

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу**

ХІМ'ЯК КОСТЯНТИН СЕРГІЙОВИЧ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Удосконалення системи класифікацій закладів розміщення

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
Освітньо-професійна програма Готельно-ресторанна справа
Освітньо-кваліфікаційний рівень - бакалавр

Виконав студент групи ГРС-41

Хім'як К.С.

Науковий керівник:

канд. екон. наук, доцент

Даниленко-Кульчицька В.А.

ТЕРНОПІЛЬ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	с.3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ЗАКЛАДІВ РОЗМІЩЕННЯ	
1.1. Сектор гостинності як основа формування готельної індустрії.....	с.6
1.2. Особливості готелю як класифікаційної одиниці закладів розміщення ...	с.11
1.3. Види закладів розміщення.....	с.18
Висновки до розділу 1.....	с.25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА СВІТУ ТА УКРАЇНИ	
2.1 Готельні ланцюги як особливий вид об'єднання закладів розміщення.....	с.26
2.2. Особливості класифікації готелів у різних країнах.....	с.30
2.3. Класифікація готелів України.....	с.35
Висновки до розділу 2.....	с.42
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ЗАКЛАДІВ РОЗМІЩЕННЯ	
3.1. Новітні готелі як основа вдосконалення класифікації закладів розміщення.....	с.44
3.2. Перспективи розвитку готельного господарства.....	с.48
Висновки до розділу 3.....	с.52
ВИСНОВКИ.....	с.54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	с.58

ВСТУП

В сучасних умовах готельний бізнес міцно увійшов у всі сфери життя, він став постійним атрибутом вихідного дня, а для багатьох і повсякденним місцем проведення дозвілля. Підприємцям, для успішного ведення бізнесу, життєво необхідно бачити перспективи розвитку, готельного бізнесу в муніципальній освіті, актуальні світові і українські тенденції. Для ефективного здійснення соціально значущих функцій готельного бізнесу, в рамках соціально-економічної політики, необхідно знати про його проблеми і загрози, що виникають в процесі функціонування.

Готельний бізнес залишається однією із важливих галузей розвитку економіки сучасного міста, виконуючи соціально-значущі функції.

У зв'язку з цим дослідження проблем удосконалення класифікації підприємств готельного бізнесу, виявлення їх ролі в економіці суспільства є важливим і необхідним завданням, що зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Питання класифікації закладів розміщення розглядалося багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими. Зокрема, Р. Браймер, Дж. Уокер, Т. Роглев та інші досліджували поняття «гостинність» та її структуру; Р. Пуцентейло, В. Федорченко та інші вивчали поняття «готель» та робили спроби класифікувати їх. Найбільш повний та науковий підхід до групування готелів за різними ознаками запропонували швейцарські науковці В. Хунцикер та К. Крапф, однак вони не врахували появу нових закладів розміщення і не включили їх до класифікації.

Актуальність обраної теми роботи зумовлюється необхідністю удосконалити систему класифікації закладів розміщення з врахуванням новітніх форм засобів розміщення.

Метою бакалаврської роботи є пошук методів удосконалення існуючої системи класифікації закладів розміщення.

Для досягнення зазначеної мети, в роботі вирішувалися наступні **завдання:**

- Розкрити поняття «гостинність» та «готельна індустрія»;
- Розглянути особливості готелю як класифікаційної одиниці закладів розміщення;
- Розглянути різні види закладів розміщення;
- Проаналізувати готельні мережі як особливий вид об'єднання закладів розміщення;
- Визначити особливості систем класифікації готелів у різних країнах світу та в Україні;
- Охарактеризувати унікальні готелі світу;
- Визначити перспективи розвитку готельного господарства.

Об'єктом дослідження є заклади розміщення світу та України.

Предметом дослідження виступають методи удосконалення системи класифікації закладів розміщення

Методи дослідження. Під час написання бакалаврської роботи було використано наступні методи дослідження: аналіз, синтез, узагальнення, систематизація, прогнозування та моделювання.

Інформаційну базу бакалаврської роботи становлять монографії, підручники та посібники, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, статті, інтернет-ресурси.

Наукова новизна полягає у визначенні шляхів та способів удосконалення системи класифікації закладів розміщення.

Практичне значення бакалаврської роботи полягає в тому, що її висновки та практичні рекомендації можуть бути використані закладами розміщення при прийнятті управлінських рішень щодо діяльності.

Результати бакалаврської роботи було апробовано на Міжнародній науково-практичній конференції студентів та молодих вчених «Актуальні та інтеграційні напрямки розвитку індустрії гостинності та міжнародного бізнесу».

Структура та обсяг роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг становить 61 сторінку, робота містить 13 таблиць і 7 малюнків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ЗАКЛАДІВ РОЗМІЩЕННЯ

1.1. Сектор гостинності як основа формування готельної індустрії

Сьогодні сектор гостинності становить потужний готельно-ресторанний бізнес, який є невід'ємною складовою сфери туризму. Він охоплює величезний перелік послуг і є однією із найприбутковіших сфер національної економіки.

Існує декілька підходів до розуміння терміну «гостинність». Одні вчені вважають, що слово «гостинність» - *hospitium* має латинське походження і має два значення:

1. «Божественне право гостя та божественні обов'язки господаря»
2. «будиночок для гостей в якому приймали подорожуючих»

На думку інших дослідників, слово «гостинність» (*hospice*) має давньофранцузьке походження і означає «будиночок для прочан».

Різнманітні визначення терміну «гостинність» подано у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

Визначення терміну «гостинність» українськими та зарубіжними науковцями[23, с.277]

Автор	Визначення	Особливості визначення
Р. Браймер	Гостинність - це таємниця будь-якого турботливого обслуговування. Турбота, виявлена стосовно гостя, здатність відчувати потреби клієнта, - невлітими, але настільки очевидні риси в поведінці службовця. Індустрія гостинності є збірним поняттям для численних і різноманітних форм підприємництва, які спеціалізуються на ринку послуг, пов'язаних з прийомом і обслуговуванням гостей	Визначення гостинності загальне, увагу зосереджено на сервісній складовій в обслуговуванні. Щодо структури індустрії гостинності наголошено, що немає переліку основних видів діяльності, які охоплює гостинність, і виділено такі основні: громадське харчування, розміщення, перевезення і відпочинок (рекреація)
Дж.Р. Уокер	Гостинність - одне з фундаментальних понять людської цивілізації - уже давно перетворилося на індустрію, у якій зайнято не один мільйон професіоналів. Індустрія гостинності об'єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес,	Увагу у визначенні гостинності зосереджено на еволюційно-культурному та професійному підходах. У розширеній структурі індустрії туризму автор виділяє елементи відповідно до основних видів активності в туризмі: подорожі,

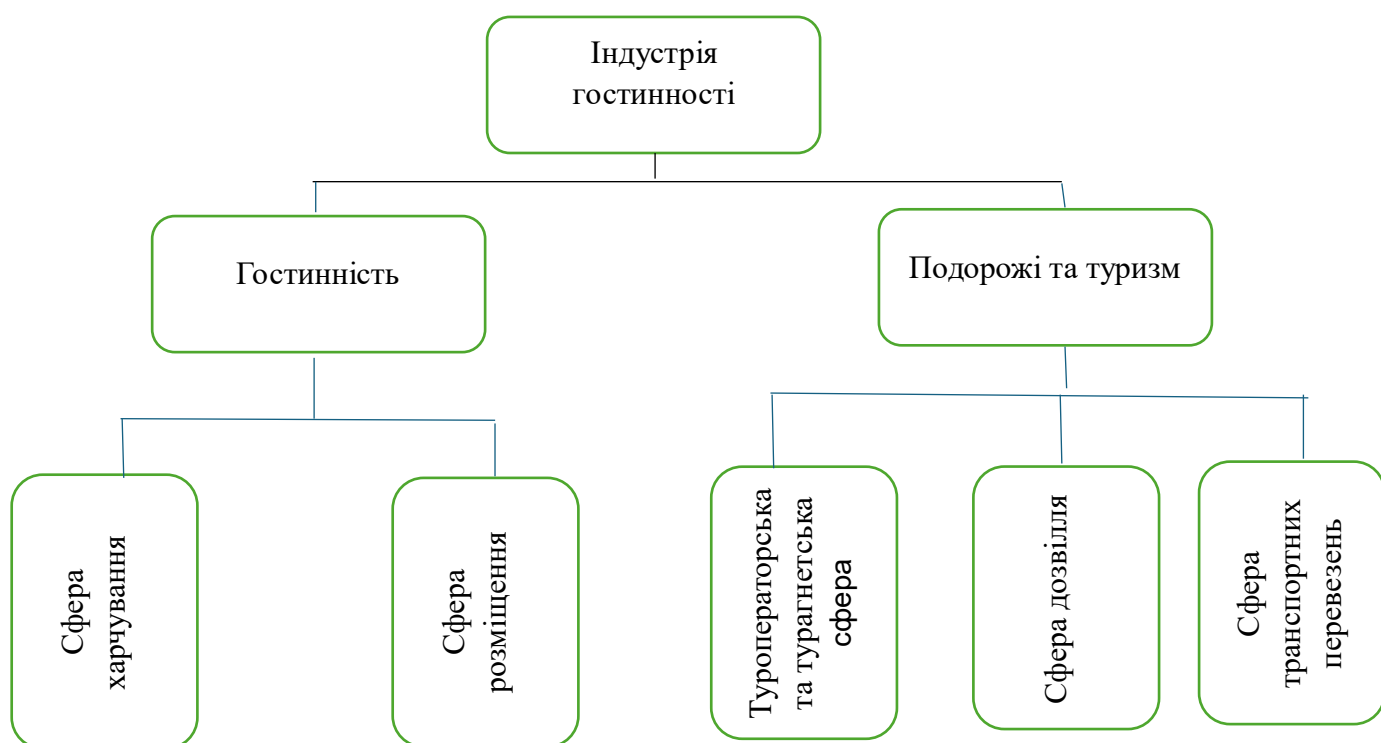
	громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад. Головна відмінність гостинності від інших сфер бізнесу полягає в тому, що основна мета гостинності - задоволення запитів гостей	проживання, харчування, відпочинок, розваги, проте, не включає у структуру власне туристичні організації
Х. Роглев	Гостинність - це турбота, виявлена по відношенню до гостя, здатність відчувати потреби клієнтів - невлітими, але настільки очевидні риси в поведінці службовців; це саме той елемент, що зробить спогади клієнтів приємнішими, а враження запам'ятовуватимуться надовго	Гостинність асоціюється з сервісом, індустрія гостинності - з готельним бізнесом
М.Бойко, Л. Гопкало	Гостинність ототожнюють з атмосферою доброзичливості, якою оточують споживача готельних послуг, що відповідає сутності господарської діяльності у цій сфері. Гостинність є системою зі створення комфортного перебування подорожуючого поза місцем постійного проживання. До цієї системи входять: послуги розміщення, харчування, додаткові послуги необхідні проживаючому для повноцінної життєдіяльності	У понятті "гостинність" наголошено на важливості сервісної складової. Індустрія гостинності асоціюється з готельним бізнесом у структурі туристичної індустрії та послугами, які забезпечені в таких підприємствах

