

Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола
Відділення сфери послуг

Циклова комісія дисциплін готельно-ресторанної справи та туризму

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни "Організація готельного господарства"

на тему:

«Стан та перспективи розвитку готельного господарства в Україні»

Виконав (ла): ст. гр. Гр-28Б
Калишин Денис Олегович

Науковий керівник:
Муха Роксолана Андріївна

Кількість балів _____

Національна шкала _____

ECTS _____

Члени комісії _____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

Тернопіль-2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	5
1.1. Сутність готельного господарства	5
1.2. Фактори впливу на діяльність закладів готельного господарства.....	9
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ.....	13
2.1. Аналіз тенденцій розвитку готельного господарства в Україні.....	13
2.2. Стан та проблеми функціонування готельно-ресторанного комплексу «Надія»	24
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	Помилка! Закладку не визначено.
ВИСНОВКИ.....	Помилка! Закладку не визначено.
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ:	45
ДОДАТКИ.....	Помилка! Закладку не визначено.

ВСТУП

Війна на території України вплинула на функціонування всіх галузей економіки. Значно постраждала індустрія гостинності, що було спричинено повним крахом туристичного сектора. Особливо вразливою є готельна галузь України, що проявляється у зруйнованості інфраструктури та відсутності отримувачів готельних послуг.

В даних умовах функціонування актуальність досліджуваної теми визначається необхідністю безперервного стратегічної діагностики готелів та дослідження комплексу ключових чинників впливу макро- та мікросередовищ на його роботу.

Метою курсової роботи є розробка рекомендацій щодо удосконалення діяльності підприємств готельного господарства.

Об'єктом дослідження є готельне господарство в Україні та готельно ресторанного комплекс «Надія».

Предметом дослідження є взаємозв'язки та процеси, які виникають в готельному господарстві України.

Завданням дослідження є:

- визначити сутність готельного господарства, його конкурентні переваги;
- дослідити фактори впливу на діяльність готельного господарства;
- здійснити аналіз тенденцій розвитку готельного господарства в Україні;
- дослідити стан та проблеми функціонування готельного комплексу «Надія»;
- визначити рекомендації щодо удосконалення діяльності підприємств готельного господарства як на рівні всієї країни, так і на прикладі підприємства «Надія».

При написанні курсової роботи були використані наступні методи: абстрактно – логічний і аналітико – порівняльний, для послідовного викладення проблематики досліджуваного готелю; графічні методи для візуального зображення результатів дослідження; порівняльний і структурний аналіз було використано для відображення фінансової звітності готелю, системний аналіз було застосовано для аналізу структурних зв'язків між змінними або елементами досліджуваної системи.

Інформаційна база: теоретичною базою дослідження є монографічні матеріали; вітчизняні і закордонні праці в галузі стратегічного аналізу, методологічні основи стратегічної діагностики, статистичні дані, звітність підприємства готельного господарства.

Курсова робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку джерел інформації та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Сутність готельного господарства

Важливим елементом туризму є готельний менеджмент. Розвиток внутрішнього і зовнішнього туризму багато в чому пов'язаний з рівнем матеріально-технічної бази, розгалуженістю і різноманітністю мереж, якістю послуг готельного господарства. Саме готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів: забезпечують їх сучасним житловим і побутовим обслуговуванням.

Звідси випливає важливість етапу вивчення змісту терміну «готельне господарство». Глибоке теоретичне розуміння цього питання сприяє ефективній організації занять, розвитку матеріально-технічної бази, належному кадровому забезпеченню та повному задоволенню потреб туристів.

Сутність готельного господарства полягає у забезпеченні комфортного і зручного перебування гостей, задоволенні їхніх потреб і бажань, а також забезпеченні якісних гостинних послуг. Готельні підприємства намагаються створити приємну атмосферу, де гості можуть відпочити, працювати чи проводити свій час.

Основні функції готельного господарства включають надання тимчасового проживання, харчування, конференц-послуг, організацію дозвілля та розваг, послуги з організації подій та забезпечення комфортного середовища для гостей. Важливим аспектом є також забезпечення безпеки та захисту прав гостей.[16]

Спочатку термін «готельне господарство» означав господарську діяльність, що полягає у виробництві та наданні платних послуг розміщення. Тоді, разом зі зростанням запитів туристів і прагненням готелів збільшити комплексність послуг, послуги розміщення стали доповнюватися послугами, пов'язаними з продажем їжі та напоїв. Це дає підстави розглядати готельне

господарство у двох сферах діяльності, а саме в широкому та вузькому її розумінні. У першому випадку готельне господарство включає дві основні групи послуг - розміщення та харчування, у другому - тільки проживання.

За кордоном багато авторів досліджували поняття «готель». Так, М. Готьє визначив «бізнес гостинності» як сукупність видів діяльності, які пропонують власні послуги та блага, які забезпечують людині матеріальні умови - проживання та харчування. Це стосується, як пояснює автор, послуг, які необхідні громадянину під час виїзду з постійного місця проживання у службових чи сімейних цілях, а все частіше – під час відпочинку [2; 6].

Прискорений розвиток туризму та бажання отримати більший дохід, а також зростаюча платоспроможність клієнта сприяли розширенню та диверсифікації готельного бізнесу. До перших двох груп послуг додано №-В1 Додаткові послуги для ділових зустрічей, лікування, розваг і т. д. Це призводить до збагачення змісту терміну «готельний менеджмент», який разом з основними послугами, включає додаткові послуги (спортивні, медичні, посередницькі, комунально-побутові та ін.). Водночас готельне господарство вже надає послуги не лише власного виробництва, а й інших галузей економіки.

Термін «готельний бізнес» спочатку використовувався для опису діяльності готелів. Надалі цей бізнес розширився і тепер включає кемпінги, мотелі, туристичні бази, будинки відпочинку і т. д. Таким чином, готель був першим великим типом підприємства для розміщення туристів, що дало назву всій галузі.

Є й інші заклади розміщення, які не належать до індустрії гостинності. Це будинки відпочинку, санаторії, пансіонати, дитячі табори, дитячі садки і т. д. [18] Вони не є частиною готельного господарства, оскільки розміщення не є основним видом діяльності, ціни на тут низькі і, як правило, близькі до собівартості.

Готельне господарство надзвичайно важливий у сфері туризму, і є його важливою складовою, оскільки воно виконує низку надзвичайно важливих

функцій і є одним із найважливіших елементів при побудові туристичної інфраструктури. Готельне господарство є частиною соціальної інфраструктури регіону, яка створює сприятливі умови для пересування та розміщення населення. З розвитком готельного господарства тісно пов'язаний розвиток туризму в будь-якій місцевості, поліпшення трудових відносин, а також промислових справ. Якщо взяти до уваги досвід інших країн, то можна побачити позитивний вплив готельного господарства, яке в свою чергу надає належні послуги населенню, адже галузь потребує залучення населення до діяльності, забезпечує робочі місця, умови для проживання. Постійна конкуренція забезпечує їм прибуткову роботу. Також в Україні розвиток готельного господарства є дуже важливим елементом політики соціальної держави, оскільки сприятиме збільшенню руху людей.

Туристи та інші верстви населення обслуговуються готелями різних типів, а саме: закладами відпочинку (пансіонати, пансіонати, бази відпочинку, будинки), мотелями, спеціалізованими установами (автомобілі для проживання, молодіжні табори та бази відпочинку, кемпінги) і медичні заклади (санаторії-профілакторії), пансіонати з лікуванням, санаторії). Розвиток готельного господарства розвивається дуже динамічно, зростають і фінансові надходження, в тому числі валютні.

Важливою складовою світової готельної індустрії є готельне господарство України. Все це пов'язано з певними факторами, такими як зручне географічне розташування, близькість до європейських країн, оскільки Україна є центральноєвропейською країною, що в свою чергу дає розвиток ділового туризму в поєднанні з розвитком українського бізнесу та провокує розвиток готельного господарства, щоб рівень обслуговування відповідав європейським стандартам.

Обслуговування номерів і надання гостинних послуг є важливими в індустрії гостинності. Готельний сервіс включає специфічні послуги для туристів, які є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму в Україні [2; 3]. Готельне обслуговування - це діяльність підприємства

розміщення, що полягає в наданні номера для тимчасового проживання в готелі. З іншого боку, готельні послуги є складовою сфери послуг і поділяються на конкретні етапи надання цих послуг.

Також готельні послуги мають свої особливості, до яких відносяться: мінливість якості, нерозривність виробництва та споживання, неможливість зберігання.

Готельні послуги можна поділити на основні та додаткові. До основних відноситься загальна кількість готельних послуг, а саме: користування обладнанням номерів, наприклад, холодильником або телевізором, послуги з харчування та послуги з розміщення. В основному це послуги, включені у вартість номера, які надаються згідно з договором.

