та послугами готелю. Слово «батлер» родом з англійської мови і досі

застосовується в королівських сім'ях та будинках високого рівня в Європі. Найбільш славетним синонімом слова «батлер» є «мажордом». Мажордом – з латинського переводиться як головний дім. Український народ знайомий зі словом «дворецький». Це означає майже те саме, але лише коріння цього слова ототожнює це поняття з дореволюційною епохою.

Персональний дворецький готелю має різноманітні обов'язки. Перелік обов'язків дворецького варіюється від готелю до готелю в усьому світі, але основні послуги однакові.

Мажордом відповідає за спеціальну підготовку приміщення та процедуру прийому, включаючи знаки застереження (привітальні листи, компліменти від готелю, візитки, тощо) до прибуття клієнта. Практика показує, що приблизно 45% відвідувачів готелю цікавляться всіма аспектами підготовки номерів, такими як наявність певних видів квітів, додаткових подушок, температура в кімнаті на момент прибуття та під час перебування тощо. Це має свої вимоги. Щоб прискорити процес реєстрації VIP-гостей, особистий дворецький повинен заздалегідь підготувати ключ від номера та реєстраційну картку. У багатьох готелях світу дворецькі починають працювати під час зустрічі гостей в аеропорту чи на вокзалі.

Основна відповідальність персонального дворецького – повідомляти туристів про все, що їм потрібно. Дворецький надає індивідуальне обслуговування відповідно до вимог туриста. Він так само щільно кооперує з іншими готельними службами для надання спеціальних послуг гостям [77].

Першим готелем у Європі, який надавав послуги дворецького всім гостям, був лондонський готель Lansborough. У 1998 році Роберт Уотсон, який створив і навчав професійних англійських дворецьких, відкрив всесвітню відому професійну англійську Гвардію дворецького [77]. The Lanesborough, асоціюється з різноманітними розкішними послугами, а також послугами дворецького, які працюють 24/7. Наразі Саймон Томас, президент Les Clefs d'Or (Міжнародної асоціації консьєржів), керує дворецьким у готелі та розповідає про рівень обслуговування в готелі.

Найвідомішим європейським готелем, який пропонує послуги дворецького, є «La Reserve Paris – Hotel and Spa» в Парижі. Дворецькі у цьому готелі можуть задовольнити всі потреби гостей та втілити їхні мрії в реальність. Мажордом підтримує зв'язок з гостями протягом усього дозвілля через спеціальний додаток в планшеті.

Курортний спа-готель Hideaway Beach на Мальдівах також радить послуги приватного дворецького. Але спеціальна послуга місцевого дворецького – застелити ліжко на пляжі під небом вкритим зорями.

Один з найбільш дорогих готелів Туреччини – «Maхх Royal Kemer», надається особистий помічник кожному гостю. Його функція така ж, як у дворецького, але титул більш сучасний. Персональний помічник в «Maхх Royal», який працює з гостями 24/7 через Viber та WhatsApp.

Щороку на узбережжі Середземного моря в Туреччині виникає все більше нових готелів. Власники готелів піддаються суворій конкуренції за туристів. А отже все більше агентств гостинності рекомендують послуги особистого дому, але не всі типи номерів, а лише у VIP-номерах, люксах, віллах тощо. Так, послуги дворецьких досяжні в найдорожчих номерах, таких як Adam & Eva (Белек), Rixos Hotel і Titanic Mardan Palace (Анталія, район Лара).

Чисельність готелів, які надають розкішні послуги дворецького найбільша, зосереджені в одному місті – Дубай, ОАЕ. «Burj Al Arab», «One&Only the Palm», «The westing Dubai», «Atlantis the palm», «Armani hotel Dubai», «Palazzo Versache» – всі зазначені готелі VIP класу містять досить високий рівень «butler service». Час від часу послуги дворецького в цих готелях виходять за рамки звичних примх.

Наприклад, готель «The westing Dubai» надає послуги консьєржа. У той же час, за бажанням гостя, під час ранкової пробіжки в Перській затоці поруч із ним буде співробітник готелю. Гості обирають лише маршрут: 5, 8 або 12 км. Мажордом не тільки йде в ногу з гостями, але й описує всі визначні та архітектурні пам'ятки, які трапляються на шляху. У готелі «Atlantis the palm»

одного разу дворецький з батьками організували для дитини незвичайний сюрприз: Санта Клаус з подарунками прилетів на парашуті. «Armani Hotel Dubai» та «Palazzo Versace» не лише надають послуги дворецького для своїх клієнтів, але й надають персональних помічників для продюсерів іміджу.

Готель у Швейцарії «Chedi Andermatt» надає гостям спеціальну послугу – «лижний дворецький». В обов'язки такого сімейного указу входить підбір лижного спорядження для гостей, організація пересування на гірські схили, розгляд погодних умов. Крім того, «лижний дворецький» зобов'язаний орудувати умінням катання на лижах і сноуборді, а також зуміти проконсультувати гостей при виборі складності маршруту.

Розглянувши послуги та зобов'язання найбільш дорогих в світі приватних дворецьких, можна створити список переважних вимог до їх роботи:

- Почати роботу враз, додержуватися усіх норм гостинності та зовнішності, розуміти діловий етикет та мати високий культурний рівень;
- Добряче бути зорієнтованим в готелі та навколо нього;
- Підтримувати щільний контакт з колегами та встановлювати доцільні співдіяння з іншими готельними службами;
- Розуміти обов'язки керівників та колег в інших відділах, щоб за необхідності замінити їх;
- Знати внутрішні номери телефону готельної служби;
- Виконувати роль посередника між гостями та послугами готелю;
- Вміння користуватися комп'ютерними програмами, такими як: Word, Excel, Outlook, Power point, та користування Інтернетом;
- Розуміти та застосовувати телефонний етикет;
- Слідкувати за присутністю, своєчасно збагачувати / оновлювати бібліотеку, відеотеку та медіа;
- Забезпечитися необхідними матеріалами (прилади для гоління, засоби для догляду за порожниною рота, косметика, пляшки з водою, і т.п.);
- Приймати доручення на обслуговування номерів в гостей;

- Заповнити відповідний журнал, щоб переказати значущі відомості наступній зміні;
- Не повідомляти комерційний секрет, який відомий іншим особам під час здійснення службових обов'язків;
- Докладати всіх зусиль для того, щоб перебування гостя було комфортним і приємним, за мінімальний час вирішити будь-які проблеми, які можуть виникнути у гостя під час його перебування;
- Зважати на вказівки – рекомендації туристів і звітувати про них керівництву з метою покращення рівня обслуговування.

На даному етапі українська готельна індустрія перебуває на низькому рівні і не є конкурентоспроможною іноземним представникам в регіоні. В Україні високий рівень стандартних послуг дворецького надають лише мережі готелів «Premier Palace Hotel» та «Intercontinental Kyiv».

Київський «Premier Palace Hotel» – один з перших 6* готелів в Україні та володар 7 стрічок у світовій системі визнання семизіркового банерного готельного сектору в готельній індустрії. Тому не дивно, що готелі такого типу просто мають необхідність забезпечити гостям найвищий рівень зручності. Дворецький готелю обслуговує потреби гостей готелю. Послуги особистого дворецького принаймні зіграли свою роль у тому, що готелі включені в список найвідоміших готелів світу.

«Intercontinental Kyiv» – один з готелів мережі Intercontinental. Всі готелі цієї марки надають послуги високого рівня і відомі в усьому світі. У Києві готель «Intercontinental Kyiv» налічує 8 номерів-апартаментів, та надає цілодобові послуги особистого дворецького.

Мережеві готелі «Hilton», «Hyatt» і «Fairmont» пропонують послуги дворецьких для гостей, які залишаються в найдорожчих номерах і апартаментах. Однак обсяг послуг приватного дворецького в цих готелях оточений стандартними налаштуваннями і не може конкурувати з послугами іноземного дворецького.

Отримані раціональні дослідження свідчать про те, що «послуги

дворецького» в Україні тільки починають з'являтися. Перш за все, приватні дворецькі з'являються як частина світових готельних мереж, або їх послуги ось-ось перевищать вимоги п'ятизіркових готелів [78].

Якість обслуговування гарантовано забезпечує конкурентоспроможність майна і можлива лише за наявності відповідних матеріалів і технічних основ. Одним із показників якості готелю є виділення окремих категорій відповідно до встановлених рівнів обслуговування. Станом на 2019 рік із 2777 готелів в Україні лише 588 мають відповідні зіркові номери, що є великою кількістю у порівнянні з кількістю готелів аналогічного рівня у найближчих країнах Євросоюзу демонструє значне відставання (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Кількість класифікованих готелів у країнах за матеріалами дослідження компанії «BoldData»

| Країна | Кількість класифікованих готелів | | | | | Разом |
|------------|----------------------------------|-----|------|------|-----|-------|
| | 5* | 4* | 3* | 2* | 1* | |
| Болгарія | 114 | 515 | 1695 | 1126 | 378 | 3828 |
| Польща | 99 | 542 | 1430 | 525 | 80 | 2676 |
| Румунія | 105 | 777 | 2443 | 609 | 30 | 3964 |
| Словаччина | 21 | 302 | 854 | 357 | 139 | 1673 |
| Угорщина | 45 | 595 | 907 | 870 | 345 | 2762 |
| Україна | 46 | 186 | 303 | 303 | 12 | 588 |

Джерело: систематизовано автором за [79]

У Європі діє понад 600 000 номерів, третина з яких знята. Лідером зірок у Європі є Італія з 32 803 зірковими готелями та єдиним європейським 7-зірковим готелем у Мілані «Seven Star Galleria» (у цьому готелі є лише сім люксів за ціною від 1500 євро до 15000 євро). Хорватія швидко наздоганяє Італію, кількість зіркових готелів з 2015 по 2019 роки подвоїлася з 13 834 до 29 282. В Україні представлені готелі всіх найкращих готельних мереж, головною перевагою яких є те, що вони можуть забезпечити споживачам однаковий рівень максимального комфорту незалежно від країни, в якій вони проживають, але більшість із них знаходиться в столиці. Наша країна займає

перше місце, оскільки є останній готель у списку європейських країн. Ціни на готелі вищі за середньоєвропейські [80].

Висновки до розділу 2

Отже, аналізуючи сучасний стан готельного господарства категорії готелів 3-5*, можна зробити наступні висновки.

Серед українців, тобто мається на увазі внутрішній туризм, найбільше попитом користуються тризіркові та чотиризіркові готелі, бо українські туристи здебільшого подорожують аби подивитись культурні пам'ятки відповідного регіону. Більшість іноземних туристів мають дохід вище, ніж в Україні, тому вони мають у своєму розпорядженні достатню кількість грошових коштів і можуть дозволити собі ночівлю як в чотирьох так і п'ятизірковому готелі.