Ознаками гостинності є привітність, хлібосольність, вмінням прийняти і пригостити гостей під час їх візиту. Носієм гостинності є людина, яка приймає гостя, а в широкому розумінні – все населення певної країни. Звідси і поняття гостинна або негостинна нація.

Сьогодні гостинність має важливе соціальне і міжкультурне значення. Від того як приймають гостя часто залежить політичні та інші домовленості між країнами чи економічні домовленості в бізнесі.

Продовженням гостинності є поняття «індустрія гостинності» Індустрія гостинності – це складна і доволі відокремлена соціально-економічна система зі створення, просування та реалізації послуг з розміщення, харчування, побутового обслуговування, дозвілля, розваг та інших послуг, а також реалізації товарів у закладах готельного та ресторанного профілю діяльності [23, с.277].

На думку Дж.Діттмера та Дж.Гріффіна в структуру індустрії гостинності входить власне гостинність та подорожі і туризм (Малюнок 1.1.)



Малюнок 1.1. Структура індустрії гостинності за Дж.Діттмером та Дж.Гріффіном [23, с.278].

Як і відносно терміну «гостинність» існують різні підходи, що було розглянуто нами вище, так по різному тлумачать і поняття «індустрія гостинності». Так, одні вчені розглядають індустрію гостинності як абстрактну категорію, яка охоплює майже всю сферу послуг, інші зосереджують увагу лише на готельно-ресторанному бізнесі. Основні підходи щодо визначення змісту і структури індустрії гостинності подано у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2.

**Основні підходи щодо визначення змісту і структури індустрії
гостинності [23, с.278]**

Автор	Підхід	Зміст підходу
Р.Браймер, В. Квартальнов, Х. Роглев	Абстрактний без формалізації об'єкта та структури	Неконкретизований зміст і структура діяльності, пов'язують зі сферою послуг, акцентують увагу на морально-етичних принципах стосунків виробників та споживачів послуг, у якому суть підприємницької діяльності
Дж. Уокер, В. Фрейєр	Ототожнення з індустрією туризму	Індустрію гостинності та індустрію туризму ототожнюють, окреслено структуру галузі, ознаки ідентичності - задоволення запитів гостей
Л. Ваген, С.Кінг, Л.Саак, Дж. Діттмер, Дж. Гріффін	Виокремлення індустрії гостинності як порівняно самостійної сфери туризму	Індустрія гостинності - основна складова індустрії туризму, у структурі сформована із закладів розміщення, харчування, розваг та інших підприємств

Практичне втілення гостинності відрізняється у різних регіонах, у різних народів, що пов'язано із різною ментальністю, географічним положенням, історичним досвідом, соціально-економічними та політичними трансформаціями. У зв'язку з цим виділяють чотири моделі гостинності:

- Західноєвропейську;
- Східноєвропейську;
- Азійську;
- Американську.

Західноєвропейська модель гостинності характерна для ринків Центральної та Західної Європи і в її основі знаходиться висока якість обслуговування і бездоганна репутація закладу. Основні риси західноєвропейської моделі гостинності:

- Соціальна розшарованість;

- Порівняно мала місткість номерного фонду;
- Диверсифікація пропозицій на готельно-ресторанному ринку;
- Високоякісний сервіс;
- Дотримання багатовікових традицій;
- Персоніфіковане обслуговування;
- Розміщення в історичних кварталах та поблизу відомих об'єктів;;
- Стильність та вишуканість інтер'єрів.

Азійська модель гостинності притаманна для мусульманських держав та країн Південно-Східної Азії і в її основі розкіш та багатство інтер'єрів та гендерна розділеність. Основні риси азійської моделі гостинності:

- Велика площа житлових і нежитлових приміщень;
- Окремі приміщення для жінок та чоловіків;
- Технологічна оснащеність;
- Розкіш та яскравість інтер'єрів та екстер'єрів готелів;
- Високий рівень місткості;
- Відносна цінова доступність.

Американська модель гостинності є симбіозом західноєвропейської та азійської моделей. З одного боку вона орієнтована на індивідуальне обслуговування та традиційність, а з іншого має величезні готелі з розвиненою інфраструктурою. Основні риси американської моделі гостинності:

- Стильні інтер'єри та екстер'єри готелів;
- Персоніфіковане обслуговування;
- Розвинута готельна інфраструктура;
- Велика площа житлових та нежитлових приміщень.

Східноєвропейська модель гостинності схожа на американську модель, але має місце в країнах Східної Європи і враховує їх традиції. Основні риси східноєвропейської моделі гостинності:

- Велика площа житлових та нежитлових приміщень;
- Розміщення готелів поблизу історичних центрів;
- Розвинута готельна інфраструктура;

- Диверсифікація пропозицій на готельно-ресторанному ринку.

Досліджуючи поняття гостинності варто одночасно розглядати і людину як носія гостинності, її характер та поведінку а також складну систему підприємницької діяльності, яка пов'язана з обслуговуванням осіб поза межами їх постійного проживання. Важливим елементом сектору гостинності є готель.

1.2. Особливості готелю як класифікаційної одиниці закладів розміщення

Засоби розміщення є матеріальною основою туристичної галузі, їх діяльність забезпечує сталий дохід до державного бюджету. Готельне господарство є важливою складовою сфери послуг, а основою готельного господарства є готель.

Термін «готель» походить від латинського слова *hospitalis*, що означає гостинний. За іншою версією англійське слово *hospitality* походить від французького *hospis*, що означає «будиночок для мандрівників». Найстарішим об'єктом такого роду є Hospise de Beaune у французькій Бургундії, який має іншу назву Hotel Dieu, що в перекладі – «Божий дім». Його було засновано 1443 року як благодійну лікарню дім для бідняків.

Існує декілька тлумачень поняття «готель». Так, Всесвітня туристична організація (ВТО) називає готелем основне підприємство індустрії гостинності, метою діяльності якого є прийом, обслуговування, забезпечення відпочинку і харчування відвідувачів [26]. У ст.1 Закону України «Про туризм» подається таке визначення готелю: готель – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням [9]. Український вчений Р. Пуцентейло називає готелем класичний тип підприємств розміщення, що регулярно або епізодично надає туристам місця для ночівлі і якому притаманні специфічні ознаки. [19, с.211]. Ці та інші визначення готелю подано у вигляді таблиці 1.3.

Таблиця 1.3.

Визначення терміну «готель» у різних джерелах [19, с.211]

Автор	Визначення
Всесвітня туристична організація (ВТО)	Готель – це основне підприємство індустрії гостинності, метою діяльності якого є прийом, обслуговування, забезпечення відпочинку і харчування відвідувачів
Закон України «Про туризм»	Готель – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням
Р. Пуцентейло	Готель – це класичний тип підприємств розміщення, що регулярно або епізодично надає туристам місця для ночівлі і якому притаманні специфічні ознаки: - Номерний фонд не перевищує визначений мінімум; - Набір обов'язкових послуг прибирання номерів та санвузлів, щоденне заправлення ліжка, обслуговування в номерах; - Визначений асортимент додаткових послуг.
В.Федорченко, І. Мініч	Готель – це традиційний тип готельного підприємства, який має великий штат обслуговуючого персоналу і надає широкий набір додаткових послуг і високий рівень комфорту
Н. Кузнєцова	Готель – найбільш поширений стаціонарний тип засобів розміщення, характерними рисами якого є високий рівень розвитку матеріально-технічної бази та використання сучасних прогресивних форм і методів управління і організації господарства.

Під час взаємодії клієнта готелю та самого готелю надаються готельні послуги. Різні вчені по різному тлумачать поняття готельної послуги. Одні з них наголошують на важливості взаємодії готелю та клієнта, інші звертають увагу на нематеріальний характер готельних послуг, треті – визначають готельну послугу як дію або операцію. Всі ці визначення готельної послуги подано у вигляді таблиці 1.4.

Таблиця 1.4.