До додаткових послуг відносяться послуги, що надаються готелем за додаткову плату та передбачені окремим договором. Це можуть бути такі послуги, як: прання, прасування одягу, надання місць для паркування автомобіля, спа-послуги, перукарські послуги, прокат різного обладнання та інші. Також забороняється надавати гостю додаткові послуги без його запиту, і якщо готель виконав послуги, він не повинен вимагати їх оплати, а якщо гість їх оплатив, готель повинен повернути йому ці кошти. Проте готель повинен надати гостю низку послуг (надання відповідного обладнання, виклик швидкої допомоги, пробудження у вказаний гостем час та ведення кореспонденції) для гостя безкоштовно.

Сфера послуг залежить від ряду специфічних факторів, до яких належать: економічні (рівень доходів, ціни), науково-технічні, психологічні, соціально-демократичні. А також виконує ряд функцій, серед яких:

- економічна (підтримка процесу виробництва, відтворення робочої сили, створення додаткових матеріальних благ),
- соціальна (задоволення потреб населення в різних видах послуг, забезпечення величини витрат і вдосконалення робочої сили).

Усе це в комплексі становить готельну індустрію та громадське харчування, адже це комплексна послуга, яка веде до створення гарного

іміджу компанії. Найкращим показником гостинності є вторинне використання послуги. Гостинність також має свої особливості, серед яких виділяють: гуманітарну (емоційне задоволення клієнтів), технологічну (матеріально-технічний стан), функціональну (якість обслуговування споживачів), комерційну (заробіток, дотримання економічних принципів). Передбачається, що це самостійна галузь економіки, яка складається із сукупності функцій і галузей, у результаті яких має бути повністю задоволений попит на різні види розваг і відпочинку [4].

При наданні готельних послуг важливе значення має комплексне поняття – «культура обслуговування», оскільки вона свідчить про рівень фізичного та психічного комфорту. Однак, не менш важливим є поняття «якості обслуговування», яке представляє ступінь зручності обслуговування, сукупність властивостей, які можуть повністю задовольнити потреби гостя. На якість також впливають зовнішні та внутрішні фактори. До зовнішніх належать: державна політика у сфері туризму, структура готельного господарства, територіальне розміщення підприємств готельного господарства. Мова йде як про зовнішню кадрову політику, так і про матеріально-технічну базу готелю.

Тому готельний менеджмент є надзвичайно важливою складовою в туристичній сфері та інфраструктурі, і в свою чергу має ряд факторів, які впливають на якість готельних послуг та оцінку їх якості.

1.2. Фактори впливу на діяльність закладів готельного господарства

В сучасних умовах динамічного розвитку готельних мереж на їх стан і перспективи впливає багато факторів як зовнішнього, так і внутрішнього характеру. Готельна мережа, як організація у сфері готельно-туристичної діяльності, є відкритою системою, вона перебуває в постійній взаємодії із зовнішнім середовищем і має з ним зворотній зв'язок. Для ефективного функціонування вона повинна вивчати зміни в навколишньому середовищі,

аналізувати їх і відповідним чином реагувати на них [3], тому особливого значення набуває аналіз факторів, що впливають на роботу готельних мереж.

Усі фактори, що впливають на стан і розвиток готельних мереж, можна розділити на дві групи: зовнішні фактори та особисті мотиваційні фактори.

Зовнішні фактори – це сили найзагальнішого характеру, які впливають на галузь із зовнішнього середовища, до того ж вони практично не контролюються та не піддаються впливу [1]. У свою чергу, зовнішні чинники поділяються на дві групи, тобто дві самостійні підсистеми: фактори непрямої та прямої дії [3] або макросередовища (фактори загального плану) та безпосереднього середовища [2].

Фактори непрямої дії – це ті, які впливають на діяльність організації не прямо, а опосередковано, тобто через певні механізми та взаємозв'язки. У більшості випадків макросередовище не є специфічним для однієї готельної мережі. Проте кожен з них відчуває свій вплив і не може його контролювати [2]. Для готельних мереж, що працюють на внутрішньому ринку, до групи непрямих факторів входять: науково-технічні, економічні, політико-правові, соціально-культурні, міжнародні, природні та демографічні фактори.

Науково-технічний фактор. Технологічні інновації впливають на ефективність виробництва та надання послуг у готельно-ресторанному господарстві. Технологічні досягнення значною мірою доступні всім конкурентам, що призводить до підвищення рівня конкуренції в усіх сферах діяльності [3].

Економічний фактор. Зміст впливу економічного чинника залежить насамперед від впроваджуваної в країні політичної системи та загального стану економіки, який визначається такими показниками, як: рівень інфляції та безробіття, курс національної валюти, рівень безробіття, рівень інфляції та процентна ставка банку, ставка податку тощо [3].

Вивчення політико-правових умов макросередовища має проводитися насамперед для отримання чіткої картини намірів органів державної влади та

управління щодо розвитку суспільства та шляхів реалізації державної політики [2] .

Соціокультурний чинник – це фактор, який визначає формування та сприйняття цінностей, смаків, традицій і соціальних норм. У готельному та громадському бізнесі домінуючу роль відіграють норми, прийняті в суспільстві країни, де знаходиться підприємство, і країн, представників яких підприємство обслуговує [3].

Міжнародний фактор має особливе значення для підприємств готельних мереж, діяльність яких пов'язана з обслуговуванням іноземців.

Природні чинники є найважливішим елементом мотивації клієнтів до подорожі та залучення туристів до певного регіону чи країни [2].

Дослідження демографічних факторів макросередовища здійснюється в рамках аналізу ринкових можливостей готельної мережі. Маркетинг повинен враховувати питання, пов'язані з чисельністю населення, його розподілом по окремих країнах і регіонах, віковою структурою з розбивкою на працездатне населення, студентів і пенсіонерів.

Фактори прямої дії (безпосереднього оточення) – це ті, які безпосередньо впливають на діяльність організації. Безпосереднє оточення представлено тими елементами зовнішнього середовища, з якими готельна мережа безпосередньо взаємодіє. До них належать споживачі послуг, суміжні галузі, конкуренти, контактні клієнти та постачальники.

Споживачами послуг є фізичні та юридичні особи, які купують і користуються послугами готельно-ресторанних підприємств. Фінансовий стан підприємства залежить від його здатності розпізнати та опанувати конкретний споживчий ринок для реалізації послуг, які воно виробляє [3].

Важливим фактором прямої дії є діяльність конкурентів, підприємств, які беруть участь у постійній конкуренції за контроль над споживчим ринком. Знання про якість послуг конкурентів складаються з такої інформації, як категорія, кількість і розмір номерів [4].

Друга група факторів, що впливають на стан і розвиток готельних мереж, це фактори особистої мотивації. Вони являють собою досить складну групу факторів суб'єктивного характеру, які діють переважно комплексно і мають значний вплив на вибір споживачів. Ця група факторів включає підгрупи[1]:

1. Соціально-демографічний;
2. Соціально-економічний;
3. Мотиваційний;
4. Поведінковий.

До підгрупи соціально-демографічних факторів належать: кількість споживачів, загальна кількість сімей та їх чисельний склад, етапи життєвого циклу сім'ї, рівень освіти споживачів, національність, релігійна приналежність тощо [1].

До підгрупи соціально-економічних факторів відносяться: загальна місткість ринку готельних послуг, загальний грошовий дохід споживачів, кількість вихідних днів, тривалість оплачуваної відпустки, загальна структура доходів і витрат споживачів, у тому числі видатків на відпочинок і подорожі.

Велике значення має підгрупа мотиваційних факторів, які власне формують споживчу поведінку. До факторів мотивації відносяться: тип особистості, ролі та соціальний статус, споживацька ментальність, тип темпераменту, спосіб життя, ціннісні орієнтації.

Підгрупа поведінкових факторів об'єднує фактори, що впливають на поведінку споживачів при виборі та споживанні продуктів і послуг готельного господарства. Він включає: ступінь обізнаності споживачів про товари та послуги, ставлення до товарів і реакцію на їх споживання, статус користувача [1].

Отже, можна зробити висновок, що вивчення факторів впливу на стан і розвиток готельних мереж є невід'ємним елементом їх діяльності, оскільки вони перебувають у постійній взаємодії із зовнішнім середовищем і мають з ним зворотний зв'язок.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз тенденцій розвитку готельного господарства в Україні

Сьогодні готельне господарство є найбільш затребуваною та динамічною галузю української економіки, яка може приносити реальний прибуток. Враховуючи сучасні тенденції розвитку галузі, інновації та комфорт у готельному бізнесі відіграють чи не головну роль у висококонкурентній боротьбі готелів за кожного клієнта. Використання новітніх технологій дозволяє підвищити ефективність фінансово-господарської діяльності, знайти нові резерви підвищення якості послуг, ефективно захистити готельні номери та майно гостей, надати нові готельні послуги.

Основними завданнями у сфері готельного бізнесу, згідно міжнародних стандартів, повинно стати створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, пошук нових шляхів розвитку, оновлення власної політики з урахуванням специфіки ринку готельних послуг[20, с. 185].

Дослідження обсягів інвестицій в основний капітал туристичних регіонів України свідчить, що у 2020 році понад 78% загального обсягу капітальних інвестицій спрямовано на розвиток готелів та інших місць короткострокового розміщення; 14% - на розвиток ресторанів і готелів у Києві, Київській, Одеській та Львівській областях; У 2021 році ситуація майже не змінилася: 79% капітальних інвестицій спрямовано на розвиток готельно-ресторанного бізнесу, особливо готельних підприємств [9].

