

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

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

Ступінь вищої освіти БАКАЛАВР

на тему ” **ТУРИСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ В  
ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ**”

Виконала: здобувачка вищої освіти  
IV курсу, групи Тур-43зсп  
спеціальності 242 Туризм  
(шифр і назва спеціальності)  
освітньої програми Туризм  
КУЗИК Марта Миколаївна  
(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник к.е.н, доцент  
Оксана БЕРЕЗІВСЬКА  
(наук. ступінь, вчене звання, ім'я та прізвище)

Рецензент: Сергій ЧУРБАНОВ  
(ім'я та прізвище)

ДУБЛЯНИ 2023

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

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

Спеціальність 242 Туризм  
(шифр і назва)

Освітня програма «Туризм»  
(назва ОП)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Завідувач кафедри

туризму  
(назва кафедри)

(підпис)

Оксана КРУПА

(ім'я та прізвище)

“ ” \_\_\_\_\_ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я**

**на кваліфікаційну роботу здобувача вищої освіти**

Кузик Марти Миколаївни

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи «Туристичне обслуговування в готельній індустрії»

Керівник роботи Оксана БЕРЕЗІВСЬКА, к.е.н., доцент

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

Затверджена наказом ЛНУП від “25” квітня 2023 р. №118/к-с.

2. Строк подання здобувачем роботи до 04 грудня 2023 року

3. Вихідні дані до роботи: Закони України та Постанови Кабінету Міністрів України, дані Державної служби статистики України, наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених, Інтернет ресурси та інші інформаційні дані

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

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

1.1. Поняття та складові готельної індустрії

1.2. Класифікація готельних підприємств у готельній індустрії

1.3. Методика оцінки якості обслуговування в готельній індустрії

Розділ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

2.1 Вплив структурних змін на розвиток готельного бізнесу в умовах воєнного часу

2.2 Аналіз розвитку готельної індустрії в Україні

2.3. Аналіз управління якістю готельних послуг

2.4. Вплив підприємств готельної індустрії на стан охорони навколишнього середовища

Розділ 3. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ

3.1 Сучасні тенденції розвитку підприємств готельного бізнесу

3.2 Шляхи відновлення повноцінного функціонування підприємств готельної сфери України

3.3.Обґрунтування підходів проектування розвитку готельної індустрії

Розділ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Аналіз стану і заходи поліпшення виробничої санітарії і гігієни праці на підприємствах готельної сфери

4.2. Пожежна безпека готельного підприємства

4.3. Інструкція з охорони праці готельного підприємства

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): рисунки, таблиці, схеми

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата		Відмітка про виконання
		завдання видав	завдання прийняв	
Стан охорони навколишнього середовища				
Охорона праці				

7. Дата видачі завдання "26" квітня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
1.	Отримання завдання для написання кваліфікаційної роботи	26.04.2023 р.	
2.	Розробка плану кваліфікаційної роботи, ознайомлення з літературними джерелами за темою, збір практичних матеріалів	до 30.05.2023	
3.	Написання вступу і I розділу	до 30.06.2023	
4.	Написання II розділу	до 25.09.2023	
5.	Написання III розділу	до 25.10.2023	
6.	Написання IV розділу і висновків	до 10.11.2023	
7.	Оформлення кваліфікаційної роботи і подання науковому керівнику для написання відгуку	до 20.11.2023	
8.	Перевірка тексту кваліфікаційної роботи на унікальність. Скерування на зовнішню рецензію	до 24.11.2023	
9.	Представлення кваліфікаційної роботи на кафедру	04.12.2023	
10.	Захист кваліфікаційної роботи перед Екзаменаційною комісією	14.12.2023	

Здобувач вищої освіти \_\_\_\_\_

(підпис)

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_

(підпис)

Марта КУЗИК

(ім'я та прізвище)

Оксана БЕРЕЗІВСЬКА

(ім'я та прізвище)

## **Удк 338.488.2**

Кваліфікаційна робота: 77 сторінок, включаючи 3 таблиці, 2 рисунки, 116 літературних джерел.

Кузик М.М. Туристичне обслуговування в готельній індустрії. Кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм. Львів: ЛНУП, 2023. 77 с.

У кваліфікаційній роботі всебічно розкрито теоретико-методологічні аспекти дослідження розвитку готельної індустрії, розглянуто поняття та складові готельної індустрії, охарактеризовано класифікацію готельних підприємств у готельній індустрії, описано методику оцінки якості обслуговування в готельній індустрії.

Проаналізовано сучасний стан розвитку туристичного обслуговування в готельній індустрії. Подано загальну характеристику структурних зміни в готельному бізнесі в умовах воєнного часу. Проаналізовано тенденції готельної індустрії в Україні. Здійснено оцінку якості надання послуг розміщення підприємствами готельної індустрії.

На основі результатів досліджень розроблено низку рекомендацій щодо пріоритетних напрямів розвитку підприємств готельного бізнесу. Описано шляхи стимулювання розвитку гостинної індустрії України

## АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню проблемам та перспективам розвитку туристичного обслуговування у готельній індустрії України.

В першому розділі «Теоретично-методичні засади дослідження підприємств готельної індустрії» розкрито теоретико-методологічні аспекти дослідження розвитку готельної індустрії, розглянуто поняття та складові готельної індустрії, охарактеризовано класифікацію готельних підприємств у готельній індустрії, описано методiku оцінки якості обслуговування в готельній індустрії.

У другому розділі «Сучасний стан розвитку готельної індустрії» проаналізовано сучасний стан розвитку туристичного обслуговування в готельній індустрії. Подано загальну характеристику структурних зміни в готельному бізнесі в умовах воєнного часу. Проаналізовано тенденції готельної індустрії в Україні. Здійснено оцінку якості надання послуг розміщення підприємствами готельної індустрії.

У третьому розділі «Тенденції розвитку туристичного обслуговування у готельній індустрії» розроблено низку рекомендацій щодо пріоритетних напрямів розвитку підприємств готельного бізнесу. Описано шляхи стимулювання розвитку гостинної індустрії України

**Ключові слова:** якість, туристична послуга, удосконалення якості, системи обслуговування.

## ANNOTATION

The qualification work is devoted to the study of problems and prospects for the development of tourist services in the hotel industry in Ukraine.

In the first chapter "Theoretical and Methodological Foundations of the Study of Hotel Industry Enterprises" the theoretical and methodological aspects of the study of the development of the hotel industry are revealed, the concept and components of the hotel industry are considered, the classification of hotel enterprises in the hotel industry is described, and the methodology for assessing the quality of service in the hotel industry is described.

The second section "The Current State of Development of the Hotel Industry" analyses the current state of development of tourist services in the hotel industry. A general description of the structural changes in the hotel business in wartime is given. The trends in the hotel industry in Ukraine are analysed. The quality of accommodation services provided by the hotel industry enterprises is assessed.

In the third section "Trends in the development of tourist services in the hotel industry" a number of recommendations are developed regarding priority directions of development of hotel business enterprises. The ways to stimulate the development of the hospitality industry in Ukraine are described.

Keywords: quality, tourist service, quality improvement, service systems..

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>7</b>
<b>Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ.....</b>	<b>10</b>
1.1. Поняття та складові готельної індустрії.....	10
1.2. Класифікація готельних підприємств у готельній індустрії.....	13
1.3. Методика оцінки якості обслуговування в готельній індустрії.....	17
<b>Розділ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ.....</b>	<b>24</b>
2. 1 Вплив структурних змін на розвиток готельного бізнесу в умовах воєнного часу.....	24
2.2 Аналіз розвитку готельної індустрії в Україні .....	29
2.3. Аналіз управління якістю готельних послуг .....	34
2.4. Вплив підприємств готельної індустрії на стан охорони навколишнього середовища.....	42
<b>Розділ 3. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ.....</b>	<b>45</b>
3.1 Сучасні тенденції розвитку підприємств готельного бізнесу.....	45
3.2 Шляхи відновлення повноцінного функціонування підприємств готельної сфери України.....	48
3.3.Обґрунтування підходів проектування розвитку готельної індустрії.....	53
<b>Розділ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ .....</b>	<b>58</b>
4.1. Аналіз стану і заходи поліпшення виробничої санітарії і гігієни праці на підприємствах готельної сфери.....	58
4.2. Пожежна безпека готельного підприємства .....	60
4.3. Інструкція з охорони праці готельного підприємства.....	62
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....</b>	<b>64</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>67</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Однією з основних складових туристичної індустрії є готельне господарство. Саме підприємства готельного господарства виконують найважливіші функції у сфері обслуговування туристів – формують і пропонують споживачам комплексний готельний продукт, у створенні і просуванні якого у подальшому беруть участь й інші сектори та елементи індустрії туризму.

Готельне господарство – це складова сфери послуг, основним видом діяльності якої є приймання, розміщення, надання різноманітних видів послуг, пов'язаних із перебуванням споживачів за межами свого постійного місця проживання. Готельний бізнес став однією з тих сфер, в якій довелось плідно попрацювати над нововведеннями за останній рік. Карантин та війна внесли свої корективи, тому продовжувати роботу у звичному режимі стало майже неможливо.

Ситуація ускладнюється тим, що поки що ніхто не знає, скільки триватимуть військові дії і наскільки швидко відновиться потік гостей після її завершення. Навіть після війни, ринок не зможе швидко відіграти втрати.

Дослідженню проблем розвитку малого готельного бізнесу присвячені численні праці зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема: М. Портер, Р. Браймер, С. Ахмад та А. Аріф, А. Барредаа, А. Білгіханб, Н. Халдун та Ф.

Окумус, П. Котлер, Дж. Боуен, О. Головня, Р.Лопатюк, І. Сененко та В. Щепак, А. Roper, J.Walker, М.Гюрлек і М.Туна, І.Поворознюк та І.Кирилюк, Ю. Ставська та багато інших.

Незважаючи на значні досягнення вітчизняних та зарубіжних науковців щодо розвитку малого готельного бізнесу, динаміка змін поточної ринкової ситуації диктує раннє втручання, а готельним підприємствам для виживання та зростання вкрай необхідні нові методи розвитку та управління своїми ресурсами.

**Об'єктом дослідження** є підприємства готельної індустрії України.

**Предмет дослідження** – розвиток туристичного обслуговування у готельній індустрії України.

**Мета дослідження** - проаналізувати сучасний стан та виявити перспективи розвитку туристичного обслуговування у готельній індустрії України.

**Завдання дослідження:**

- розкрити теоретико-методологічні основи дослідження розвитку готельної індустрії;
- розглянути поняття та складові готельної індустрії;
- охарактеризувати класифікацію готельних підприємств у готельній індустрії;
- описати методику оцінки якості обслуговування в готельній індустрії;
- проаналізувати сучасний стан розвитку туристичного обслуговування в готельній індустрії;
- подати загальну характеристику структурних зміни в готельному бізнесі в умовах воєнного часу;
- проаналізувати тенденції готельної індустрії в Україні;
- здійснити оцінку якості надання послуг розміщення підприємствами готельної індустрії;
- розробити низку рекомендацій щодо пріоритетних напрямів розвитку підприємств готельного бізнесу;
- описати шляхи стимулювання розвитку гостинної індустрії України

У процесі роботи використовувалися загально-наукові та спеціальні **методи дослідження:** структурно-логічний аналіз та узагальнення – для логічної структурної побудови кваліфікаційної роботи та формування висновків (розділи та висновки); узагальнення й систематизації – для систематизації поглядів вчених та узагальнення категоріального апарату; аналіз та синтез – для визначення особливостей і проблем розвитку туристичного обслуговування в готельній індустрії; схематичне та графічне зображення – для наочного подання отриманих результатів дослідження проблеми, зображення статистичних матеріалів та аналітичних даних; статистичний аналіз та розрахунки – при здійсненні аналізу



основних тенденцій розвитку туристичного обслуговування в готельній індустрії; порівняння – для аналізу світового та вітчизняного досвіду розвитку туристичного обслуговування в готельній індустрії.

**Практичне значення** Матеріали роботи можуть використовуватися органами державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні, підприємствами готельного господарства регіону при розробці стратегій розвитку, суб'єктами туристичного ринку, що організовують туристично-рекреаційну діяльність.

**Структура роботи** включає: вступ, чотири розділи, висновок, список використаних джерел.

## Розділ 1.

# ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

### 1.1. Поняття та складові готельної індустрії

Готельна індустрія – це індустрія, що активно функціонує та розвивається на благо людей, вимагаючи при цьому максимальної підтримки зі сторони держави та суттєвих інвестицій.

Готель є чимось більше, ніж прости місце для ночівлі. Багато в чому він визначає спосіб життя на період проживання у готельному номері під час подорожі.

Готельна індустрія є елементом соціальної сфери, що відіграє важливу роль у підвищенні ефективності виробництва, та рості рівня життя населення.

Готельне господарство є однією з складових туристичної індустрії. Матеріальна база, призначена для розміщення туристів, є основою для формування туристичної інфраструктури, оскільки якість проживання та його обслуговування суттєво впливають на рівень туристичного обслуговування. Готельна індустрія є швидко розвиваючим бізнесом, який отримує великі грошові надходження, в тому числі у валюті. Вітчизняна готельна індустрія поступово стає невід’ємною частиною світового готельного господарства.

Швидка інтеграція України у європейське суспільство пояснюється досить зручним її географічним розташуванням України у центрі Європи та на перехресті транзитних транспортних шляхів. Крім цього, швидкий розвиток українського бізнесу також активізує візити до України бізнесменів та приватних осіб у бізнесі чи особистих справах з усього світу.

Саме тому зараз стає надзвичайно актуальним питання відновлення та приведення готельного господарства України до європейських стандартів. Одночасно із зростанням ділової активності в Україні, підвищується потреба у збільшенні кількості готельних підприємств.

Поняття готельної індустрії з точки зору гостинності розглядається з двох сторін:

- 1) гостинність є турботою, що проявляється у відношенні до гостя, та здатністю вирішувати їх потреби з допомогою висококваліфікованого обслуговуючого персоналу;
- 2) гостинність є сферою готельного бізнесу та провідним чинником загальної туристичної індустрії.

Продуктом підприємств готельної індустрії гостинності виступає система фізичних, соціальних та емоційних компонентів. Готельна послуга є значно ширшою, аніж просто проживання, оскільки до неї включають включити фізичну атмосферу та чистоту, а також відчуття турботи зі сторони обслуговуючого персоналу.

Готельне господарство є сукупністю готельних підприємств різних типів, які надають послуги з розміщення та харчування, а також суміжні і додаткові послуги [17].

Туристична послуга є результатом діяльності туристичного підприємства із задоволенням потреб туристів. Робота туристичних підприємств полягає як в організації подорожей, так і в організації окремих послуг.

В свою чергу, готельна послуга є дією готельного підприємства із розміщення клієнта через пропозицію (номера) з метою тимчасового проживання у готелі, а також інша діяльність із розміщення та тимчасового перебування. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг.

Основні послуги являють собою обсяг наданих споживачеві згідно з укладеним договором послуг готелю що введені у ціну номера. До них можна віднести:

- ❖ послуги проживання;
- ❖ послуги харчування;
- ❖ послуги з організації трансферу (за умови, що вони входять в ціну).

Додаткові послуги, які є послугами, що не входять до основних послуг готелю, але можуть бути замовлені та оплачені споживачами додатково згідно окремого договору. До них можна відносять:

- ❖ послуги з організації екскурсій;
- ❖ послуги з страхування туристів;
- ❖ додаткові послуги з організації переміщення гостей;
- ❖ послуги гідів-перекладачів;
- ❖ послуги з ремонту особистих речей туристів;
- ❖ послуги з паркування автомобілей;
- ❖ послуги з прокату;
- ❖ послуги з обміну валют;
- ❖ телефонія та поштові послуги;
- ❖ послуги побутового обслуговування (користування приватними пляжами пральнями, дитячими кімнатами розваг, саунами, SPA-послуги тощо).

Такий розподіл є досить умовним, оскільки суттєвих відмінностей між ними з точки зору споживчих властивостей немає. Послуги, що включені до основної програми та оформлені у путівці, відносять до основного. Додаткові послуги турист може здобувати вже самостійно у місці відпочинку, та вони не входять у вартість путівки.