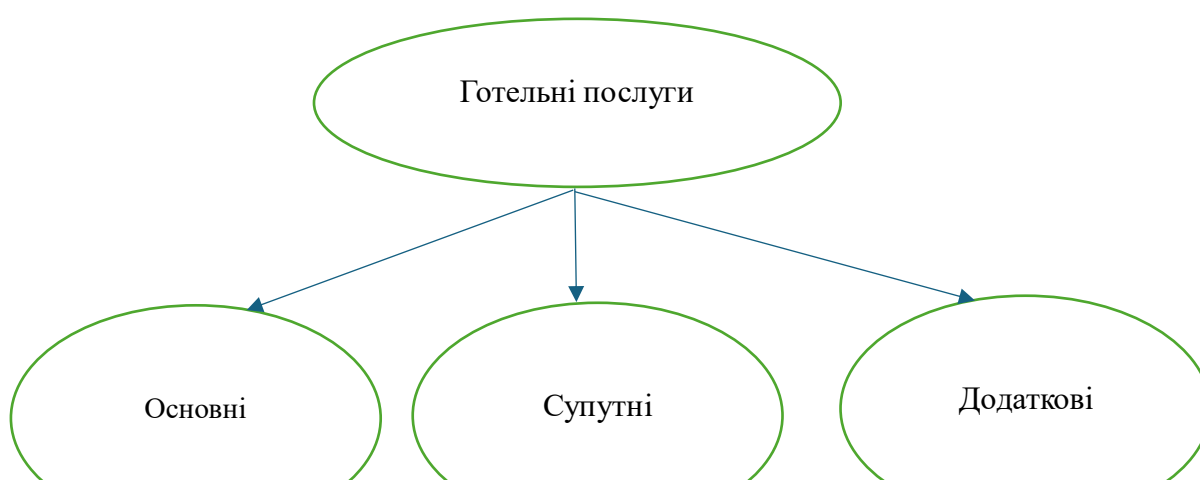
Визначення терміну «готельна послуга» у різних джерелах [19, с.212]

Автор	Визначення
Н. Чорненька	Готельна послуга – це дії підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов’язана з розміщенням і тимчасовим проживанням
Г.Мунін, А. Змійов, Г. Зинов’єв, Є. Самарцев	Готельна послуга – це результат взаємодії готельного комплексу та клієнта, а також власної діяльності обслуговуючого персоналу по задоволенню потреб клієнтів
Т. Оліференко, О.Єфімова	Готельна послуга – це задоволення потреб громадян у наданні тимчасового проживання в житловому приміщенні, яке оснащено необхідними меблями, а також супутніми проживанню послугами

Готельні послуги поділяються на декілька видів (малюнок 1.2.).

Основні послуги – це ті послуги, вартість яких включено в ціну номера і надаються клієнту відповідно до договору, укладеного між ним і готелем. Це можуть бути послуги з розміщення в номері, видача та заміна постільної білизни, видача рушників, послуги харчування тощо.

Супутні готельні послуги по-іншому називають ще сприяючими. Це ті послуги, які сприяють споживанню основних. Прикладом супутніх послуг може бути можливість користування баром, фітнес-центром чи басейном готелю, оренда конференц-залу для проведення конференцій чи бізнес-зустрічей тощо.



Малюнок 1.2. Види готельних послуг

* Джерело: розроблено автором

Додаткові готельні послуги – це ті послуги, які не відносять до основних, вони не прописані в договорі і за їх надання клієнт сплачує окремо. Найпоширенішими додатковими послугами готелів є: екскурсійне обслуговування, організація продажу квитків на всі види транспорту, замовлення автомобіля, таксі на вимогу клієнта а також прокат автомобілів, ремонт, прасування та хімчистка одягу, ремонт взуття та багато інших. Класифікацію додаткових готельних послуг наведено у таблиці 1.5.

Таблиця 1.5.

Класифікація додаткових готельних послуг

Класифікаційна ознака	Види послуг
Харчування	- Організація банкетів, фуршетів; - Кава-брейк під час конференцій; - Замовлення столиків у ресторанах міста; - Послуги бару; - Доставка їжі в номер; - Міні-бари в номері
Побутові	- Камери схову, сейфи; - Послуги паркування та стояння автотранспорту; - «будильник»; - Прання, прасування, хімчистка; - Перукарські; - Обмін валюти; - Продаж сувенірів
Медичні	- Надання аптечки; - Виклик лікаря; - Медичне обслуговування в санаторіях
Інформаційно-довідкові	- Надання інформації про місто; - Доставка свіжої преси
Спортивно-оздоровчі	- Фітнес-клуб; - Прокат човнів та катамаранів;

	- Організація туристичного походу, рибалки, полювання; - Сауна, масаж, басейн; - Тренажерний зал; - Туристичне та спортивне спорядження
Розважальні	- Замовлення квитків на концерти, вистави тощо; - Догляд за дітьми; - Проведення екскурсій; - Організація вечірок
Послуги бізнес-центру	- Копіювання та друк документів; - Замовлення авіа- та залізничних квитків; - Оренда офісів; - Надання оргтехніки
Ексклюзивні	- Подарунки; - Особиста охорона; - Приватні екскурсії

* Джерело: розроблено автором

Інформація щодо переліку та вартості як основних так і додаткових послуг повинна бути у кожному номері готелю. Безоплатно гостю надаються такі послуги як виклик швидкої допомоги, доставка в номер кореспонденції, побудка у визначений час.

Готельні послуги мають ряд характеристик, які відрізняють їх від інших видів послуг. До основних особливостей готельних послуг належать:

- Невідчутність готельної послуги. Готельні послуги виникають лише в процесі споживання, їх неможливо попередньо відчутти чи оглянути, що передбачає високий ступінь довіри до того, хто її надає. Це спричиняє труднощі із продажем готельних послуг – потрібно застосовувати додаткові інструменти такі як яскраві сайти, віртуальні екскурсії готелем тощо.
- Обмежена можливість зберігання послуги. Ця особливість означає, що якщо послуга не була надана вчасно, втрачається потенційний дохід готелю, адже послугу його неможливо приберегти чи накопичити наперед. Щоб зменшити ризик цього готелі вдаються до послуги попереднього бронювання.

- Одночасність процесів виробництва та споживання. Дана характеристика означає, що для того, щоб надавалася готельна послуга в одному і тому ж місці і в один і той же час мають бути присутні клієнт і надавач послуги, адже вона створюється саме в момент обслуговування. Відповідно недоліки, пов'язані із наданням послуги неможливо виправити до моменту її споживання клієнтом.
- Мінливість якості. Ця характеристика означає, що між описом послуги і її реальним наданням існує відмінність, адже якість їх виконання залежить від виконавця та від обстановки в якій надається послуга, і один і той же виконавець може обслужити клієнта по-різному. Це є основною причиною скарг і незадоволення гостей готелю.
- Широка участь персоналу у процесі надання послуги. Ця особливість зумовлена самою концепцією гостинності. Надаючи послугу персонал повинен керуватися стандартами обслуговування.
- Мінливість та сезонність попиту. Ця характеристика послуги особливо помітна у готелях, розміщених у регіонах зі змінами клімату. Попит на готельні послуги може часто змінюватися, що вимагає від власників готелів вживання додаткових заходів задля зменшення втрат від таких коливань – розширення асортименту послуг, диверсифікації діяльності тощо.
- Терміновий характер послуги. Ця особливість означає, що всі проблеми, пов'язані із готельним обслуговуванням повинні вирішуватися негайно впродовж кількох хвилин, а то й секунд.
- Залежність об'єму продажів готельних послуг від ряду чинників таких, як: місцезнаходження готелю, рівень сервісу, діяльність туроператорів та турагентів, ціни, асортименту послуг, іміджу готелю та інших.

Готель надає гостю готельні послуги на підставі договору, який вважається укладеним після заповнення документів на проживання. Таким документом може

бути анкета, реєстраційна картка тощо. Укладення договору засвідчується видачею розрахункової квитанції гостю, яка містить:

- ✓ Назву готелю та його реквізити;
- ✓ Прізвище, ім'я, по-батькові гостя;
- ✓ Інформацію про номер;
- ✓ Ціну номера;
- ✓ Інші необхідні дані.

В теорії готельної індустрії окрім поняття «готельна послуга» використовується також поняття «готельний продукт». Готельний продукт – це результат діяльності готельного підприємства, це результат взаємодії готельного бізнесу та клієнта, а також власної діяльності виконавця з задоволення потреб споживача щодо товарів та послуг [17, с.115]. Він формується в процесі обслуговування гостя у результаті взаємодії працівників готелю із гостями. Складовими частинами готельного продукту є:

- Зустріч гостя при вході в готель. Цю функцію виконує швейцар готелю.
- Реєстрація, оформлення документів, поселення гостя. Цю функцію виконує працівник рецепції готелю.
- Супровід до номера гостя і обслуговування в номері. Цю функцію виконує портьє готелю.
- Обслуговування при наданні послуг харчування. Цю функцію виконують офіціанти.
- Обслуговування при наданні культурних, спортивних оздоровчих та інших розважальних послуг. Цю функцію виконують аніматори, фітнес-тренери, інструктори тощо.
- Оформлення виїзду, проводжання гостя. Ці функції виконують працівники рецепції готелю, портьє та швейцар.

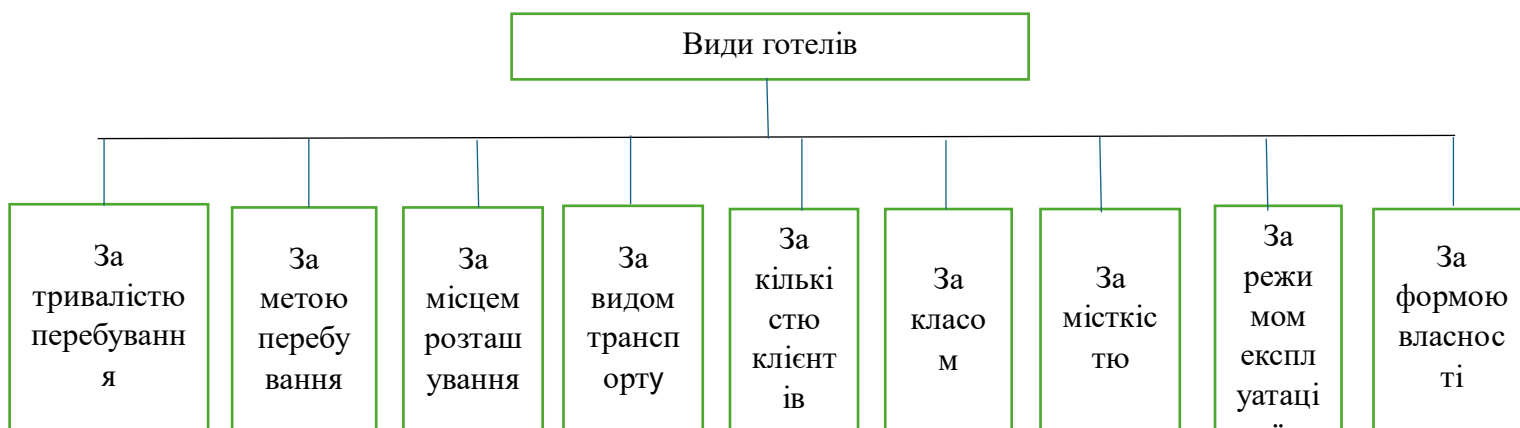
1.3. Види закладів розміщення

Обсяг та тип послуг, які надаються в готелі різняться в залежності від виду та класу цього готелю. Найбільше на асортимент послуг, які надаються в готелі та на їх якість впливають місце в якому готель розташований, сезонність його роботи, клас готелю та його призначення. Так, готель ділового призначення повинен мати кофференц-зал з необхідною апаратурою, розміщуватися поблизу ділового центру міста, основних адміністративних будівель. А готель туристичного призначення повинен мати широкий набір послуг розважального характеру (анімація, спортивні послуги), добре організоване харчування та екскурсійні послуги.