За останні роки, значно зросла кількість «внутрішніх» туристів, зокрема завдяки сімейним поїздкам та поєднанню ділових поїздок із відпочинком. Водночас у регіонах України зменшилась кількість діючих підприємств, що надають готельні та ресторанный послуги. Це пов'язано з продовженням військових дій на сході України та тимчасово окупованих територіях, а також анексією Криму з його унікальним природно-рекреаційним потенціалом.

Економічним фактором є висока конкуренція, яка є умовою активізації внутрішнього туризму та впровадження інновацій.

Що стосується перспективних регіонів розвитку, то тут відбувається поступовий зсув у бік об'єктів туристичної інфраструктури та рекреаційно-туристичного господарства країни, зокрема регіональних курортів.

Основні напрямки – Одеська, Миколаївська, Херсонська та Запорізька області. Із західних областей це Карпатський і Поліський рекреаційні райони. Про це свідчать численні повідомлення в ЗМІ, які інформують про збільшення туристичних потоків у ці регіони. Така тенденція не може не вплинути на одночасне надходження коштів від активізації туристичного бізнесу, який перемістив свої бажання в конкретні регіони, та рівень доходів місцевих бюджетів [10].

Аналізуючи туристичні потоки в окремих регіонах, помітимо, що іноземні туристичні потоки переважають у Київській, Одеській та Львівській областях. На Закарпатті за останні 3 роки вдвічі зросла кількість іноземних туристів. У деяких регіонах (Рівненська, Тернопільська, Черкаська, Херсонська, Миколаївська області) за останні роки зовсім не було іноземних туристів. Причиною цього є недостатній рівень розвитку фінансових послуг і комунікаційних систем, самої туристичної інфраструктури, а також низька якість послуг, що надаються, відсутність маркетингових стратегій, спрямованих на розвиток готельного господарства, відсутність навченого персоналу [12].

Розподіл готельних підприємств, що надають послуги з тимчасового розміщення та харчування в Україні, є нерівномірним за регіонами, але враховуючи кліматичне та географічне положення регіонів та наявність відомої культурної спадщини, це цілком виправдано.

Таблиця 2.1

Розподіл областей України за основними регіонами

Назва регіону та віднесених до нього територій				
Центральний	Північний	Західний	Південний	Східний
Вінницька	Житомирська	Волинська	Запорізька	Харківська
Дніпропетровська	Київська	Закарпатська	Миколаївська	-

Продовження таблиці 2.1

Кіровоградська	м. Київ	Івано-Франківська	Одеська	-
Полтавська	Сумська	Львівська	Херсонська	Донецька
Хмельницька	Чернігівська	Рівненська	-	Луганська
Черкаська	-	Тернопільська	-	-
-	-	Чернівецька	-	-

За останні 3-5 років готелі та інші засоби розміщення в Україні дещо змінили позицію розвитку, що відобразилося в зменшенні на 7-12% кількості санаторіїв і пансіонатів з лікуванням. Хоча у 2020-2021 роках ця тенденція впала до 1,5-2,6%. Кількість профілакторіїв зменшилася на 30%, і вони здебільшого використовуються лише як місця проживання [18].

З 2015 року кількість готелів стабільно зростає, в основному за рахунок апартаментів, міні-готелів. Також поступово зростає кількість дешевих закладів розміщення (хостели та некатегорійовані готелі).

Їхніми послугами користуються динамічні, невибагливі туристи, переважно молодь або бізнес-мандрівники, оскільки кількість хостелів, де вони зупинялися, поступово зменшується.

Розподіл бази розміщення за регіонами нерівномірний і відповідає економіко-географічному положенню, ступеню розвитку транспортної мережі та інфраструктури, природно-кліматичним умовам, наявності цікавих для відвідування місць: пам'яток природи, архітектури, історії і культури.

Слід зазначити, що не в усіх регіонах України достатньо розвинені маркетингові засоби залучення туристів; інформація про багато видів послуг в

індустрії гостинності недостатня або відсутня, оскільки спектр послуг дуже обмежений.

Про недостатнє використання маркетингових заходів свідчить той факт, що на основних туристичних порталах інформація про заклади розміщення значно скромніша, а інформація доступна лише щодо половини підприємств готельного господарства. Так, на відомому міжнародному інтернет-ресурсі Booking.com доступна інформація лише про половину підприємств по всій Україні, порівняно з інформацією Державної служби статистики України.

Аналіз розподілу місць розміщення за Інтернет-ресурсами [9] показує, що лише у Львівській, Київській (за рахунок м. Києва), Одеській та Харківській областях є відомості про 70-85% засобів розміщення. Це свідчить про непередуманість маркетингових стратегій або їх повну відсутність [9].

Туристичний бізнес як складова господарського комплексу країни характеризується певними властивостями та функціями:

- має власну виробничо-сервісну галузь для туристів;
- створює туристичні послуги, створює туристичний продукт та реалізує їх;
- створює ринок туристичних послуг різної складності;
- це сфера, де робочі місця створюються дешево і забезпечують високий рівень продуктивності та швидку віддачу інвестицій;
- виступає мультиплікатором зростання національного доходу, валового внутрішнього (внутрішнього) продукту, зайнятості, розвитку місцевої інфраструктури та підвищення рівня життя;
- має перевагу в процесах інтеграції та глобалізації, що відбуваються у світі.

Головною особливістю туризму є його вплив на економічний розвиток регіону, країни та світу. Україна має всі необхідні умови для інтенсивного розвитку в'їзного та виїзного туризму. Маючи вигідне геополітичне розташування, Україна має багато переваг у галузі туризму, а саме:

туристично-рекреаційний потенціал, сприятливий клімат, культурно-історичні пам'ятки та туристична галузь, що швидко розвивається.[19]

Розвиток туризму в Україні безпосередньо залежить від таких галузей економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та туризм. Туризм вважається однією з провідних галузей у галузі реструктуризації економіки [9].

Є всі умови для розвитку туристичної галузі в Україні. Таким чином, маючи вигідне геополітичне розташування, Україна має великий рекреаційний потенціал: сприятливі кліматичні умови, різноманітна топографія, мережа зв'язку та культурна спадщина. Крім того, Україна все більше розробляє нові маршрути, розвиває готельну інфраструктуру, підвищує рівень послуг та збільшує туристичний рух до туристичних напрямків. Разом ці умови також сприяють динамічному розвитку туризму в Україні, про що свідчить аналіз туристичних потоків, наведений у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Туристичні потоки в Україні за 2015-2021 роки [9]

Роки	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, усього осіб	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон, усього осіб	Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України, усього осіб	Із загальної кількості туристів		
				Іноземні туристи, млн.осіб	Туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	Внутрішні туристи, млн.осіб
2016	21 415 296	19 773 143	2 199 977	234 271	1 250 068	715 638
2017	23 012 823	21 432 836	3 000 696	270 064	1 956 662	773 970
2018	24 671 227	23 761 287	3 454 316	232 311	2 519 390	702 615
2019	12 711 507	22 437 671	2 425 089	17 070	2 085 273	322 746
2020	12 428 286	23 141 646	2 019 576	15 159	1 647 390	357 027
2021	13 333 096	24 668 233	2 549 606	35 071	2 060 974	453 561

Аналіз динаміки туризму у світі показав, що успіх туристичної галузі в одних країнах, а невдача в інших залежить від наявності або відсутності привабливих туристичних ресурсів, чистого навколишнього середовища, інфраструктури та розваг, а також рівень послуг. Як показано в таблиці 1, в 2014-2016 роках в Україні спостерігався динамічний розвиток в'їзного туризму, відносно посилений розвиток виїзного туризму та стабільна динаміка внутрішніх потоків, що може свідчити про зростання конкурентоспроможності України на міжнародній арені.

В Україні багато туристичних компаній орієнтуються на виїзний туризм, тобто направляють українців на поїздки на іноземні курорти. Як результат, кількість людей, що виїжджають за межі країни, значно перевищує кількість людей, які відвідують нашу країну, що є одним із факторів, що негативно впливають на формування бюджету нашої країни.

Основним завданням туристичної галузі є організація комфортних та якісних вимог стимулювання туристів. Дотримання вимог гарантує ефективність їх діяльності на ринках різного рівня. Туристична галузь функціонує та розвивається відповідно до туристичної політики країни. Функціями підприємств туристичної галузі є створення, реалізація та організація споживання послуг та товарів для туризму, виробництво туристичної продукції. Індустрія туризму включає підприємства, що надають готельні та транспортні послуги, а також підприємства, що створюють комплексний туристичний продукт та організовують його споживання (туроператори та туристичні агенції).

Однією з найважливіших особливостей туризму як об'єкта управління є те, що туризм є специфічною формою людської діяльності. Тому при розробці системи управління туристичним підприємством необхідно враховувати характеристики туристичних послуг та туристичного продукту.

Ефективне функціонування готельного господарства є показником позитивних змін в економіці держави, важливою умовою активізації міжнародних зв'язків та інтеграції країни у світове співтовариство.