У переважній більшості до основних послуг відносять послуги із розміщення та харчування, транспортні послуги. Проте, під час подорожей із професійно-діловими, пізнавальними, спортивними, релігійними чи іншими специфічними цілями, послуги, які зазвичай відносять до додаткових, можуть самі складати основу туру. Отже, різниця між основними та додатковими послугами може формуватися в залежності від їх співвідношення у придбаному пакеті послуг.

Окрім нематеріальних послуг, клієнта можуть надаватися специфічні матеріальні послуги або товари, такі як карти міста, жетони на метро, сувеніри, спеціалізоване туристичне спорядження тощо.

У готельному підприємстві послуги основні та додаткові послуги взаємодоповнюються та можуть сприйматися клієнтом як єдине ціле. В залежності від цього поєднання та оформлення послуг у готельній індустрії здійснюється формування певного типу готельного підприємства.

## **1.2. Класифікація готельних підприємств у готельній індустрії**

Система класифікації готельних підприємств передбачає їх поділ на категорії відповідно певних критеріїв. Метою будь якої класифікації є встановлення відповідності окремого конкретного готелю та його номерів загальноприйнятим стандартам чи встановленому порядку обслуговування. Категорія готелю є однією із основних його характеристик. Відповідно до неї визначаються позиції готелю на ринку, рівень управління, обсяг послуг, тариф на основні та додаткові послуги. У світовій практиці досі немає загальноприйнятої класифікації підприємств готельної індустрії. Саме це і формує актуальність вирішення даної проблеми. Основа класифікації полягає у визначенні відповідності того чи іншого готелю до загальноприйнятого стандарту.

Готель є засобом розміщення, який надає особам, що знаходяться за межами постійного місця проживання, комплекс послуг. Головними з цих послуг є послуги розміщення та харчування [17].

Складовою функціонування туристичного продукту формування різних типів готельних підприємств, що створюють належні умови для тимчасового проживання туристів та мандрівників та надання ними різноманітних послуг. Ринкова привабливість готельного підприємства буде залежати від якості формування та надання своїм клієнтам цієї системи послуг.

Світові стандарти є умовними, оскільки у кожній країні є свої національні особливості та специфіка історичного та культурного розвитку, своє розуміння відповідності того чи іншого виду готельного підприємства до прийнятого стандарту чи визначеного порядку обслуговування. У зв'язку з цим у світі зараз

діє приблизно 30 типів систем класифікації готельних підприємств за рівнем комфорту.

Класифікація готелів у більшості країн розроблена на основі рівня комфорту, що встановлюється його технічним оснащенням, якістю номерного фонду чи набором послуг, що надається.

Найбільш поширені у світовій готельній індустрії наступні класифікації:

- ✓ система зірок, яка застосовується у Франції, Україні, Австрії, Угорщині, Польщі, Норвегії, Австралії, Єгипті, Об'єднаних Арабських Еміратах та інших;
- ✓ система букв, яка використовується у Греції;
- ✓ система «корон» чи «ключів», характерна для Великобританії;
- ✓ система розрядів (Індія) тощо.

Більшість країн використовують систему "зірок", яку прийнято називати «європейською системою». В її основі лежить французька система класифікації,

В Україні класифікація готелів за категоріями («зірками») відбувається у відповідності до національних стандартів України, а саме ДСТУ4269:2003 «Послуги туристичні» [21].

Згідно цих нормативно-правових документів кожній категорії («зірці») має відповідати конкретний набір вимог до споруд, оснащення готельних номерів різних категорій та комфорту, послуг, кваліфікації персоналу, безпеки, комунікацій та інфраструктури, охорони довкілля тощо [21,27].

За цінами готельні підприємства можуть поділятися на:

- ❖ бюджетні готелі;
- ❖ готелі економ-класу;
- ❖ готелі першого класу;
- ❖ апартаментні готелі або так звані апарт-готелі;
- ❖ готелі вищої цінової категорії, так звані фешенебельні готелі.

Світовий досвід показує, що з практичної сторони, суттєвим критерієм для готелів є місткість номерного фонду. Під нею розуміють кількість одночасно

запропонованих клієнтам місць або номерів. У кожній країні до цієї класифікації підходять по-різному.

Класифікація готелів за місткістю відбувається відповідно до кількості постійних спальних місць (номерів) та нормується національними стандартами кожної країни. Приклад такої класифікації наведений у табл. 1.1.

**Таблиця 1.1-Класифікація готельних підприємств за кількістю місткістю**

Тип готельного підприємства	Місткість готелів
готелі-гіганти	(понад 600 номерів, більше 600 місць);
великі готелі	(до 600 номерів, від 400 до 600 місць);
середні	(до 300 номерів, від 150 до 400 місць);
малі	(до 100 номерів, менше 150 місць).

Розмір готелю можна визначати виходячи із співвідношення кількості номерів до чисельності персоналу чи кількості додатково запропонованого сервісу. Як приклад, у готелю невеликий номерний фонд, але пропонується велика територію для прогулянок, або велика кількість спортивних майданчиків тощо [21].

**Таблиця 1.2-Специфічні види готельних підприємств**

Вид готелю	Характеристика
кемпінг	табір для автотуристів, розташований в заміській місцевості, оснащений літніми будиночками або наметами
ротель	пересувний готель, що є вагоном з одно-, двомісними номерами. У денний час туристи знайомляться з різними містами і їх визначними пам'ятками, а ночують в поїзді
ботель	невеликий готель на воді (неплаваючий), який може використовувати відповідним чином обладнане судно
флотель	плаваючий готель, що є спеціально обладнаним судном; туристам надаються комфортабельні номери-каюти, послуги активного відпочинку, зали для переговорів, конференцій, конгресів, засобу зв'язку, численні бари і ресторани. Флотелі використовуються для організації круїзного відпочинку, який отримав бурхливий розвиток ще в 1990-х рр.
флайтель	готель, який розташований удалині від цивілізованих місць. При флайтелі розташовуються аеродроми, ангари, майстерні, а також ресторани, бари, концертні зали, дискотеки тощо. Із-за високої вартості флайтелі представлені на ринку готельних послуг обмежено.

За останній час, у світовій готельній індустрії розвинулися нові досить специфічні види готелів, що пов'язані з можливістю поєднання перебування у готелі з одночасною подорожжю (табл.1.2) [21].

Отже, кожній країні характерна своя класифікація готелів. Готельні підприємства, віднесені до однієї категорії, але розташовані у різних країнах, мають істотні розбіжності у класифікації [40].

Спроби створення загальної міжнародної класифікації готельних підприємств були неодноразово, проте і до сьогодні її не створено. На перешкоді запровадження єдиної світової класифікації готельних підприємств стоять національні традиції, культурно-історичні розбіжності, критерії оцінки якості послуг тощо. На жаль, спроби Європейського союзу, Всесвітньої торгівельної організації, Комітету готельної і ресторанної індустрії та Міжнародної готельної асоціації запровадити єдину класифікацію готельних підприємств не дали позитивного результату. Була спроби уніфікувати також піктограми та символи у готельному сервісі, проте і це не мало успіхів, окрім загальноприйнятих у Європі.

Сучасний розвиток світової готельної індустрії може запропонувати споживачеві широкий діапазон готельного сервісу в залежності від його ціни. За допомогою реклами у засобах масової інформації здійснюється постійне інформування своєї клієнтської бази стосовно нових форм послуг, що пропонуються у даному виді сервісу.

Періодична поява нових видів та велике розмаїття готельних підприємств робить досить умовною будь-яку систематизацію типів і характеристик підприємств розміщення. Сучасні готельні підприємства різняться в залежності від призначення, місткості, типів конструкцій, кількості поверхів, рівнів комфорту, режимів експлуатації, місця розташування, функціонального призначення, забезпечення харчування, тривалості проживання у них, рівня цін. Усі ці чинники мають бути враховані під час проектування готельних підприємств [56].



Структура готельної індустрії України засвідчує, що різні види малих готельних підприємств, що широко поширені у світовій готельній індустрії, у вітчизняній нажаль не дуже розвинені. До них можна віднести кемпінги, мотелі, молодіжні бази тощо.

Тому, поряд із існуючими в українському законодавстві критеріями класифікації малих готельних підприємств, необхідно використовувати показник кількості місць у готельних підприємствах, керуючись при цьому світовими рекомендаціями

Основою для класифікації типів малих вітчизняних готельних підприємств є кількісні критерії, що затверджені законодавством України, до яких відносять чисельність працівників, обсяг річної виручки від реалізації тощо. Для готельного підприємства вони відносні, оскільки не характеризують усю специфіку їх функціонування.

### **1.3. Методика оцінки якості обслуговування в готельній індустрії**

Критерієм оцінки якості одержаної споживачем послуги виступає рівень його задоволення, тобто відповідність того, що отримано, до того, що очікувалося. В свою чергу, критерієм ступеня задоволення клієнта буде його бажання повернутися ще раз до об'єкта готельної індустрії, а також бажання порадити його своїм знайомим чи друзям

Головним документом, що встановлює взаємовідносини адміністрації, службовців готелю та клієнта, виступають «Правила надання готельних послуг», що розробляються відповідно Закону України «Про захист прав споживачів» [20]. Матеріально-технічне забезпечення готелю та якість послуг, що надаються, повинні бути на рівні вимог, що ставляться до даної категорії.

На якісне обслуговування об'єкта готельної індустрії впливає ряд чинників:

- стан матеріально-технічної бази, до якого можна віднести зручність планування, якісне оснащення громадських приміщень та

житлових номерів готелю (наявність комфортабельних меблів та обладнання, комплектів високоякісної білизни, сучасного кухонного обладнання, зручних ліфтів тощо;

- прогресивна технологія обслуговування, яка включає порядок та способи прибирання громадських приміщень та житлових номерів;
- реєстрація та способи розрахунку із клієнтами;
- рівень приготування страв та напоїв у ресторанах та барах готелів;
- форми обслуговування торгових зал тощо.
- високий професіоналізм та компетентність обслуговуючого персоналу [20].

Найбільш важливим фактором об'єктів сучасної готельної індустрії є управління якістю обслуговування. Воно включає розроблення та запровадження стандартів якості, їх контроль та коригування, а також покращання обслуговування у всіх напрямках діяльності готелів.

Оцінка якості є результатом усвідомлення рівня задоволення конкретних потреб людини продуктами праці. З точки зору формальних процедурних позицій, оцінка якості визначається сукупністю операцій із вибору номенклатури показників якості, а також встановлення їх числових значень базових та відносних показників для формування оптимальних рішень щодо реалізації управління якістю продукції.

У такому разі, оцінка рівня якості готельних послуг складатиметься з наступних складових:

- вибір системи показників якості;
- вимірювання і співставлення величин, та отримання їх чисельних значень;
- оцінка усіх отриманих результатів.

Сприйняття споживачем якості обслуговування у готелі відбувається через формування у гостя чіткого образу відмінностей між очікуванням та фактичним отриманням рівня обслуговування. Далі відбувається перехід створеного образу

через оцінку суттєвих характеристик обслуговування у емоційній настрій від перебування в готелі.

Рівень сприйняття споживачем рішень щодо загального та конкретного вибору обслуговування вказує на те, що рівень обслуговування відповідає побажанням гостей готелю. Керівництво готелю точно знає напрями очікування кожного гостя від перебування у готелі, та доводить ці знання до усього персоналу готелю через обов'язкові правила обслуговування, встановлені для кожного працівника. Персонал готелю має працювати згідно встановлених для них правил. Проте, інколи трапляється недотримання під час роботи персоналом встановлених керівниками вимог щодо якості послуг [65].

Гість готелю під час сприйняття та оцінки його якості обслуговування виходить саме зі своїх очікувань, а обслуговуючий персонал, що здійснює обслуговування, виходить із своїх очікувань та вимог свого керівництва, які розглядаються ними як найбільш ймовірна версія очікувань гостя. У керівництва готелю є своя версія очікувань гостя і вони, керуючись нормативними документами, у яких зафіксовані обов'язкові вимоги, здійснюють регламентацію вимог до праці персоналу у інструкціях, стандартах та іншій технічній документації.

Сприйняття цього рівня обслуговування супроводжується найпозитивнішими емоціями гостей, які дають максимальну оцінку якості обслуговування при збігу очікувань усіх причетних до процесу обслуговування сторін (клієнт, персонал, власники та керівники підприємства) із очікуваннями персоналу, що здійснює обслуговування. Оцінка клієнтом якості обслуговування базується на його сприйнятті та формуванні у його свідомості позитивного або негативного емоційного настрою від перебування у готельному підприємстві. Дана оцінка якості поширюється як на всі, одержані гостем під час перебування у готелі послуги, так і на окремі структурні елементи обслуговування. Сприйняття та оцінка якості обслуговування є єдиним процесом, елементами якого є локальне прийняття та оцінка гостем якості окремих елементів процесу обслуговування [77].

Вибір типології елементів обслуговування формує її конструкцію відповідно до моделі сприйняття та оцінки клієнтом якості обслуговування. Наявність цієї моделі дозволяє спрогнозувати оцінку якості нових продуктів гостинності та співставляти оцінки якості обслуговування різними сторонами, (клієнтом і персоналом, клієнтом і керівництвом, керівництвом і персоналом тощо). Це дозволяє здійснити оцінку близькості функцій якості зацікавлених сторін.

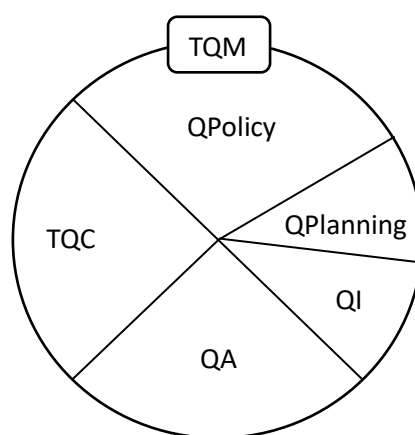
Сформувати просту та наочну модель сприйняття та оцінювання якості обслуговування дозволяє типологія елементів обслуговування Кедотта-Терджена дозволяє. Вона формується на основі якісного нормування сприйняття та оцінки клієнтом кожного із елементів обслуговування. Критерій класифікації у цій типології є мірою його відповідності очікуванням [78].

Для кількісної оцінки рівня задоволеності або розчарування від якості обслуговування використовується бальна оцінка зі знаком плюс чи мінус. Шкала оцінок може бути єдиною або різною для усіх елементів. Наприклад, для однієї оцінки може бути використана 3-х бальна оцінка, для оцінки інших значиміших елементів – 10-ти бальна. Питання вибору шкал є прерогативою самого готельного підприємства, що здійснюється в процесі встановлення пріоритетів забезпечення якості обслуговування.

У середині сімдесятих років минулого сторіччя розпочався перехід до системи тотального управління якістю (TQM). Якщо система TQC була системою управління якістю для виконання встановлених вимог, то TQM включає ще й управління цілями і самими вимогами. До TQM входить ще й забезпечення якості, яке визначається як система заходів із забезпечення впевненості споживача в якості продукції (рис. 1.1).

Система TQM це комплексна система, що базується на постійному покращанні якості, мінімізації виробничих витрат та його вчасному постачанні. Головним критерієм системи TQM є прагнення до відсутності дефектів і непродуктивних витрат, та до вчасності поставок. При цьому наголошується, що досягти цих меж неможливо, проте до цього слід постійно прагнути, та не

зупинятися на досягнутих результатах. Цей процес описує спеціальний термін, що називається «постійне поліпшення якості». Особливістю даної системи є використання колективних форм і методів аналізу, пошуку та вирішення проблем, а також постійна участь у цьому усього колективу. Як ми можемо бачити, у системі TQM зростає роль навчання персоналу, яке стає безперервним та супроводжує персонал під час усієї їх трудової активності. а також активніше використовуються ділові ігри, тести, комп'ютерні програми тощо [77].



де TQC – загальне управління якістю;

QA – забезпечення якості;

QPolicy – політика якості;

QPlanning – планування якості;

QI – покращання якості.

Рис. 1.1 – Основні складові системи TQM

До основних характеристик функціонування системи TQM відносять такі найчастіше використовувані кількісні параметри матеріалів, обладнання та інструментарію:

- ❖ гігієнічні характеристики;
- ❖ тимчасові характеристики (тривалість очікування та надання послуги або технологічного циклу);

- ❖ організаційні характеристики (штат персоналу, система контролю за якістю);
- ❖ слабоформалізовані особистісні характеристики персоналу (рівень майстерності, компетентність, ввічливість тощо);
- ❖ комплексні характеристики (естетика готельних продуктів, комфортність тощо).