У світі існує чимало підходів до класифікації готелів. Найбільш повний та науковий підхід до групування готелів за різними ознаками запропонували швейцарські науковці В. Хунцикер та К. Крапф (малюнок 1.3.).

За тривалістю перебування готелі бувають сімейними (для тривалого перебування) і короткочасного перебування. Сімейні готелі призначені для довготривалого поселення. Зазвичай, клієнтами таких готелів є люди, які мають тривале відрядження у інше місто або країну і приїждять туди з сім'ями на довгий період – від місяця і довше. У готелях короткочасного перебування постояльці селяться на декілька днів або тижнів.

За метою перебування готелі класифікують в залежності від того, для чого приїждять клієнти, яку ціль вони переслідують. Так, курортні готелі приймають туристів, які прибули з метою відпочинку та оздоровлення. Окрім послуг проживання та харчування, вони пропонують гостям набагато ширший спектр послуг – медичне обслуговування, спортивно-оздоровчі послуги, дитяче оздоровлення тощо. Такі готелі мають приміщення для інгаляцій, масажні кабінети, зали для заняття лікувальною фізкультурою, тренажерні зали тощо.



Малюнок 1.3. Класифікація готелів за В. Хунцикером та К. Крапфом

Курортно-лікувальні готелі призначені для відпочинку людей з професійними або іншими захворюваннями. Вони поділяються в залежності від профілю лікування: курортно лікувальні готелі для лікування опорно-рухового апарату, неврологічних порушень, загального профілю тощо.

Бальнеологічні курортні готелі призначені для проживання людей, які прибули на курорт з метою оздоровитися внаслідок прийому мінеральних вод. В Україні бальнеологічні готелі розташовані у Трускавці, Моршині, Східниці, Хмільнику, Миргороді. У світі - у Карлових Варах (Чехія), Біаріці (Франція), Румунії, Німеччині та інших регіонах.

Спортивно-туристичні готелі призначені для проживання спортсменів, спортивних команд та делегацій, а також активних туристів. Такі готелі розміщуються на курортах, зонах туризму та відпочинку, замських рекреаційних зонах.

Ділові або бізнес-готелі – це готелі, розташовані в усіх крупних містах, економічних центрах і призначенні для прийому людей, які зупиняються в місті з діловою метою (укладення угод, переговори, ділові зустрічі). У таких готелях надаються послуги перекладача, юриста, організація ділових заходів. Вина мають мати конференц-зали, організаційну техніку, WiFi-покриття.

Спеціальні представницькі готелі – це готелі у яких зупиняються іноземні делегації, представники урядів, іноземні партнери. Такі готелі мають високий рівень послуг, особливі вимоги до оформлення.

За місцем розташування готелі поділяють на міські, гірські і сільські. Міські готелі розташовані у місті, вони, як правило, мають невелику територію і розташовуються поблизу історичних об'єктів, транспортних вузлів. Їх клієнти мають ділову мету прибуття. Сільські готелі розташовуються у сільській місцевості, мають обширну зелену територію, туристично-відпочинкову спрямованість. Гірські готелі розташовуються у горах, на гірськолижних курортах, мають спортивно-відпочинкове призначення. Прикладами гірських готелів є швейцарський готель «Kulmhotel Gornergrat», розташований на висоті понад 3000 метрів, чилійський готель «Explora Patagonia», з вікон якого відкриваються чудові краєвиди на гірські хребти та багато інших.

За видом транспорту готелі поділяються на пристанційні готелі, мотелі, ботелі, флайтелі.

Пристанційні готелі – це готелі, розташовані біля залізничних або автобусних станцій і призначені для комфортного проживання транзитних пасажирів. Такі готелі особливо зручні для тих людей, які подорожують на далекі відстані і мають тривалий термін пересадки.

Мотелі – це засоби розміщення, розташовані обабіч автомобільних доріг і призначені для проживання людей, які подорожують автомобілем, тому мотелі

мають великі автостоянки, а вхід до номера здійснюється з парковки. В порівнянні з іншими готелями, рівень обслуговування тут гірший, а також нижча безпека.

Ботелі – це готелі, розташовані на воді (річках, озерах, каналах), на плавучих або стаціонарно пришвартованих суднах. До ботелів проведені з берега всі комунікації, що дозволяє гостям комфортно перебувати в них. Ботелі популярні в Нідерландах та Франції. Прикладом ботелю є «Amster hotel» в Амстердамі, який має чотири поверхи і ліфт.

Флайтелі – це готелі, розташовані біля аеропортів і призначені для перебування пілотів, стюардес та пасажирів, які мають тривалі пересадки.

За кількістю клієнтів готелі поділяються на індивідуальні, призначені для перебування окремих постояльців та групові – для груп туристів. Прикладом індивідуальних засобів розміщення є:

- Гостьові кімнати, які можна орендувати для однієї особи або для пари чи сім'ї;
- Шале – маленькі будиночки, розташовані переважно в горах, які пропонують мінімальні зручності клієнтам;
- Бунгало – засоби розміщення, розташовані у теплому кліматі, збудовані з дерева, соломи, гілок тощо.

Групові готелі – це класичні готелі на багато номерів, де може зупинитися велика група туристів і отримати всі супутні і додаткові готельні послуги.

За класом готелі бувають: люкс класу, першого, другого та третього класу.

Готелі класу «люкс» пропонують своїм клієнтам розкішний ексклюзивний відпочинок, високий рівень обслуговування за високу ціну.

Готелі першого класу відповідають «пяти зіркам» і забезпечують клієнтам високий сервіс обслуговування, включно з басейнами, спа та конференц-залами.

Готелі другого класу відповідають рівню «чотири зірки» і мають високоякісний сервіс, велику територію та широкий спектр послуг.

Готелі третього класу пропонують гостям дещо нижчий рівень сервісу, але все ще забезпечують базові стандарти обслуговування.

За місткістю готелі поділяються на три види: малі, середні і великі. Місткість готелю визначається кількістю спальних місць у ньому. Причому ця класифікація різна для різних країн. Наприклад, готель на 2000 номерів вважається великим в Австрії, проте середнім у США, тут кількість номерів великого готелю починається від 500 і більше.

В середньому малі готелі мають 100-150 номерів, забезпечують базовий набір послуг і мають дещо нижчу ціну.

Середні готелі мають від 100 до 400 номерів, пропонують гостям ширший спектр послуг, розташовані у містах і на курортах і мають вищу ціну.

Великі готелі мають від 300 і більше номерів, пропонують клієнтам широких спектр послуг і мають високу ціну номера.

За режимом експлуатації готелі поділяються на цілорічні, двосезонні (зима і літо), та сезонні.

Цілорічні готелі працюють у всі сезони року, пропонують гостям широкий набір послуг, розташовані у містах, не мають переважно курортного та оздоровчого спрямування, орієнтовані на ділових клієнтів.

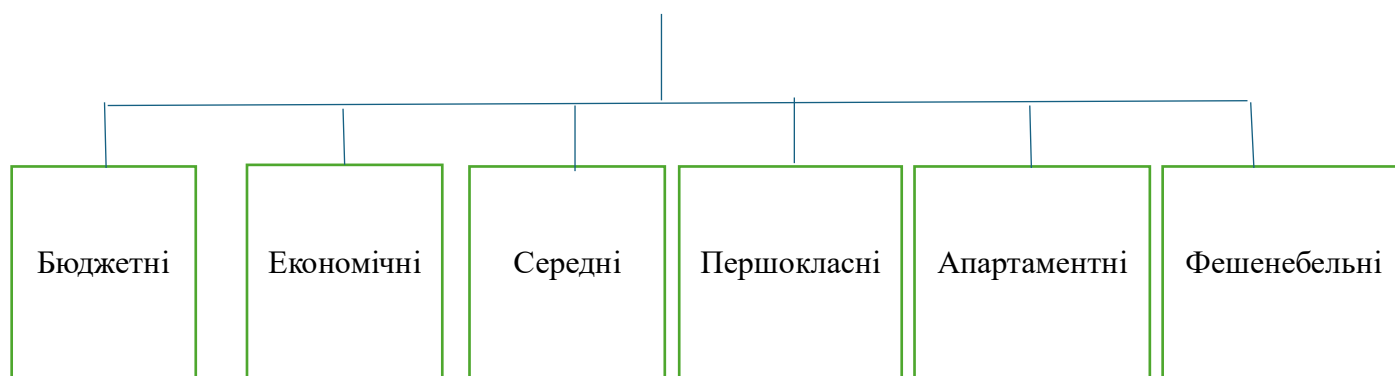
Двосезонні готелі приймають відвідувачів влітку і взимку відповідно на літній і зимовий відпочинок, пропонують різноманітні послуги, які можуть відрізнятися від сезону.