Нинішня ситуація, пов'язана з поширенням корона вірусної інфекції, значно вплинула на туристичну діяльність, внаслідок чого, іноземний туризм призупинився і почав розвиватися внутрішній туризм. Через закриті міжнародні границі, українські туристи почали подорожувати Україною.

Також ця ситуація стала причиною заморожування (тимчасового припинення) будівництва готелів України.

Згідно даних міжнародної компанії Colliers International, заповнюваність готелів 3* і 4* у 2018 році знаходилась в межах 55-65%, 5* – 45-50%. У 2019 році заповнюваність готелів 5* дещо знизилась – до межі 44-46%. Теж саме відбулось і з вартістю номерів цих категорій. Порівняно з 2018 роком номери в тризіркових та чотиризіркових готелях подорожчали всередньому на 5 євро, номери п'ятизіркових готелів в вартості не змінились.

Загалом турист залишає в готелі від 50 до 150 євро в необхідності від класу готелю – 3*, 4*, 5*.

Аналізуючи номерний фонд готелів на прикладі м. Києва, можна побачити, що переважають тризіркові готелі, з 2016 року почався зріст

пропозиції чотиризіркових готелів, можливо через декілька років пропозиція номерного фонду 4* зрівняється з показником пропозиції 3*. Пропозиція номерного фонду категорії 5* у Києві з 2014 року залишилась майже незмінною.

Оскільки більшість постояльців українських готелів корпоративні гості, то готелі в будні дні зазвичай завантажені набагато більше, ніж на вихідних.

В Одеській, Херсонській, Миколаївській та Запорізькій областях спостерігається стрімке збільшення кількості туристів.

Перше півріччя 2020 року український готельний ринок проводив без особливого жалю. Брак бізнес-туристів, скорочення в два рази і більше рівня завантаження готелів практично по всіх сегментах, падіння середнього чека стали основними викликами для готельєрів.

Готельний ринок не прихований. Останнім часом цю країну відвідує багато мандрівників та гостей. Цьому слугує низька вартість, відкриття кордону з Європейським Союзом та підвищення впізнаваності торгівельної марки на всесвітньому рівні.

За словами виконавчого директора Української асоціації туристичних агентств, за 2020 рік вітчизняний туристичний ринок в цілому скоротився на 60 – 70 %.

Об'єктом дослідження даної роботи виступало готельне підприємство ПрАТ «Готель Прем'єр Палац», номерний фонд якого складається з 284 номерів різних категорій.

Premier Palace Hotel – один з кращих в Києві з бездоганною репутацією готель. Аналіз господарської діяльності показав, що готель має труднощі в діяльності, і фінансовий стан готельного підприємства потрібно покращувати, аби не досягти кризової ситуації а згодом і банкрутства.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

3.1. Проблеми розвитку готельного бізнесу в Україні

Готельний бізнес в Україні сьогодні має ряд проблем, що стримують його розвиток. Зокрема,

- рівень сервісу, що не відповідає міжнародним стандартам;
- територіальна непропорційність;
- недостатня кількість кваліфікованих кадрів, що є однією з головних причин неефективної організації роботи та низького рівня обслуговування;
- низький рівень темпів формування та розвитку готелів;
- недостатня мотивація до збільшення ефективності роботи готелів;
- недостатньо сформована база для розвитку сільського (зеленого) туризму;
- недостатність комплексної політики держави, не оптимізоване державне управління туристичною сферою, а нормативно-правове та організаційно-економічне забезпечення не відповідає сучасним потребам і вимогам споживачів, а також тенденціям розвитку туризму;
- низька якість обслуговування, відсутність якісної реклами та інформації про послуги;
- недостатній розвиток міжнародного співробітництва та євроінтеграційних процесів, покращення туристичного іміджу регіону;
- неповна статистика з туризму та готельного господарства.

В українському законодавстві відбуваються коливання у питаннях права власності землі, особливий хаос відбувається у цьому питанні для іноземних компаній. А також невигідні умови для оренди та будівництва. Все

це відштовхує потенційних іноземних інвесторів. На сьогодні вирішується питання приватизації земель.

Найважливішою проблемою є те, що туристично-рекреаційний потенціал регіонів країни мало відомий не тільки закордонному, а й вітчизняному споживачеві. Розглянемо обмеження (рис. 3.1.) та слабкі сторони (рис.3.2.) розвитку готельного бізнесу України.

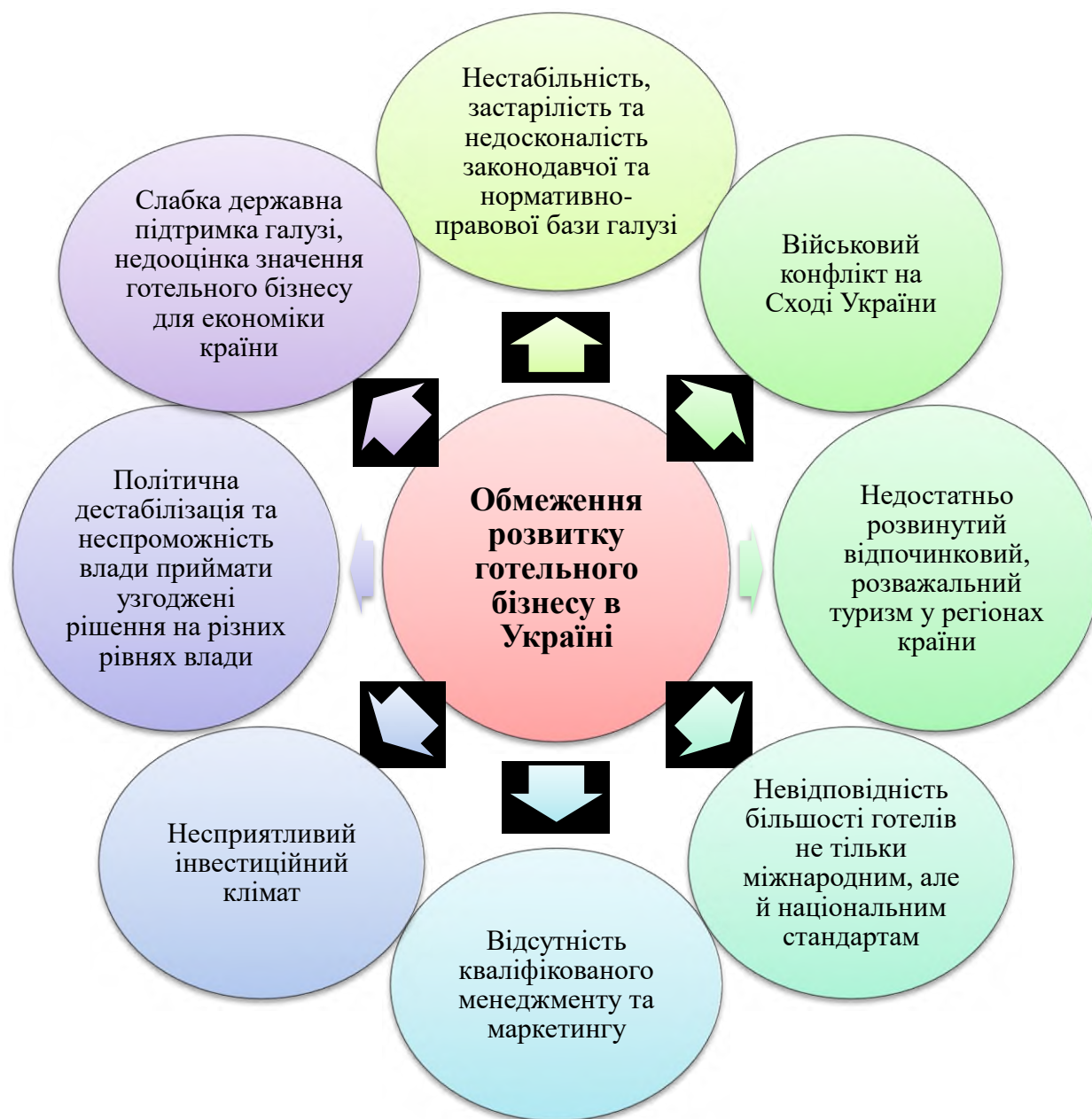


Рис. 3.1. Обмеження розвитку готельного бізнесу в Україні

Джерело: систематизовано автором за [81]

Серед обмежень бачимо несприятливий інвестиційний клімат, на цей фактор також впливають воєнні дії на Сході країни. Також недосконалість нормативно-правової бази в галузі.

Гальмом розвитку також є недостатня кваліфікація як керівного складу, так і обслуговуючого персоналу.

Неефективний менеджмент та маркетингові програми також створюють обмеження у розвитку галузі.



Рис. 3.2. Слабкі сторони готельного бізнесу в Україні [81]

Результати аналізу свідчать, що на ринку готельних послуг України склалася неоднозначна ситуація, оскільки загрози та обмеження розвитку готельного бізнесу тісно існують поряд зі слабкими сторонами галузі ще більше нівелюючи інтерес галузі з боку інвесторів.

На всі вищезгадані проблеми необхідно реагувати як на державному, так і місцевому рівнях. Існує ряд факторів, що обмежують розвиток готельного бізнесу країни. До нього належать: недостатній рівень розвитку транспортної інфраструктури. Автошляхи знаходяться в поганому стані, а ділянка траси Н-23 Нікополь – Кривий Ріг є однією з найгірших в Україні.

До проблем також можна віднести тіньову частину бізнесу, а також необхідно зазначити високу конкуренцію з боку приватних орендодавців.

Нехтування туристично-рекреаційним потенціалом, невідповідність поставленій меті у застосуванні наявних природних ресурсів, відсутність інвестицій у сферу туризму та інфраструктури загалом, відтік закордонного персоналу, поїздки резидентів до себе та сусідніх громад, низький інтерес, тобто розвиток внутрішнього туризму є стримуючими факторами розвитку туризму в області.

Проблема внутрішнього туризму полягає в тому, що чимало цікавих українських туристичних об'єктів розташовано в районах без відповідних доріг, що робить популярні курорти недоступними для людей з обмеженими можливостями. Саме ці чинники мають значний вплив на вибір країни для відпустки, оскільки більшість мандрівників віддають перевагу можливості отримати нові враження та відпочинок на природі чи на пляжах далеко від міста (23%). Перевірка здібностей в екстремальних умовах більше відповідає спортивному туризму та відпочинку, ніж подоланню побутових проблем та відсутності інфраструктури.

Без використання новітніх технологій для залучення клієнтів подальший розвиток готельного бізнесу практично неможливий [81]. Спеціальні веб-сайти надають широкий вибір варіантів проживання, які можна забронювати заздалегідь, а також відгуки гостей про задоволеність

отриманими послугами. Водночас більшість респондентів не використовує безпосередньо сайти готелів для отримання інформації про рівень послуг та бронювання місць для відпочинку, а у своєму остаточному виборі керується відгуками у соцмережах (24%) та порадами товаришів і знайомих (38%).