У системі оцінки якості виключне значення покладається на запобіжні дії, які надають можливість уникнути проблем, не виключаючи можливості виправляти та реагувати на недоліки, виходячи із ступеня їх утворення.

Для більшості великих готельних підприємств вдосконалення якості обслуговування є надзвичайно важливим чинником їх стратегії. Із початкової стадії створення системи управління якістю, кожний етап надання готельних продуктів аналізується та оцінюється рівень вкладень у кінцевий результат та результативність, що включає оцінку одержаних від поставленого завдання результатів, та ефективність, що полягає у співставленні витрат із одержаним результатом. Це все надає інформацію, необхідну для оцінювання загальної ефективності. Управління якістю чітко орієнтується на споживача та формує горизонтальний процес, оскільки готельні продукти чи відомості про них, передаються з одного функціонального підрозділу до іншого протягом усього технологічного ланцюжка його надання [95].

Побудова надзвичайно ефективної системи управління якістю на основі різних програм разом з TQM, насамперед включає пошук кількісного показника вимірювання якості обслуговування як ступеня його відповідності очікуванням клієнта.

Головною проблемою функціонування готельного підприємства є наявна стабільна клієнтура його гостей. Будь-яка втрата клієнтів дуже негативно відіб'ється не тільки на прибутку готелю, але і на його іміджі. І в цьому випадку, найбільшу частку клієнтів готелю втрачається через недостатню якість послуг. Зокрема, обслуговування низької якості у готелі спричиняє втрату клієнтів у п'ять разів більшу, ніж через неякісний продукт. Тому, ми можемо зробити

висновок, що основою вирішення актуальної проблеми управління якістю обслуговування готельної є побудова концепції ефективних взаємовідносин із споживачами [96].

Ефективна система оцінки якості обслуговування дозволяє:

- ✓ оцінити фактичний рівень якості та спрогнозувати його на перспективу;
- ✓ структурувати маркетингову діяльність готельного підприємства;
- ✓ спроектувати потенційні процеси обслуговування, необхідні для забезпечення максимальної задоволеності клієнтів готелю [101].

## Розділ 2.

# СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

## 2.1 Вплив структурних змін на розвиток готельного бізнесу в умовах воєнного часу

Воєнні дії в Україні у 2022 році сильно вплинули на попит і пропозицію готельних послуг в країні. Знищення закладів розміщення, руйнація від обстрілів та втрата їх під час окупації, спричинила скорочення пропозицій на готельному ринку. У результаті номерні фонди спорожніли в багатьох областях. Найбільше готельне господарство постраждало в північних, східних і південних областях України, а також у місті Києві. Найкраща ситуація для готельного господарства наразі склалася в західному регіоні України, де заклади розміщення працюють на повну та фактично досягли 100% завантаженості. Що стосується готельної індустрії в інших частинах країни, то тут підприємства стикаються з труднощами в наданні послуг. Основною метою закладів розміщення було адаптувати підприємства до реалій воєнного часу з урахуванням комендантської години та повітряних тривог. Важливим завданням для готелів постало знайти нові форми обслуговування та перебудова закладів відповідно до вимог безпеки.

В Україні у перші місяці війни на більшій її частині готельний бізнес майже завмер. Через скорочення потоку гостей довелося скасувати всі заплановані заходи та туристичні/ділові поїздки. У центральних, південних і східних регіонах країни відсоток відмов у бронюванні становив 85-98%.

Сотні тисяч людей через небезпеку переїхали на Західну Україну, тому готелі там були переповнені. Якщо одні власники закладів розміщення пропонували переселенцям безкоштовне проживання, то інші робили навпаки – підвищували ціни в десятки разів. В інших областях підприємства або працювали у збиток, втрачаючи усі доходи, або просто закривалися.

Напочатку літа завантаженість готелів почала падати, внаслідок чого було зірвано курортний сезон. На півдні та сході України налічується понад 2 тисячі



готельних комплексів, які так і не відкрилися. Винятком була відносно спокійна Одеса, де наданий час завантаженість складає 60%. В Києві готелі відкрилися у травні, але мають низький показник 15-20%.

24 лютого 2022 року почалася нова ера для індустрії гостинності України, де визначальним фактором став уже не географічний чи суспільний статус, а місцезнаходження. Рівень роботи готелів залежить від регіонів, у яких вони розташовані, особливо від того, наскільки вони віддалені від зони бойових дій. Наразі західні регіони України – Закарпаття, Тернопільщина, Івано-Франківськ та Львів – є найбільш привабливими для потенційних гостей із високим попитом на послуги проживання, оскільки вони найбільше віддалені від небезпечних зон.

У лютому-квітні минулого року завантаженість закладів розміщення сягнула 100%, що призвело до помітного підвищення туристичного збору. Проте в Харківській області повністю закрили готелі, щоб їх зберегти. Наприклад, заклади мережі готелів Premier не працюють у Харкові, проте вони продовжують працювати у Львові, Києві, Полтаві та Одесі.

5-зірковий готель «Брістоль» в Одесі, яким керує Vertex Hotel Group, продовжує і надалі працювати. Ribas Hotels Group також відкрив заклади в Одесі та управляє готелями в Буковелі, Білій Церкві та Луцьку. Відновили свою роботу також заміський готель «Глібівка», конгрес-готель «Пуща» та готельно-ресторанний комплекс «Джинтама-Бриз» у Києві та області. Вони змогли продовжити працювати, оскільки їхні заклади не постраждали. Варто зазначити, що до цієї групи компаній також входять Yaremche Club Hotel в Яремчі (Івано-Франківська область) і BANKHOTEL у Львові, яким вдалося працювати без будь-яких збоїв і закриття [10].

Більшість закладів розміщення готелів міжнародних брендів у великих містах тимчасово закриті. Це спричинено іноземним менеджментом та політикою безпеки. Більше того, їхні клієнти – іноземні туристи, які зараз не відвідують Україну. Наразі у столиці відновили роботу такі міжнародні готелі, як Radisson Blu Hotel, Hilton Kiev, InterContinental Kiev, також Mercure Kiev Congress, Fairmont Grand Hotel Kiev, Holiday Inn Kiev та інші.

Зараз в Україні працює не більше 20% готелів. На жаль, деякі з них постраждали від бойових дій. Повної інформації про те, скільки таких готелів в Україні, немає. Наразі відомо про 28 зруйнованих готелів в Ірпені (Київська область), який був окупований майже місяць [33].

Пошкоджено об'єкти в Харківській, Чернігівській, Миколаївській, Київській, Одеській областях та Маріуполі- це близько 15 закладів. (Українська Асоціація Готелів та Курортів). Серед них є готелі, якими керує Ribas Hotel Group. Зокрема, під Новою Каховкою (Херсонська область) було зруйновано глемпінг Mandra Shato Trubetskogo, а в окупованому Херсоні залишився готель Play Hotel. Удару зазнав також об'єкт мережі Reikartz у Миколаєві [106].

Незважаючи на втрати, яких українська туристична індустрія зазнала через війну, сума туристичного збору за перші 6 місяців 2022 року склала 89 млн 420 тис. грн, збільшившись майже на 28,8% порівняно з відповідним періодом 2021 року – тоді до бюджету надійшло 69 млн. 453 тис. грн (рис.2.1).

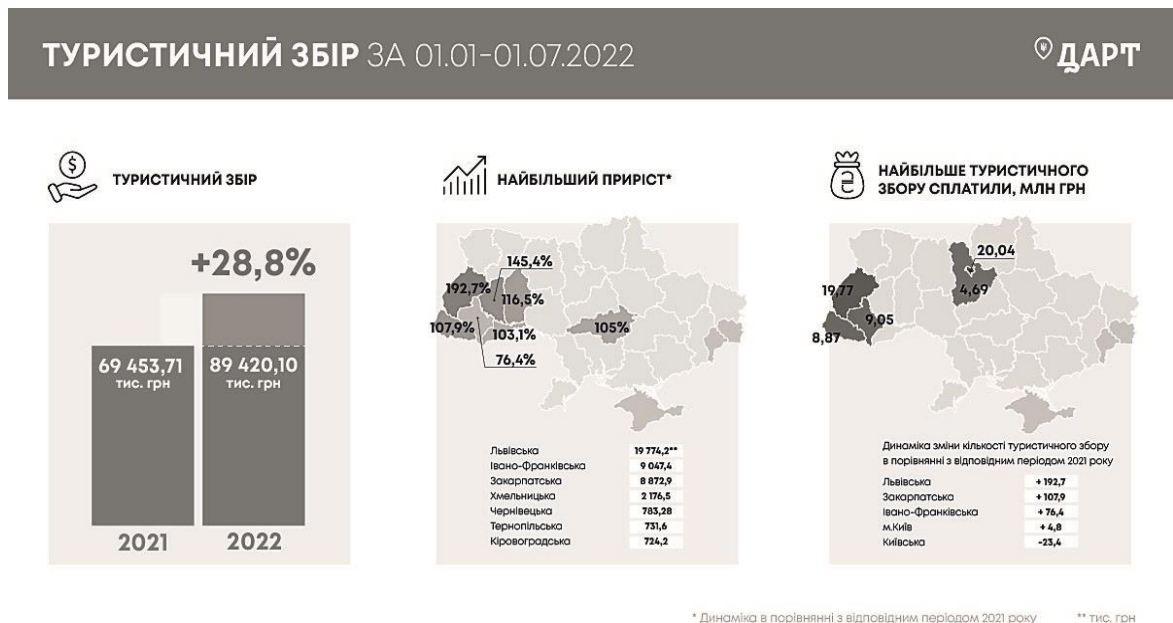


Рис 2.1- Туристичний збір за 01.01–01.07.2022 [30]

Місто Київ і 4 області входять до п'ятірки лідерів зі сплати туристичного збору. Бюджет столиці збільшили на понад 20 мільйонів гривень. Найбільший приріст порівняно з відповідним періодом 2021 року у Львівській області – 193%. Бюджет обласної громади становить 19 млн 774 тис. грн. В Івано-Франківській області сума тур. збору зросла на 76,4% і склала 9 мільйонів 47

тисяч гривень. Туристичний збір Закарпатської області склав 8 млн 872 тис. , що на 144% більше, ніж у минулому році. До бюджету за перше півріччя цього року від Київської області надійшло 4 млн 694 тис. грн. Це на 23% менше, ніж було на початку 2021 року. [30]

В той час, як в Україні одні заклади розміщення тимчасово закриті відбулося відкриття двох готельних об'єктів. Один із них – Ribas Rooms Bila Tserkva в Білій Церкві (Київська область), що входить до складу RiBas Hotels Group. Наразі оператор зазначає, що попит на нього низький і дещо підвищується в «тихі» дні, але все одно скасовується значна кількість бронювань залежно від ситуації в регіоні .

У Винниках (Львівська область) також запустили багатофункціональний комплекс із готелем Emily Resort. Крім того, було анонсовано відкриття у червні Best Western Plus Market Square Lviv, але через війну були внесені зміни. З 25 лютого готель, який ще не відкрився, приймав евакуйованих людей з різних міст України. На той час він ще не був добудований і не повністю обладнаний, а з 1 травня заклад був закритий на деякий час для завершення робіт і повноцінного відкриття.

У травні 2022 року в Києві планували відкрити після реконструкції готель Premier, але наразі будівельні роботи не ведуться через відсутність необхідної діючої інфраструктури в країні та чіткої тенденції росту попиту на послуги.

В той час, компанія Ribas Hotel group продовжує реалізовувати всі проекти, які розташовані в більш безпечних районах- на заході. Це готелі у Львові, Тернополі, Івано-Франківську, а також в Івано-Франківській області – курорти Микуличин та Буковель. Компанія Ribas Hotel Group на сьогоднішній день налічує 20 проектів. Половина з них знаходиться у Києві, півдні та сході України і вони заморожені, а інша половина на заході, і там тривають роботи.

Компанія Vertex Hotel Group продовжує роботу над ребрендингом готелю "Лондонська" в Одесі, але, звичайно ж, військові дії скоригували терміни запуску оновленого об'єкта. Загалом процес розпочався у 2021 році, де сторони

підписали договір, за яким готель "Лондонська" стає частиною американської мережі BW Premier Collection..

Готелям, які не припинили функціонувати, довелося перевести всі бізнес-процеси в новий формат, оскільки вони повинні були надавати своїм гостям звичні послуги, забезпечувати безпечне перебування і займатися волонтерською діяльністю (надавати укриття, надавати гуманітарну допомогу, приймати переселенців та ін.), допомагати працівникам та їхнім родинам.

Труднощі надання послуг полягала в перебоях з поставками через руйнування логістичних процесів; в ускладненні процесу поселень та виселень, через обмеження в часі комендантською годиною; в обмеженні роботи ресторанів, барів, салонів краси на території готелю, через зміну в структурі гостей [26].

Що стосується структури гостей, то з початку повномасштабного вторгнення переважали 2 категорії: мігранти, які тимчасово зупинилися в готелі до тих пір, поки не знайдуть постійне житло, а також представники ЗМІ, міжнародних волонтерських організацій і дипломатичних делегацій. [26]. У перші місяці війни переселенці у міських готелях Rivas Hotel group в Одесі становили близько 70% гостей, але зараз їх відносно небагато - 10% [30]. В основному це жителі Херсона та Миколаєва. У 2022 році у Полтавському Premier Hotel Palazzo біженці з Харкова становили майже 70% (готель приймав і годував людей безкоштовно). Premier Hotel Dnister у Львові також виділив значну кількість номерів для безкоштовного розміщення внутрішньо переміщених осіб в березні та квітні, а також надав один з конференц-залів в безкоштовному готелі. [70].

Для ефективної організації та оптимізації процесів власникам готельного бізнесу довелося чимало попрацювати. Сьогодні можна виділити такі способи економії, як:

\* *багатофункціональний персонал* (залучення мінімальної кількості співробітників, які можуть виконувати багато функцій);

\* **аналіз поставок** (визначення пріоритетності найбільш вигідних пропозицій щодо товару чи послуги);

\* **оптимізація ресурсів** (контроль тимчасових витрат на обслуговування та товарних запасів);

\* **продумане розміщення** (організувати розміщення гостей по поверхам, для заощадження витрат на комунальні послуги);

\* **планування та прогнози** (на місяць, два місяці, квартал, рік);

\* **динамічне ціноутворення** (експериментуйте з цінами, в залежності від завантаження);

\* **змінений маркетинговий підхід** (нагадування гостям про себе, формуючи закриті продажі і т. д.)

Але якщо спочатку головним питанням було, як набрати і утримати команду, то як завантажити її зараз, коли попит низький, а кількість відвідувачів невелика, стає проблемою. Тому було важливо виділити чинники, які роблять перебування гостей більш комфортним:

\* **індивідуальний підхід та нестандартні рішення** (з введенням комендантської години);

\* **додаткові дозволи для співробітників** (залишатися на роботі для підтримки значного рівня сервісу);

\* **додаткові безкоштовні послуги** (робота з дітьми і тваринами, медицина, транспорт);

\* **наявність укриття** (обладнаного відповідно до всіх правил техніки безпеки) [110].

## 2.2 Аналіз розвитку готельної індустрії в Україні

Серед галузей сучасної світової економіки індустрія туризму є найбільш прибутковою і перспективною з точки зору темпів зростання і приносить високі прибутки країнам світу, що активно її розвивають [99]. Готельний бізнес, що становить частину індустрії туризму, є джерелом значних грошових надходжень,

в тому числі в іноземній валюті. Цінова політика і якість надання послуг залежать від категорії готелів.

Основним завданням у сфері готельного бізнесу, згідно з міжнародними стандартами, є створення конкурентних переваг, підвищення конкурентоспроможності, пошук нових шляхів розвитку і поліпшення власної політики з урахуванням специфіки ринку готельних послуг [105].

Всебічний розвиток готельної індустрії неможливий без новітніх технологій і сучасного обладнання. Без сучасних інформаційних технологій та ефективних і надійних систем захисту неможливо досягти високого рівня якості обслуговування та функціонування туристичної логістики. Обмежена практика використання електронних та автоматизованих систем бронювання готельних номерів та новітніх технологій у процесі надання послуг у готелях та інших засобах розміщення суттєво стримує розвиток галузі.