Сезонні готелі приймають гостей переважно в теплу пору року, вони мають курортне спрямування, збудовані із легких матеріалів і не обігріваються в холодну пору року.

За формою власності готелі поділяються на приватні і державні. Власниками приватних готелів є юридичні або фізичні особи, а власником державних – держава. Прикладами державних готелів в Україні є готель «Україна» та готель «Козацький», розташовані в Києві на Майдані Незалежності.

Іншими класифікаційними ознаками, згідно яких можна поділити готелі є ціна та поверховість. Так, згідно цінової класифікації вітчизняного вченого Р. Пуцентейла усі готелі можна поділити на шість груп (Малюнок 1.4.)

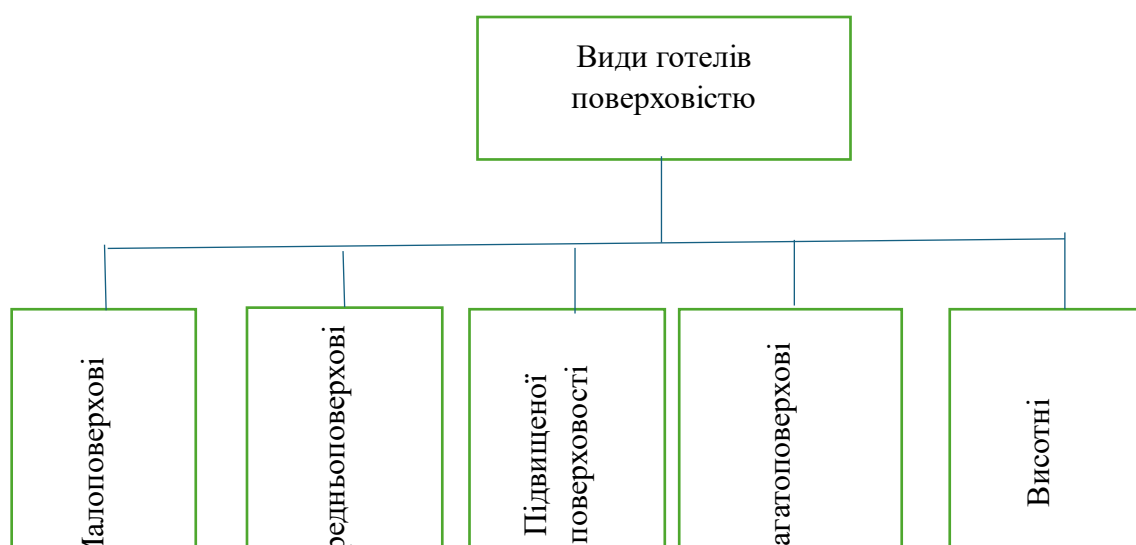
Види готелів за
вартістю номера



Малюнок 1.4. Класифікація готелів за вартістю номерів [14].

Бюджетні готелі пропонують лише базові зручності за найнижчими цінами від 25 до 35 \$ за номер. Економічні готелі мають помірні ціни і дещо ширший асортимент послуг в порівнянні з бюджетними (35-55 \$ за номер). Готелі середньої цінової категорії мають помірні ціни та комфорт, вартість номера такого готелю становить 55-95 \$ за номер, першокласні готелі розташовані на елітних курортах та в центрах міст, пропонують високий сервіс, середня ціна номера становить – 95-125 \$ за номер. Апартаментні готелі пропонують кухню в номері, що зручно для тих клієнтів, які хочуть почувати себе як вдома, середня ціна номеру у таких готелях – 65-125 \$ за номер. Фешенебельні (люкс) готелі пропонують ексклюзивну розкіш, високий рівень послуг за високою ціною – 125\$ і вище.

За ознакою поверховості усі готелі можна класифікувати на такі групи (Малюнок 1.5.)



Малюнок 1.5. Класифікація готелів за кількістю поверхів [15, с.112].

Готелі будують від одного поверха і вище. Одноповерхові готелі будують переважно у сільській та гірській місцевості, а багатоповерхові – у курортних зонах та ділових центрах міст мільйонників, столиць у яких висока вартість квадратного метра землі. Найвищий готель світу знаходиться в Дубаї (ОАЕ). Називається він JW Marriott Marquis Dubai. Висота рекорсмена 355 метрів. Це цілий комплекс з двох будинків, вежі-близнюки. У кожному з них 72 поверхи, на яких розташовано 1608 готельних номерів [20].

Найменший у світі готель "Ехойзль" розташований у німецькому місті Амберг у Баварії. Його площа 53 кв. м. На них розмістили номер, у якому є вітальня, кухня, ванна, спальня та підвал. Нещодавно "Ехойзлеві" виповнилося 280 років [21].

Висновки до розділу 1

Сьогодні сектор гостинності становить потужний готельно-ресторанний бізнес, який є невід’ємною складовою сфери туризму. Він охоплює величезний перелік послуг і є однією із найприбутковіших сфер національної економіки.

Існує декілька підходів до розуміння терміну «гостинність».

Сьогодні гостинність має важливе соціальне і міжкультурне значення. Від того як приймають гостей часто залежить політичні та інші домовленості між країнами чи економічні домовленості в бізнесі.

Продовженням гостинності є поняття «індустрія гостинності». Одні вчені розглядають індустрію гостинності як абстрактну категорію, яка охоплює майже всю сферу послуг, інші зосереджують увагу лише на готельно-ресторанному

бізнесі. Виділяють чотири моделі гостинності: Західноєвропейську; Східноєвропейську; Азійську; Американську.

Готельне господарство є важливою складовою сфери послуг, а основою готельного господарства є готель. Існує декілька тлумачень поняття «готель».

Під час взаємодії клієнта готелю та самого готелю надаються готельні послуги. Різні вчені по-різному тлумачать поняття готельної послуги. Одні з них наголошують на важливості взаємодії готелю та клієнта, інші звертають увагу на нематеріальний характер готельних послуг, треті – визначають готельну послугу як дію або операцію. Готельні послуги поділяються на декілька видів: основні, додаткові і супутні.

Обсяг та тип послуг, які надаються в готелі різняться в залежності від виду та класу цього готелю. Найбільше на асортимент послуг, які надаються в готелі та на їх якість впливають місце в якому готель розташований, сезонність його роботи, клас готелю та його призначення. У світі існує чимало підходів до класифікації готелів. Найбільш повний та науковий підхід до групування готелів за різними ознаками запропонували швейцарські науковці В. Хунцикер та К. Крапф. Згідно їх класифікації, готелі класифікують за тривалістю перебування, за місцем розташування, за сезонністю та багатьма іншими ознаками.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА СВІТУ ТА УКРАЇНИ

2.1. Готельні ланцюги як особливий вид об'єднання закладів розміщення

Готельні ланцюги – це об'єднання кількох готельних підприємств у загальний бізнес з єдиною концепцією просування, спільним керівництвом та однією торговою маркою. Приналежність до готельного ланцюга дає готелю ряд переваг, основною з яких є те, що хороша репутація одного закладу, що входить до мережі автоматично поширюється на всі її заклади.

Ще однією перевагою готельного ланцюга є стандартизованість продукту, сервісу та методів управління, що спрощує увесь процес менеджменту.

Спрощуються процедури контролю за якістю наданих послуг та зменшуються витрати на підбір та навчання персоналу, відбувається економія коштів на закупівлю обладнання внаслідок економії на масштабі. Витрати зменшуються також і за рахунок корпоративного управління, централізованих поставок, універсального дизайну інтер'єрів та екстер'єрів готелів, комплексних рекламних заходів.

У готельному бізнесі існує два види готельних ланцюгів:

1. Готельні консорціуми, які об'єднують незалежні готелі.
2. Інтегровані готельні мережі, які реалізують уніфікований продукт.

Ключовою відмінністю готельних консорціумів є те, що готелі, які входять до їх складу є незалежними, вони мають різних власників та управління і об'єднуються для того, щоб об'єднавши ресурси, спільно просувати свої послуги, використовуючи єдиний бренд. Таким чином готелі, що входять до консорціуму, можуть успішно конкурувати з інтегрованими готельними ланцюгами.

Основні переваги, які отримують незалежні готелі в результаті об'єднання у консорціум:

- ✓ Спільна система резервування;
- ✓ Централізована система закупівлі готельного обладнання;
- ✓ Спільні рекламні кампанії, як внутрішні так і міжнародні;
- ✓ Спільне видавництво рекламно-інформаційних матеріалів (буклетів, брошур) з рекламою готелів мережі, які розповсюджуються у кожному готелі;
- ✓ Технічна допомога;
- ✓ Невеликий розмір членських внесків за участь у консорціумі [11, с.42]

Інтегровані готельні мережі реалізують уніфікований продукт для всіх готелів. Всі готелі мережі мають однакову назву, символіку, внутрішнє та зовнішнє оформлення. Перевагами інтегрованих готельних мереж є:

- ✓ Використання єдиних стандартів обслуговування;

- ✓ Накопичення інвестиційних ресурсів;
- ✓ Спільне використання комп'ютерної мережі міжнародного резервування;
- ✓ Закупівля великих партій послуг і товарів за оптовими цінами;
- ✓ Економія коштів;
- ✓ Використання централізованої системи обліку, постачання та збуту;
- ✓ Використання загального логотипу та торгової марки;
- ✓ Створення комплексних програм лояльності споживачів;
- ✓ Моніторинг якості послуг, які надаються готелями [11, с.43].

Управління готельними мережами здійснюється на основі договору франчайзингу, договору управління або лізингу. Найпоширенішими є франчайзингові відносини. Суть їх полягає в тому, що франчайзер надає франчайзі право використовувати свою торгову марку, технології та методи роботи, маркетингові процедури, систему бронювання тощо. Таким чином франчайзер отримує додатковий дохід, а франчайзі – допомогу в організації діяльності, консультації, доступ до централізованої системи бронювання тощо. У відповідь він зобов'язаний дотримуватися стандартів обслуговування, прийнятих в мережі, сплачувати франчайзеру певну суму коштів.