Перспективним є те, що будівництво незвичайних і розкішних готелів та розміщення мандрівників в мальовничих будинках викликають бажання випробувати незвичайне відчуття на власному досвіді. Одним із варіантів розвитку незвичайного розташування є глемпінг, який пов'язує добробут з екологічністю, щоб мінімізувати негативний вплив на природу для туристів. Ще одним перспективним напрямком готельної спеціалізації можуть бути агроготелі, які не тільки надають послуги з розміщення, але й навчають економічних міркувань та приготування страв регіональної кухні.

Мережеві готелів відіграють невід'ємну роль у сучасності готельного бізнесу [82, с. 138–152], яка дотримується високого рівня обслуговування, але більшість респондентів, які обирають житло, віддають перевагу самообслуговуванню. Вирішальним при виборі житла для більшості респондентів є витрати на проживання, а 76% з них не бажають платити більше за елітні готелі.

Туристи не бажають платити більше в місцях, де вони можуть отримати достатній рівень обслуговування за невеликі кошти. Ступінь високоякісних послуг підкоряється ступеню узгодження між фактичною послугою та переконанням відвідувача про бажану послугу [83, с. 327–332]. На цей збіг дедалі більше впливає використання технологічних і соціальних інновацій, а технологічне домінування вже відіграє важливу роль у дозвіллі. Новітні туристи цінують комфорт номерів, але акцентують увагу на створенні умов, що сприяють активному відпочинку. Завдяки спеціалізації розміщення з концепцією здорового способу життя, особливо поєднанням правильного харчування та помірних фізичних навантажень, у готелі збільшується не лише свідома молодь, а й найстарші гості. Водночас у ситуаціях, коли карантинні заходи досі тривають і галузь потребує

щонайменше трьох років, щоб вийти на докризовий карантинний рівень, експертам, які вивчають це питання, допоможе стан галузі, автор вважає це доцільним.

Нові реалії, що привнесла глобальна пандемія COVID-19, спричинили кризу в готельній індустрії, але з'явилися нові умови задля відновлення її діяльності. Останнім часом активізувалося використання інформаційних технологій в готельній індустрії, розширився спектр допоміжних послуг, підвищилися вимоги до рівня обслуговування. Темпи українського ринку готельних послуг, особливо орієнтованого на тих, хто цікавиться екологією та здоровим способом життя, дозволить збільшити невиробничий сектор українського попиту, підвищити інвестиційну привабливість країни та працевлаштування в нових сферах готельної індустрії, що стимулює економічне зростання шляхом створення [84].

Необхідно відзначити, що підтримка готельного бізнесу – досить важлива навіть через те, що індустрія гостинності підтримує багато інших компаній, що надають клінінгові та охоронні послуги, виробляють і постачають продукти харчування, розробляють програмне забезпечення та обслуговують інженерні системи.

Однак, крім тотальної економії і відтермінування платежів, є ще один спосіб пережити важкі часи – це шукати нові можливості й ніші, надавати послуги, що можуть користуватися попитом навіть у такий період. Можна навести приклад зарубіжних ринків, де ситуація, можливо, не настільки критична як в Україні, але все ж готельний сектор переживає помітне падіння попиту. Щоб підвищити його, деякі готелі почали пропонувати так званий «карантинний пакет» – це спеціальний тариф на 14 або більше днів проживання для тих, хто хоче або повинен провести час на самоізоляції, і додаткові послуги.

Можливо, слід змінити схеми роботи з постачальниками та підрядниками і спробувати переглянути умови співпраці, зробивши їх більш вигідними.

Також можна використовувати цей час для формування конкурентних переваг у майбутньому, підтягнути слабкі місця, вирішити проблеми, для яких раніше не було часу.

Не варто відмовлятися від реклами повністю, можна вибрати недорогий і ефективний майданчик – Інтернет, а також звернути увагу на річні пакети друкованих та онлайн видань.

Отже, яка б не була глибока криза, вона несе в собі не тільки занепад і банкрутство, але й відмову від перспективних проєктів і звільнення. Вона є переламним періодом, випробуванням для всіх підприємств сфери послуг. Безумовно, слабкіші підприємства будуть змушені піти з ринку. Перш за все, це ті, хто не зможе оптимізувати роботу свого підприємства, скоротити непотрібні витрати і, разом з тим, – підвищити якість послуг, що надаються. У бізнесі залишаться найсильніші та пристосовані, ті, хто може розпізнати нові можливості й скористатися ними.

3.2. Тенденції та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні

З посиленням глобалізації і запровадженням безвізового режиму, міжнародний туризм набуває масового характеру і стає однією з провідних, високоприбуткових і найбільш динамічних галузей світового господарства. У деяких країнах туризм є однією з найважливіших статей зовнішньоекономічної та внутрішньогосподарської діяльності. Для організації та розвитку туристичної діяльності України є всі природні передумови: рельєф, кліматичні та ландшафтні ресурси, поклади мінеральних вод і грязей, що мають унікальні лікувальні властивості, архітектурні пам'ятки та історичні цінності.

Туризм, як сфера економіки, об'єднує в собі цілий ряд галузей: транспорт, зв'язок, готельне господарство, банки, сферу розваг та інші. Прискорення розвитку туристичного та рекреаційного потенціалу України

зумовить позитивні зрушення і в інших сферах (лісова промисловість, машинобудування), створить сприятливі умови для вирішення соціальних проблем, підвищення рівня життя і поліпшення соціально-економічної ситуації.

В основі рекреаційної політики – державна підтримка та сприятливі умови і гарантії для залучення іноземного капіталу. Для цього, в серпні 2013 року Верховна Рада України затвердила Концепцію розвитку туризму і курортів до 2022 року. За сприяння Європейської комісії, в розробці знаходиться цільова програма розвитку туризму. У планах до 2022 року збільшити кількість туристів у рази, створити до 1 млн. робочих місць в туристичній галузі; відновлення ділової активності-повернення в Україну великих міжнародних компаній, зростання ділового туризму з країн Європи; підвищення потоків іноземного групового та індивідуального туризму. Періодичні високі оцінки і позитивні відгуки міжнародних рейтингових агентств – Globe Spots, National Geographic, Trip Advisor, The Lonely Planet змінюють сприйняття України в очах мандрівників до рівня затребуваних туристичних напрямків. Додаткові переваги відвідування країни для європейських і азійських туристів – відсутність візи, розширення кількості представлених на ринку авіакомпаній, поповнення впізнаваних міжнародних готельних операторів, мала тривалість авіаперевезення.

Створення єдиної інфраструктури між санаторно-курортними, лікувальними та іншими рекреаційними установами для формування (організації) комплексних турів. Це може зумовити і розширення спектру туристичного продукту.

Відродження внутрішнього туристичного потоку в регіони країни і столицю – затребувані маршрути оздоровницями Західної України, старовинними замками, фортецями і храмами (Свірзький замок, Бережанський замок, Рогатин з пам'ятником Роксолані і костелом Св. Миколая), екскурсії на вершину Карпат – Говерлу, озеро Синевир, гірськолижні курорти Буковель, Драгобрат та ін. Величезного значення серед

українців і жителів прикордонних країн набуває Львів як туристична дестинація.

Інтенсивний розвиток пізнавально-пригодницького туризму – сплав по річках, велосипедні тури, кінні маршрути, піші походи в гори, а також етнографічний та екзотичний туризм.

Проведення в Україні міжнародних заходів та спортивних змагань (першості з футболу, баскетболу, гандболу; чемпіонати світу з бальних, латиноамериканських, спортивних танців; змагання з художньої та спортивної гімнастики, пісенні конкурси, міжнародні виставки, семінари, конгреси тощо).

Продовження військових дій, нестабільна економічна ситуація і відхід з ринку іноземних компаній призводить до зменшення кількості іноземних туристів і робить негативний вплив на розвиток готельного ринку України. Також діє нерозвинена туристична інфраструктура і слабе інформаційне просування країни в туристичній сфері.

В умовах високої інфляції і зниження платоспроможності населення країни українці частіше відмовляються від дорогих зарубіжних турів, віддаючи перевагу внутрішньому туризму. Цьому сприяє також активний розвиток туристичних регіональних центрів в Одесі та Львові, де регулярно проводяться фестивалі та рекреаційні об'єкти приваблюють туристів з усього світу. В результаті, українські готельєри підвищили ціни на 25-30% і змогли залучити інвесторів. У 2016 році на ринок України вийшла Швейцарська мережа DBI Hotels & Resorts, а також Karinza Investments LTD (новий власник готелю «Либідь»).

Зарубіжні готельні мережі не поспішають розвиватися в Україні через низькі показники прибутковості і високі ризики.

Також поширення пандемії COVID-19 спричинило глибоку кризу в розвитку індустрії гостинності. Водночас, з'явилися нові можливості для відновлення її діяльності. Останнім часом значно збільшився рівень та форми використання інформаційних технологій у готельному бізнесі, розширився

спектр додаткових послуг, підвищилися вимоги до якості обслуговування. Розвиток українського ринку готельних послуг, особливо орієнтованого на тих, хто цікавиться екологією та здоровим способом життя, дозволить збільшити невиробничий сектор українського ринку, підвищити інвестиційну привабливість країни та створити нові робочі місця з новою концепцією гостинності. Зазначене стимулюватиме економічне зростання в цілому.

Проблема відновлення та розвитку готельного бізнесу в сучасних умовах, ускладнених пандемією COVID-19, потребує тісної взаємодії і консолідованої діяльності між підприємствами галузі, пошуку нових шляхів співробітництва, одним з яких є створення комбо-готелів. Така форма співпраці в індустрії гостинності підвищує конкурентоспроможність підприємств цієї сфери, дає змогу не закритися малим підприємствам та відновитися середнім та великим, забезпечує їх подальший розвиток на національному рівні.

Уряд України, розуміючи вагомість готельного бізнесу, як складової індустрії туризму, ухвалив акт про національну допомогу культурі, творчим промислам і туризму завдяки обмеженням, пов'язаним з поширенням COVID-19. Кабінет Міністрів виділив 1 мільярд гривень з резерву боротьби проти COVID-19 на допомогу культурі та туризму. Є сподівання, що у комплексі заходів уряду, громадських організацій, готельних підприємств допоможуть підтримати готельний бізнес і туристичну галузь в цілому [85].

Таким чином, подальший розвиток ринку та міжнародних готельних операторів в Україні залежатиме від врегулювання військової ситуації та відновлення економіки.

У 2021 році позитивний вплив на готельну галузь матиме зниження ПДВ до 7% на послуги розміщення. А масова вакцинація, яка вже проводиться в ряді країн світу й активно розпочалася в Україні, сприятиме поступовому послабленню заборон на подорожі, а відтак – активізуватиме міжнародний туризм, хоча на його повне відновлення знадобиться кілька років.