Сьогодні в світі кожен п'ятий зайнятий в сфері туризму та готельного бізнесу. Кількість людей, зайнятих у сфері туристичних послуг, значно випереджає інші галузі за темпами зростання. Процес глобалізації та інтернаціоналізації стимулюватиме зростання кількості туристів у світі та сприятиме стабільному розвитку, трансформації та інноваціям сфери туризму та обслуговування.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України у Стратегії розвитку туризму і курортів на період до 2026 року визначено комплексний підхід до формування та реалізації державної політики у сфері туризму і курортів, передбачено вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням потенціалу кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення [107].

У 2020 році в Україні було зареєстровано 4523 закладів розміщення (табл.2.1). Для порівняння, в тому ж році по всьому світу налічувалося понад 700 тис. готелів із більш ніж 16,4 млн. готельних номерів [109].

Військові дії на Південному Сході країни, а також нестабільна політична і соціально-економічна ситуація негативно вплинули на ринок туристичних

послуг [45]. Спалах Covid-19 став випробуванням для світового та українського готельного ринку, оскільки були встановлені обмеження на пересування по всій країні, країна була повністю ізолювана, а авіарейси скасовані. Таким чином, всі показники діяльності колективних засобів розміщення в Україні значно знизилися порівняно з 2019 роком.

Таблиця 2.1-Основні показники діяльності колективних засобів розміщення в Україні у 2019-2020 рр.

Показники	Всього, роки		у % 2020 р. до 2019 р.
	2019	2020	
Кількість колективних засобів розміщення, од	5 335	4 523	84,78
Кількість місць, од.	3 70 560	312 093	84,22
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщення, од	83 147	78 955	94,96
Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення – усього	6 960 949	3 379 475	48,55
з них іноземців	959 423	254 410	26,52
Кількість ночівель осіб у колективних засобах розміщення – усього, од	18 459 138	9 142 525	49,53
з них ночівель іноземців	2 016 623	510 551	25,32
Кількість колективних засобів розміщення, од.	1 626	1 337	82,23
Кількість місць, од.	1 86 840	155 029	82,97
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщення, од.	39 634	37 497	94,61
Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення – усього	4 604 935	2 218 583	48,18
з них іноземців	812 722	218 328	26,86
Кількість ночівель осіб – усього, од.	12 446 841	6 227 427	50,03
з них ночівель іноземців	1 687 148	430 744	25,53
Кількість колективних засобів розміщення, од	3 709	3 186	85,89
Кількість місць у колективних засобах розміщення, од	183 720	157 064	85,49
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщення, од.	43 513	41 458	95,28
Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення – усього	2 356 014	1 160 892	49,27
з них іноземців	146 701	36 082	24,60
Кількість ночівель осіб – усього, од.	6 012 297	2 915 098	48,49
з них ночівель іноземців	329 475	79 807	24,22

Джерело: складено автором за [80] (Інформацію наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.)

Кількість колективних засобів розміщення скоротилася на 812 одиниць (84,78%), тоді як кількість гостей у колективних засобах розміщення скоротилася майже вдвічі (48,55%). Найбільше демонструє скорочення показник кількості іноземців, що перебували у засобах тимчасового проживання (25,32 %).

Різне падіння туристичних потоків через військовий конфлікт на Донбасі, анексію Криму, масові акції протесту в містах України 2013-2014 рр., спричинило значне погіршення іміджу України. Так, у 2016 році Україна увійшла до топ-10 найнебезпечніших країн для подорожування у світі за версією Всесвітнього економічного форуму [94].

Згідно зі статистичними даними за 2020 рік, в Україні налічувалося 4523 готелі та інших колективних засобів розміщення із загальною кількістю номерів 37 497 [80]. На сучасному етапі розвитку готельна індустрія України стикається з низкою специфічних проблем, які перешкоджають дотриманню європейських стандартів якості обслуговування в готельній індустрії. Деякі з них відносяться до готелів міжнародного класу. Із загального числа тільки 197 готелів мають підтверджений рейтинг класифікації готелів за зірками (5-зіркові - 36; 4-зіркові – 71; 3-зіркові - 59; 2-зіркові - 15; однозіркові - 16 готелів).

В Україні практично немає таких поширених у світі засобів колективного розміщення туристів, як мотелі, кемпінги, молодіжні бази і т.д. А саме такі туристичні підприємства можуть забезпечити створення додаткових робочих місць і дати поштовх розвитку галузі.

Обсяг інвестицій в реконструкцію і будівництво нових об'єктів для закладів колективного розміщення туристів також недостатній. Рівень конкуренції на готельному ринку низький, відсутні корпоративні стандарти управління якістю послуг в закладах колективного розміщення туристів. Проблемою також є мала кількість кваліфікованих фахівців у сфері сервісу та управління готельними компаніями. Технічна відсталість галузі; високий рівень податкового навантаження; недосконалість законодавчої бази і невідповідність сучасним вимогам; низька платоспроможність населення стримує розвиток туризму країни і, зокрема, готельної індустрії.



На функціонування індустрії туризму та колективних засобів розміщення значною мірою впливають економічні та соціально-політичні кризи, посилення податкового та регулюючого тиску, різке падіння доходів домогосподарств, зниження ділової та туристичної активності та зростання цін на послуги. [16].

В Україні існує невідповідність між ціною і рівнем якості готельних послуг. Вартість проживання в готелях України в 2-3 рази вища, ніж в готелях аналогічного рівня в європейських країнах, через недостатнє державне регулювання цієї сфери (відсутні державні органи з обліку готелів та інших засобів розміщення, регулювання та контролю за їхньою діяльністю) і низького рівня диференціації готельних послуг ((слаборозвинена мережа хостелів, мотелів, кемпінгів, пансіонатів та ін.) [67].

Зробити Україну однією з провідних туристичних країн світу і перетворити українську готельну індустрію в конкурентоспроможну і прибуткову - складне завдання, що вимагає систематичних зусиль як державних структур, так і готельних підприємств. Для цього необхідно створити:

- безпечні умови для здійснення туристичної поїздки;
- стратегію розвитку готельної індустрії;
- оптимальну нормативно-правову базу для розвитку туристичної та готельної індустрії галузі та її інфраструктури;
- сприятливі умови для залучення інвестицій для будівництва та реконструкції готельного господарства;
- мережу альтернативних засобів розміщення економ-класу (хостелів, міні-готелів, апартаментів);
- належні умови для розвитку в'їзного та внутрішнього туризму;
- умови для розвитку готельного бізнесу за рахунок гармонізації національних стандартів та підвищення якості туристичних послуг;
- додаткові робочі місця та розширити тимчасову зайнятість у закладах гостинності.

На даному етапі розвитку готельної індустрії помітні наступні позитивні тенденції:

- розвиток мережі малих підприємств тимчасового розміщення;

- поглиблення спеціалізації готельних і ресторанних пропозицій;
- формування міжнародних готельних і ресторанних ланцюгів;
- впровадження новітніх комп'ютерних технологій.

### **2.3. Аналіз управління якістю готельних послуг**

В межах послуги засоби розміщення прийнято виділяти 2 основні складові: матеріальну базу (технічне оснащення, інфраструктура) і обслуговування (діяльність персоналу) [98]. Іншими словами, з одного боку, у тимчасове користування надаються спеціальні приміщення (номери), а з іншого - послуги, що виконуються безпосередньо персоналом: послуги портьє з прийому та оформлення гостей, послуги покоївок з прибирання готельних номерів, послуги на замовлення таксі або інформаційно-довідкові послуги тощо.

Як правило, складові послуги розміщення умовно діляться на 2 складові: ті, які включені у вартість проживання, і ті, які надаються за додаткову плату. Конкретний набір першого та другого елементів залежить від категорії розміщення, маркетингової політики та багатьох інших факторів. Номери є основним елементом сервісу розміщення. Це багатофункціональні приміщення, призначені для відпочинку, сну і роботи гостей. Найважливішою функцією є забезпечення можливості сну. Важливість інших функцій готельного номера багато в чому залежить від призначення розміщення і потреб цільового сегмента клієнта. Наприклад, житло, призначене для туристів, які подорожують з діловими цілями, як правило, надаються можливості для роботи і переговорів: доступ до інтернету, зони у номері або приміщення поза номером для ділових зустрічей

Як правило, у засобах розміщення виділяються різні категорії номерів, відрізняються площею, меблюванням, обладнанням, оснащенням тощо.

Але незалежно від категорії, в номері повинні бути меблі та обладнання: ліжка, стільці, крісла, приліжкові тумбочки, шафи-купе, загальне освітлення,

сміттєві баки. Також в кожному номері повинна міститися інформація про розміщення і плани евакуації в разі пожежі.

Наступним за важливістю фактором є можливість організації харчування для гостей. Як правило, за засобами розміщення закріплені наступні види послуг, які враховуються при визначеності вартості послуги:

- відсутність послуг харчування;
- надання сніданку;
- напівпансіон (надання дворазового харчування за схемами «сніданок-обід» або «сніданок-вечеря»);
- повний пансіон (триразове харчування);
- все включено (повний пансіон та можливість безкоштовного використання деяких послуг кафе / барів);
- екстра все включено (повний пансіон, додаткове харчування та право використання всіх послуг кафе/барів (засобів розміщення).

Інші послуги доповнюють надання послуг з розміщення та організації харчування. До них відносяться надання послуг басейну, конференц-залів, переговорних кімнат, спортивного інвентарю, прокату автомобілів, хімчистки, пральні, салону краси, масажного кабінету і т.д. у зв'язку з цим послуги з розміщення є комплексними, включаючи прямі послуги з розміщення, а також ряд додаткових і супутніх послуг. На думку експертів, перелік додаткових послуг залежить від класифікації персоналу і може включати більше 30 видів послуг [85].

Повний спектр послуг визначається адміністрацією засобу розміщення, в залежності від того, як вони оформлені та об'єднані в єдиний комплекс, складається певний тип/категорія підприємства, такі, як готелі класу люкс, готелі середнього класу, апартаменти, курортні готелі, мотелі, приватні готелі типу "ніч і сніданок", заїжджі двори, пансіонати, вітальні, ротелі, боателі, флотелі.

Як правило, науковці та практики включають послуги наступних основних асортиментних груп, які входять до складу продуктової номенклатури готельного підприємства [39]:

- асортиментна група № 1 – номерний фонд готелю (кімнати, люкси та апартаменти різних категорій);
- асортиментна група № 2 – місця та послуги громадського харчування (ресторани, бари, кафе тощо), а також послуги з організації харчування у номерах (обслуговування в номерах, міні-бари);
- асортиментна група № 3 – приміщення для проведення представницьких заходів (конференц-зали, переговорні кімнати, банкетні зали);
- асортиментна група № 4 – приміщення та послуги для рекреації та відпочинку (басейн, сауна, тренажерний зал, зал для аеробіки, солярій, масаж тощо);
- асортиментна група № 5 – послуги та транспорт із перевезення гостей, послуги з замовлення квитків, екскурсій тощо.

На наш погляд, повністю погодитися з подібною структуризацією пропозиції послуги розміщення не можна. За термінологією автора, "асортиментна група № 5" - це набір послуг, що надаються персоналом засобу розміщення на обладнанні засобу розміщення та в межах забезпечення необхідних умов розміщення. Груп 3-4, - це послуги, які більшості основних співробітників можуть надати інші організації, розташовані на території об'єкта розміщення.

З метою подальшого дослідження під терміном послуги розміщення ми розглядатимемо комплексне обслуговування, причому на нашу думку, у складі комплексної послуги розміщення слід виділити кілька рівнів за значимістю та невід'ємності обслуговування туристів і мандрівників.

В даний час у світі існує багато типів засобів розміщення, і щоб зрозуміти причини такого різноманіття, необхідно звернутися до історичного розвитку цього сектору послуг. Ситуація, яка склалася під час Другої світової війни визначила необхідність переміщення значної кількості людей, що призвело до заповненості майже 100% готелів [53].

Після війни спосіб життя людей змінився, кількість мандрівників різко зросла, сімейні подорожі стали популярними, виник попит на приміщення,

зручні для сімейного відпочинку та без необхідності оплати всього комплексу послуг, пропонованого готелем.

Ці тенденції вимагали створення нового типу готельних підприємств, в результаті чого з'явилися мотелі, що пропонували обмежені послуги за низькими цінами.

На початку 80-х років стали популярні готелі класу «Апартамент» та кондотелі, в яких поєднувалися зручність окремої квартири та готельне обслуговування, що було зумовлено появою «кондомініуму» – нової форми власності на нерухомість.

Послуги харчування (за наявності):

- тільки сніданок;
- напівпансіон;
- пансіон; – «все включено»;
- «екстра все включено».

Додаткові послуги:

- бронювання номерів;
- обслуговування в номерах;
- послуги носіїв;
- послуги портьє;
- – послуги пральні та хімчистки;
- ін. послуги засоби розміщення.

Супутні послуги:

- послуги спортивних залів та басейнів;
- медичне обслуговування;
- торгівля;
- інформаційно-консультаційні послуги;
- замовлення квитків, таксі та ін;
- послуги прокату;
- послуги конференц-залів та кабінетів для переговорів;
- послуги салонів краси;

- – доступ в Інтернет та ін.

Таким чином, розвиток нових видів засобів розміщення призвело до насичення ринку готельними послугами. В результаті, щоб успішно продавати послуги певній групі споживачів, необхідно було провести детальну сегментацію готельних послуг. Стали популярними більш спеціалізовані засоби розміщення: курортні, конгресні, гольф-готелі тощо. Сьогодні розширюються можливості розміщення та харчування. Перший пакет послуг поповнюється за допомогою різних додаткових послуг. Стара тенденція будівництва готелів поблизу транспортних вузлів останнім часом набула нових ознак, пов'язаних з розвитком повітряного транспорту. Готельні компанії починають розвивати будівництво поблизу аеропорту і на його території.

Експерти називають такі сучасні тенденції у розвитку готельного бізнесу [39]:

- поширення сфери інтересів готельного бізнесу на продукти та послуги, що раніше надаються підприємствами інших галузей (наприклад, організації харчування, дозвілля, розваг, виставкової діяльності та ін.);
- сприяння розвитку демократизації готельної індустрії та підвищення доступності готельних послуг для масових споживачів;
- посилення спеціалізації готельного бізнесу, що дозволяє йому більш чітко орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних характеристик;
- глобалізація і концентрація готельного бізнесу;
- персоніфікація сервісу і повна концентрація на вимогах і потребах клієнта;
- широке впровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, які дозволяють проводити глибоку і системну економічну діагностику;
- впровадження нових технологій в бізнес-стратегію готельних підприємств, зокрема, з метою просування готельних продуктів та послуг.

Усе це призводить до диференціації послуг з розміщення, появи нових форм і умов обслуговування. Ці процеси безпосередньо впливають на якість наданих послуг і обслуговуючий персонал і пов'язані з безпекою туристів і подорожуючих.

Тому питання класифікації, стандартизації, сертифікації та ліцензування послуг з розміщення стають дуже важливими для розвитку індустрії гостинності і підлягають регулюванню або саморегулюванню державою та/або її уповноваженими органами. У нашій країні тип засобу розміщення і перелік його послуг визначається на законодавчому рівні.

Державний класифікатор товарів і послуг виділяє наступні групи:

1) послуги комунальних готелів та інші комунальні послуги, які включають в себе послуги готелів, мотелів, хостелів та інших місць проживання;

2) послуги розміщення для тимчасового проживання туристів включають послуги готелів та аналогічних засобів розміщення, крім комунальних – готелів, квартирних типу, мотелів, клубів з проживанням, мебльованих кімнат, гуртожитків;

3) послуги спеціалізованих засобів розміщення включають послуги санаторіїв, профілакторіїв, будинків відпочинку, таборів праці та відпочинку, туристичних притулків, стоянок та інших, туристичних, спортивних баз, баз відпочинку, будинків мисливців (рибалки), конгрес-центрів, громадських засобів транспорту (туристичних поїздів, круїзних суден, яхт), наземного та водного транспорту, переобладнаного під розміщення для ночівлі, кемпінгів (майданчиків для кемпінгів, автофургонів);

4) послуги індивідуальних засобів розміщення – квартир, кімнат у квартирах, будинків, котеджів, що здаються в оренду;

5) санаторно-оздоровчі послуги включають проживання в санаторіях, профілакторіях, будинках (базах) відпочинку, пансіонатах, спеціалізованих санаторних дитячих базах відпочинку цілорічної дії, літні (сезонні) дитячі бази відпочинку.