Загальновизнано, що готельне господарство стає елементом інфраструктури, визначальним фактором облаштування соціального простору в межах міста, культурних, ділових і виробничих об'єктів. За економічною спрямованістю готель є комерційним виробництвом, яке пропонує на ринок свій продукт у вигляді комплексу послуг. Специфіка послуг, на відміну від матеріального виробництва, полягає в тому, що виконання послуги відбувається в безпосередньому контакті між споживачем і виконавцем; задоволеність послугою перетворюється на задоволення безпосереднього запиту клієнта; попит на готельні послуги схильний до сезонних коливань. Остання враховує постійні та змінні витрати підприємства. Спостерігається сезонність у зростанні обслуговуючого персоналу, який з цієї причини найчастіше не стає патріотом готелю, не зацікавлений у кращому обслуговуванні клієнтів [4, с. 66].

На думку вітчизняних науковців, безперебійне функціонування готельного господарства країни є показником позитивних змін в економіці та передумовою інтеграції України у світове співтовариство. Пріоритетним напрямком розвитку сфери готельних послуг є технологія обслуговування на основі впровадження міжнародних стандартів.

Конкурентоспроможність готельних послуг є синтетичним показником, що відображає ступінь ефективності зовнішніх і внутрішніх факторів, серед яких на перший план виходять: ціна, якість, новизна, наукоємність і інтелектуальність послуги, і впливає на успішне функціонування будь-якого підприємства готельного господарства [6, с.255].

Інвестиційний клімат у нашій країні через політичну нестабільність, війни та високий ризик не викликає ще більшої довіри у іноземних інвесторів. При цьому іноземних готельних операторів на українському ринку приваблює відносно швидка окупність інвестицій: за оцінками експертів, термін окупності майже вдвічі менший, ніж, скажімо, у Європі. Рентабельність українських готелів досить висока. Ця бізнес-ніша ще не заповнена. При всьому ризику інвестиції в цю сферу здаються досить привабливими. В

таблиці 2.3 представлено динаміку основних показників колективних засобів розміщування.

Як видно з таблиці 2.3 готелів та аналогічних засобів розміщування за останні роки значно більше, ніж спеціалізованих засобів розміщування, наприклад у 2021 році їх буи на 137,13% більше, а в 2022 знизилось до 133%.

Аналіз динаміки туризму у світі показав, що успіх туристичної галузі в одних країнах, а невдача в інших залежить від наявності або відсутності привабливих туристичних ресурсів, чистого навколишнього середовища, інфраструктури та розваг, а також рівень послуг.

Таблиця 2.3

Динаміка основних показників колективних засобів розміщування

Роки	Кількість колективних засобів розміщування			Відхилення	
	Усього	У тому числі:		Абсолютне	Відносне
		Готелів та аналогічних засобів розміщування	Спеціалізованих засобів розміщування		
2018	5882	3162	2720	442	116,25
2019	6041	3144	2897	247	108,52
2020	6411	3582	2829	753	126,61
2021	4572	2644	1928	716	137,13
2022	4341	2478	1863	615	133

Джерело: розроблено автором на основі [11]

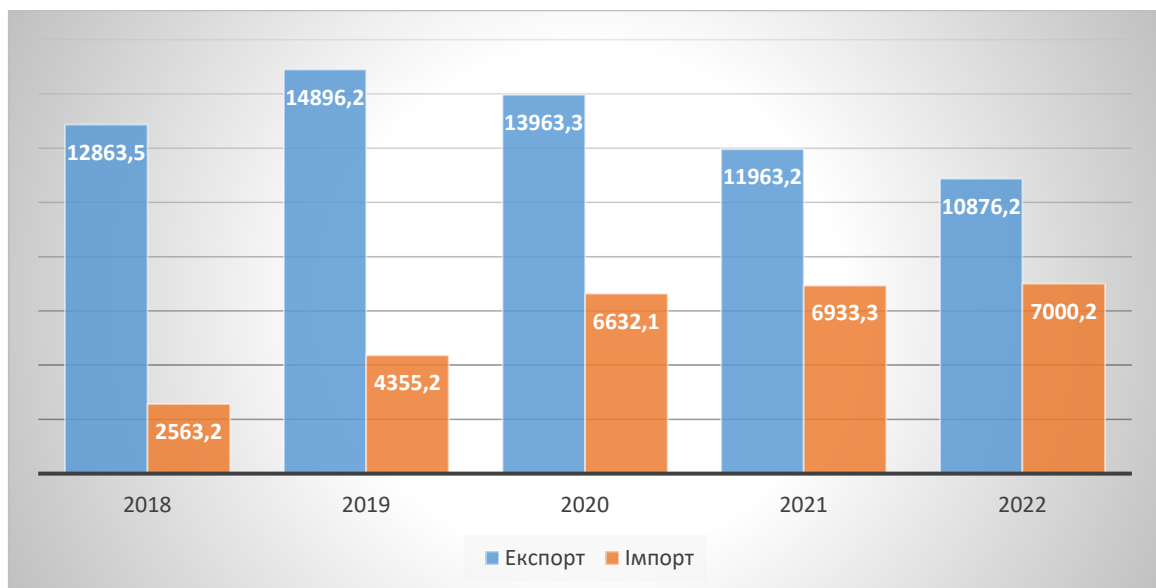


Рисунок 2.1. Аналіз експорту та імпорту послуг приватним особам, культурних та рекреаційних [9]

Як видно з рисунку 2.1, що кожного року збільшувався імпорт послуг приватним особам, культурних та рекреаційних, це демонструє збільшення попиту та туристичної привабливості України.

В Україні багато туристичних компаній орієнтуються на виїзний туризм, тобто направляють українців на поїздки на іноземні курорти. Як результат, кількість людей, що виїжджають за межі країни, значно перевищує кількість людей, які відвідують нашу країну, що є одним із факторів, що негативно впливають на формування бюджету нашої країни.

Необхідно провести дослідження послуг пов'язаних з річними обсягами зовнішньої торгівлі туристичними послугами України (рис. 2.2).

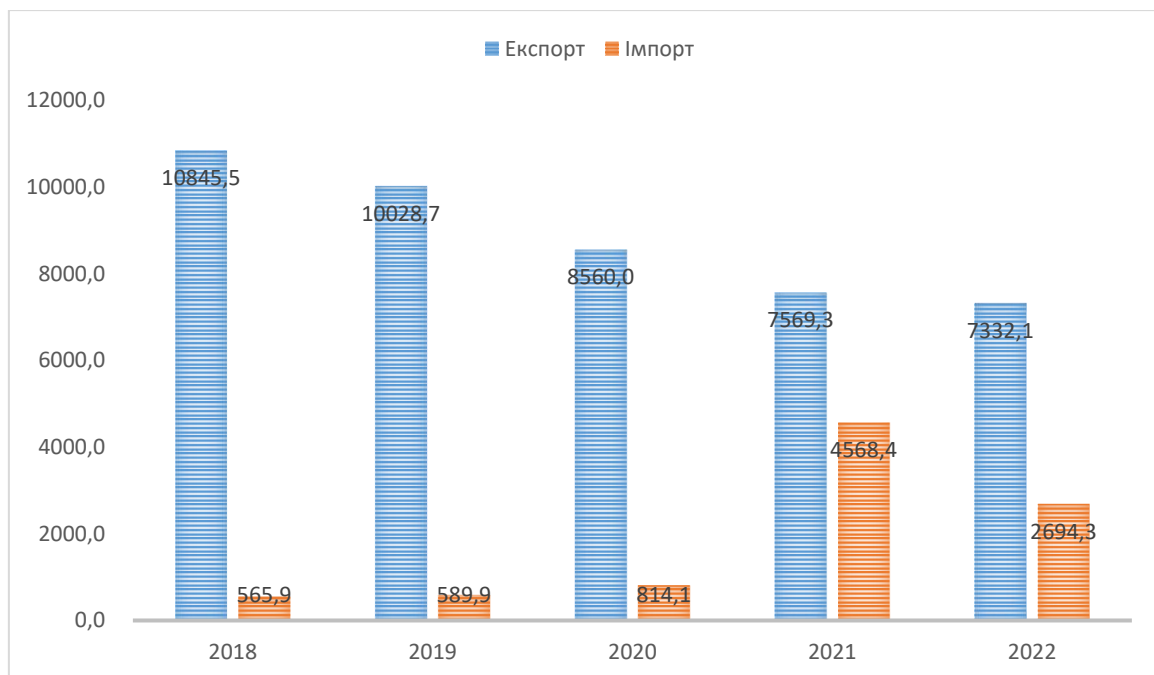


Рисунок 2.2 - Річні обсяги зовнішньої торгівлі туристичними послугами України, тис. дол. [9]

Засоби розміщення туристів та відпочиваючих на 620 тисяч. Місця, але їм потрібні радикальні зміни, які відповідатимуть міжнародним стандартам. Більше того, рекреаційні зони, культурні та архітектурні пам'ятки України повинні бути у відповідному стані.