Серед основних перспектив розвитку готельного бізнесу України визначено:

1) на загальнодержавному рівні:

- удосконалення нормативно-правової бази, що регулює відносини у готельному бізнесі, спрощення й узгодження різних видів державного контролю та створення програм заохочення українських та іноземних інвесторів щодо розвитку індустрії гостинності;

- активізація державно-приватного партнерства та внесення відповідних змін до законодавства України щодо стимулювання учасників такого партнерства;

2) на місцевому рівні:

- розробка програм розвитку місцевого готельного бізнесу та заохочення місцевих підприємців до створення готельної інфраструктури, особливо кемпінгів, хостелів і мотелів. Мінімізація податково навантаження в перший рік роботи таких засобів тимчасового розміщення;

- утворення окремих структурних підрозділів з питань розвитку готельного бізнесу в складі місцевих державних адміністрацій;

- забезпечення співпраці та залучення місцевих готельєрів до проведення міжнародних і регіональних туристично-виставкових заходів.

Запровадження цих та інших заходів дозволить значно активізувати розвиток готельного бізнесу в Україні та покращити показники його діяльності.

Таким чином, прогнози більшості гравців ринку на поточний рік доволі стримані. У міжнародній консалтинговій компанії Collierse International (Україна) не очікують істотного зростання у 2021 році, припускаючи, що восени готельєри вийдуть на близько 70-80% прибутковості щодо до карантинних показників 2020 року. Повне повернення до карантинних показників можливе у 2022 році за умови поступового відновлення бізнес-середовища та відсутності жорстких локдаунів.

3.3. Організація безпеки підприємств готельного бізнесу в Україні

Під час перебування в готелі туристи мало думають про свою безпеку. Це може призвести до небажаних наслідків, які становлять загрозу для життя. Тому завданням керівництва готелю є попередження всіх можливих ризиків для життя і здоров'я клієнта. Поняття безпеки включає не тільки захист від злочинних вторгнень, а й створення запобіжних заходів для захисту від пожеж, вибухів та інших надзвичайних ситуацій [86].

Концепція безпеки готелю офіційно визнана щодо забезпечення та сталого розвитку готельного бізнесу, життя і здоров'я персоналу та гостей, цілей, завдань, основних принципів та напрямів забезпечення прав і свобод особи де є можливі зовнішні та внутрішні небезпеки та загрози. Механізм розробки та впровадження заходів щодо безпеки готельного бізнесу здійснюється з урахуванням загроз, з якими може зіткнутися весь об'єкт.

Ефективні рішення проблем безпеки готельного закладу включають аналіз роботи об'єктів, виявлення найбільш уразливих територій, особливо небезпечних загроз, підготовку до всіх можливих сценаріїв злочинної діяльності, розробку відповідних контрзаходів, на основі яких необхідний системний підхід. Комплексний підхід забезпечує найкраще поєднання організаційних, технічних та фізичних заходів для запобігання небезпечним ситуаціям та своєчасного реагування. Значення набуде правильного вибору технічних засобів і систем безпеки, їх правильне проектування та обслуговування [86].

Організаційні заходи включають:

- систему, спеціально розроблену для регулювання поведінки обслуговуючого персоналу та працівників, відповідальних за безпеку;
- проведення заходів зі спеціальної підготовки охоронців;
- технологію готельного обслуговування;
- принцип організації порядку доступу та охорони різних категорій готельних номерів та офісних приміщень;

- регулювання поведінки працівників в екстремальних ситуаціях.

Ймовірною небезпекою для готелю є можливість пожежі (випадкового чи навмисного підпалу), що також вимагає розробки та впровадження відповідних організаційних технічних заходів і є найважливішим з усіх елементів.

Зрозуміло, що перехід на нові сучасні концепції безпеки, у тому числі використання складного спеціального обладнання, вимагає перегляду тактичних аспектів роботи різних служб готелю.

Необхідно здійснити наступні організаційні заходи:

- створити детальні інструкції щодо дій у всіх можливих надзвичайних ситуаціях та довести їх до кожного співробітника;

- узагальнити дуже інформативні та інтуїтивно зрозумілі інструкції щодо використання засобів безпеки для гостей (це має включати короткі правила поведінки в екстремальних ситуаціях);

- навчити весь персонал готельного комплексу використанню обладнання в готельному підприємстві;

- організувати регулярні (принаймні щорічні) перевірки знань з техніки безпеки персоналу та провести додаткове навчання в процесі кадрових змін та модернізації комплексу;

- запровадити невеликі, але професійні інженерні служби (у складі персоналу служб безпеки). В їх обов'язки входять обслуговування автоматизованого комплексу готельних споруд та навчання з консультування працівників інших служб готельного підприємства. Інші види діяльності (розробляються індивідуально для кожного готелю).

Співробітники служби безпеки повинні постійно досліджувати дані про досвід роботи готельної індустрії, посади в службі безпеки та статистику злочинності, а також консультуватися з професіоналами національної служби з правоохоронних та пожежних органів.

Кожен готельний комплекс має такі групи загроз, як: природні, техногенні, навколишнє середовище та тероризм.

Різноманітність безпеки клієнтів і персоналу готелю, а також завдання захисту інформації вимагають створення спеціальних служб, які реалізують багато необхідних заходів захисту [86].

Запропоновано з метою удосконалення організації безпеки на підприємствах готельного бізнесу в Україні:

1) розробити стратегію управління ймовірними ризиками, визначивши типи ризиків, що можуть загрожувати ефективній діяльності підприємств готельного бізнесу та безпеці їх гостей;

2) впровадити організаційні заходи управління безпекою в готелі: систематична спеціальна підготовка персоналу служби безпеки; формування стандартів поведінки обслуговуючого персоналу, відповідальних за безпеку; розробка і впровадження технології готельного обслуговування з урахуванням заходів дотримання чистоти, гігієни та безпечного перебування гостей; розробка і застосування принципів організації порядку доступу та охорони різних категорій готельних номерів і службових приміщень;

3) популяризувати та стимулювати готельєрів України приєднатися до системи trustyou – найбільшої платформи відгуків гостей з питань дотримання заходів гігієни та безпеки. Для того, щоб отримати позначку „Trusted Cleanliness”, готелі повинні продемонструвати, наскільки вони відповідають суворим стандартам санітарної обробки COVID-19. Оцінка заснована на опитуванні, що складається з більш ніж 50 питань, присвячених трьом основним категоріям: персонал; санітарні заходи; обладнання та послуги.

Запропоновані заходи значно підвищать рівень організації безпеки на підприємствах готельної індустрії, що також сприятиме ефективному розвитку даного виду бізнесу в Україні.

Отже, систему обслуговування готелю необхідно побудувати та обладнати так, щоб сторонні особи не могли користуватися ключами на стійці реєстрації, особливо коли нікого немає. Консьєрж і співробітники служби прийому та розміщення повинні пройти підготовку щодо здійснення

контролю за входом і виходом з готелю. Це також не заважає додатковим заходам безпеки дверей (замки всередині номерів, осередків). Важливу роль у забезпеченні відіграє зовнішнє освітлення паркінгів, дверних прорізів, внутрішнє освітлення коридорів і громадських місць. Також важливо мати в кожній кімнаті сейф для зберігання цінних речей і грошей гостей. І, звичайно, приміщення потребує належної страховки.

Висновки до розділу 3

Визначено проблемні аспекти розвитку готельного бізнесу та зроблено висновок, що нові виклики, пов'язані із глобальною пандемією COVID-19, створили кризу в індустрії гостинності й водночас зумовили пошук нових можливостей для її подолання й відновлення допандемічних обсягів наданих послуг. Останнім часом вибухнуло використання інформаційних технологій у готельному бізнесі, розширився спектр додаткових послуг, підвищилися вимоги до якості обслуговування. Розвиток українського ринку готельних послуг, особливо орієнтованого на тих, хто цікавиться екологією та здоровим способом життя, дозволить збільшити невиробничий сектор українського ринку, підвищити інвестиційну привабливість країни та створити нові робочі місця з новою гостинністю. Таким чином стимулювати економічне зростання.

В українському законодавстві відбуваються коливання у питаннях права власності землі, особливий хаос відбувається у цьому питанні для іноземних компаній. А також не вигідні умови для оренди та будівництва. Все це відштовхує потенційних іноземних інвесторів. На сьогодні вирішується питання приватизації земель.

Найважливішою проблемою є те, що туристично-рекреаційний потенціал регіонів країни мало відомий не тільки закордонному, а й вітчизняному споживачеві.

Продовження військових дій, нестабільна економічна ситуація і відхід з

ринку іноземних компаній призводить до зменшення кількості іноземних туристів і робить негативний вплив на розвиток готельного ринку України. Також діє нерозвинена туристична інфраструктура і слабе інформаційне просування країни в туристичній сфері.

Відмічено, що повне повернення до карантинних показників можливе у 2022 році за умови поступового відновлення бізнес-середовища та відсутності жорстких локдаунів.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження сучасного стану, проблем і перспектив розвитку готельного бізнесу в Україні, опрацювання значної кількості наукової літератури та джерел, автор дійшов наступних висновків.

1. Досліджено, що готельний бізнес, як частина туристичної індустрії, є однією з найбільш динамічних і гнучких галузей у світі. Його розвиток визначається різними тенденціями, що залежать від ринкових умов, розвитку технологій, а також враховуючи інтереси й переваги споживачів готельних послуг. Всі фактори і тенденції розвитку індустрії гостинності повинні визначати пріоритетні напрями розвитку готельного бізнесу в Україні та мету державного регулювання даної сфери національної економіки. У кожній державі існують свої стандарти комфорту й гостинності та певні географічні, кліматичні й культурні умови, що слід враховувати. Внаслідок чого досить складно розробити та запровадити єдину класифікацію готельних підприємств за рівнем комфорту. У даний час налічується більше 30 систем класифікації. Найбільш відомими серед них є: система зірок, система діамантів і система розрядів. Система зірок є найпоширенішою, а тому більшість країн світу поступово переходить на цю систему класифікації. Не є виключенням і Україна.

2. З'ясовано, що залежно від категорії готелю, в Україні запроваджено відповідні класифікаційні вимоги. Так, однозіркові готелі характеризуються невисоким рівнем комфорту, невеликі за розміром і розташовані в непримітних місцях. У їх розпорядженні є понад 10 номерів, харчування не передбачається, а зручності – на поверсі.

У готелях категорії 2* найчастіше розміщуються туристи, які подорожують за бюджетними екскурсійними маршрутами. Відповідно до європейських і американських стандартів, у номері такого готелю має бути санвузол і телевізор. Ресторан у готелі, як правило, обладнується в холі одного з поверхів і пропонує континентальний сніданок.

Найпоширенішою категорією серед споживачів є тризіркові готелі. У номерах цієї категорії є всі зручності, а також туалетні принадлежности. У деяких тризіркових готелях є мінібар і кондиціонер.

Готелі, що мають категорію 4*, вважаються засобами розміщення з високим рівнем сервісу. Як правило, вони розташовані у центрі міста або на першій береговій лінії та переважно орієнтовані на гостей з середнім достатком.