Таким чином, Державний класифікатор надає перелік засобів розміщення, що враховує можливість колективного або індивідуального розміщення, а також розміщення в різних об'єктах (будівлях, транспортних засобах) або виділення певних територій (майданчиків для кемпінгів і автофургонів) [109].

Діяльність в готелях, мотелях, кемпінгах та інших короткострокових поселеннях включає в себе діяльність, пов'язану з наданням послуг і робіт з організації короткострокового проживання в готелях, кемпінгах або наметових містечках і відкрита для населення без обмежень або обмеженої членами певної організації [109].

Сюди також входять ресторани послуги, що надаються у зв'язку з наданням місця для проживання, і послуги спальних вагонів, якщо вони надаються окремими компаніями. Види послуг, що входять до цієї групи, також зазвичай включають послуги, що надаються мотелями, шкільними та студентськими гуртожитками, а також житловими залами очікування, будинками для приїжджих та будинками готельного типу, молодіжними гуртожитками, нічліжними будинками тощо.

Відмінною рисою цієї класифікаційної групи, є поєднання послуг з розміщення та організації харчування. З іншого боку, незрозуміло, як відокремити готелі, що надають послуги громадського харчування, від готелів, де це неможливо, тощо[109].

Класифікатор визначає готельну діяльність як надання місць для тимчасового проживання в готелях, мотелях, заміських готелях, готелях з конференц-залами, не включаючи здавання в оренду житлових будинків та приміщень для довгострокового проживання:

- діяльність готелів з ресторанами – надання послуг готелями різними типами підприємств громадського харчування (ресторанами, кафе, закусоочними, барами тощо);
- діяльність готелів без ресторанів;
- діяльність інших місць для тимчасового проживання;



- діяльність молодіжних туристичних таборів та гірських туристичних баз;
- діяльність кемпінгів – надання місць для тимчасового проживання у будівлях на території кемпінгу, на майданчиках для кемпінгу, надання стоянок для житлових автофургонів та причепів;
- діяльність інших місць для проживання;
- діяльність дитячих таборів на час канікул;
- діяльність пансіонатів, будинків відпочинку тощо;
- здавання в оренду для тимчасового проживання мебльованих кімнат;
- надання місць для тимчасового проживання в залізничних спальних вагонах та інших транспортних засобах;
- діяльність інших місць для тимчасового проживання, не включених до інші угруповання – надання місць для тимчасового проживання на квартирах, сільських будинках, будинках для приїжджих тощо, у гуртожитках для студентів, робітників тощо.

Тут вперше визначено тимчасовий обрій, як фактор, який класифікує послугу як послугу засобів розміщення в рамках туристичної індустрії або послугу з угод з нерухомістю. Засіб розміщення може надавати свої послуги туристам-громадянам, які відвідують країну (місце) тимчасового перебування для відпочинку, отримання освіти, професійних, ділових, спортивних, релігійних та інших цілей, не займаючись оплачуваною діяльністю поспіль від 24 годин до 6 місяців або здійснюючи перебування тривалістю не менше 1 ночі [98]. Якщо послугами засобів розміщення користується громадянин, який не є туристом, наприклад, студент, який прибуває в інше місто/країну з метою навчання на строк до 5 років і проживає в гуртожитку, то облік цих послуг здійснюється відповідно до окремої класифікаційної групи.

Аналіз наведених вище документів показує, що різноманітність форм і типів розміщення збільшується у відповідно до розвитку туризму і подорожей. Цей процес пов'язаний з диференціацією між метою поїздки і прибуттям гостя, який користується транспортом і т. д.

Державний класифікатор товарів і послуг є найбільш повним з точки зору обліку видів засобів розміщення за їх здатності задовольнити особливі цілі мандрівників. Слід зазначити, що жоден класифікатор не надає можливий перелік додаткових послуг, наприклад, можливість бронювання житла, паркування, послуги паркування та сервісу в засобах розміщення та ін. Очевидно, це пов'язано з тим, що дані послуги є самостійними видами обслуговування населення чи послуги юридичним особам [109].

#### **2.4. Вплив підприємств готельної індустрії на стан охорони навколишнього середовища**

Екологізація - це заснована на науці діяльність людини, суть якої полягає в раціональному використанні природних ресурсів та управлінні процесом взаємодії суспільства з навколишнім середовищем. Готельно-ресторанна індустрія є великим споживачем енергії та води у світовому масштабі, і її споживання з кожним роком зростає, що має значний вплив на навколишнє середовище.

В останні роки все частіше будуються нові великі готельно-ресторанні комплекси, які генерують велику кількість відходів і забруднень, з якими влада і громадськість не в змозі впоратися. Надмірне споживання енергії, води та палива туристами часто позбавляє цих ресурсів місцеве населення [41].

Екологічні міркування, дбайливе поводження з невідновлюваними ресурсами та використання відновлюваних ресурсів у готельному та ресторанному бізнесі - ще одна сфера уваги. Усвідомлення свого місця на планеті та свого впливу на навколишнє середовище в поєднанні з постійно зростаючим суспільним попитом на екологічно чисті послуги означає, що готельні та ресторанні підприємства повинні враховувати екологічні потреби населення у своїй діяльності.

Основними джерелами забруднення є побутові стічні води, неадекватні системи опалення, надмірна забудова, витоптування, неконтрольований

відпочинок поблизу закладів розміщення та харчування, стихійна забудова приватними компаніями та надмірна кількість туристів. Все це впливає на навколишнє середовище, призводячи до забруднення води і повітря, зменшення водних ресурсів, кліматичного дисбалансу, зміни структури ґрунту, збільшення щільності ґрунту, візуального забруднення і деградації естетичних цінностей.

В останні десятиліття різні країни розробили програми, спрямовані на гармонізацію відносин між туризмом і навколишнім середовищем.

Серед них - Концепція сталого розвитку туризму ЮНВТО, Всесвітній етичний кодекс туризму, Хартія туризму, рекомендації міжнародних туристичних конвенцій і декларації, що декларують дбайливе і раціональне природокористування, збереження і примноження туристичних ресурсів на основі сталого розвитку суспільства [41].

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

Екологізація готельно-ресторанного господарства повинна в обов'язковому порядку поширюватися на всю його сферу. Сьогодні концепція екологічно чистих готелів дуже популярна в усьому світі. Метою таких готелів є зменшення негативного впливу послуг розміщення на навколишнє середовище, що є важливим для конкурентоспроможності українського готельно-ресторанного бізнесу.

Екологічні готелі оснащені енергозберігаючим технологічним обладнанням, засобами гігієни, виготовленими виключно з органічних речовин без додавання синтетичних матеріалів, постільною білизною з бавовни та шовку. Всі страви готуються з натуральних продуктів харчування.

Еко-готелі працюють за принципом гармонійного співіснування з природою, не забруднюючи навколишнє середовище туристичними відходами. Наприклад, деякі готелі побудовані з матеріалів, що біологічно розкладаються.

Відповідно до європейських стандартів, екологічні готелі повинні відповідати таким умовам: мати екологічно чисту систему опалення; мати власні

очисні споруди; розділяти відходи відповідно до класифікації; використовувати електроенергію, вироблену з екологічно чистих видів палива, використовувати енергозберігаючі лампи для освітлення; використовувати екологічно чисті продукти для приготування їжі [100].

Ключовими напрямками екологізації закладів ресторанного господарства є використання альтернативних джерел енергії, економія тепла та води, зменшення кількості відходів, відмова від використання одноразового пластикового посуду, оформлення інтер'єру в екологічному стилі та інформування клієнтів про екологічну політику закладу. Україна має всі необхідні елементи для забезпечення розвитку екологізації готельно-ресторанного бізнесу. Екологізація має бути забезпечена низкою ефективних заходів, серед яких використання екологічно чистих технологій у сфері туристичних послуг та різноманітні заходи, спрямовані на підвищення рівня екологічної свідомості серед туристів [41].

### Розділ 3.

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ

### 3.1 Сучасні тенденції розвитку підприємств готельного бізнесу

Готельна індустрія є однією із найбільш динамічних світових галузей. На початку XXI ст. у ній відбуваються досить кардинальні зрушення, які змінюють розуміння готелю як чогось більшого, ніж місце для ночівлі. Це дозволяє готельній індустрії зайняти чільне місце серед складових туристичної галузі [3].

Поряд з тим, туристична індустрія досить гостро сприймає різні світові економічні потрясіння та кризи. Так, готельна індустрія зазнала досить суттєвого спаду після світової фінансової кризи, яка була у 2008 році. У 2020 році пандемія коронавірусу COVID-19 практично заморозила туристичні подорожі по усьому світі практично на рік. А від її наслідків туристична індустрія оговтується ще досі.

Швидкий розвиток науково-технічного прогресу та новітніх технологій у будівництва, нові будівельно-оздоблювальні матеріали, досягнення комп'ютерних та інтерактивних технологій, із однієї сторони, і зростання кількості туристичних подорожей та туризму, конкуренції між готелями за споживача та пошук нових сегментів ринку – з іншого, сприяють виникненню таких сучасних тенденцій розвитку світового готельного господарства як:

- зацікавленість представників готельного бізнесу у продуктах та послугах, які раніше надавалися підприємствами інших галузей;
- екологізація готельних послуг;
- спеціалізація готельного бізнесу, що орієнтує на чіткі сегменти споживачів із урахуванням різних ознак;
- глобалізація та концентрація готельного бізнесу;
- персоніфікація обслуговування та концентрація на потребах споживачів;

- впровадження нових комунікаційних та інформаційних технологій для проведення глибокої системної економічної діагностики;
- концептуалізація обслуговування туристичної індустрії;
- поширення франчайзингу у готельному бізнесі;
- розробка готельними підприємствами нових бізнес-стратегій, зокрема тих, що стосуються просування на ринку готельних продуктів та послуг.

Постійна модернізація та глобалізація готельного бізнесу призводять до формування корпорацій готельних мереж, що дозволяє готельним підприємствам залучати додаткові ресурси. Асоціації чи союзи готельних підприємств дозволяють запроваджувати спільні маркетингові програми та оновлювати систему підготовки кадрів тощо.

Готелі пропонують ряд послуг, що надаються різними закладами громадського харчування та побуту, салонами краси, велнес-, фітнес - і спа-центрами. У готелях є конференц-зали, зали для ділових зустрічей, музичні та тематичні салони, тренажерні зали, спортивні майданчики, виставкові та універсальні зали, бізнес-центри та об'єкти роздрібною торгівлі різних напрямків.

Зростає тенденція до індивідуалізації обслуговування клієнтів. Персонал пам'ятає його ім'я і улюблений напій і намагається створити враження, що він бажаний гість. Тенденція " гедонізації " сервісу-персонал намагається зробити перебування гостей в готелі максимально приємним не тільки завдяки люб'язному обслуговуванню, послужливості, «компліментарності» послуги, але і завдяки організації безлічі приємних традицій. У старій Європі також існують тематичні та історичні асоціації готелів класу люкс, які обмінюються інформацією про клієнтів, створюють єдину систему і формують індивідуальні запрошення для гостей. Таким чином, готель стає не тільки місцем тимчасового перебування, а й клубом, що має значення для подорожей.

Екологізація готельних продуктів зараз стала дуже важливою у зв'язку з необхідністю збереження навколишнього середовища, зростаючим попитом туристів на екологічно чисті послуги і товари. Готель використовує екологічно чисті матеріали в інтер'єрі та обладнанні, практикує "ощадливі" технології,

спеціальну постільну білизну "для алергіків", екологічно чисті продукти, екологія стала концепцією їх діяльності.

Останнім часом все частіше стали з'являтися професійні компанії, поряд з традиційними готелями і ресторанами з повним спектром послуг, зі скороченим спектром послуг. Спеціалізація підприємства може бути найрізноманітнішою. Готель може зосередитися на наданні послуг представникам певних сегментів туристичного ринку: наприклад, для гри в гольф, катання на лижах, верхової їзди або для проведення зустрічей, виставок.[20].

Важлива роль у розвитку сучасної світової готельної індустрії належить готельним мережам, які просувають високий рівень сервісу на туристичний ринок, сприяють популяризації та значно підвищують рівень організації виробництва.

Ринок готельних послуг дуже перспективний для інвестицій. Однак інвестори завжди стикаються з проблемою вибору форми організації та управління готелем. Існує кілька варіантів функціонування готелю. Залучення найнятого професійного генерального менеджера, залучення девелоперської компанії для управління готелем незалежним менеджментом або в рамках укладення угоди про франчайзинг з відомою готельною мережею. [27].

Франшиза надає сучасні перевірені технології ведення бізнесу. Це дозволяє уникнути організаційних та технічних помилок. Франчайзинг як організаційно-економічний інструмент вимагає стабільної законодавчої бази, якої в Україні поки немає.

Практика ведення бізнесу показує, що готелі, що входять в мережу, отримують на 60% більше прибутку, ніж незалежні готелі. Організація та функціонування такої форми готелю стає все більш популярною через його численні переваги, такі як використання відомих брендів та їх позитивний імідж, збільшення заповнюваності та забезпечення високих стандартів обслуговування [20]. Прихід іноземних франчайзерів неминучий, оскільки український готельний ринок є один з найперспективніших ринків в Європі. Однак транснаціональні компанії очікують, що українська влада створить і

забезпечать хороші інвестиційні умови, поліпшить чинне законодавство і розвине сучасну туристичну інфраструктуру.

Головною метою сучасних компаній готельної індустрії є надання бездоганного сервісу, який перевершує очікування споживачів. Вона повинна бути визнана лідером в цьому сегменті на цьому ринку. Основні напрямки діяльності готелів, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності:

- інновації, впровадження новітніх технологій, нестандартні підходи для найкращого задоволення потреб споживачів і більш ефективної роботи персоналу;

- соціальна відповідальність: турбота про навколишнє середовище та його збереження;

- розвиток внутрішнього туризму через підтримку регіональної туристичної інфраструктури, історико-культурної спадщини, просування турботи про дітей, меценатства та благодійності;

- прагнення до досконалості.

### **3.2 Шляхи відновлення повноцінного функціонування підприємств готельної сфери України**

Індустрія гостинності є однією зі складових сфери послуг і тісно пов'язана з туризмом, тому вона постійно розвивається і вдосконалюється, орієнтуючись на попит і потреби населення, мету подорожі.

Найважливішим елементом готельної індустрії можна сміливо вважати послуги, що надаються в готелях, готельних комплексах і хостелах. З огляду на категорію готелів, спектр послуг і цінову політику вони різняться, але, тим не менш, всі послуги, пропоновані при розміщенні, ночівлі, харчуванні і найбільш поширені додаткові послуги можна розглядати наступним чином:

- користування більярдною та тренажерним залом;
- користування плавальними басейнами, лазнями, саунами для купання;
- користування коморами або сейфами;



- оренда конференц-залів або інших приміщень;
- ремонт, прання та хімчистка одягу та взуття;
- косметичні послуги;
- доставка квітів і подарунків;
- продаж друкованої продукції та сувенірів;
- прокат автомобілів;
- прокат різного обладнання та побутової техніки;
- продаж квитків на транспортні або розважальні послуги;
- організація екскурсій;
- замовити послуги перекладачів та гідів;
- забронювати місце в ресторані в місті.

Остаточний перелік додаткових послуг визначається індивідуально власником або директором кожного готелю. При створенні такого асортименту необхідно враховувати розмір готелю, його місце розташування, його основне призначення, інтереси споживача, на якого орієнтований заклад, і конкурентне середовище, в якому він працює.

Звичайно, послуги міні-готелів і послуги готельних комплексів абсолютно розрізняються за своїм охопленням. Очевидно, що середні та великі готелі мають більше можливостей. Вони можуть надавати гостям більш важливі готельні послуги без втрати рентабельності їх реалізації. Невеликі заклади не мають можливості надати гостям повноцінний сервіс на дому.