Основним завданням туристичної галузі є організація комфортних та якісних вимог стимулювання туристів. Дотримання вимог гарантує ефективність їх діяльності на ринках різного рівня. Туристична галузь функціонує та розвивається відповідно до туристичної політики країни. Функціями підприємств туристичної галузі є створення, реалізація та організація споживання послуг та товарів для туризму, виробництво туристичної продукції. Індустрія туризму включає підприємства, що надають готельні та транспортні послуги, а також підприємства, що створюють комплексний туристичний продукт та організовують його споживання (туроператори та туристичні агенції).

Серед сучасних тенденцій розвитку готельного бізнесу в Україні дослідники виділяють:

- поглиблення спеціалізації готельно-ресторанних пропозицій;
- створення міжнародних мереж готелів і ресторанів;
- розвиток мереж малого бізнесу;
- впровадження в промисловість нових комп'ютерних технологій [1, с. 126].

Однак, незважаючи на те, що сфера послуг розвивається в нашій країні все більше і більше, розвиток і функціонування готельного господарства ускладнюється низкою проблем:

1. Недостатня кількість готелів через значні бар'єри входу на ринок готельних послуг в Україні. Усе це перешкоджає розвитку готельної індустрії, виходу на вітчизняний ринок відомих готельних операторів та створенню національних готельних мереж, здатних надати належний рівень обслуговування вимогливим туристам з усього світу.

2. Неадекватність цін рівню якості готельних послуг, що зумовлено неналежним регулюванням цієї сфери з боку держави (відсутність державного органу з обліку готелів та інших засобів розміщення, регулювання та контролю за їх діяльністю) та низькою диверсифікацією готельних послуг

(нерозвиненість мережі хостелів, мотелів), кемпінги, заклади розміщення, пансіонати тощо).

3. Низький рівень конкуренції на готельному ринку внаслідок відсутності корпоративних стандартів управління якістю готельних послуг. Український готельний ринок характеризується незадоволеним попитом і обмеженою пропозицією як з боку іноземних готельних мереж, так і українських готельєрів.

4. Відсутність розвиненої та офіційно зареєстрованої мережі альтернативних методів економічного проживання.

5. Недостатня кількість і неналежний рівень підготовки кадрів для готельного господарства.

6. Обмеження практики використання електронних та автоматичних систем бронювання готельних номерів та новітніх технологій у процесі надання послуг у готелях та інших засобах розміщення.

7. Проблема заповнюваності та підтримання високої якості готелів та інших засобів розміщення [2, с. 323].

Зараз в готельному господарстві України існує чимало проблем: нерозвиненість готельних мереж, відсутність готелів середньої цінової категорії, брак кваліфікованих спеціалістів, законодавчі недоліки тощо. Проте це поступово долається, компанії розвиваються, засвоюючи досвід західних партнерів, які в свою чергу виходять на український ринок і рівень надання послуг зростає. Розвиток готельного господарства стимулює розвиток інших сфер: транспорту, торгівлі, будівництва, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, сфери послуг та ін. В середньому на кожні 10 туристів, які проживають у готелі, припадає близько трьох робочих місць безпосередньо і дві роботи, опосередковано пов'язані з обслуговуванням (відрядження співробітників офісу, транспортних компаній тощо) [3].

2.2. Стан та проблеми функціонування готельного комплексу

Для кращого розуміння особливостей функціонування готельних закладів України необхідно провести аналіз конкретного підприємства, зокрема готельного господарства «Надія».

«Надія» – це найбільший готель Івано-Франківська та області. В готелі 244 номери різних категорій, які можуть вмістити 380 гостей. [14]

Для ділових людей, є всі необхідні умови для плідної праці: Інтернет, безкоштовний Wi-Fi, сучасний бізнес-центр з усім необхідним обладнанням, авто в оренду, послуги перекладачів.

У готельних номерах є все необхідне для комфортного відпочинку:

В готелі "Надія" є:[17]

- 244 номери (380 місць), безкоштовний Wi-Fi, сніданок - шведська лінія
- автостоянка на 150 місць (охороняється цілодобово)
- конференц-зал, оснащений сучасним обладнанням
- бізнес-центр
- ресторан "Надія" - зал "Національний", зал "Європейський", зал "Банкетний", тераса-гриль
- виїзне обслуговування
- салон краси
- магазин гурманів "Делікатес"
- подарунковий магазин "Для тебе"
- туристична фірма "Надія" (цікаві екскурсії по місту та області, відпочинок за кордоном)
- послуги перекладачів
- організація трансферів
- прокат машин

Комфортна температура в номерах готеля знаходиться в діапазоні від 20°C до 22°C. Це температура, яка сприяє зручному перебуванню гостей і не перегріває або не охолоджує приміщення надто сильно.

Таблиця 2.4

Надання послуг готелем «Надія» [22]

Параметри	Од. виміру	Значення
Час роботи		
Кількість робочих днів	Дн./міс.	30
Пропускна спроможність		
Кількість місць		90
Планована заповнюваність	Люд./дн.	320
% відвідувачів замовляє спиртні напої	%	50%

Продовження таблиці 2.4

Планована заповнюваність	Люд./міс.	9600
Термін виходу на плановану заповнюваність	Міс.	6
Стартова заповнюваність ресторану як% від планованої	%	12%
виробничі площі		
Площа зони для прийому відвідувачів	М²	800
Площа робочої зони	М²	120

Організаційна структура підприємства - готелю «Надія» подана на рис. 2.3.

Директор здійснює загальне керівництво виробничо-господарської діяльності підприємства. Несе повну відповідальність за прийняті управлінські рішення, за ефективність діяльності підприємства та збереження майна.

Департамент найму – займається організацією відбору, набору та найму персоналу необхідної кваліфікації і в необхідному обсязі; створює ефективні системи штатних співробітників; розробляє кар'єрні плани працівників; розробляє кадрові технології.



Рисунок 2.3. Організаційна структура готельного підприємства «Надія»

В готелі «Надія» функціонує багато відділів, які виконують певні функції згідно положень про підрозділи. Форми реалізації функцій управління на підприємстві наступні:[13]

1. Адміністративна (керівництво готелю): визначення загальних напрямків політики підприємства у рамках поставлених цілей та задач, прийняття рішень, які орієнтовані на певний сегмент ринку, що спрямовані на задоволення потреб споживачів, вирішують питання, пов'язані з фінансовою політикою та економічним управлінням.

2. Операційна – служба прийому та розміщення, номерний фонд, ресторанна служба, відділ банкетного сервісу– забезпечують створенні та реалізацію основних та додаткових послуг готелю. Інженерна служба, енергетична, транспортна та складська служби забезпечують безперебійну роботу всіх систем готелю, постійне постачання енергії, своєчасне завезення

всіх ресурсів на підприємство та ін.

3. Безпека – служба безпеки – забезпечує безпеку проживання гостей та охорону матеріальних цінностей готелю.

4. Логістична – (головний менеджер) – займається закупівлею обладнання, техніки, продуктів споживання та інших матеріалів, необхідних для функціонування готелю

5. Маркетингова (головний менеджер) – відділ продажів та маркетингу

6. Кадрова – відділ кадрів розробляє проекти мотивації праці робітників, організовує тренінги, курси підвищення кваліфікації персоналу, визначає потребу у збільшенні штату працівників.

7. Еккаунтинг – бухгалтерія – облік всіх господарських операцій підприємства.

8. Фінансова – бухгалтерія – здійснює всі фінансові операції підприємства.

10. Інноваційна – (головний менеджер) – відділ продаж та маркетингу.

До ланок управління належать керівники, їхні заступники, що управляють декількома структурними підрозділами, самі структурні підрозділи і провідні спеціалісти, що виконують окремі функції. Їм підпорядковуються безпосередні виконавці (обслуговуючий персонал). На вершині структури управління готелю стоять власник та генеральний директор.

Розподіл завдань, визначення повноважень і обов'язків, а також взаємини між співробітниками готелю можна побудувати на персональній і неформальній основі. Але більшість підприємств вимагають певної структури, за допомогою якої розподіляються і координуються міжособистісні відносини. У великих готелях існує необхідність в акуратно складеній і цілеспрямованій організаційній структурі.

Фінансовий стан підприємства визначається наступним чином [21]:

1) прибутковість компанії;

- 2) оптимальний розподіл прибутку, який залишається у розпорядженні підприємства після сплати податків та обов'язкових платежів;
- 3) наявність власних фінансових ресурсів не лише мінімального рівня, необхідного для організації виробничого процесу та процесу продажу продукції;
- 4) раціональний розподіл основних та оборотних активів;
- 5) платоспроможність та ліквідність.