Готелі 5* надають широкий спектр послуг. П'ятизіркові засоби тимчасового розміщення, що відповідають заявленій категорії, мають усю необхідну інфраструктуру та вишуканий сервіс.

Незважаючи на чітке регламентування вимог, передбачених у нормативно-правових актах України, щодо засобів тимчасового розміщення, якість обслуговування в останніх та цінова політика на послуги залишає бажати кращого. Це пов'язано із застарілою матеріально-технічною базою, а також з недостатнім рівнем кваліфікації управлінського та обслуговуючого персоналу. Вирішення цих проблем ускладнюється ще й недосконалістю систем моніторингу та оцінки якості послуг, що надаються готельними підприємствами.

3. Проаналізовано, що серед вітчизняних туристів, які подорожують за внутрішніми маршрутами, найбільшим попитом користуються три- і чотиризіркові готелі. Більшість іноземних туристів, маючи значно вищий рівень доходів, надають перевагу чотири- і п'ятизірковим готелям. Встановлено також, що в середньому турист залишає в готелі від 50 до 150 євро залежно від категорії готелю – 3*, 4*, 5*.

Водночас, внаслідок кризи, спричиненої пандемією COVID-19, значно скоротилися обсяги наданих послуг у туристичному й готельному бізнесі та кількість міжнародних подорожей загалом. Згідно з даними міжнародної компанії Colliers International заповнюваність готелів 3* і 4* у 2018 р. склала 55-65%, 5* – 45-50%. У 2019 р. заповнюваність готелів 5* дещо знизилась і становила 44-46%. Ця ситуація вплинула і на формування цінової політики

на послуги розміщення. Так, порівняно з 2018 р. номери в три- і чотиризіркових готелях здорожчали в середньому на 5 євро.

4. Досліджуючи номерний фонд готелів у м. Києві, встановлено, що в столиці України переважають тризіркові готелі, а з 2016 р. почали зростати пропозиції чотиризіркових готелів, що призведе в майбутньому, на думку автора, до зрівняння пропозицій номерного фонду 4* з показником пропозиції 3* готелів. Пропозиція номерного фонду категорії 5* у Києві з 2014 р. залишилась майже незмінною.

Встановлено також, що оскільки більшість гостей готелів столиці – це корпоративні або МІСЕ-туристи, то готелі упродовж робочого тижня завантажені значно більше, ніж у вихідні.

Щодо інших регіонів України, то в Одеській, Херсонській, Миколаївській і Запорізькій областях спостерігається стрімке збільшення кількості туристів, що зумовлено активізацією розвитку внутрішнього туризму внаслідок значного обмеження міжнародних подорожей через пандемію COVID-19.

4. З'ясовано, що за результатами 2020 р. значно скоротилися обсяги наданих послуг у готельному бізнесі: у два і більше разів рівень завантаження готелів практично за всіма сегментами ринку і, як наслідок, падіння середнього чека. За оцінками експертів, у 2020 році вітчизняний туристичний ринок у цілому скоротився на 60-70%.

5. Об'єктом кваліфікаційної роботи є ПрАТ готель «Прем`ер Палац», що знаходиться у Шевченківському районі міста Києва, за адресою: бульвар Тараса Шевченка, будинок 5-7/29. Будівля готелю була збудована ще у січні 1911 року. Готель сертифікований і має категорію п`ять зірок. Засновником ПрАТ готель «Прем`ер Палац» є держава в особі Фонду державного майна України. Станом на 08.12.2020 р. власником досліджуваного готелю є ТОВ «СХІДНО-ЄВРОПЕЙСЬКА ГОТЕЛЬНА КОМПАНІЯ» (код ЄРДПОУ №38150620), з розміром частки до статутного капіталу 99,9355%.

6. Встановлено, що ПрАТ готель «Прем'єр Палац» входить до мережі готелів Premier – це 17 готелів від 3 до 5 зірок, об'єднаних єдиним стандартом якості, понад 2100 номерів, 12 туристичних напрямків в Україні та перший європейський готель під брендом Premier в Угорщині (Мішкольц).

7. Загальний номерний фонд готелю складає 255 номерів, що може забезпечити проживання близько 400 осіб одночасно, серед них: 147 стандартних, 83 номер бізнес-класу, 22 номери класу люкс, а також: тематичний люкс – Висоцький; Іменний люкс – Серж Лифар; тематичний делюкс – Хай-тек; Президентські апартаменти; Двокімнатний люкс на Представницькому поверсі; Апартаменти на Представницькому поверсі; Номер «Клуб»; Тематичний делюкс – Булгаков; Королівські апартаменти; Тематичний делюкс – Весільний; Тематичний делюкс – Роксолана; Тематичний делюкс – Гетьман; Gastro Getaway – Делюкс із сніданком та вечерею та ін.

8. За результатами аналізу основних фінансово-економічних показників ПрАТ готель «Прем'єр Палац» за 2017-2019 роки, встановлено: 1) чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (послуг і товарів) у 2018 р. порівняно з 2017 р. збільшилася на 29119 тис. грн., а у 2019 році зменшилася на 30508 тис. грн., що, на нашу думку, пов'язано із складною соціально-економічною ситуацією, здорожчанням витрат на утримання підприємства, зменшенням потоку туристів і відповідно попиту на послуги розміщення готелю; 2) прибуток від продажу послуг також має тенденцію у 2018 році – до зростання, а у 2019 році – до зниження, внаслідок чого підприємство отримало чистий прибуток у 2019 році – 112628 тис. грн., що на 99920 тис. грн. більше, ніж сума чистого прибутку в попередньому році. Даний фактор безумовно позитивно впливає на фінансовий стан досліджуваного готелю. Однак у 2017 році цей показник дорівнював сумі в 860639 тис. грн., відповідно за 2018 рік помітне вагоме зниження – на 847931 тис. грн.; 3) адміністративні витрати і витрати на збут зменшились за 2019 рік, відповідно зменшилась і собівартість наданих послуг.

9. Проаналізовано фактори зовнішнього середовища, що мають прямий або опосередкований вплив на досліджуваний автором ПрАТ готель «Прем'єр Палац». Так, вплив міжнародних факторів має виняткове значення саме для готельних підприємств, оскільки їх діяльність пов'язана з обслуговуванням у т.ч. іноземців, а досліджуваний нами готель є готелем класу люкс і орієнтований на обслуговування ділових гостей столиці та України. Тому дуже важливу роль відіграє саме міжнародний фактор на розвиток готельного й туристичного бізнесу в світі та Україні.

Негативний вплив на готельний бізнес має і той факт, що в глобальних системах бронювання Україна зазначена як країна, відвідування якої не рекомендується з точки зору безпеки; аналогічна інформація міститься і на сайтах посольств деяких країн. Зазначимо, що упродовж 2014–2015 років кількість іноземних туристів в Україні скоротилася удвічі, сягнувши у 2015 році 13 млн. осіб, що пов'язано, перш за все, з напруженою політичною ситуацією в країні і невпевненістю іноземців у безпеці перебування в Україні.

Окремо слід визначити політичні та економічні чинники. Адже нестабільна політична та економічна ситуація в Україні змушує боротись за кожного гостя і українських готельєрів. Одним з головних інструментів утримання і залучення нових клієнтів є застосування індивідуального підходу. Готелі запроваджують програми лояльності, розробляють незвичні спеціальні пропозиції, проводять виставки, фестивалі, майстер-класи тощо. Однак, попри зусилля окремих закладів, складна економічна ситуація і війна на сході держави залишаються основними результуючими факторами для готельного ринку України. І хоча у 2015 році намітилось поступове відновлення ділової активності, середній показник заповнюваності готелів залишається низьким.

Як негативний чинник, пов'язаний з цим, можна назвати значне податкове навантаження на підприємства різних організаційно-правових форм і форм власності.

В існуючих кризових умовах близькою до нуля є інвестиційна привабливість готельного сегменту ринку. Якщо сьогодні оцінювати продажну вартість готелю з урахуванням того рівня операційного доходу, який він генерував у 2014 чи у 2015 роках, то показник ринкової ціни часто виявляється нижчим, ніж собівартість його будівництва. А з урахуванням вартості банківського кредиту будівництво готельного проекту є економічно недоцільним. На думку експертів, найбільш доцільним є розвиток готелів середньої цінової категорії міжнародних готельних операторів, які зможуть надавати хороший рівень послуг за прийнятну ціну.

Водночас, суттєвий позитивний вплив на діяльність готелю мають технологічні чинники. Адаптація систем, що розширюють функції готелю, дозволяє надавати послуги клієнтам якісно та вчасно, а також значно полегшують роботу підприємства та персоналу в цілому.

10. За результатами аналітичної частини кваліфікаційного дослідження виявлено наступні проблеми розвитку готельного бізнесу в Україні.

По-перше, поширення пандемії COVID-19 спричинило глибоку кризу в розвитку індустрії гостинності. Водночас, з'явилися нові можливості для відновлення її діяльності. Останнім часом значно збільшився рівень та форми використання інформаційних технологій у готельному бізнесі, розширився спектр додаткових послуг, підвищилися вимоги до якості обслуговування. Розвиток українського ринку готельних послуг, особливо орієнтованого на тих, хто цікавиться екологією та здоровим способом життя, дозволить збільшити невиробничий сектор українського ринку, підвищити інвестиційну привабливість країни та створити нові робочі місця з новою концепцією гостинності. Зазначене стимулюватиме економічне зростання в цілому.

По-друге, недосконалість і колізійність законодавства України, що врегульовує питання права власності на землю та гарантії для іноземних інвесторів. Потребують також чіткого регламентування умови оренди землі та будівництва. Така хаотичність у правовому полі й відсутність реального

захисту прав інвесторів не сприяє залученню інвестицій, особливо іноземних, в індустрію гостинності.

По-третє, відсутність маркетингової стратегії з просування національного туристичного продукту на міжнародному та вітчизняному ринку послуг.

По-четверте, продовження військових дій, нестабільна економічна ситуація і вихід з ринку іноземних компаній призводить до зменшення кількості іноземних туристів і чинить негативний вплив на розвиток готельного ринку України.

11. Серед основних перспектив розвитку готельного бізнесу України визначено:

1) на загальнодержавному рівні:

- удосконалення нормативно-правової бази, що регулює відносини у готельному бізнесі, спрощення й узгодження різних видів державного контролю та створення програм заохочення українських та іноземних інвесторів щодо розвитку індустрії гостинності;

- активізація державно-приватного партнерства та внесення відповідних змін до законодавства України щодо стимулювання учасників такого партнерства;

2) на регіональному рівні:

- розробка програм розвитку місцевого готельного бізнесу та заохочення місцевих підприємців до створення готельної інфраструктури, особливо кемпінгів, хостелів і мотелів. Мінімізація податково навантаження в перший рік роботи таких засобів тимчасового розміщення;

- утворення окремих структурних підрозділів з питань розвитку готельного бізнесу в складі місцевих державних адміністрацій;

- забезпечення співпраці та залучення місцевих готельєрів до проведення міжнародних і регіональних туристично-виставкових заходів.