Ще одна, не настільки поширена класифікація полягає в поділі сервісу на платний і безкоштовний. Виходячи з правових рамок діяльності готелю, можна стверджувати, що готель зобов'язаний надавати гостям наступні види послуг без додаткової оплати.:

- доставка кореспонденції в номер;
- прокидатися в певний час;
- надання необхідного обладнання в залежності від категорії готелю [1; 2].

На додаток до вищезазначених безкоштовних послуг, власник може підготувати список на свій розсуд, беручи до уваги конкурентне середовище, прибутковість, сезонність та інші фактори, що впливають на діяльність готелю.

Не слід забувати просту істину: якщо ви пропонуєте тільки обов'язковий перелік безкоштовних послуг, рейтинг впаде. Чим вище конкуренція, тим важливіше враховувати нові тенденції, прогнозувати потреби гостей і покращувати сервіс в готелі. Наприклад, раніше користування доступом в Інтернет було платною послугою, оскільки не у всіх готелях вона була, але тепер це сприймається як звична безкоштовна послуга, і готелі, які її не пропонують, можуть бути проігноровані потенційними гостями. В результаті виникає парадоксальна ситуація: щоб підвищити рентабельність (за рахунок збільшення коефіцієнта використання), необхідно додати нові безкоштовні послуги, що надаються готелем.

Зрештою, готель є комерційним закладом, і не всі готельні послуги можуть бути безкоштовними. Платні готельні послуги також користуються попитом, не тільки обслуговуванням в номерах.

Найбільш поширеними платними послугами в готелях є:

- проживання в номері;
- харчування;
- розважальні та оздоровчі послуги;
- ремонт одягу та взуття, хімчистка;
- продаж друкованої продукції та сувенірів;
- оренда приміщень;
- обмін валюти.

При наданні платних послуг в готелі слід орієнтуватися на 2 основних правила:

1) не дотримуйтесь вимог, а випереджайте їх. Передбачається, що всі послуги, що надаються готелем, будуть надані гостям.

2) не нав'язувати послуги гостям, тобто не практикувати надання певних послуг тільки в тому випадку, якщо придбані інші [4].

Сучасні тенденції розвитку готельної індустрії доводять, що чим цікавіші послуги, пропоновані готелем, тим привабливіше він для споживачів, незважаючи на вартість таких послуг. Виходячи з цієї тенденції, ми можемо виділити топ-6 спеціальних готельних послуг, які приваблюють туристів. Давайте розглянемо їх більш детально.

6-е місце - "Зроби собі знижку". Один з готелів Туреччини пропонує незвичайну розвагу-гру в дартс. Переможці отримують знижки на додаткові платні послуги, включаючи спа-центр, заняття тенісом, боулінг, Віндсерфінг тощо. Якщо гості не хочуть витратити гроші на додаткові послуги, знижкою можна скористатися в ресторанах і барах або обміняти на напої і страви.

5 місце - "Крик зцілення". Мережа готелів Mitsui Garden Yotsuya, розташована в Японії, пропонує незвичайну послугу - "кімната плачу". Це готельний номер, розроблений спеціально для жінок, яким потрібно позбутися стресу. Для створення сентиментального настрою гостям пропонуються кінодрами, сумні книги і, звичайно ж, велика кількість кашемірових серветок. Після завершення "сеансу" гостям пропонується прийняти гідромасажну ванну і скористатися пляшкою з гарячим напоєм.

4 місце - "особистий асистент в Instagram". Розкішний курорт Conrad Hilton Resort, розташований на Мальдівах, пропонує послуги дворецького в Instagram. Фотографії з цих мальовничих місць особливо популярні в соціальних мережах. І власники вирішили перетворити цей попит на мистецтво. Instagram butler готовий супроводжувати гостей по самим фотогенічним місцям острова, допомагаючи і створюючи яскраві знімки розкішного життя туристів [11].

3 місце - "бій подушками". Готель Ritz-Carlton, розташований у США, пропонує своїм гостям унікальний спосіб зміцнити свою сім'ю та шлюб. Пакет цієї послуги називається "бій подушками". Гостям пропонується велика кількість атласних подушок і дисків з цікавими іграми. Керівництво готелю впевнене, що спільне дозвілля сприяє згуртуванню сім'ї.

2 місце - "Робот-андроїд". Японія, природно, вважається однією з провідних країн світу, і готельна індустрія в цій країні не є винятком. Розміщення гостей в

номері, доставка багажу і навіть приготування кави - функції робота-персоналу готелю Henn-na. Android заснований на образі молодої японки. Він точно відтворює міміку і жести, легко спілкується на 4 мовах (японською, англійською, китайською, корейською), а також може змусити вас посміхнутися згідно з коментарями гостей. Унікальне програмне забезпечення також дозволяє роботу відчувати настрій гостей.

1-е місце - "прогулянка з левом". Готель Protea Ranch Resort пропонує унікальну послугу: прогулянка з левом. Спілкування гостей з царем звірів відбувається під постійним наглядом гідів, які мають важливий досвід спілкування з левами [38].

Кожна з цих послуг спрямована на задоволення потреб певного сегмента туристів. Але ми не повинні забувати, що поряд з винаходом нових і спеціальних методів залучення туристів виникає безліч проблем. Готельна індустрія завжди була дуже гнучкою і дуже швидко адаптувалася до різних криз. Але не можна з упевненістю сказати, що всі компанії готельного бізнесу знаходяться в абсолютно однакових умовах і долають ці виклики з мінімальними втратами. Для одних найбільшою перешкодою є брак фінансових ресурсів, а для інших вони неохоче змінюють політику своєї діяльності.

Таким чином, пандемія COVID-19, що сталася по всьому світу в кінці 2019 року, не стала винятком. Цей виклик можна сміливо вважати одним з найважливіших викликів для економік всіх країн світу. На сектори туризму, готельного та ресторанного бізнесу припадає близько 10,4% світового ВВП. Через обмеження, побоювання, внутрішні поїздки, поїздки в інші країни та повноцінну роботу компаній у всіх сферах діяльності авіакомпанії починають скорочувати кількість і напрямки рейсів. Туристи і потенційні споживачі готельних послуг починають скасовувати ділові поїздки і відпустки. Результатом таких заходів є тенденція спадання ВВП, а саме, особливо для України: надання послуг, включаючи тимчасове розміщення та громадське харчування (-28,5%), туризм (-23,1%), транспорт та складування (-16,4%), охорона здоров'я (+2,2%), оптова та роздрібна торгівля (+4,9%). Аналіз показує, що, незважаючи на

високий рівень адаптивності, сфери готелів, ресторанів і туризму найбільш уразливі до пандемії COVID-19 [44].

З різних проблем, з якими стикається індустрія готельних послуг, можна умовно виділити 2 основні групи:

- економічні (в основному пов'язані з нестачею фінансових ресурсів, зниженням рівня платоспроможності, попиту на готельні послуги, недостатнім рівнем державного фінансування);

- виробництво (зниження обсягів продажів готельних послуг, зменшення чисельності співробітників, проблеми з товарами і логістикою)

### **3.3. Обґрунтування підходів проєктування розвитку готельної індустрії**

Ситуація, яка склалася сьогодні в сфері готельного сервісу, абсолютно неадекватна. Вплив обмежень, пов'язаних з Covid-19, загальний спад в економіці, в даний час доповнюється воєнними битвами і значними руйнуваннями в Україні. Варто відзначити, що найбільший пік розвитку готельної індустрії в Україні спостерігався в 2019 році. Отже, за цей період в Україні налічувалося 5,3 тис. одиниць засобів розміщення, в цілому 370,6 тис. місць.

Однак кількість туристів зменшилася внаслідок обмежень, пов'язаних з Covid-19, особливо транскордонних обмежень. Так, якщо в 2018 році середнє число людей, що знаходилися в КМР, становило 7006,2 тисячі, то в 2020 році цей показник знизився майже вдвічі (3379,5 тисячі). Негативним було і значне зниження числа іноземних туристів.

Однак у 2021 році потік туристів з країн Перської затоки збільшився, що стало одним з факторів відродження готельної індустрії. Важливими місцями для туристів із Саудівської Аравії є Київ, Львів, Одеса та Карпати. Відповідно, це вплинуло на середній час перебування туристів у місті [55].

Також варто відзначити, що в 2021 році частка внутрішнього туризму збільшилася у зв'язку зі збереженням багатьох обмежень на виїзд, підвищенням рівня життя населення в цілому і необхідністю коротких поїздок по країні на 1-3

дні. Цей фактор викликає зростання попиту на заміські готелі, яких в Україні обмежена кількість, готелі в основному орієнтовані на пляжний і гірськолижний відпочинок. Ця тенденція свідчить про щорічне зростання середніх цін і заповнюваності готелів, які розташовані в двох-трьох годинах їзди від великих міст - Києва, Дніпра, Харкова, Одеси, Львова та ін. [64].

Проте, досвід країн ЄС показує більш активну картину. Так, за даними Євростату, у 2020 році туризм був одним із секторів, які найбільше постраждали від пандемії коронавірусу, і порівняно з 2019 роком кількість відвідувань готелів різко скоротилася на 51%. У 2021 році з'явилися ознаки відновлення. Кількість відвідувань готелів в ЄС збільшилася до 2020 року в порівнянні з 28%, склавши понад 1,8 мільярда відвідувань готелів [78].

В результаті, як згадувалося раніше, в результаті пандемії деякі об'єкти готельної індустрії були закриті як в Україні, так і за кордоном

Чудове відродження, яке відзначається в даний час, формує нові вимоги до готелю і переліку послуг, пропонованих гостям.

Таким чином, під впливом соціальних змін технології готелю значно просунулися вперед. З появою нових тенденцій і технологій, процесів і процедур відвідувачам готелів пропонуються нові послуги та підходи до обслуговування. Тому виникає проблема впровадження сучасних технологій в готельні послуги, що підвищує попит на послуги і дозволяє їм залишатися конкурентоспроможними на ринку.

На даний момент в готельній індустрії існує безліч різних тенденцій, але це обумовлено багатьма факторами, особливо новими технологіями, змінами способу життя і т.д. зокрема, технології дозволяють нам покращувати і оптимізувати готельні послуги (голосове управління і голосовий пошук допомагають оптимізувати взаємодію з клієнтами. Штучний інтелект може допомогти поліпшити персоналізацію і підтримку клієнтів і т.д.).

Сьогодні люди більше усвідомлюють роль зміни клімату та поведінки людини, і це призвело до екологічних подорожей, екологічно чистих продуктів

харчування та збільшення місцевого попиту, а не до міжнародного туризму, який є результатом змін способу життя.

В даний час під впливом COVID-19 значна кількість готелів змінили свій підхід до надання послуг. Оскільки гості готелів прагнуть мінімізувати ризики, пов'язані з подорожами, приділяється увага безпеці та гігієні, оскільки це фактор, за яким значна кількість клієнтів приймають рішення про бронювання.

В останні роки безконтактні платежі набули великої популярності, і це приклад готельної технології, яка набула популярності в умовах пандемії коронавірусу. Окрім переваг для здоров'я та безпеки, безконтактні платежі зручні та дозволяють клієнтам здійснювати платежі набагато швидше.

В даний час чат-боти є ще одним важливим трендом в готельній індустрії, що визначає доступність 24 години на добу. За допомогою цієї технології ви можете збільшити кількість прямих бронювань, забезпечити автоматичну підтримку бронювання та взаємодіяти з клієнтами різними мовами.

Варто відзначити, що технічний прогрес, тобто "роботизація", просувається і в готельній індустрії. В даний час роботи використовуються в якості консьєржів, прибиральниць і т.д. такий підхід орієнтований на напрямок впровадження сучасних технологій, таких як віртуальна реальність, оскільки дозволяє клієнтам якомога краще пізнати готель і приймати рішення про бронювання.

Ситуація з розвитком готельної індустрії в Україні в даний час невизначена. Зрештою, галузь, як і весь світ, постраждала від пандемій, фінансових криз і військових дій. Так, за оцінками експертів, кількість готелів в Східному регіоні значно скоротилася (частково закриті, не витримали кризової ситуації, викликані карантинними обмеженнями, і частково зруйновані), а готелі в інших регіонах, особливо на заході, були переформатовані під житло для внутрішньо переміщених осіб в результаті українську готельну індустрію доведеться перезапустити і відновлювати.

В таких умовах дизайн нового готелю повинен бути спрямований не тільки на комфорт, але і на забезпечення безпечного і належного розміщення клієнтів.

Розвиток готельної мережі має сприяти появі різних сучасних форм обслуговування, які не тільки сприятимуть підвищенню ефективності готельного менеджменту, а й сприятимуть притоку інвестицій в готельний бізнес з інших сфер економічної діяльності [88].

Хоча деякі готельні тенденції можуть бути тимчасовими, інші будуть постійними. Беручи до уваги всі фактори при проектуванні готелю і впровадженні нових готельних послуг, ви можете зайняти конкурентоспроможну позицію на ринку.

Тому при проектуванні готелю або розширенні спектру послуг варто розробити мобільний додаток для реєстрації гостей, який може скористатися перевагами методу входу без ключа, позбавляючи від необхідності чекати на стійці реєстрації і отримувати фізичний ключ або карту-ключ. Натомість доступна безконтактна реєстрація через мобільний додаток, і готель надсилає користувачам унікальний код для входу, який дозволяє їм отримати доступ до об'єкта чи номера. Перевага цього підходу полягає в тому, що він також надсилає рекламні повідомлення клієнтам, що може допомогти збільшити кількість відвідувачів або перехресні продажі.

Ще однією інновацією в готельному дизайні є використання підходів "розумного готелю", включаючи Інтернет речей, які використовують інтелектуальні пристрої та системи для оптимізації повсякденної роботи готелю, підвищення ефективності та поліпшення якості обслуговування гостей. Розумні готелі можуть використовувати підключені до Інтернету системи опалення, вентиляції та кондиціонування повітря для точного регулювання температури та вентиляції кожного номера для досягнення максимального комфорту та мінімального енергоспоживання [95]. Розумні готелі також можуть використовувати такі технології, як телефонні програми та голосове управління, щоб полегшити управління системами кондиціонування, освітлення та розваг. Оскільки все більше людей використовують інтелектуальні технології у своїх будинках, розумні готельні номери користуються значним попитом.



Дизайн нових готелів в сучасних умовах стає все більш популярним не тільки в Україні, а й у всіх розвинених країнах, де "екологічна обізнаність" набирає значну популярність, тому гості готелів, що зупиняються на відпочинку, призначеному для використання екологічних матеріалів, все частіше вибирають готелі, де екологічне планування є головною особливістю і є настільки енергоефективним, наскільки це можливо. Однак цей підхід може бути використаний для зменшення загальних витрат на гостинність, оскільки екологічні ініціативи часто означають економію поточних витрат у довгостроковій перспективі.

Як згадувалося раніше, віртуальна реальність нещодавно набула популярності в готельній індустрії. Однак в дизайні готелю рекомендується враховувати такий напрямок, як доповнена реальність. Коли віртуальна реальність замінює реальний світ аудіо-та візуальними введенням для створення ефектів занурення, доповнена реальність просто додає віртуальні елементи в реальний світ [75]. Готелі можуть використовувати AR для надання інтерактивних карт та інформації про такі послуги, як спа-центри, тренажерні зали та ресторани. Готель також використовує AR-ігри, щоб зробити відвідування гостей більш приємним і незабутнім.

В результаті сучасний світ створює нові вимоги і виклики для бізнесу в цілому і готельної індустрії зокрема. Питання впровадження сучасних технологій в дизайн готелів і розширення надаваних гостям послуг стає актуальним.

## Розділ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ

### 4.1. Аналіз стану і заходи поліпшення виробничої санітарії і гігієни праці на підприємствах готельної сфери

Охорона праці є частиною щоденно вироблених на робочому місці дій, які є обов'язком кожного працівника. При прийнятті рішень та віддачі розпоряджень керівництво має всебічно брати до уваги вимоги сфери охорони праці. Обов'язком топ-менеджменту підприємства є збереження здоров'я, та й життя загалом, персоналу впродовж його трудової діяльності, забезпечуючи при цьому безпечні умови праці, безпеку обладнання, організацію та проведення інструктування, а також беручи до уваги вимоги сфери охорони праці в процесі виробничого планування. Знання працівників щодо вимог, в контексті охорони праці, виявляється в застосуванні безпечних та гігієнічних методів, а також є ознакою високого професіоналізму та вміння керувати своєю роботою.