Результати фінансового стану готелю «Надія» за 2017-2021 роки представлені в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Результати фінансового стану готелю «Надія»

Показники фінансового стану підприємства	Оптимальне значення або напрям оптимізації	2017	2018	2019	2020	2021
1	2	3	4	5	6	7
Динаміка активів		88965	90356	98653	100500	112578
Динаміка пасивів		88965	90356	98653	100500	112578
Коефіцієнт загальної ліквідності	>1	1,65	1,67	1,7	1,67	1,17
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,6-0,8	0,94	0,96	0,97	0,97	0,96
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,2	0,14	0,11	0,06	0,07	0,21
Чистий оборотний капітал	>0	791365	800694	803645	893514	631015
Коефіцієнт платоспроможності	>0,5	2,3	2,37	2,4	2,56	0,87
Коефіцієнт фінансування	<1	0,95	0,93	0,91	0,90	0,93
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	>0,1	0,16	0,15	0,70	0,73	0,13
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	>0	0,38	0,40	0,45	0,43	0,18
Коефіцієнт оборотності активів	Збільшення	0,73	0,76	0,77	0,77	0,81
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Збільшення	7,4	7,39	7,18	8,61	2,99

Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Збільшення	7,1	7,07	6,95	5,77	3,61
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	Збільшення	49	49	50	33	120

Продовження таблиці 2.5

Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	Збільшення	51	51	52	77	168
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	Збільшення	9,63	9,7	9,7	9,63	9,43
Фондовіддача	Збільшення	1,75	1,73	1,7	1,76	1,73
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	Збільшення	1,34	1,37	1,34	1,32	1,38
Аналіз рентабельності						
Коефіцієнт рентабельності активів	Збільшення	88,36	88,34	88	87,11	77,39
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	Збільшення	110,35	119,35	117	115,81	131,91
Коефіцієнт рентабельності діяльності	Збільшення	83,21	85,67	86,63	87,90	85,63
Коефіцієнт рентабельності продукції	Збільшення	84,25	87,65	85,63	87,11	95,46
Коефіцієнт зносу основних засобів	Збільшення	33,25	38,25	36,65	39,92	22,18
Коефіцієнт оновлення основних засобів	Збільшення	26,14	25,65	23,12	26,5	24,1
Коефіцієнт придатності основних засобів	> 0	35,12	33,12	36,15	39,92	22,18
Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у вартості майна підприємства	> 0,3	0,31	0,3	0,3	0,27	0,29

За результатами фінансового стану підприємства, можна зробити висновки, що динаміка активів збільшувалась з кожним роком, у 2018 році збільшилась на 1391 тис. грн., у 2019 році на 8297 тис. грн., у 2020 на 1847 тис. грн у порівнянні з минулим роком та у 2021 збільшилась на 12078 тис. грн..

Динаміка пасивів у 2018 році збільшилася на 1,53 % у порівнянні з минулим роком, у 2019 році на 8,41 %, у 2020 році на 1,83% та у 2021 році збільшилась на 10,72 %.

Аналіз ліквідності підприємства демонструє, що коефіцієнт загальної ліквідності у 2018 році збільшився на 0,02, у 2019 році 0,03 у порівнянні з минулим роком, у 2020 році зменшився на 0,03 та у 2021 році було зафіксоване різке падіння на 0,5. Це демонструє, що «Надія» знизилла показник співвідношення оборотних активів та поточних зобов'язань. Чистий оборотний капітал у 2018 році збільшився на 1,16%, у 2019 році збільшився на 0,36%, у 2020 році збільшився на 10,05% у порівнянні з минулим роком, та у 2021 році зменшився на 29,37% у порівнянні з минулим роком. Загалом, необхідно зазначити, що підприємство демонструє фінансову стійкість за рахунок перевищення оборотних коштів над своїми короткостроковими зобов'язаннями та може їх погасити. Коефіцієнт фінансування зменшився у 2018 році на 0,02, у 2019 році також на 0,02, у 2020 році впав на 0,01 у порівнянні з минулим роком, але у 2021 році виріс на 0,03. Даний показник демонструє, що на підприємстві невисокий рівень фінансових ризиків.

Фондовіддача у 2018 році зменшилась на 0,02, у 2019 році зменшилась на 0,03 у порівнянні з минулим роком, у 2020 році зменшилась на 0,02 та у 2021 році збільшилась на 0,06 у порівнянні з минулим роком, це демонструє ефективність використання основних засобів підприємства було вироблено продукції та надано послуг на суму 1,73 гривні на кожному використовувану гривню основних засобів. Аналіз рентабельності показує, що коефіцієнт рентабельності активів у 2018 році зменшився на 0,02, у 2019 році зменшився на 0,34, у 2020 році зменшився на 0,89 та у 2021 році зменшився на 9,72. Загалом у готельного підприємства «Надія» високий показник використання активів компанії для генерації прибутку демонструє ефективну роботу підприємства. Коефіцієнт оновлення основних засобів у 2018 році впав на 0,49, у 2019 році зменшився на 2,53, у 2020 році збільшився на 3,77 у порівнянні з

минулим роком та у 2021 році зменшився на 2,4 це демонструє зменшення підприємством оновлення своєї виробної міці.

Здійснимо оцінку конкурентного середовища готеля «Надія» за допомогою SWOT аналізу (Табл.2.6).

Таблиця 2.6

SWOT-аналіз готелю «Надія»

<p>Слабкі сторони</p> <ul style="list-style-type: none"> - Неефективність рекламних кампаній; - Низька заповненість номерного фонду. - Обмежений асортимент послуг - Низька рекламна активність 	<p>Сильні сторони</p> <ul style="list-style-type: none"> - Зручне розташування в центрі міста; - Ціни на номери нижче, ніж у конкурентів; - Важливий, кваліфікований персонал; - Сучасне технічне оснащення; - Високий рівень комфорту
<p>Можливості</p> <ul style="list-style-type: none"> - Залучення посередників (турфірми, системи онлайн-бронювання і ін.) Дозволить залучити нових споживачів, розширивши тим самим гостьову базу; - Проведення активної рекламної кампанії; - Підвищення гнучкості цінової політики, створення системи знижок; - Удосконалення сайту 	<p>Загрози</p> <ul style="list-style-type: none"> - Нестабільність світової економіки; - Конкуренція на ринку готельних послуг Івано-Франківська; - Прихід на ринок нових, більш, сильних конкурентів, здатних відбити значну частину гостьової бази; - Нові пропозиції конкурентів несуть загрозу втрати частини гостей і викликають необхідність витрат готелю на власні аналогічні пропозиції.

У залежності від своїх можливостей готель «Надія» може вибрати один із кількох варіантів конкурентного введення:

- створення нових послуг і доповнення вже існуючих;
- створення нових технологій, методів збуту, сервісу та реклами;
- збереження доступних пропозицій протягом максимально можливого періоду часу, завдяки підвищенню якості обслуговування гостей;
- копіювання в мінімальні строки та з мінімальними затратами результатів технічних конкурентів, які створили що-небудь нове.

Як показує світова практика ринкових відносин, використання даних принципів введення гарантує підвищення конкурентоспроможності готелів. Конкурентоспроможність готельного підприємства визначається його економічним, виробничим потенціалом, необхідним для використання або розширення, що займає долі ринку в умовах жорсткої конкуренції.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Готельні підприємства можуть досягнути бажаної ефективності, що призведе до потужної конкурентоспроможності, пропозицією продуктів, відмінних від конкурентів і більш повно задовольняючих вимогам покупців цієї цільової групи. З урахуванням обраного напрямку досягнення конкурентної переваги необхідно планувати сфокусовану стратегію диференціації для готельних підприємств тому що виконуються наступні умови: по-перше, підприємство має достатній потенціал, навички і ресурси для успішної роботи у сфері харчової промисловості; по-друге, готельне господарство «Надія» може захистити себе від конкурентів в майбутньому, завдяки її міцній позиції на локальному ринку та активній роботі зі вдосконалення ефективності виробництва і, як наслідку, якості продукції.

На сьогоднішній день одним з найбільш ефективних каналів руху бізнесу і зв'язку з клієнтами є соціальні мережі. Соціальні мережі надають можливість своїм користувачам стежити за світовими новинами, обмінюватися фотографіями, відео і музикою, спілкуватися. Найбільш популярною соціальною мережею в Україні є Instagram та Facebook.

За допомогою активізації діяльності в цих соціальних мережах готельним підприємствам зможе вирішити такі завдання:

- просування закладу;
- підвищення впізнаваності і популярності;
- формування суспільної думки про товари або послуги;
- створення додаткового каналу зв'язку з клієнтами;
- розширення каналів збуту (за рахунок створення каталогу товарів в групі);
- збільшення відвідуваності сайту підприємства.

Сучасні комунікаційні канали дозволяють активно підтримувати зв'язок зі своїми споживачами, підвищити їх лояльність. Корпоративний сайт,

соціальні мережі дозволяють перейти від монологу до діалогу з клієнтом. По-перше, через статті, корисні поради, інформацію про новинки та особливості товару / послуги, можна просвіщати споживачів, збільшити продажі. По-друге, за допомогою опитувань, обговорення в режимі онлайн можна оперативно проводити оцінку якості обслуговування і своєчасно вживати заходів щодо усунення недоліків.