Запровадження цих та інших заходів дозволить значно активізувати розвиток готельного бізнесу в Україні та покращити показники його діяльності.

12. Запропоновано з метою удосконалення організації безпеки на підприємствах готельного бізнесу в Україні: 1) розробити стратегію управління ймовірними ризиками, визначивши типи ризиків, що можуть загрожувати ефективній діяльності підприємств готельного бізнесу та безпеці їх гостей; 2) впровадити організаційні заходи управління безпекою в готелі: систематична спеціальна підготовка персоналу служби безпеки; формування стандартів поведінки обслуговуючого персоналу, відповідальних за безпеку; розробка і впровадження технології готельного обслуговування з урахуванням заходів дотримання чистоти, гігієни та безпечного перебування гостей; розробка і застосування принципів організації порядку доступу та охорони різних категорій готельних номерів і службових приміщень; 3) популяризувати та стимулювати готельєрів України приєднатися до системи trustyou – найбільшої платформи відгуків гостей з питань дотримання заходів гігієни та безпеки. Для того, щоб отримати позначку «Trusted Cleanliness», готелі повинні продемонструвати, наскільки вони відповідають суворим стандартам санітарної обробки COVID-19. Оцінка заснована на опитуванні, що складається з більш ніж 50 питань, присвячених трьом основним категоріям: персонал; санітарні заходи; обладнання та послуги. Запропоновані заходи значно підвищать рівень організації безпеки на підприємствах готельної індустрії, що також сприятиме ефективному розвитку даного виду бізнесу в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів/ Л. Агафонова, О. Агафонова; Київський ун-т туризму, економіки і права. – К.: Знання України, 2015. – 351 с.
2. Бойко О. В. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід : монографія / О. В. Бойко ; за ред. А. Ю. Парфіненка. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2013. – 279 с.
3. Мальська М. П. Економіка туризму: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 650 с.
4. Мунін Г. Б. Управління сучасним готельним комплексом / Г. Б. Мунін, А. О. Змійов, Г. О. Зінов'в, Є. В. Самарцев: навч. посіб. / За редакцією члена-кор. НАН України, д.е.н., професора С.І. Дорогунцова – К.: Ліра, 2005 – 520 с.
5. Галасюк С. С., Шикіна О. В. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів. Одеса: Атлант, 2015. – 279 с.
6. Кізім В. Маркетингове дослідження ринку туристичних і готельних послуг України. / Н. Бортнік // Вісник Херсонського державного університету. – 2016. – Серія: Економічні науки №. 17 (2). С. 37-40.
7. Кузнецов Н. М., Нездоймінов С. Г. Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу. Одеса: Астропринт, 2010. – 256 с.
8. Лайко М. Ю., Кошелева А. І., Евстегнеєва Д. К. Міжнародний досвід та російська практика ефективного управління готельними підприємствами // Регіональна економіка та управління: електрон. науч. журн. – 2016. – №4(48).
9. Галасюк С. С. Досвід європейських країн у застосуванні стандартів «HOTELSTARS UNION». Матеріали круглого столу та

студентської науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України». Одеса, 2018. 13–18 с.

10. Основи готельно-ресторанної справи : навчальний посібник / Н. І. Данько та ін. ; за заг. ред. А. Ю. Парфененка. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 288 с.

11. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник. – 2-ге вид. перероб. і доп. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.

12. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – К. : ЦУЛ, 2009. – 344 с.

13. Остапенко Я. О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку // Глобальні та національні проблеми економіки / Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського . – 2015. – Вип. 8. – С.1216-1221.

14. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». 2014 Вип. 34. – С. 292–300.

15. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту. – навч. посібник. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.

16. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. – навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.

17. Комп'ютерні технології в туризмі: навч. посібник. – К.: КОНДОР, – 2005. – 302 с.

18. Плотникова Н. І. Комплексна автоматизація туристичного бізнесу.

19. Гуляєв В. Г. Нові інформаційні технології в туризмі.

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

21. Байлі С. І. Готельне господарство. Організація, управління, обслуговування / С. І. Байлік. – К. : ВИРА-Р, 2008. – 252 с.
22. Хумарова Н. І. Гостинність, туризм та рекреація у забезпеченні розвитку економіки вражень / Н. І. Хумарова, О. В. Дишкантюк // «Про перспективи, проблеми і завдання розвитку сфери туризму і рекреації в Україні»: матеріали XI Пленуму Співки економістів України, 29 вересня 2017 р., Київ, СЕУ / За заг. ред. акад. АЕНУ В.В. Оскольського. – Київ, 2017 – С. 61-73.
23. Браймер, Роберт А. Основи управління в індустрії гостинності: пер. с англ. / Роберт А. Браймер – М.: Аспект Прес, 2001. – 412 с.
24. Уокер Дж. Р. Введення в гостинність: підручник; пер. с англ. Н. Н. Михайлова. М.: ЮНІТІ, 1999. – 464 с.
25. Ваген Л. В. Д. Готельний бізнес; пер. А. Сухорукова. Ростов н/Д.: Фенікс, 2001. – 412 с.
26. Романова М. М. Формування індустрії гостинності як механізм стратегічного розвитку регіону: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.05. М., 2006. – 27 с.
27. Доброжанська Е. Б. Управління інноваційною діяльністю в сфері гостинності: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.05. СПб., 2011. – 26 с.
28. Елканова Д. І., Осипов Д. А., Романов В.В. Основи індустрії гостинності: навч. посібник. М.: Дашков і К, 2009. – 248 с.
29. Кусков А. С. Готельний бізнес : навч. посібник для вищ. навч. зак. 2-е вид., випр. М. : Дашков і Ко, 2010.
30. Скобкин С. С. Чи є у нас індустрія гостинності? // Парад готелів. 2000. № 4. С. 1 – 6.
31. Зорін І. В., Квартальнов В. А. Енциклопедія туризму: [довідник] / М.: Фінанси та статистика, 2003. – 364 с.
32. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник / Марта Пилипівна Мальська, Ігор Пандяк ; М-во освіти

і науки України, Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. – К. : Центр учбової літератури, 2012 – С. 9 – 41.

33. Готель [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Готель>

34. Медлик С. Готельний бізнес: Підручник для студентів вищ. навч. закладів, що навчаються за спеціальністю сервісу (230000) / С. Медлик, Х. Інграм – пер. с англ. А. В. Павлов. – М.: ЮНІТІ-ДАНА, 2012. – Серія зарубіжний підручник. – С. 239.

35. Готельний бізнес та його розвиток [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://turgostinica.ru/gostinichny-biznes-i-ego-razvitiye-v-sovremennich-us/1-1-ponyatie-gostinichnogo-biznesa-i-gostinichnogo-produkta.html>

36. Готельний бізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://oplata-me.turbopages.org/oplata.me/s/uslugi/gostinichnyj-biznes.htm>

37. Готельний та туристичний бізнес / Под ред. проф. Чудновського А. Д. – М.: ЕКМОС, 2002. – 352 с.

38. Ribas hotels group / Система сертифікації готелів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ribashotelsgroup.ua/uk_blog/sistema_sertifikatsii_oteley_v_ukraine

39. Класифікація готелів (засобів розміщення). Класифікація готелів в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://textarchive.ru/c-2143402.html>

40. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», затверджений наказом Держспоживстандарту України від 23.12.2003 р. № 225. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dnaop.com/html/29982/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4269_2003

41. Готелі України / Класифікація готелів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotelukraina.com.ua/klassifikaciya-gostinic.html>

42. Про державне регулювання діяльності з організації та проведення азартних ігор: Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH1E700A.html

43. Про підтвердження відповідності: Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2406-14#Text>

44. Асоціація готелів та курортів України розробила нову класифікацію готелів / Система класифікації за категоріями готелів та інших закладів розміщення (проживання) в Україні. Редакція №2 (матеріали для передачі органам державної влади). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nk.org.ua/obshchestvo/assotsiatsiia-otelei-i-kurortov-ukrainy-razrabotala-novuiu-klassifikatsiiu-otelei--254790>

45. ДСТУ 4527-2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ksv.biz.ua/GOST/DSTY_ALL/DSTY3/dsty_4527-2006.pdf

46. Кононихін С. В. Техніка та технологія послуг туристичного бізнесу: Конспект лекцій /Донецький ін. – турист. бізнесу. – Ч. I. – вид. 2-е перероб. та доп. – Донецьк, 2002 р. – 231с.

47. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/en>

48. Інформаційний рейтинг готелів [Електронний ресурс]: Каталог и рейтинг отелей мира «TopHotels». – Режим доступу: <http://tophotels.ru/>

49. Організація готельного господарства : навч. посібник для вузів / Головка О. М., Кампов Н. С., Махлинець С. С., Симочко Г. В.; За редакцією О. М. Головка. – 2010. – 54-64 с.

50. Колесніченко А.С. Нормативно-правове регулювання та державна підтримка розвитку готельної індустрії як інституту туризму // економіка та управління національним господарством / причорноморські економічні студії / А.С. Колесніченко. Вип. 23. – 2017.

51. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-I [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15/ed20131011#Text>
52. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
53. Про туризм : Закон України від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>
54. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 травня 1991 р. № 1023-12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
55. Про стандартизацію : Закон України від 5 червня 2014 р. № 1315-18 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1315-18>.
56. Про Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. №168-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
57. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF#Text>
58. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення», затверджений наказом Держспоживстандарту України від 23.12.2003 р. № 225. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ksv.do.am/GOST/DSTY_ALL/DSTY3/dsty_4268-2003.pdf
59. Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг: постанова Держстандарту України від 27.01.1999 р. № 37. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0236-99#Text>

60. Правила користування готелями та аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг: наказ Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 р. № 19 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04#Text>

61. Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання): постанова КМУ від 15.03.2006 р. № 297. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/297-2006-%D0%BF#Text>

62. Порядок встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання): постанова КМУ від 29.07.2009 р. № 803. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-%D0%BF#Text>

63. Правила пожежної безпеки в Україні : Наказ від 30.12.2014 № 1417 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0252-15#Text>

64. Про затвердження тимчасових рекомендацій щодо організації протиепідемічних заходів в готелях на період карантину у зв'язку з поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19): постанова від 21.05.2020 року № 22. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0022488-20#Text>

65. Про стандартизацію і сертифікацію: Декрет КМУ від 10.05.1993 р. (зі змінами і доповненнями). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/46-93#Text>

66. Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0466-05#Text>

67. Центральноукраїнський національний технічний університет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kntu.kr.ua/?view=science&id=57>

68. Cushman & Wakefield [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cushmanwakefield.com.ua/uk/>
69. Огляд ринку готелів: що відбувається з готелями в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://thepage.ua/exclusive/obzor-rynka-otelej-hto-proishodit-s-gostiniami-v-ukraine>
70. Міжнародна консалтингова компанія Colliers International [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.colliers.com/uk-ua/research/1q-2019-kyiv-market-overview-hotels>
71. InVenture Investment Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://inventure.com.ua/analytics/investments/gostinichnyj-biznes-v-ukraine:-stoit-li-investirovat-segodnya>
72. Бізнес-портал Одеської області / Огляд ринку готелів: як відновлюється український готельний ринок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://odessa-biz.info/2020/11/09/obzor-rynka-otelej-kak-vosstanavlivaetsja-ukrainskij-gostinichnyj-rynok/>
73. CommercialProperty [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://commercialproperty.ua/archive/1-209-sichen-2021/>
74. Інформ-УА: Туристичний ринок України в 2020-м зменшився на 60-70% [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://inform-ua.info/travel/1610881787-turysticheskyj-rynok-ukrayn-v-2020m-sokratylsya-na-6070>
75. Premier Hotels and Resorts : Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.phnr.com/ru>
76. Premier Palace Hotel : Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://premier-palace.phnr.com/ru>
77. Офіційний сайт Гільдії професійних англійських дворецьких – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.guildofbutlers.com/about-us>
78. Мирошник Юлія (2019), “Analysis of the world experience in organizing luxury services in 5 * hotels”, Ефективна економіка – [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7144> (Accessed 09 Apr 2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.6.155

79. Star struck: half of the world's star rated hotels located in Europe – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bolddata.nl/en/halfthe-worlds-star-rated-hotels-europe>.