Ключові аспекти системи управління охороною праці підприємства (СУОП) полягають в такому:

- забезпечити належний неперервний менеджмент готельним підприємством;
- розробити та запровадити заходи для того, щоб мінімізувати ризики виникнення непередбачених та нещасних випадків;
- підтримувати високу готовність до оперативного реагування та ліквідації у разі їх настання небезпечних ситуацій.

З метою виконання вказаних завдань роботодавець працює з координаційною радою, до складу якої має бути залучений вищий менеджмент, представники служби охорони праці та представники трудового колективу.

Водночас в контексті оперативного впровадження СУОП координаційна рада має змогу звертатися до інших організаційних та професійних об'єднань працівників на місцях та створювати спеціальні комісії. У внутрішньому

Положенні про СУОП детально розписуються структура та засоби системи управління охороною праці, закріплюються повноваження кожного відповідального органу, обсяг відповідальності та компетенції персоналу підприємства. Однією з основних складових, яка гарантує якісну та результативну роботу СУОП, вважається чітка взаємодія всіх ланок готельного підприємства та окремих органів. З практичної точки зору, обов'язком роботодавця є забезпечення доведення до кожного співробітника механізмів та змін СУОП.

Розглянемо алгоритм впровадження СУОП підприємства.

1. Провести аналізування стану охорони праці в готельному підприємстві загалом та в усіх підрозділах, зокрема, задля виявлення та оцінювання можливих ризиків. Це необхідно здійснити перед запровадженням нових методів роботи чи певних змін.

2. Перевірити наявність документів, регламентуючих дії працівників підприємства в контексті нещасного випадку чи аварії. Якщо вказані документи не розроблені, необхідно створити та затвердити наказ про дії персоналу в разі виникнення нещасних випадків чи аварій. За цих умов необхідно розписати алгоритм оповіщення керівника робіт та дію конкретного працівника.

3. Провести аналізування результатів атестації робочого місця кожного працівника згідно умов праці.

4. Перевірити дозвільні документи в контексті охорони праці. Водночас перевірити дозволи щодо забезпечення та виконання робіт і умовах підвищеної небезпеки. Продовжити терміни дії дозволів у разі потреби.

5. На основі звітів про стан травматизму, професійної захворюваності, аварійності керівнику підприємства з'ясувати, які заходи вжито задля запобігання для таких випадків надалі.

6. Контролювати процес, покращувати результати та матеріально заохочувати персонал за участь у процесі охорони праці.

8. Визначити структуру, чисельність та посадові обов'язки топ-менеджменту, керівників усіх підрозділів, відділів та працівників, відповідальних за сферу охорони праці.

Зазначимо, що упровадження системи управління охороною праці готельного підприємства здійснюється в межах наказу чи розпорядження вищого керівництва.

#### **4.2. Пожежна безпека готельного підприємства**

Питання пожежної безпеки готелів на сьогодні займає не останнє місце у світі. Як правило, у готелях стан системи протипожежної захисту знаходиться на досить високому рівні, але пожежі в них все одно трапляються і при цьому супроводжуються значними втратами матеріальних цінностей та нерідко людських життів.

Основною особливістю пожеж у готелях є велика швидкість поширення продуктів горіння по вертикалі та горизонталі будівлі, що ускладнює евакуацію людей та проведення вогнегасних робіт. Таким чином, питання підвищення рівня пожежної безпеки готелів є актуальним.

Одним із напрямів підвищення пожежної безпеки готелів є забезпечення мінімізації часу евакуації людей за рахунок збільшення способів реалізації евакуації. Перспективним напрямком є використання канатно-спускних пристроїв із готельних номерів для евакуації із зовнішньої сторони будівлі.

Канатно-спускні пристрої є поширеним засобом екстреного спуску людини з висоти. Їх можна розділити на дві підгрупи: з автоматичним та ручним регулюванням швидкості спуску. Пристрої з автоматичним регулюванням швидкості спуску не вимагають спеціальної підготовки спускається, на відміну від ручного регулювання. Тому саме вони без обмеження можуть використовуватись як рятувальних пристроїв під час евакуації відвідувачів готелів.

Принцип дії пристроїв з автоматичним регулюванням швидкості спуску заснований на використанні відцентрової сили, що прагне притиснути гальмівні колодки до барабану при обертанні передавального колеса. Незалежно від ваги людини, швидкість спуску регулюється від 1 до 8 м/с. Щоб реалізувати цей метод, достатньо встановити біля вікон у готельних номерах стаціонарні канатно-спускні пристрої автоматичним регулюванням швидкості спуску та спеціальні футляри, всередині яких будуть знаходитись комплекти канатно-спускового пристрою (один комплект для одного відвідувача номера). У комплект буде входити канат, що складається із сталевого троса, гальмівний пристрій і петля, що самозатягується, або косинка, призначена для зручної та безпечної фіксації тіла людини. При пожежі залишається лише вийняти рятувальну косинку, прикріплену до сталевого троса та надіти її.

Щоб переконатися, що ці заходи доцільні, було проведено розрахунки обстановки на пожежі до прибуття пожежних підрозділів до одного з готелів міста Харкова (Україна). За тактичним задумом, пожежа виникла в приміщенні площею 30 м<sup>2</sup> (довжина – 6 м, ширина – 5 м), у якому було заблоковано відвідувача. Час вільного розвитку пожежі  $\tau_{\text{в}}$  визначається таким чином:

$$\tau_{\text{в}} = \tau_{\text{вияв}} + \tau_{\text{опов}} + \tau_{\text{зб}} + \tau_{\text{слід}} + \tau_{\text{оп.розг}}, \quad (4.1)$$

де  $\tau_{\text{вияв}} = 3$  – час виявлення пожежі, хв;  $\tau_{\text{опов}} = 1$  – час оповіщення для пожежі;  $\tau_{\text{зб}} = 1$  – час збору та виїзду особового складу за сигналом «Тривога», хв;  $\tau_{\text{слід}} = 3$  – час прямування підрозділів на пожежу, хв;  $\tau_{\text{оп.розг}} = 8$  – час оперативного розгортання, хв.

Таким чином, час вільного розвитку пожежі становитиме 16 хвилин.

Радіус пожежі  $R_{\text{пож}}$  можна визначити за таким виразом:

$$R_{\text{пож}} = 5v_{\text{л}} + v_{\text{л}} + (\tau_{\text{в}} - 10), \quad (4.2)$$

де  $v_{\text{л}} = 1$  – лінійна швидкість розповсюдження пожежі, м/хв.

За розрахунком радіус пожежі на 16-й хвилині склав 11 м, що перевищує довжину та ширину приміщення, отже воно повністю охоплено пожежею. Таким чином, площа пожежі дорівнюватиме площі приміщення. Водночас пожежа продовжить поширюватися на інші готельні номери, тому життя гостя готелю перебуває в небезпеці.

У цьому контексті був також проведений розрахунок часу, необхідного на евакуацію з приміщення готелю за пожежі. Розрахунок проводився для найбільш небезпечного розвитку ситуації, який характеризується швидким наростанням небезпечних факторів пожежі (підвищена температура навколишнього середовища, втрата видимості внаслідок задимлення, нестача кисню). На основі цього зроблено висновок, що при влаштуванні стаціонарного канатно-спускного пристрою з автоматичним регулюванням швидкості спуску, відвідувач готельного номера, при виявленні пожежі на самому початку (задовго до прибуття пожежних підрозділів), зможе скористатися ним та провести екстрену евакуацію з номера з виходом назовні будівлі, зберігши при цьому власне життя.

Таким чином, використання канатно-спускних пристроїв для евакуації з готельних номерів на зовнішній стороні будівлі дасть змогу мінімізувати час початку та реалізації евакуації людей, що суттєво вплине на підвищення пожежної безпеки готелів.

#### **4.3. Інструкція з охорони праці готельного підприємства**

Сучасний готельний заклад оснащений великою кількістю різного обладнання і майна. У ньому працює велика кількість обслуговуючого персоналу, відбувається постійна зміна постояльців. Саме тому питанням охорони праці і техніки безпеки в готельних установах приділяється велика увага.

У готелях повинні проводитися заходи щодо профілактики травматизму, створення нормальних санітарно-гігієнічних умов, електробезпеки, навчання персоналу.

Загальне керівництво роботою з охорони й безпеки праці в готелі здійснює директор (роботодавець). Він зобов'язаний забезпечити виконання вимог законів про працю, правил і норм з охорони праці, державних стандартів, а також виконання зобов'язань, передбачених колективним договором (контрактом).

Директор готелю наказом призначає відповідального за безпеку праці, формує склад служби охорони праці, призначає відповідальних за стан охорони праці в кожному підрозділі і відповідальних за навчання персоналу готельного бізнесу і перевірку знань з охорони праці.

На основі положень, правил і типових інструкцій у кожному готелі розробляється своє положення про організацію роботи з охорони праці і виробничої санітарії. Крім того, для кожної категорії працівників складаються інструкції.

Працівник готелю зобов'язаний дотримуватися норм, правил, інструкцій з охорони праці, вміти правильно застосовувати колективні й індивідуальні засоби захисту, негайно повідомляти своєму безпосередньому керівникові про будь-який нещасний випадок, а також про ситуації, що створюють загрозу життю і здоров'ю людей.

Працівники готельного бізнесу допускаються до роботи лише після проходження інструктажу з техніки безпеки. Видами інструктажу є вступний, первинний, повторний, позаплановий, поточний.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, готельне господарство є однією з складових частин туристичної індустрії. Матеріальна база, що призначена для розміщення туристів, посідає одне з перших місць при формуванні туристичної інфраструктури, бо якість проживання та відповідне обслуговування суттєво впливають на рівень туристичного сервісу.

Тому туристична сфера в цілому та готельна індустрія зокрема стають швидко зростаючим бізнесом, що приносить значні грошові надходження, в тому числі валютні.

У роботі було визначено економічну сутність готельної індустрії, яка полягає в нематеріальному характері її діяльності. Результат виробничо-експлуатаційної діяльності готелів — основний продукт у формі своєрідного виду послуг — послуг гостинності. Їхня особливість пов'язана з тим, що вони створюються та реалізуються в межах одного підприємства. Виробництво продукту гостинності не може здійснюватися окремо від матеріального продукту, тобто виробничого використання матеріально-технічної бази (споруд, комунікацій, устаткування, інвентарю). Вона є основою одночасного виробництва та реалізації послуг.

Сучасні економічні та соціальні процеси, що відбуваються в Україні та у світі, найбільшою мірою впливають на індустрію туризму та готельне господарство, в тому числі на його стан та розвиток на рівні туристичних дестинацій. Як бачимо, в період з 2015 по 2021 рік більш пріоритетним для українців був зовнішній туризм.

Сьогодні вплив на розвиток готельного господарства, здійснюють переважно деструктивні фактори, які представлені різноманітними кризами, низьким рівнем платоспроможності населення, збільшенням кількості терористичних актів у світі. Спочатку пандемія COVID-19 потім повномасштабне вторгнення росії в нашу країну внесли свої корективи в розвиток усіх видів економічної діяльності як у світі так і в Україні.



Зважаючи на зазначене необхідним є пошук нових шляхів підвищення рівня розвитку готельних господарств туристичних дестинацій в сучасних умовах.

У перші місяці війни готельний бізнес фактично завмер. Потік гостей зупинився, усі заплановані івенти й туристичні / бізнес-поїздки довелося скасувати. У центральній, південній та східній частинах країни показник відмов від бронювання виріс до 85-98%.

Через небезпеку сотні тисяч людей виїжджали з рідних міст на захід України, тому готелі там були переповнені. Дехто з власників закладів розміщення надавав житло переселенцям безкоштовно, хтось, навпаки, підіймав ціни в десятки разів. У інших регіонах заклади або втратили увесь дохід та працювали в збиток, або взагалі закрилися. Так відбулося зменшення питомої ваги витрат населення на відпочинок та культуру з рівня 3,9% в 2019 році до рівня 3,4% в 2022 році в структурі загальних витрат домашніх господарств. Питома вага витрат на ресторани та готелі також має тенденцію до зменшення з рівня 3,3% в 2019 році до рівня 2,6% в 2022 році.

Зараз український готельний ринок працює максимум на 2–3% у грошовому виразі. На півдні цей показник становить 3–5% від планового, в Києві й області – 10–15%, на сході через бойові дії та окупацію територій більшість готелів призупинили роботу.

Цікава ситуація склалася у західних областях. Там у лютому–квітні 2022 року заклади розміщення були завантажені на 100%. Це спричинило суттєве підвищення туристичного збору. За статистикою Державного агентства розвитку туризму, за перші шість місяців 2022 року сума склала 89,4 млн грн, що майже на 28,8% більше в порівнянні з сумою в аналогічний період 2021 року — тоді до бюджету надійшло 69,4 млн грн.

До п'ятірки лідерів увійшли місто Київ та чотири області. Столиця поповнила свій бюджет більше ніж на 20 млн грн. Найбільше зростання в порівнянні з аналогічним періодом у 2021 році зафіксовано у Львівській області

– 193%. До бюджетів громад цього регіону надійшло 19,7 млн грн. У Івано-Франківській області сума турзбору зросла 76,4% і склала 9 млн грн. Закарпатська область заробила 8,7 млн грн турзбору, що на 144% більше, ніж за аналогічний період торік.

Рівень завантаженості готелів почав спадати наприкінці весни. Не відбувся й курортний сезон. Понад 2000 об'єктів готельної нерухомості, що розташовуються на півдні та сході України, не відкрилися зовсім. Винятком стала відносно безпечна Одеса, у якій нині працює 90% закладів розміщення з середньою завантаженістю 60%. У Києві готелі відновили роботу в травні, однак досі тримають невисокий показник – 15–25%.

Аналіз ринку показує, що сьогодні ситуація потрохи стабілізується. Нехай не в повну силу, але готелі працюють, залучають гостей, отримують прибуток і сплачують податки.

Проаналізовано окремі проблеми на шляху успішного розвитку готельного бізнесу в Україні. Для їх вирішення необхідне відновлення історико-культурної спадщини багатьох міст України, відбудова та переоснащення існуючих готельних та санаторно-оздоровчих закладів, розвиток "еко-готелів". Важливу роль відіграватиме зменшення високого рівня податків, запровадження податкових пільг у готельній галузі та диференціація податкових платежів до бюджету за різними засобами розміщення. Зростанню якості надання готельних послуг сприятиме впровадження обов'язкової категоризації готелів на основі системи Hotelstars Union.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посібник. Київ: Знання України, 2002. 351 с.
2. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навчальний посібник. Київ : Знання України, 2016. 352 с.
3. Александрова В.О. Визначення чинників та їх вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Економічні науки*, 2017. № 45 (1266). С. 89–92. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/33904>
4. Апопій В.В. Організація і технологія надання послуг. Київ: Академія, 2016. 312 с.
5. Ахмад С. і Аріф А. Підприємницькі характеристики, мотиви та бізнес-проблеми: дослідження малого та середнього готельного бізнесу. *Міжнародний журнал готельного та туристичного адміністрування*. 2016. вип. 3. С. 286-315.
6. Балацька Н.Ю., Репринцева В. М. Особливості та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 1 (28). С. 12-15.
7. Барредаа, А., Білгіханб, А., Халдун, Н. та Окумус, Ф. Онлайн-брендінг: розвиток брендингу готелю через теорію інтерактивності. *Менеджмент туризму*. 2016. Вип. 57. С. 180-192.
8. Басюк О.В. Аналіз світового досвіду функціонування готельних ланцюгів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. URL: <http://globalnational.in.ua/archive/5-2015/05.pdf>.
9. Батьковець Г. А., Батьковець Н. О. Ефективність інформаційної підтримки управлінської взаємодії підприємств готельного бізнесу *Вісник*

- Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки.* 2016. Вип.51. С.182-187. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/batkovec4.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/batkovec4.htm)
10. Безручко Л., Білоус С., Філь М. Готельне господарство в умовах війни: сучасний стан та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство.* (47). 2023. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-43>
  11. Безуглий І.В. Інноваційна основа формування національних готельних мереж України. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2018. №22. С.136-141.
  12. Берещак В. Як COVID-19 змінить готельний бізнес в Україні. Ексклюзив. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyamicherezkoronavirus>
  13. Близнюк А.М., Давиденко Л.І., Коніщева Н.Й. Механізми державного регулювання сфери туризму: сутність і шляхи удосконалення. *Вісник ДІТБ.* 2007. № 11. С. 76–84.
  14. Босовська М. В., Ведмідь Н. І., Охріменко А. Г. Конкурентоспроможність національної туристичної системи України. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2019. № 33. С. 154161.
  15. Бригілевич Г., Мальська М. Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України в умовах війни. *Věda a perspektivy.* № 9 (16). 2022. С. 50–58. URL: <https://www.researchgate.net/publication/363934351>
  16. Буслаєва Г.В. Сучасний стан та тенденції розвитку колективних засобів розміщування в Україні // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Вип. 18. Част.1.* 2016. С. 74-79.
  17. Власенко І.В. Готельне господарство у соціальній інфраструктурі країни. *Вісник КНТЕУ.* 2019. № 3. С.85-97.
  18. Вокер Дж.Р. Introduction to Hospitality. Pearson. Boston. 2017. USA. 621 p.
  19. Гадецька З. М. Сучасні мультимедійні засоби просування готельно-ресторанних та туристичних послуг. *Молодий вчений.* 2015. № 2 (6). С. 41– 44.