Другим важливим напрямком розвитку стратегії на підприємстві має стати удосконалення управління персоналом із використанням інноваційних методів. Інноваційні методи управління персоналом в даний час вимагають все більше відходити від звичного для багатьох матеріального стимулювання. Давно доведено, що обіцяння матеріальної винагороди дозволяє досягти концентрації зусиль працівників, сфокусованих на певній меті. Однак, у випадках де необхідно нестандартне рішення, винагорода призведе до зниження продуктивності робітників. В якості інноваційних методів навчання персоналу рекомендовано застосовувати такі методи [38, с. 211]:

1. Візуалізація. Може представляти в двох формах: проєктивної і не проєктивної. Проєктивна форма візуалізації може представлятися у вигляді відеороликів, фільмів, анімації, а не проєктивна у вигляді предметів, дошки, картин. Наприклад, у службовому приміщенні Готелю «Надія» може бути розміщена дошка з цілями та досягненнями персоналу.

2. Метод симуляції. Даний метод може представлятися у вигляді ситуації, схожій з реальністю, тобто наближеною до життєвих умов.

3. Метод кейса. Полягає в тому, що являє собою опис конкретної ситуації і навчають, повинні проаналізувавши ситуацію, її результат, а також зробити висновки.

4. Рольова гра. Має на увазі під собою закріплення отриманих знань за допомогою примірки учасниками різних ролей.

5. Воркшоп. Є інтерактивним заходом, заснованим на активності учасників. Даний метод направлений на самостійне отримання знань учасниками в груповій взаємодії.

6. Тренінг. Є практичною складовою, представленої у формі практичних вправ з використанням невеликої частки теорії.

Виділяють кілька принципів інноваційної діяльності організації [19, с. 49]:

1. Необхідно детально пояснити і довести персоналу організації необхідність управлінських інновацій у всіх відділах компанії.

2. Спробувати знайти найбільш сприятливі способи вирішення проблем в організації. Відслідковувати реакцію персоналу на складні завдання, з якими вони справляються вперше. Необхідний аналіз усіх альтернативних шляхів вирішення проблеми і з'ясувати яким способом вони будуть вирішуватися: стандартними методами, творчими ідеями або вже випробуваними конкурентами. Співробітників у вирішенні завдань нестандартними шляхами треба заохочувати.

3. Необхідно створити середовище, в якій можна проводити експерименти з впровадження інновації без втрат в організації, з низькими ризиками. Не кожен керівник може надати персоналу використовувати всі ідеї на практиці, тому хорошою ідеєю є створення певної моделі для експериментів, де будь-яка ідея може бути протестована обмеженим числом осіб в обмеженому проміжку часу.

4. Інновації повинні носити не разовий характер, а періодичний. Тільки так їх втілення приведе до успіху компанії, в іншому випадку їх успішність близька краху [8, с. 33].

Безсумнівно, сучасному суспільству просто не під силу уявити собі життя без застосування різного роду гаджетів. Сюди відносяться і мобільні телефони, і комп'ютери, і ноутбуки з планшетами, і багато іншого, що вже встигло придумати наше людство. Так само в організації не менш важливо мати всілякі інформаційні носії, що полегшують роботу з інформацією і засоби переробки вже існуючої інформації.

Третім напрямком впровадження системи моніторингу якості обслуговування. Якість обслуговування клієнтів на підприємстві сфери послуг

є тим фактором, який впливає на загальне сприйняття клієнтом підприємства, його продуктів і послуг, ставлення до нього. Якість обслуговування сприяє зростанню залучення клієнта в бізнес. Чим краще він сприймає якість обслуговування, тим більше його лояльність. Тим більше ймовірність того, що він пробачить підприємству його недоліки. Тим більше ймовірність того, що він повторить свою покупку в разі, якщо йому знову знадобиться товар або послуга, пропоновані підприємством. Тим більше ймовірність того, що він запропонує підприємству своє бачення того, як поліпшити товар або послугу або бізнес-процес в цілому. Все це йде на благо ефективності діяльності підприємства, його фінансової стабільності, ринковим перспективам і конкурентоспроможності. З цих причин так важливо управляти ступенем задоволеності клієнта.

Сучасна військово-політична ситуація в Україні дозволяє визначити перспективні напрямки розвитку готельного господарства, які подані на рис. 2.4.



Рисунок.2.4. Перспективні напрямки розвитку готельного господарства
Джерело: розроблено автором самостійно

Доцільно розглянути кожен із напрямів більш конкретніше.

Переорієнтація діяльності готелів на більш безпечні регіони Західної України. Переміщення готелів в більш безпечні регіони може дати можливість забезпечити безпеку гостей і знизити ризики, пов'язані з потенційними інцидентами та конфліктами в нестабільних локаціях [3].

Переїзд до безпечних регіонів може позитивно вплинути на репутацію готелю.

1. Переорієнтація готельних послуг на реабілітацію, на яку є більший попит, активація курортних готелів. Реабілітаційні послуги стають все більш популярними серед людей, які хочуть відновити своє здоров'я та покращити

фізичний і психологічний стан. Переорієнтація готелів на реабілітацію може залучити нових клієнтів і розширити базу бронювання.

Активація курортних готелів з акцентом на реабілітацію може привабити особливих клієнтів, таких як люди з проблемами пересування, післяопераційні пацієнти та ті, хто потребує реабілітації після травм. Це може створити конкурентну перевагу і сприяти підвищенню прибутковості готелю.

2. Збільшення кількості апарт-готелів, які більше підходять для сімейного та комфортного тривалого проживання. Апарт-готелі зазвичай пропонують просторіші номери або апартаменти з окремими кімнатами та кухнею. Це дає більше місця для сімейного перебування, дозволяє розділити приватний простір та забезпечує комфорт і зручність протягом тривалого проживання.

Створити спеціальні пакети та пропозиції для сімей. Вони включають знижки на дитячі кімнати, послуги няні, дитячі ігрові кімнати, а також заходи та розважальні програми для всієї родини.

3. Відстрочений попит на туризм та популяризація України на міжнародній арені стимулюватиме туристичний потік після закінчення війни, що також вплине на готельну індустрію.

Просування України на міжнародній арені означає, що більше людей з інших країн визнають Україну привабливим туристичним напрямком. Цього можна досягти за допомогою маркетингових кампаній, реклами та участі у міжнародних туристичних виставках і заходах.

4. Адаптація готельних підприємств до реалій війни та пошук нових форм обслуговування. Це може включати впровадження додаткових заходів безпеки, які захищатимуть гостей та персонал від можливих небезпек. Наприклад, контроль доступу до готелю, встановлення систем відеоспостереження, тренування персоналу щодо дій в екстремальних ситуаціях. Співпраця з гуманітарними та волонтерськими групами для надання допомоги та підтримки.

Готелі можуть розглядати можливість надання послуг на короткострокову або довгострокову оренду для довготривалого перебування гостей, апартamenti з кухнею для самостійного готування;

5. Створення на ринку державних підприємств готельного господарства «відкладеної пропозиції», що стимулює конкуренцію та вдосконалення послуг у готельних підприємствах країни. Держава створює власні готелі та пропонує послуги своїм конкурентам за зниженими цінами або на умовах подальшого використання. Це стимулює конкуренцію між готельними компаніями та заохочує їх покращувати свої послуги для залучення більшої кількості клієнтів.

6. Реконструкція готелів з урахуванням вимог безпеки та автономної роботи (наявність бомбосховищ, автономних джерел живлення). Готелі проводять роботи з модернізації та покращення, з метою забезпечення безпеки гостей і здатності готелю працювати самостійно у випадку непередбачених ситуацій.

7. Розвиток еко-готелів, орієнтованих на альтернативні джерела енергії. Розвиток еко-готелів допомагає мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище, зменшити споживання енергії та викиди в атмосферу. Використання альтернативних джерел енергії допомагає зробити готелі більш стійкими та екологічними.

Еко-готелі приділяють особливу увагу енергоефективності будівель та обладнання. Вони використовують енергоефективні технології, такі як світлодіодне освітлення, енергоефективні системи опалення та кондиціонування повітря, а також добре ізольовані стіни та вікна.

У розвитку еко-готелів велика увага приділяється використанню природних та екологічно чистих матеріалів під час будівництва та оформлення готелю. Готелі також керуються принципами зеленого будівництва, використовуючи матеріали, які можуть відновлюватися, мають енергоефективні конструкції та підтримують баланс з природним середовищем.

8. Посилення контролю за походженням інвестицій, вкладених у готельне господарство. Це сприяє створенню стійкого та надійного фінансового фундаменту для готелів і забезпечує довіру як інвесторів, так і гостей.

Дотримуватися всіх правових норм, що стосуються інвестицій у готельно-ресторанний бізнес. Сюди входить Закон про боротьбу з відмиванням грошей, Закон про боротьбу з фінансуванням тероризму та закони, що регулюють іноземні інвестиції.

9. Наближення стандартів готельного господарства до стандартів Європейського Союзу. Це сприятиме підвищенню якості готельних послуг, забезпечуватиме більшу конкурентоспроможність готелів на міжнародному ринку та позитивно впливатиме на імідж країни в очах туристів і інвесторів.

10. Розвиток нових підприємств та модернізація діючих за рахунок отримання коштів із різноманітних фондів післявоєнної відбудови.