80. Олійник О. В. Перспективи розвитку готелів у стилі глемпінг в Україні // Економіка, управління та адміністрування / О. В. Олійник, Т. Л. Мостенська, А. О. Чагайда, Г. М. Тарасюк, 2019. – № 4 (90). – С. 38–46.

81. Туризм після карантину: як пандемія вплинула на галузь і змінила її – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dyvys.info/2020/05/14/turyzm-pislya-karantynu-yak-pandemiya-vplynulana-galuz-i-zminyla-yiyi>

82. Kotle P. Bowen J., Makens J. Marketing for hospitality and tourism. Boston : Pearson ; Prentice Hall, 2010. – 683 s.

83. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту : підручник / Х. Й. Роглев. – Київ : Кондор, 2009. – 408 с.

84. Тарасюк Г. М. Перспективні напрями розвитку готельного бізнесу для забезпечення фінансової стабільності індустрії гостинності України // Економіка та управління підприємствами / Г. М. Тарасюк. – Вип. 55-2. 2020. – С. 17-24.

85. Бабушко С. Р., Яцюта А. Готельний бізнес України в умовах пандемії: I Міжнародна конференція здобувачів та молодих вчених "Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність" (25 березня 2021 р., м. Дніпро). – С. 475-477

<https://drive.google.com/file/d/1xw2FE51Gq2BhMaRlw1KZRAQZLjtsMU/view>

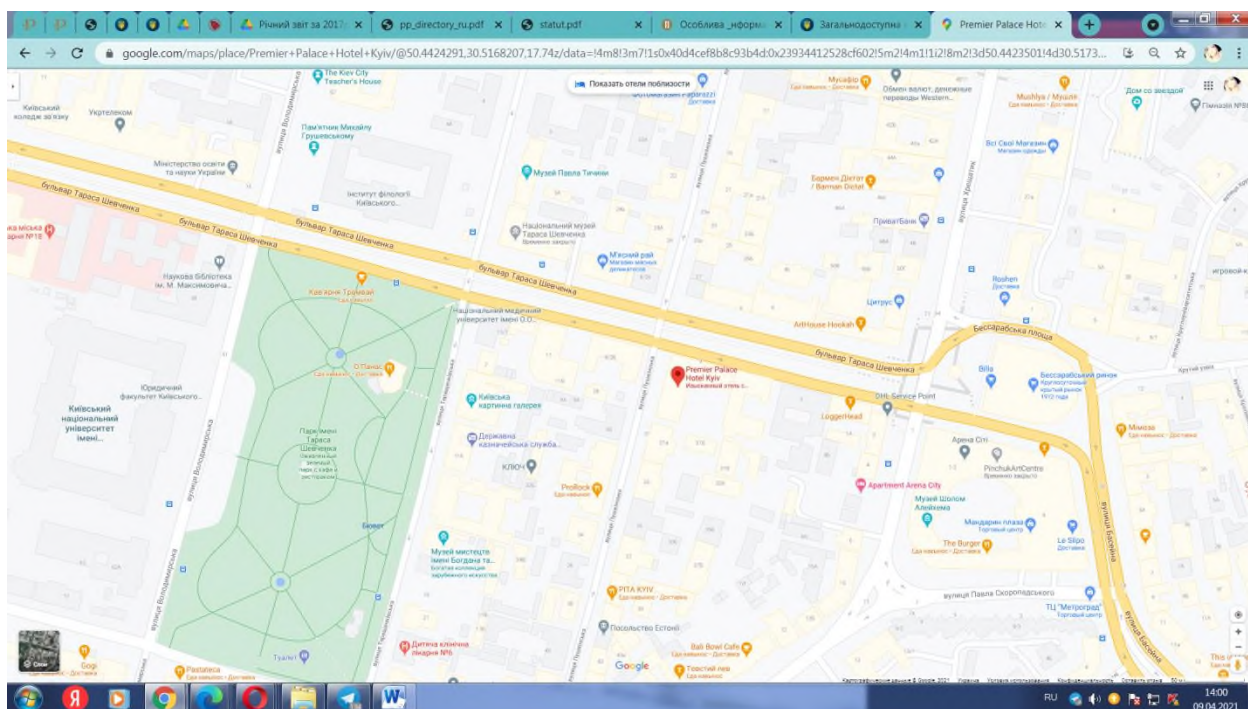
86. Організація безпеки готельного бізнесу – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidru4niki.com/1180091260402/turizm/organizatsiyi_zabezpechennya_bezpeki_gotelnogo_biznesu

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А



ПрАТ готель «Прем'єр Палац»



ПрАТ готель «Прем'єр Палац» на карті

ДОДАТОК Б

Premier Palace Wellness Club

ДОДАТОК В**Послуги, які надає готель ПрАТ готель «Прем'єр Палац»**

| Основні послуги готелю | | |
|--|---|--|
| Критий басейн (працює цілий рік) | Банкомат | Номери / зручності для гостей з особливими потребами |
| Спа і оздоровчий центр | Приватна парковка | Ліфт |
| Сауна | Камера зберігання багажу | Сімейні номери |
| Турецька лазня | Сейф | Звукоізольовані номери |
| Гідромасажна ванна | Доставка преси | Номер для молодят |
| Фітнес-центр | Тераса | V.I.P. Послуги |
| Масаж | Загальний лаунж / вітальня з телевизором | Кондиціонер |
| Ресторан | Хімчистка | Безкоштовний wi-fi |
| Бар | Послуги з прасування одягу | Представницький лаундж |
| Упаковані ланчі | Пральня | Чайник/кавоварка в номері |
| Спеціальне дієтичне меню (за запитом) | Щоденне прибирання номера | Мінібар в номері |
| Доставка їжі та напоїв в номер | Чистка взуття | Трансфер (за запитом) |
| Сніданок в номер (за запитом) | Прес для брюк | Послуги дворецького |
| Трансфер | Конференц-зал / банкетний зал | Дитяче ліжечко (за запитом) |
| Прокат автомобілів | Бізнес-центр | Тренажерний зал |
| Трансфер від / до аеропорту | Факс/ксерокопіювання | Дитяче меню |
| Цілодобова стійка реєстрації | Магазини на території | Проживання з тваринами дозволено |
| Індивідуальна реєстрація заїзду/від'їзду | Салон краси | Масажні крісла |
| Послуги консьєржа | Сувенірний магазин | Парковка |
| Послуги з продажу квитків | Гіпоалергенний номер | Фітнес і спа центр |
| Експерсійне бюро | Куріння на всій території заборонено | Breakfast 2 go |
| Обмін валюти | Місця для куріння | Сигарна кімната |
| Безкоштовні послуги, які вказуються при бронюванні номеру | | |
| Нарди | Косметичний набір (ватні палички і диски) | Зарядний пристрій LG |
| Килимок для фітнесу або йоги | Килимок для йоги | Зарядний пристрій Sony |
| Зарядний пристрій Mini-USB | Акустична гітара | Латексна подушка |
| Приставка Google Chrome 2 | Ігрова приставка Sony Play Station | Пухова подушка |
| Фен | USB-джойстик для комп'ютерних ігор | Анатомічна подушка |
| Зубна щітка і паста | Зарядний пристрій Apple | Дитяча подушка |
| Набір для гоління | Зарядний пристрій Nokia | Підлогові ваги |
| Гребінець | Зарядний пристрій HTC | Шахи, Шашки |
| Чорний або молочний шоколад | Зарядний пристрій Samsung | Станція I-dock |

ДОДАТОК Г

Пам'ятки поблизу готелю ПрАТ готель «Прем'єр Палац»

| Категорія | Об'єкт |
|-------------------|---|
| 1 | 2 |
| МУЗЕЇ | Національний музей історії України Музей Великої Вітчизняної війни Національний музей Т. Г. Шевченка Музей історії Києва Науково-правознавчий музей Музей історичних скарбів України Музей Михайла Булгакова Музей «Київська фортеця» Маріїнський палац Будинок з химерами |
| ГАЛЕРЕЇ | Pinchuk Art Centre Національний художній музей України Київський музей російського мистецтва Музей західного і східного мистецтва ім. Богдана та Варвари Ханенко Галерея «Лавра» |
| ПАМ'ЯТНИКИ | Монумент незалежності України Пам'ятник Богдану Хмельницькому Пам'ятник Тарасу Шевченку Золоті ворота Пам'ятник «Батьківщина-мати» Пам'ятник місту-герою Києву Пам'ятник Лесі Українці Пам'ятник Вічної Слави Пам'ятник засновникам Києва (Кию, Щеку, Хориву їх сестрі Либеді) Арка Дружби народів Фунікулер Бессарабський ринок |
| ПАРКИ | Маріїнський парк Парк «Київ в мініатюрі» Парк Вічної Слави Ботанічний сад ім. Академіка А. Фоміна Національний ботанічний сад ім. Н.Н. Гришко Парк «Володимирська гірка» Парк ім. Т. Г. Шевченко Парк «Співоче поле» |
| ХРАМИ І СОБОРИ | Андріївська церква Михайлівський Золотоверхий монастир Софійський собор Володимирський собор Києво-Печерська Лавра Миколаївський костел |

ПРОДОВЖЕННЯ ДОД.Г

| Категорія | Об'єкт |
|--------------------------------|--|
| 1 | 2 |
| АКТИВНИЙ ВІДПОЧИНОК | Зоопарк Каток Кінотеатр Кінне ранчо Картинг Боулінг Політ на повітряній кулі Мотузковий парк Страусина ферма |
| ТЕАТРИ ТА КОНЦЕРТНІ ЗАЛИ | Національний драматичний театр ім. І. Франка Національний академічний театр російської драми він. Лесі Українки. Оперний театр ім. Т. Г. Шевченко Київський академічний театр ляльок Національна філармонія України Національний будинок органної та камерної музики України. Київський державний театр оперети Концертний зал Україна Цирк Київський планетарій |
| ПЛОЩІ | Вул. Хрещатик Андріївський узвіз Поштова площа Європейська площа Софійська площа |