20. Гакова М. В. Управління підприємствами готельно-ресторанного господарства: сутність та специфіка. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Ужгород. 2017. №13. Ч.1. С 55–60.
21. Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. Організація готельного господарства : навчально-практичний посібник. Київ : ФОП В.М. Гуляєва, 2019. 204 с.
22. Герасименко В.Г., Замкова А.В. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: навчальний посібник. Харків: Бурун-книга, 2011. 136 с.
23. Головня О. М. Державна політика соціального розвитку України в контексті забезпечення стабілізації економіки: (теорія, методологія, перспективи): монографія. Запоріжжя : Гельветика, 2017. 492 с.
24. Головня О. М. Сучасні детермінанти системних соціально-економічних трансформацій готельного бізнесу. *Бізнес-інформ*. 2019. №5. С. 111-116.
25. Готельний ринок Києва продовжує розвиватись та стає вихідною платформою для нових готельних брендів. URL: <https://cbre-expandia.com/>
26. Гринасюк А. Р., Мірко А., Ліпич А. Туризм в Україні під час війни. Матеріали *XI Всеукраїнської наукової конференції студентів*. Одеська юридична академія. Одеса, 2022. С. 79–81.
27. Гюрлек М. і Тунець М. Корпоративна соціальна відповідальність і залучення до роботи: Докази готельної індустрії. *Перспективи управління туризмом*. 2019. Том 31. С.195-208,
28. Давиденко Є. Труднощі з легалізацією: чому в Україні страждають білі hostели. 2019. URL: <https://www.segodnya.ua/ua/economics/business/trudnostilegalizacii-rochemu-stradayut-belye-hostely-1277930.html>
29. Давидова О. А. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 2. С. 257-260.

30. ДАРТ. Як туристична галузь країни працює під час війни та як зміниться після її завершення. *Офіційний веб-сайт ДАРТ*. 2022. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
31. Декалюк О.В. Методичні підходи до стратегічного управління готельно-ресторанним бізнесом. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 2. Том 2. С.261-264.
32. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
33. Діагностика стану українського бізнесу під час повномасштабної війни з Росією. Ірпінь: статистичні дані зруйнованої інфраструктури в Україні. 2022. URL: <https://rebuildua.net/irpin>
34. Домінська О.Я., Батьковець Н.О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. URL: 94 file:///C:/Users/%D0%BE%D0%BA%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B0/Dow nl oads/Vlca\_ekon\_2017\_52\_8%20(1).pdf
35. Дослідження INSEAD: Глобальний Індекс Інновацій 2020. URL: [www.gtmarket](http://www.gtmarket).
36. Друкер П. Ф. Бізнес та інновації = Innovation and Entrepreneurship Вільямс, 2007. 423 с.
37. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984\\_0](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_0)
38. Жукова Т. Інновації в готельному бізнесі. Портал готельного бізнесу . URL: <http://www.hotelline.u>
39. Завальнюк В. В. Принципи управління інноваційною діяльністю. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2013. № 5 (1). С. 182–185.
40. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку: монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.
41. Загорянська О.Л. Оцінка конкурентоспроможності екологічних готелів у сучасних умовах господарювання. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 22. С. 662-668.

42. Захаров Г. Державне регулювання якості готельних послуг шляхом їх сертифікації. *Держава та регіони*. 2015. №1 С. 10-15.
43. Іванов А. та Шулепова Є. Хостели та міні-готелі набирають популярність. 2018. URL: <https://rg.ru/2018/12/18/reg-cfo/pochemu-hostely-imini-oteli-nabiraiut-populiarnost.html>
44. Інвестиційна аналітика.  
URL:<https://inventure.com.ua/analytics/investments/gostinichnyj-biznes-v-ukraine:stoitli-investirovat-segodnya>
45. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку: *Монографія: За заг. ред. проф. В.М. Зайцевої. Запоріжжя: Просвіта, 2017. 240 с.*
46. Інфраструктура регіональних ринків туристичних послуг: монографія за ред. Г.О. Горіна. Кривий Ріг : Вид. Р.А. Козлов. 2019. 145 с.
47. Казакова Н. А., Перепелиця А. С., Сідоров М. В. Інноваційний розвиток інформатизації готельного бізнесу в умовах глобалізації світового господарства. *Проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 21–25.
48. Калетнік Г.М., Заболотний Г.М., Козловський С.В. Інноваційні моделі управління стратегічним економічним потенціалом сучасних економічних систем. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. № 4. С. 3-11.
49. Колективні засоби розміщування (2011-2020). Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
50. Колективні засоби розміщування в Україні в 2020 році: стат. зб. Київ : Державна служба статистики України, 2021. 142 с.
51. Корж Н. В., Онищук Н. В. Вплив пандемії COVID-19 на готельну галузь. *Економічний простір*. 2020. №156. С. 140–143. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/552/535>
52. Котлер П., Боуен, Дж., Балоглу С. та Макенс Дж. Маркетинг для гостинності та туризму. 2016. Пірсон, Бостон, Массачусетс, США, 688 с.
53. Кудла Н. Є. Управління якістю в туризмі : підручник. Київ : «Центр учбової літератури», 2015. 328 с.

54. Лисюк Т. В., Терещук О. С. Анімаційна служба готельних підприємств як перспективний напрям інноваційної діяльності в Україні. *Вісник Одеського національного університету*. 2017. Т. 22. Вип. 1. С. 85–88.
55. Лопатюк Р.І. Перспективи розробки, впровадження та застосування інноваційних готельних концепцій. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2021. Вип. 62. С. 112-117.
56. Луцяк В.В., Польова О.Л., Ставська Ю.В., Мостенська Т.Г. Управління бізнес-процесами в ГРС: навчальний посібник. Вінниця: ВНАУ. Вінниця: ТОВ «Твори». 2019. 331 с.
57. Луцяк В.В., Ставська Ю.В., Головня О.М. Луцяк В.В. Стратегічне планування і тактика інноваційної діяльності у ресторанних підприємствах: розроблення функціональних харчових продуктів. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2018. №1(24). С.103-112.
58. Мазур В. С. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. *Журнал Європейської економіки. Тернопільський національний економічний університет*. 2015. Т. 14 (№ 3). С. 273-286.
59. Мазур С. А., Прилуцький А. М. Стан та перспективи розвитку готельно-ресторанної справи в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 2. URL: 10.32702/2307-2105-2019.2.31
60. Майлс Й. Сервісні інновації в ХХІ столітті. Форсайт. 2011. № 2. С. 4-15.
61. Малі готелі: організація роботи та обслуговування. за ред. Н.В. Барна. Київ : Україна, 2012. 336 с.
62. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 472
63. Матвійчук Л.Ю., Кравчук І.М., & Лепкий М.І. Розвиток готельного господарства в структурі туристичних дестинацій України. *Економічний форум*. 2021.1(4), 54-61.URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2021-4-8>



64. Мариняк Я., Стецько Н. Стратегічні напрями розвитку міжнародного туризму в Україні // *Наукові записки*. 2021, № 2. С. 108-120.
65. Мельниченко С., Кудлай Т. Національні готельні мережі на міжнародному ринку. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2017. № 2. С.19-30.
66. Милашко О.Г. Колективні засоби розміщування як об'єкт статистичного вивчення // *Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. наук. праць*. Одеса, 2014. Вип. 2(53). С. 202-206.
67. Михайлова О.П., Брінь П.В. Основні проблеми готельного бізнесу в Україні // *Вісник НТУ «ХПІ»*. Серія: Актуальні проблеми управління та фінансовогосподарської діяльності підприємства. 2012. № 58(964). С.101- 106.
68. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Діяльність 2020. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/MoreDetails?lang=en-GB&id=6a9170af-8e4d-4e4c-bb95fa1ae7f43647&title=activity>
69. Нагорняк Г. С., Малюта Л. Я., Мельник Л. Я., Шерстюк Р. П. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2017. Вип. 1. С. 148–158.
70. Намагаються вижити. Готелі в Україні заповнені на 10–15%. *РБК-Україна*. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/pytayutsya-v-yzhit-oteli-ukrainezapolneny-1657631247.html>
71. На початку війни готельний бізнес України обвалився на 90%. 2022. URL: <https://forbes.ua/company/>
72. Національна економічна стратегія на період до 2030 року: постанова Міністрів України від 03 березня 2021 р. №719. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npras/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179>
73. Ненно І.М., Рудінська О.В., Бушняк Т.І. Сучасні тенденції класифікації послуг та інноваційного розвитку готельних підприємств. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. №3. С.211-216.

74. Нікольська Е., Лепешкін В., Кульгачов І., Попов Л., Романова М. та Лебедев К. Методологічні підходи до оцінки інноваційного потенціалу підприємств готельного бізнесу. *Revista Espacios*. 2018. № 27. URL: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n27/a18v39n27p30.pdf>
75. Нікольська, Е. Інновації, технології в готельній діяльності. *Вісник науки і практики*. 2021. Вип. 4(10), С. 351–359.
76. Оніщук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. №4 (21). С.297-304.
77. Організація готельного господарства: навч.-метод. посіб. / О.І. Коркуна та ін. Львів: Добра справа, 2019. 224 с.
78. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <http://www2.unwto.org/>.
79. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper\\_new.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html)
80. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
81. Офіційний сайт Української Асоціації Готелів та Курортів. URL: <https://uhra.com.ua/>
82. Офіційний сайт Premier Hotel and Resorts. URL: <https://www.phnr.com/ua>
83. Офіційний сайт Ribas Hotels Group. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/>
84. Офіційний сайт Vertex Hotel Group. URL: <https://vertexgroup.com.ua/>
85. Парфіненко А. Ю. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід : монографія / кол. авт.; за ред. А. Ю. Парфіненка. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. С. 280
86. Перспективи розвитку туристичної галузі під час та після карантину. URL: <https://khoda.gov.ua/>
87. Поворознюк І. та Кирилук, І. Перспектива розвитку ринку хостелів в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2019. №4(95). С.113–119.

88. Поворознюк, І. М., Чирва, О. Г., & Малярчук, Н. М. Проблеми розвитку малого готельного бізнесу в Україні. 2021. *Економічні горизонти*. № 12. С. 43-49.
89. Пожуєва Т. О. Роль інновацій та інноваційного мислення у підготовці майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 4. С. 182–185.
90. Похомчикова О. О. Особливості інновацій у сфері послуг (на прикладі індустрії гостинності). *Serwis plus*. 2014. № 4/8. С. 45-52.
91. Пресбітеро А. Як зміни в практиках управління людськими ресурсами впливають на залученість співробітників? Продовжне дослідження в мережі готелів на Філіппінах. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*. 2017. №. 16, pp.56–70.
92. Приймак Н. С., Ніколайчук О. А., Олініченко І. В. Розвиток підприємств готельно-ресторанного бізнесу Дніпропетровської області та напрямки ефективної організації готельного господарства регіону. *Економічний вісник*. 2020. №4. С. 118–125.
93. Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 22 липня 2020 р. № 641: Постанова Кабінету Міністрів України № 1100 від 11 листопада 2020 р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vnesennya-zmindo-postanovi-kabinetu-ministrivukrayini-vid-22-lipnya-2020-1-1100111120>
94. Романова А.А. Управління розвитком туристичної сфери в умовах збройних конфліктів // *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. 2018, № 9. С. 93-104.
95. Рябенюк М. О. Оцінка якості послуг у готелях і ресторанах. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип.52. Ч.2. С.46–51. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/ryabenka2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/ryabenka2.htm)
96. Сажнева Н.М., Арсененко І.А. Актуальні напрями розвитку конкурентоспроможного ринку туризму в Україні // *Український географічний журнал*. 2012, № 1 С. 40-43.

97. Снігур Х. А. Впровадження інноваційних технологій в систему управління персоналом готельного закладу. *Бізнес Інформ*. 2014. № 10. С. 143–147.
98. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах. Київ : Альтепрес, 2009. 447 с.
99. Соловей І.С., Герасимів З.М., Луговий Б.В. Проблеми розвитку в'їзного туризму в Україні // *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. № 2 (79). 2022. С. 53-64.
100. Ставська С. М., Зозульов О. В. Економічна оцінка доцільності впровадження ресурсозберігаючих технологій (на прикладі концепції «інтелектуальна будівля»). URL: [http://economy.kpi.ua/files/files/22\\_kpi\\_2008.pdf](http://economy.kpi.ua/files/files/22_kpi_2008.pdf)
101. Ставська Ю.В. Готельний бізнес в сучасних умовах: актуальні проблеми та тенденції розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 35. С. 284-289.
102. Ставська Ю.В. Особливості та зміст інновацій у сфері гостинності. *Економіки. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2018. Вип. 3' (31). С. 35-46.
103. Ставська Ю.В. Тенденції розвитку готельного господарства України. *Економіка. Фінанси. Право*. 2017. Вип. 8/3. С. 29- 32.
104. Стратегія інноваційного розвитку України на 2020-2030 роки в умовах глобалізаційних викликів (проектів). URL: <http://www.zakon.gov.ua>
105. Ткаченко А.М., Лелі Ю.Г. Проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу в умовах сьогодення // *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 12-1. С. 185-188.
106. Туризм в умовах війни: що відбувається з галуззю й які перспективи на цьогорічний сезон. *Comments.ua*. URL: <https://money.comments.ua/ua/news/economy/turizm-v-umovahviyni-scho-vidbuvaetsya-z-galuzzyu-y-yakiperspektivi-na-cogorichniysezon>
107. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р.» : від 16. 03. 2017 р. № 168р <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>

108. У відпустку після перемоги. Як турбізнес виживає під час війни. РБК-Україна. URL: <https://www.rbc.ua/rus/travel/vidpustkupislya-p-eremogi-k-turbiznes-vizhivae-1663770271.html>
109. Чередниченко А. О., Калинин М. В. Якість надання послуг як ключовий фактор привабливості підприємств готельного господарства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 56. С. 88–96.
110. Шикіна О.В. Аналіз тенденцій міжнародної готельної індустрії. Інфраструктура ринку. Вип. 39. 2020. С. 56-61.
111. Як змінився готельний сервіс під час війни. 2022. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog>
112. Blanchard L., Higgins-Desbiolles F. *Peace through Tourism*. Abingdon: Routledge, 2013. 276 p.
113. Grynko T.V. Organizational culture and image as a factor in the competitiveness of tourism and hotel enterprises / T.V. Grynko, O.P. Krupskyi, I.V. Timar // *National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine: Monograph. – Vol. 3. – Poland: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2016. – P. 252-270.*
114. Eurostat. EU tourism under COVID-19. *Eurostat official website*. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/>
115. Leong A. International Tourism and World Peace. *Journal of Macau University of Science and Technology*. 2008. № 2 (2). P. 38-44.
116. Millennials, attribute-based selling, «rogue» OTAs - what hospitality looks like in 2020. URL: [phocuswire.com/ota-insight-hospitality-forecast-2020](https://phocuswire.com/ota-insight-hospitality-forecast-2020)