Отримання коштів з різноманітних фондів післявоєнної відбудови допомагає створити робочі місця, залучити інвестиції та сприяти економічному розвитку. Це також дозволяє покращити якість життя людей, забезпечити доступ до сучасних послуг і підвищити рівень життя в післявоєнних регіонах.

Якщо мова йде про вдосконалення готелю "Надія", є кілька напрямків, які варто врахувати:

1. Вдосконалення готельних послуг включає організацію екскурсій та розважальних програм для гостей, що сприяє збільшенню нових гостей і прибутку.

2. Для покращення готельних зручностей і забезпечення комфорту гостей необхідно вчасно ремонтувати та замінювати несправні або застарілі предмети включаючи меблі, постільну білизну, сантехніку та електроніку.

Надання додаткових послуг, таких як спа-салон, може значно покращити якість обслуговування в готельному бізнесі, зокрема вдосконалить стан функціонування заклад «Надія» та забезпечить прилив нових відвідувачів.

Спа-салон - це місце, де гості можуть насолоджуватися різноманітними процедурами, спрямованими на покращення фізичного та емоційного стану, та відповідно збільшення прибутку. У табл. 2.7 подано розрахунок вартості відкриття спа-салону у готелі «Надія».

Таблиця 2.7

Відкриття спа- салону у готелі «Надія»

Витрати	Сума	Потенційний ефект
Прокат приміщення	73 883,02 грн	Місцерозташування у зручному та привабливому місці
Меблі та обладнання	1 329 894,36 грн	Забезпечення функціональності та зручності
Інтер'єр та декорації	57 444,05 грн	Створення розслабленої та приємної атмосфери
Косметичні засоби, олії та лосьйони	166 236,80 грн	Використання якісних продуктів для послуг
Оплата праці співробітників	166 236,80 грн	Надання якісного обслуговування через мотивований персонал
Тренування та сертифікація персоналу	110 824,53 грн	Підвищення професійного рівня та довіри клієнтів
Резервний фонд на неочікувані витрати	295 532,08 грн	Забезпечення фінансової стабільності та гнучкості
Реклама	15000 грн (на місяць)	Залучення клієнтів та розширення клієнтської бази
Професійне обладнання (масажні столи, ванни тощо)	1 253 425,43 грн	Покращення дієвості та різноманітності процедур

Середній чек невеликого spa-центру -1,477.66 грн. Косметологічні, аква-і термо-процедури можуть коштувати по 7,388.30 грн. При відвідуваності від 12 осіб в день місячна виручка складе мінімум 554,122.65 грн, а чистий прибуток - 295,532.08 грн.[15].

ВИСНОВКИ

У курсовій роботі розглядається актуальна проблема, пов'язана з функціонування готельного господарства як в Україні, так і в конкретному готельному закладі - готелі "Надія". З урахуванням сучасних тенденцій та потенціалу готельної галузі в Україні, актуальність проблеми полягає в необхідності визначення особливостей функціонування та перспектив розвитку як усієї готельної сфери так і досліджуваного готелю.

У ході дослідження були проаналізовані останні наукові публікації та дослідження, пов'язані з розвитком готельного господарства в Україні. Це дозволило отримати інформацію про сучасні тенденції та проблеми, які можуть впливати на готель "Надія".

Метою даної курсової роботи є детальне дослідження готелю "Надія" в Івано-Франківську, включаючи його функціонування, особливості та проблеми та розробка пропозицій та рекомендацій щодо покращення роботи готелю і досягнення більшої конкурентоспроможності.

Відповідно до поставлених завдань у роботі:

- Досліджено теоретичні засади організації готельного господарства;
- Проаналізовано розвиток готельного господарства в Україні;
- Розкрити особливості функціонування готелю «Надія» та проаналізовано його проблеми;
- Продіагностовано фактори, що впливають на ефективність роботи готелю;
- Розроблено рекомендації щодо удосконалення діяльності підприємств готельного господарства та готелю "Надія".

Досліджено, для того, щоб Україна стала однією з провідних країн світу, необхідні системні дії всіх державних установ та суб'єктів готельного господарства. А для цього потрібно:

- створення оптимальної нормативно-правової бази для розвитку сфери туризму, індустрія курортів і відпочинку та її інфраструктури, зокрема шляхом формування стратегії розвитку готельного сектору;
- створити сприятливі умови для залучення інвестицій та впровадити реальні механізми для стимулювання будівництва та реконструкції готелів і впровадити реальні механізми стимулювання будівництва та реконструкції готелів та інших об'єктів;
- створення належних умов для розвитку зовнішнього та внутрішнього туризму, зокрема шляхом розвитку мережі туристично-інформаційних центрів для окремих видів туризму;
- сприяння розвитку готельного бізнесу, забезпечення гармонізації національних стандартів, підвищення якості туристичних послуг;
- вжити заходів для зміцнення позитивного іміджу України та сформуванню ефективну маркетингову стратегію в основних зовнішніх ринках;
- сприяти створенню додаткових робочих місць і розширенню тимчасової зайнятості в секторі туризму. Розширення тимчасової зайнятості в секторі туризму, зокрема шляхом підтримки розвитку мережі малих та молодіжних готелів (хостелів).

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ:

1. Азарян О. М., Донець А. А. Науково-практичний підхід до оцінювання конкурентного стану підприємства на ринку готельних послуг. Торгівля і ринок України. 2013. Вип. 36. С. 111–119.
2. Байлик С. І. Готельне господарство. Організація, керування, обслуговування. Київ: Дакор, 2008. 288 с.
3. Бунтова Н. В. Стратегічні орієнтири розвитку готельного бізнесу в Україні. Ефективна економіка. 2013. № 12 URL: <http://www.economy.nayka.com.Ua/?n=12&y = 2013>
4. Остапенко Я. О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 8. С. 1216–1221.
5. Погоріляк О. О. Готельний комплекс як складова регіональної економічної інфраструктури. Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2013. № 50. С. 236–243.
6. Подлепіна П. О. Функціонування готельного господарства України в контексті сучасних тенденцій розвитку економіки. Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку: матеріали І Міжнар. наукопрат. конф. Черкаси: Брама-Україна, 2012. С. 370–374.
7. Семенов В. Ф., Балджи М. Д., Мозгальова В. М. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності: монографія. Одеса: Optimum, 2008. 201 с.
8. Державна служба статистики. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>
9. Стан і перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу в Україні. Економіка України. 2003. №6. С. 31–36.
10. Гриньова В.м, М. М. Новікова. Управління підприємством в умовах розвитку ринку: монографія. Харків, 2010. 268 с.

11. В. С. Белозерцев. Проблеми управління дебіторською заборгованістю підприємств оптової торгівлі. *Ефективна економіка*. 2012. № 10.

12. Українська правда: [Веб-сайт]. 2021. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/01/8/7279341/>. (дата звернення: 13.06.2023).

13. Федь Т. Виробнича практика Надія. Academia.edu - *Share research*. URL: https://www.academia.edu/33380220/Виробнича_практика_Надія (дата звернення: 08.06.2023).

14. Надія Готель Івано-Франківськ центр. *Надія готель Івано-Франківськ центр. Кращий готель Івано-Франківська*. URL: <https://www.nadiyahotel.com/> (дата звернення: 12.06.2023).

15. Як відкрити спа-салон: з чого почати, що потрібно, скільки коштує. *MuchMoney – як заробити гроші чи відкрити свою справу*. URL: <https://much-money.pp.ua/meditsina-i-sport/iak-vidkriti-spa-salon-z-nulja> (дата звернення: 12.06.2023).

16. Рябев А.А. Аналіз стану готельного господарства регіонів України // Збірник наукових праць / Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова. Харків, 2022. С. 169.

17. Надія Готель Івано-Франківськ центр. *Надія готель Івано-Франківськ центр. Кращий готель Івано-Франківська*. URL: <https://otdux.net.ua/ua/catalog/karpaty-bukovel/accommodation/nadiya.html> (дата звернення: 12.06.2023).

18. Галина Круль, Оксана Заячук. Організація і технологія надання послуг гостинності. Чернівці : МОН України Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьков., 2022. 357 с.

19. М. В. Савченко. Розвиток ринку туристичних послуг в умовах глобалізації. Вінниця : МОН України Донець. нац. ун-т ім. Василя Стуса., 2020. 100 с.

20. Ткаченко А.М., Лелі Ю.Г. Проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу в умовах сьогодення. Причорноморські економічні студії. 2016. Вип. 121. С. 185

ДОДАТКИ

Додаток А

Обсяг капітальних інвестицій за видами економічної діяльності в сфері тимчасового розміщення та організації харчування млн. грн.

	Тимчасове розміщення й організація харчування	Тимчасове розміщення	Діяльність із забезпечення стравами та напоями	Всього
2010	1033,2	679,1	982,9	180576
2011	1572,7	1010,8	561,9	241286
2012	2264,9	1534,7	730,2	273256
2013	1476,8	872,2	604,6	249873
2014	1482	867,1	614,9	219420
2015	1393,1	890,2	502,9	273116
2016	1477,9	756,1	721,8	359216
2017	2133,5	1380	753,5	448462
2018	2675,1	1473	1202,1	578726
2019	2832,2	982,9	1849,3	623979