Рейтинг найбільших готельних мереж світу у 2021 році подано у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Рейтинг найбільших готельних мереж світу, 2021 р. [11, с.44]

Назва мережі	Країна розташування штаб- квартири	Рік заснування	Кількість готелів	Кількість номерів	Кількість країн, де є готелі мережі
Marriott International	США	1927	7500	1 400 289	125
Jin Jiang	Китай	2003	10 000	1 100 000	68
Hilton Hotels	США	1919	6478	1 010 257	103

InterContinental Hotel Group (IHG)	Британія	1946	6000	886 036	100
Wyndham Hotel Group	США	1943	8 941	795 909	78
Accor Group	Франція	1967	5300	778 000	92
Huazhu	Китай	2007	7000	607 137	16
Choice Hotels	США	1939	7 147	597 977	40
OYO	Індія	2013	20 000	449 000	80

Лідером за кількістю готелів у світі є індійський оператор OYO - 20 тис готелів. На другому місці китайський оператор - Jin Jiang – 10 тис готелів. Лідером за числом проданих номерів є американська готельна мережа - Marriott International.

Найбільші готельні мережі є здебільшого американськими, адже саме в США зародилася ідея створення готельних ланцюгів. Друге місце впевнено завойовує Китай.

Щодо України, то готельні мережі представлені у нас у Києві, Львові та Одесі (Таблиця 2.2.)

Таблиця 2.2.

Міжнародні готельні мережі, представлені в Україні, 2021 р.[11, с.44]

Готельна мережа	Назва готелю	Місто	Кількість номерів
Intercontinental Hotel Group (United Kingdom)	InterContinental - Kyiv 5* Grand Plaza Lviv	Київ Львів	272

Redisson Hotel Group (Belgium)	Redisson Blu Hotel 5* Redisson Blu Hotel Podil 4* Park Inn by Redisson 4	Київ	255 164 196
	Redisson Blu Resorts 4*	Буковель	252
	Radisson Hotel Odesa City Centre	Одеса	90
Accor (France)	Ibis 3* Fairmont Grand Hotel 5* Ibis Kyiv Railway hotel 3* Mercure Kyiv Congress 4 *	Київ	212 258 281 160
	Ibis Styles 3* Gruner Lviv Boutique Hotel 4 *	Львів	77 12
	Hotel de Paris Odessa MGallery 5*	Одеса	51
Global Hyatt Corporation (USA)	Hyatt Regency Kyiv 5*	Київ	234
Rixos (Turkey)	Rixos-Prykarpattya 5*	Трускавець	359
Hilton (USA)	Hilton Hotel 5*	Київ	262
Marriott (USA)	Four Points by Sheraton 4*	Запоріжжя	164
	Aloft Kiev 4*	Київ	310
Wyndham Worldwide (USA)	Ramada Lviv 3*	Львів	103
	Ramada Encore 4*	Київ	264

В Україні найбільше готельних номерів представлено міжнародними мережами Accor та Redisson Hotel Group.

1.2. Особливості класифікації готелів у різних країнах

У готельному бізнесі сьогодні існує більше тридцяти систем класифікації готелів. На жаль, у світі відсутня єдина уніфікована система класифікації, що

пов'язано з культурно-історичним розвитком країн, їх національними особливостями, відмінностях у підходах до якості обслуговування і т.д. Найпоширеніші системи класифікацій зображено на малюнку 2.1.

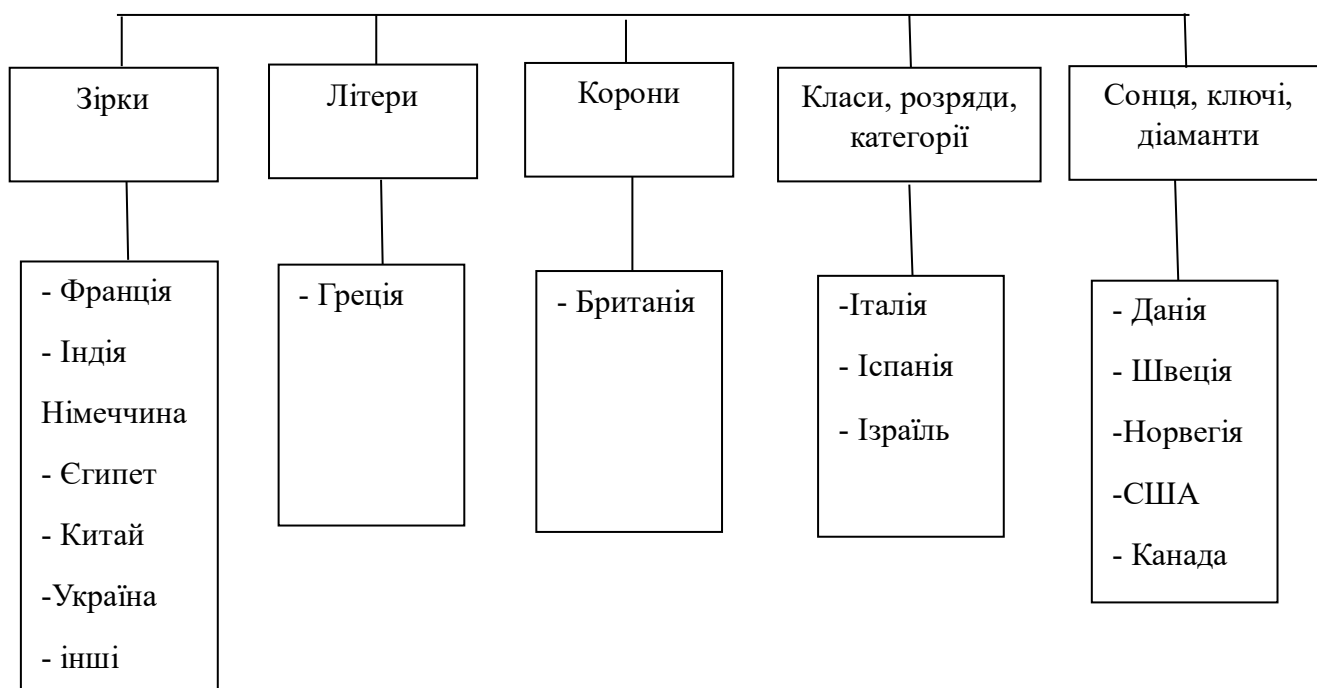
У більшості країн світу прийнята французька (європейська) національна система класифікації готелів, згідно якої усі готелі залежно від комфортабельності поділяються на п'ять категорій, кожній з яких присвоюється певна кількість зірок.

Відповідно до зіркової класифікації, готелі із найвищим рівнем комфорту та найкращим обслуговуванням мають п'ять зірок, а готелі, здатні забезпечити лише мінімальний рівень комфорту – одну зірку.

Кількість зірок, яка буде присвоєна готелю залежить від:

- загальної площі номера;
- рівня сервісу в готелі;
- місцезнаходження готелю відносно туристичних атракцій (Таблиця 2.3.)

Системи класифікації
готелів у різних країнах



Малюнок 2.1. Системи класифікації готелів у різних країнах світу [27, с. 302].

У Єгипті теж прийнята зіркова класифікація готелів, однак у порівнянні з європейською класифікацією всі категорії завищені в декілька разів. Тому п'ятизірковий готель Єгипту за рівнем комфорту відповідає тризірковому готелю Франції.

Таблиця 2.3.

Критерії присвоєння готелю зірок [14]

Критерій	*	**	***	****	*****
Площа однокімнатного стандартного номера на дві людини, м.кв.	8-10	8-10	10-12	13	16 і більше
ТВ, Холодильник	На поверсі	На поверсі	В номері	В номері	В номері
Кондиціонер	-	-	+/-	+	+
Телефон	-	-	-	+	+

Туалет	Не менше одного на п'ять кімнат	Не менше одного на п'ять кімнат	В номері	В номері	В номері
Ванна	Не менше двох на поверх	Не менше двох на поверх	В номері	В номері	В номері
Зміна постільної білизни	Раз в п'ять днів	Раз в п'ять днів	Раз в три дні	щодня	щодня
Зміна рушників	Раз в три дні	Раз в три дні	щодня	щодня	щодня
Тренажерний зал	-	-	+/-	+	+
Кафе	-	-	+	+	+
Ресторан	-	-	+	+	+

У Китаї теж прийнята зіркова система, яка не поступається європейській, однак поруч з нею у Китаї існує ще своя система, згідно якої всі китайські заклади розміщення поділяються на чотири категорії:

- Гостьові будиночки – Zhaodaisuo – хостели рівня студентських гуртожитків;
- Будинки для гостей - Bin-guan – відповідають європейським дво-тризірковим готелям;
- Туристичні готелі – відповідають трьом-чотирьом зіркам європейської класифікації;
- Винні будиночки - Jindian – відповідає чотирьом-п'яти зіркам європейської класифікації.

Готелі Австрії теж класифікують за європейською зірковою системою, однак у сільській місцевості функціонують поза категорійні готелі, які обслуговуються фермерськими родинами.

За індійською системою класифікації кількість зірок готелю присвоює спеціальна комісія, виводячи певну кількість балів за рядом показників. Для одержання тієї чи іншої категорії необхідно набрати встановлену суму балів.

Німецька система класифікації передбачає поділ готелів на п'ять категорій:

- туристичний клас – одна зірка;
- стандартний клас – дві зірки;
- комфортний клас – три зірки;
- перший клас – чотири зірки;
- люкс – п'ять зірок.

Особливістю німецької системи є й те, що тут зірки присвоюються таким типам закладів розміщення як пансіони і заїжджі двори.

У Греції прийнята літерна система класифікації готелів. Згідно неї усім готелям присвоюються літери: А, В, С, D. Готелі категорії А відповідає рівню чотири зірки, категорії В – три зірки, С- дві зірки і D – одна зірка. П'ятизіркові готелі за грецькою класифікацією мають назву De Luxe.