ДОДАТОК Д

| | | | |
|---|---------------------------|---------------|---------------------|
| КОДИ | Дата (рік, місяць, число) | 2019.01.01 | |
| Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ГОТЕЛЬ"ПРЕМ'ЄР | за ЄДРПОУ | 21660999 | |
| ПАЛАЦ" | | | |
| Територія ШЕВЧЕНКІВСЬКИЙ | за КОАТУУ | 8039100000 | |
| Організаційно- Приватне акціонерне товариство | за КОПФГ | 111 | |
| правова форма | | | |
| господарювання | | | |
| Вид економічної діяльності Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування | за КВЕД | 55.10 | |
| Середня кількість працівників | 466 | | |
| Адреса, бульв.Тараса шевченка/вул.Пушкінська, буд. 5-7/29, м.Київ, Київська область, 01024, УКРАЇНА, 044 | | | |
| телефон 244-12-23 | | | |
| Одиниця виміру: тис.грн. без десятичного знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками) | | | |
| Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці): | | | |
| за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку | | | |
| за міжнародними стандартами фінансової звітності v | | | |
| Баланс (Звіт про фінансовий стан) | | | |
| на 31.12.2018 р. | | Форма № 1 | Код за ДКУД 1801001 |
| Актив | Код | На початок | На кінець |
| | рядка | звітного | звітного |
| | | періоду | періоду |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Необоротні активи | | | |
| Нематеріальні активи | 1000 | 20 | 230 |
| первісна вартість | 1001 | 2158 | 2265 |
| накопичена амортизація | 1002 | 2138 | 2035 |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1005 | 809 | 738 |
| Основні засоби | 1010 | 314934 | 296886 |
| первісна вартість | 1011 | 1162596 | 1172168 |
| знос | 1012 | 847662 | 875282 |
| Інвестиційна нерухомість | 1015 | 0 | 0 |
| <i>первісна вартість інвестиційної нерухомості</i> | <i>1016</i> | 0 | 0 |
| <i>знос інвестиційної нерухомості</i> | <i>1017</i> | 0 | 0 |
| Довгострокові біологічні активи | 1020 | 0 | 0 |
| <i>первісна вартість довгострокових біологічних активів</i> | <i>1021</i> | 0 | 0 |
| <i>накопичена амортизація довгострокових біологічних активів</i> | <i>1022</i> | 0 | 0 |
| Довгострокові фінансові інвестиції: | | | |
| які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 1030 | 0 | 0 |
| інші фінансові інвестиції | 1035 | 0 | 0 |
| Довгострокова дебіторська заборгованість | 1040 | 0 | 0 |
| Відстрочені податкові активи | 1045 | 0 | 0 |
| <i>Гудвіл</i> | <i>1050</i> | 0 | 0 |
| <i>Відстрочені аквізиційні витрати</i> | <i>1060</i> | 0 | 0 |
| <i>Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах</i> | <i>1065</i> | 0 | 0 |
| Інші необоротні активи | 1090 | 1349 | 515 |
| Усього за розділом I | 1095 | 317112 | 298369 |

ПРОДОВЖЕННЯ ДОД. Д

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|-------------|---------------|---------------|
| II. Оборотні активи | | | |
| <u>Запаси</u> | 1100 | 15046 | 15155 |
| <u>Виробничі запаси</u> | 1101 | 9182 | 8842 |
| <u>Незавершене виробництво</u> | 1102 | 0 | 0 |
| <u>Готова продукція</u> | 1103 | 0 | 0 |
| <u>Товари</u> | 1104 | 5864 | 6313 |
| <u>Поточні біологічні активи</u> | 1110 | 0 | 0 |
| <u>Депозити перестрахування</u> | 1115 | 0 | 0 |
| <u>Векселі одержані</u> | 1120 | 0 | 0 |
| <u>Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги</u> | 1125 | 17609 | 9041 |
| <u>Дебіторська заборгованість за розрахунками:</u> | | | |
| <u>за виданими авансами</u> | 1130 | 1276 | 1971 |
| <u>з бюджетом</u> | 1135 | 29 | 32 |
| <u>у тому числі з податку на прибуток</u> | 1136 | 15 | 15 |
| <u>Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих</u> | 1140 | 0 | 0 |
| <u>Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх</u> | 1145 | 21 | 104 |
| <u>Інша поточна дебіторська заборгованість</u> | 1155 | 10000 | 16 |
| <u>Поточні фінансові інвестиції</u> | 1160 | 833 | 833 |
| <u>Гроші та їх еквіваленти</u> | 1165 | 21980 | 21257 |
| <u>Готівка</u> | 1166 | 54 | 42 |
| <u>Рахунки в банках</u> | 1167 | 19443 | 19161 |
| <u>Витрати майбутніх періодів</u> | 1170 | 462 | 446 |
| <u>Частка перестраховика у страхових резервах</u> | 1180 | 0 | 0 |
| <u>у тому числі в:</u> | 1181 | 0 | 0 |
| <u>резервах довгострокових зобов'язань</u> | | | |
| <u>резервах збитків або резервах належних виплат</u> | 1182 | 0 | 0 |
| <u>резервах незароблених премій</u> | 1183 | 0 | 0 |
| <u>інших страхових резервах</u> | 1184 | 0 | 0 |
| <u>Інші оборотні активи</u> | 1190 | 331 | 605 |
| Усього за розділом II | 1195 | 67587 | 49460 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | 0 | 0 |
| Баланс | 1300 | 384699 | 347829 |

ПРОДОВЖЕННЯ ДОД. Д

| | | КОДИ | |
|--|-------|-------------------------------|--------------|
| Підприємство ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО | | Дата (рік, місяць, число) | |
| "ГОТЕЛЬ"ПРЕМ'ЄР ПАЛАЦ" | | за ЄДРПОУ | |
| | | 2019.01.01 | |
| | | 21660999 | |
| Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) | | | |
| за 2018 рік | | | |
| I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ | | Форма № 2 Код за ДКУД 1801003 | |
| Стаття | Код | За звітний | За |
| | рядка | період | аналогічний |
| | | | період |
| | | | попереднього |
| | | | року |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 304782 | 275663 |
| <i>Чисті зароблені страхові премії</i> | 2010 | 0 | 0 |
| <i>Премії підписані, валова сума</i> | 2011 | 0 | 0 |
| <i>Премії, передані у перестраховання</i> | 2012 | 0 | 0 |
| <i>Зміна резерву незароблених премій, валова сума</i> | 2013 | 0 | 0 |
| <i>Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i> | 2014 | 0 | 0 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | (167325) | (190798) |
| <i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i> | 2070 | (0) | (0) |
| Валовий: | 2090 | 137457 | 84865 |
| прибуток | | | |
| збиток | 2095 | (0) | (0) |
| <i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i> | 2105 | 0 | 0 |
| <i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i> | 2110 | 0 | 0 |
| <i>Зміна інших страхових резервів, валова сума</i> | 2111 | 0 | 0 |
| <i>Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i> | 2112 | 0 | 0 |
| Інші операційні доходи | 2120 | 42297 | 107117 |
| <i>Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i> | 2121 | 0 | 0 |
| <i>Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i> | 2122 | 0 | 0 |
| <i>Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i> | 2123 | 0 | 0 |
| Адміністративні витрати | 2130 | (30946) | (26609) |
| Витрати на збут | 2150 | (16519) | (23486) |
| Інші операційні витрати | 2180 | (12980) | (157523) |
| <i>Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i> | 2181 | (0) | (0) |
| <i>Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i> | 2182 | (0) | (0) |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: | 2190 | 119309 | 0 |
| прибуток | | | |
| збиток | 2195 | (0) | (15636) |
| Дохід від участі в капіталі | 2200 | 0 | 0 |
| Інші фінансові доходи | 2220 | 7420 | 769401 |
| Інші доходи | 2240 | 14888 | 478340 |
| <i>Дохід від благодійної допомоги</i> | 2241 | 0 | 0 |
| Фінансові витрати | 2250 | (118788) | (5069) |
| Втрати від участі в капіталі | 2255 | (0) | (0) |
| Інші витрати | 2270 | (10121) | (366397) |
| <i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i> | 2275 | 0 | 0 |
| Фінансовий результат до оподаткування: | 2290 | 12708 | 860639 |
| прибуток | | | |

ПРОДОВЖЕННЯ ДОД. Д

| | | | |
|---|-------------|--------------|---------------|
| збиток | 2295 | (0) | (0) |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 2300 | 0 | 0 |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | 0 | 0 |
| Чистий фінансовий результат: | 2350 | 12708 | 860639 |
| прибуток | | | |
| збиток | 2355 | (0) | (0) |

| II. СУКУПНИЙ ДОХІД | | | |
|--|-------------|--------------|---------------|
| Стаття | Код | За звітний | За |
| | рядка | період | аналогічний |
| | | | період |
| | | | попереднього |
| | | | року |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів | 2400 | 0 | 0 |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів | 2405 | 0 | 0 |
| Накопичені курсові різниці | 2410 | 0 | 0 |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних | 2415 | 0 | 0 |
| Інший сукупний дохід | 2445 | 0 | 0 |
| Інший сукупний дохід до оподаткування | 2450 | 0 | 0 |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом | 2455 | 0 | 0 |
| Інший сукупний дохід після оподаткування | 2460 | 0 | 0 |
| Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460) | 2465 | 12708 | 860639 |

| III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ | | | |
|----------------------------------|-------------|---------------|---------------|
| Назва статті | Код | За звітний | За |
| | рядка | період | аналогічний |
| | | | період |
| | | | попереднього |
| | | | року |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Матеріальні затрати | 2500 | 48087 | 44680 |
| Витрати на оплату праці | 2505 | 50241 | 47986 |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510 | 10123 | 9484 |
| Амортизація | 2515 | 29299 | 62283 |
| Інші операційні витрати | 2520 | 90020 | 233983 |
| Разом | 2550 | 227770 | 398416 |

| IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ | | | |
|--|-------|---------------|---------------|
| Назва статті | Код | За звітний | За |
| | рядка | період | аналогічний |
| | | | період |
| | | | попереднього |
| | | | року |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Середньорічна кількість простих акцій | 2600 | 1460800000,00 | 1466800000,00 |
| Скоригована середньорічна кількість простих акцій | 2605 | 1466800000,00 | 1466800000,00 |
| Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію | 2610 | 0,01 | 0,59 |
| Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію | 2615 | 0,01 | 0,59 |
| Дивіденди на одну просту акцію | 2650 | 0,00 | 0,00 |
| Примітки: д/н | | | |