Британська система класифікації передбачає присвоєння готелю від однієї до шести корон. Корони зображуються на фасаді готелю, в каталогах та готельних довідниках. Одна корона означає мінімальний набір послуг та рівень комфорту, чотири корони приблизно відповідає тризірковому готелю за європейською класифікацією, а шість корон – п'ятизірковому.

Діамантова класифікація готелів прийнята у готелях США, Канади, Мексики, Карибського басейну. Готелям присвоюється від одного до п'яти діамантів відповідно до стандартів обслуговування:

- один діамант – готель відповідає базовим стандартам;
- два діаманти – готель має кращий рівень сервісу;
- три діаманти – готель гарного рівня, має хороший рівень сервісу, гарний дизайн та оформлення;

- чотири діаманти – готель дуже високого рівня, має стильний дизайн і відмінний рівень сервісу;
- п'ять діамантів – готель вищого класу з індивідуальним підходом до кожного клієнта.

Італійські готелі прийнято диференціювати за категоріями: першою другою та третьою. Готелі першої категорії умовно відповідають чотирьом зіркам європейської класифікації, другої категорії – трьом зіркам, третьої – двом зіркам. Крім того, в межах кожної категорії існують ще підкатегорії готелів.

В Іспанії також прийнята система класифікації за категоріями:

- готелі класифікують на п'ять категорій (від першої до п'ятої);
- будинки готельного типу та апартаменти (*hoteles-apartamentes*) класифікують на чотири категорії (від першої до четвертої);
- постійні двори (*hostales*) класифікують на три категорії (від першої до третьої);
- пансіони (*pensiones*) також класифікують за трьома категоріями.

Крім того, в Іспанії існують і державні заклади розміщення, підпорядковані Міністерству туризму (*paradores*). Вони розташовані у віддалених місцях, де немає можливості збудувати готель. До *Paradores* відносять також замки і палаци, в яких розміщують туристів і які мають категорію «люкс».

Асоціація готелів Скандинавії (Данія, Швеція, Норвегія) мають свою міжнаціональну класифікацію. Вона побудована за французьким чи європейським типом, лише клас готелів позначається не «зірками», а «сонцями». Знак має вигляд половинки сонця, яке сходить на тлі неба. Клас готелю визначають експерти Асоціації. У скандинавських країнах прийняті єдині позначення послуг у вигляді піктограм, які широко використовуються в усіх каталогах Асоціації. Завдяки цьому клієнт одразу отримує повну інформацію про те, яке обслуговування очікує на нього в готелі [15, с.221].

1.3. Класифікація готелів України

Вітчизняна система класифікації готелів ґрунтується на Державному Стандарті України. До 1994 року в Україні була прийнята розрядна система класифікації готелів, яка залишилася у спадок від СРСР. Відповідно до діючого тоді «Положення про віднесення готелів до розрядів» всі готелі поділялися на сім розрядів:

- ✓ Люкс;
- ✓ Вищий «А»;
- ✓ Вищий «Б»
- ✓ 1-категорія;
- ✓ 2-га категорія;
- ✓ 3-тя категорія;
- ✓ 4-та категорія.

Мотелі за цією класифікацією поділялися на п'ять розрядів:

- ✓ Вищий «А»;
- ✓ Вищий «Б»
- ✓ 1-категорія;
- ✓ 2-га категорія;
- ✓ 3-тя категорія;

У 1994 році було розроблено «Положення про критерії класифікації готелів» і всім вітчизняним готелям рекомендовано запроваджувати французьку (європейську) зіркову класифікацію готелів, яка діє і сьогодні в Україні.

Оскільки в світі немає єдиної загальноприйнятої системи класифікації готелів робилися періодичні спроби таку систему створити. Так, у 2009 році було створено систему Hotelstars Union. Станом на сьогодні ця система класифікації готелів є однією з найпоширеніших в Європі і об'єднує готелі 27 країн. Система

критеріїв класифікації готелів Hotelstars Union базується на 21 принципі прозорості та об'єктивності, поінформованості щодо якості та безпеки як для гостей, так і для готельєрів. Сьогодні за стандартами Hotelstars Union класифіковано більше 22 тисяч готелів [8].

Україна з 2021 року є членом-спостерігачем Hotelstars Union і у 2022 році повинна була здійснити перші кроки на шляху запровадження класифікації вітчизняних готелів згідно її стандартів, однак цю процедуру призупинила війна.

Розглянемо детальніше відповідність вітчизняних готелів кожної категорії вимогам до готелів такої категорії Hotelstars Union.

Однозіркові вітчизняні готелі, як правило, пропонують гостям невисокий рівень комфорту. Харчування тут не передбачається, зручності розміщені на поверсі, а не в номері. Сам готель розташовується у віддалених місцях далеко від історичних центрів та туристичних маршрутів. У таблиці 2.4. подано порівняння українських готелів категорії «одна зірка» з стандартами готелів такої категорії Hotelstars Union.

Таблиця 2.4.

Порівняльна характеристика українських готелів категорії 1* з стандартами Hotelstars Union[25].

Вітчизняні стандарти	Стандарти Hotelstars Union
- паркомісця (не менше 10% від чисельності номерного фонду); - окремі входи для постояльців і працівників готелю; - ліфт (в триповерхових і більше готелях); - зону рецепції площею не менше 10 м² (з номерним фондом до 50 кімнат). Додаткову площу 0,2 м² на кожен наступний номер після 50; - 60% одномісного та двомісного номерного фонду; - килимове покриття в номері або приліжкові килимки;	- наявність у всіх номерах душу або ванни та туалету; - щоденне прибирання кімнат; - телебачення у всіх номерах; - наявність столу та стільця; - присутність мила або гелю для душу; - наявність банних рушників; - присутність стійки ресепшн; - загальнодоступний телефон для гостей; - можливість сніданку; - вибір напоїв; - можливість депозиту.

- номерний фонд з одномісних кімнат площею 8 м², двомісних – 10 м², тримісних – 14 м², чотиримісних – 16 м²; - постільну білизну; - санвузол (не менш ніж у чверті від номерного фонду та на всіх поверхах готелю); - шафи для зберігання предметів верхнього одягу; - килимок у ванній кімнаті; - тумбу біля кожного ліжка; - стільці або крісла (від двох на номер); - телевізор за потребою постояльця; - обідній стіл.	
--	--

Двозіркові українські готелі – це готелі для туристів, які подорожують екскурсійними маршрутами. Відповідно до європейських стандартів номер двозіркового готелю має мати телевізор та санвузол. У холі готелю може бути недорогий ресторан, який пропонує гостям континентальний сніданок. У таблиці 2.5. подано порівняння українських готелів категорії «дві зірки» з стандартами готелів такої категорії Hotelstars Union.

Таблиця 2.5.

Порівняльна характеристика українських готелів категорії 2* з стандартами Hotelstars Union[25]

Вітчизняні стандарти	Стандарти Hotelstars Union
- заклад харчування (для об'єктів на 50 номерів і більше); - автостоянку біля готелю або не більше ніж в 400 метрах від нього; - зону рецепції площею не менше 20 м² (з номерним фондом до 50 кімнат). Додаткову площу 0,3 м² на кожен наступний номер після 50;	- сніданок у вигляді шведського столу; - наявність лампи для читання поряд із ліжком; - доступ в інтернет у номері або в суспільній зоні; - можливість оплати послуг карткою; - наявність гелю для душу у ванній кімнаті; - лляні полички в номері;

- номери з декількома кімнатами або можливістю об'єднання однокімнатних у разі потреби; - санвузли в 50% номерного фонду; - однокімнатні та двокімнатні номери в більш ніж половині фонду; - номерний фонд з одномісних кімнат площею 9 м², двомісних – 12 м², тримісних – 16 м², чотиримісних – 18 м².	- пропозиція гігієнічних товарів (зубна щітка, зубна паста тощо).
--	---

Три зіркові готелі є найпоширенішими в Україні. Це готелі дещо вищої категорії ніж попередні. Такі готелі мають зручності в номері, в них гостям пропонують миючі засоби. В номері є фен. Деякі номери в тризіркових готелях мають мін-бари та обладнані кондиціонерами. У таблиці 2.6. подано порівняння українських готелів категорії «три зірки» з стандартами готелів такої категорії Hotelstars Union.

Таблиця 2.6.

Порівняльна характеристика українських готелів категорії 3* з стандартами Hotelstars Union[25]

Вітчизняні стандарти	Стандарти Hotelstars Union
- паркомісця або гараж (20% місць від кількості номерів); - окремий службовий вхід; - бар або ресторан на території, де кількість місць не менше ніж 75% від номерного фонду готелю; - санвузол у всіх номерах;	- стійка реєстрації мусить бути відкрита 14 годин, доступна за телефоном цілодобово. Там має працювати двомовний персонал; - кімната для відпочинку біля ресепшену, доставка багажу до номера за запитом;

- номерний фонд з одномісних кімнат площею 10 м² і двомісних – 14 м² (без урахування санвузла, коридора, балкона); - сейф для гостей у приймальній зоні; - рецепція з мінімальною площею 20 м² (з номерним фондом до 50 кімнат). Додаткова площа 0,5 м² на кожен наступний номер після 50; - перукарня; - телевізор і телефон у всіх номерах.	- наявність фена, очищувальних серветок; - послуга доставки напоїв до номера; - дзеркало та поличка для валізи в кімнаті; - наявність телефону в номері; - швейний набір, приладдя для чищення взуття, послуги пральні та прасування в готелі; - надання додаткової подушки та ковдри за запитом; - наявність системи управління скаргами.
---	--

Чотиризіркові вітчизняні готелі орієнтовані на клієнтів із середнім рівнем доходів. Такі готелі пропонують високий рівень сервісу, вони розташовані у центрі міста, якщо це міський готель або на першій лінії моря, якщо готель курортний. У таблиці 2.7. подано порівняння українських готелів категорії «чотири зірки» з стандартами готелів такої категорії Hotelstars Union.

Таблиця 2.7.

Порівняльна характеристика українських готелів категорії 4* з стандартами Hotelstars Union[25]

Вітчизняні стандарти	Стандарти Hotelstars Union
- зону рецепції площею не менше 30 м² (з номерним фондом до 50 кімнат). Додаткову площу 0,8 м² на кожен наступний номер після 50; - окреме приміщення для харчування персоналу;	- стійка реєстрації мусить бути відкритою 16 годин, а також доступною за телефоном цілодобово; - наявність лобі з місцями для сидіння та баром;

- не менш ніж один ліфт на кожні 60 номерів; - сауну; - послугу косметологічних процедур; - заклад харчування з кількома залами; - двомісні кімнати площею 15 м2, одномісні – 12 м2 (без урахування санвузла, коридора, балкона); - ванну; - килим у кімнатах; - два крісла або диван у номерах; - мінібар, чайник, склянки; - фен у номері; - кавовий столик; - робочий стіл і стілець.	- сніданок у вигляді шведського столу або за меню з доставкою до номеру; - наявність м'якого стільця або дивана зі столиком; - мінібар або 16-годинний сервіс доставки напоїв; - халат і тапочки за запитом; - наявність косметичних продуктів у номері (наприклад, шапочка для душу, пилка для нігтів, ватні палички), дзеркала, опалення у ванній кімнаті.
---	--

П'ятизіркові вітчизняні готелі забезпечують своїм клієнтам першокласний сервіс. Тут надаються усі можливі послуги, інтер'єр готелю виконаний з врахуванням усіх дизайнерських рішень, харчування різноманітне і лише з якісних продуктів, страви вишукані. Такі готелі розташовані у історичних центрах і здатні задовольнити будь-які вимоги клієнтів. У таблиці 2.8. подано порівняння українських готелів категорії «чотири зірки» з стандартами готелів такої категорії Hotelstars Union.

Таблиця 2.8.

Порівняльна характеристика українських готелів категорії 5* з стандартами Hotelstars Union[25]

Вітчизняні стандарти	Стандарти Hotelstars Union
- паркінг або гараж з основними послугами технічного обслуговування автомобілів (не менше ніж 25% машиномісць від кількості номерів); - окремий бар у зоні приймання гостей; - зону рецепції площею не менше 50 м² (з номерним фондом до 50 кімнат). Додаткову площу 1 м² на кожен наступний номер після 50; - басейн; - здравпункт; - нічний клуб; - двомісні кімнати площею мінімум 16 м², одномісні – від 14 м² (без урахування площі санвузла, коридора, балкона); - підігрів підлоги у ванній; - повну звукоізоляцію стін, дверей, вікон у кімнатах; - мінісейф у всіх номерах.	- стійка реєстрації мусить працювати цілодобово, багатомовний персонал; - послуги паркувальника; - консьєрж, паж; - просторий зал у зоні рецепції на кілька місць і роздача напоїв; - вітання гостя квітами або подарунком у номері; - засоби особистої гігієни у флаконах; - ПК у номері за запитом; - сейф у кімнаті; - послуги прасування (повернення упродовж однієї години), чищення взуття; - мінібар у номері, а також доставка в кімнату їжі та напоїв цілодобово; - вечірня підготовка ліжка до сну; - нерозголошення особистої інформації про гостей.

На основі таблиць 2.4. – 2.8. можна зробити висновок про те, що вітчизняні готелі в основному відповідають стандартам Hotelstars Union і після проходження процедури класифікації можуть бути включені до вищеописаних стандартів. Процедура класифікації проходить у декілька етапів, після проходження яких готель одержує акт, в якому зазначається те до якої категорії його можна віднести. Даний акт розглядає акредитаційна комісія, яка виносить остаточний вердикт і видає готелю свідоцтво із зазначеною категорією.

Висновки до розділу 2

Готельні ланцюги – це об'єднання кількох готельних підприємств у загальний бізнес з єдиною концепцією просування, спільним керівництвом та

однією торговою маркою. Приналежність до готельного ланцюга дає готелю ряд переваг, основною з яких є те, що хороша репутація одного закладу, що входить до мережі автоматично поширюється на всі її заклади. Ще однією перевагою готельного ланцюга є стандартизованість продукту, сервісу та методів управління, що спрощує увесь процес менеджменту.

У готельному бізнесі існує два види готельних ланцюгів: Готельні консорціуми, які об'єднують незалежні готелі та Інтегровані готельні мережі, які реалізують уніфікований продукт. Лідером за кількістю готелів у світі є індійський оператор OYO - 20 тис готелів. На другому місці китайський оператор - Jin Jiang – 10 тис готелів. Лідером за числом проданих номерів є американська готельна мережа - Marriott International.

Найбільші готельні мережі є здебільшого американськими, адже саме в США зародилася ідея створення готельних ланцюгів. Друге місце впевнено завойовує Китай.

Щодо України, то готельні мережі представлені у нас у Києві, Львові та Одесі.

У готельному бізнесі сьогодні існує більше тридцяти систем класифікації готелів. У більшості країн світу прийнята французька (європейська) національна система класифікації готелів, згідно якої усі готелі залежно від комфортабельності поділяються на п'ять категорій, кожній з яких присвоюється певна кількість зірок. Відповідно до зіркової класифікації, готелі із найвищим рівнем комфорту та найкращим обслуговуванням мають п'ять зірок, а готелі, здатні забезпечити лише мінімальний рівень комфорту – одну зірку. Окрім зіркової, існують інші системи класифікації: корон, літер, діамантів та інші.

Вітчизняна система класифікації готелів ґрунтується на Державному Стандарті України. Оскільки в світі немає єдиної загальноприйнятої системи класифікації готелів робилися періодичні спроби таку систему створити. Так, у 2009 році було створено систему Hotelstars Union. Станом на сьогодні ця система класифікації готелів є однією з найпоширеніших в Європі і об'єднує готелі 27 країн. Система критеріїв класифікації готелів Hotelstars Union базується на 21

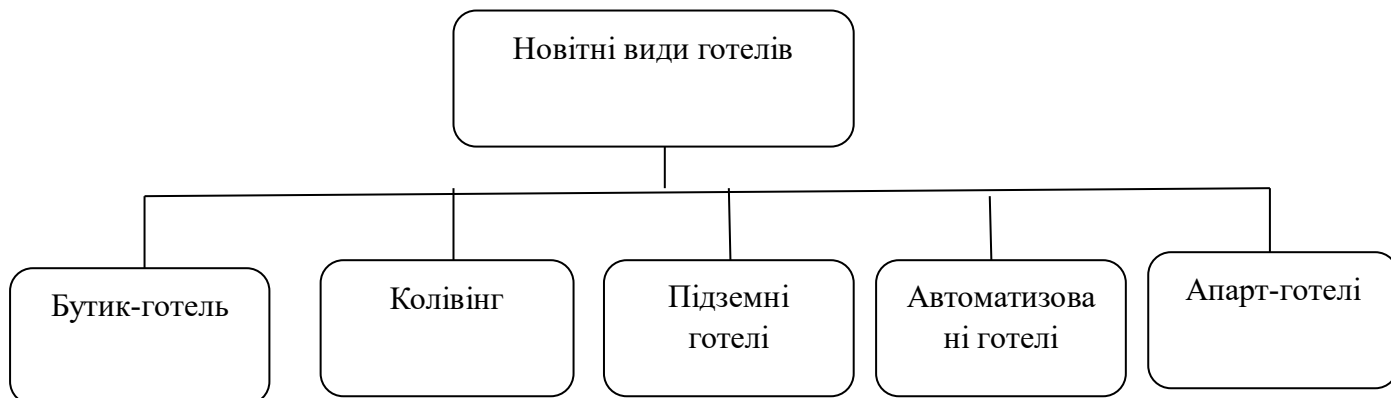
принципі прозорості та об'єктивності, поінформованості щодо якості та безпеки як для гостей, так і для готельєрів. Сьогодні за стандартами Hotelstars Union класифіковано більше 22 тисяч готелів. Україна з 2021 року є членом-спостерігачем Hotelstars Union і у 2022 році повинна була здійснити перші кроки на шляху запровадження класифікації вітчизняних готелів згідно її стандартів, однак цю процедуру призупинила війна.

РОЗДІЛ 3.ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ЗАКЛАДІВ РОЗМІЩЕННЯ

3.1. Новітні готелі як основа вдосконалення класифікації закладів розміщення

Класифікацію готелів можна удосконалити за рахунок внесення до неї унікальних нових видів готелів, які лише недавно з'явилися у готельному бізнесі і які потребують категоризації.

Розглянемо новітні види готелів, які з'явилися на ринку нещодавно (Малюнок 3.1.)



Малюнок 3.1. Унікальні види готелів

*Джерело: розроблено автором

Бутик – готель – це невеликий за розміром готель, який має відповідно малу кількість номерів, кожен з яких може бути унікально оформлений, відрізнитися дизайном, мати свою назву. У бутик-готелях практикують високий рівень обслуговування, унікальний підхід до кожного гостя. Часто бутик-готелі позиціонуються як готелі для еліти – розкішні та ексклюзивні, їх оформляють у певному тематичному стилі – музичному, історичному, за мотивами фільмів чи серіалів. Не кожен маленький за розміром готель є бутик-готелем. Для того, щоб певний готель можна було назвати бутик-готелем, він повинен володіти рядом ознак:

- ✓ висока якість надання послуг, персоніфіковане обслуговування, врахування будь-яких побажань клієнтів;

- ✓ надання елітних послуг (відпочинок на яхті, квитки на концерти зірок тощо);
- ✓ індивідуальний дизайн, унікальний стиль, неповторність кожного номера;
- ✓ високі ціни готельних послуг;
- ✓ дотримання персоналом політики конфіденційності стосовно гостей готелю;
- ✓ малий розмір та місткість номерів;
- ✓ розміщення в історичних будівлях, пам'ятках історії та архітектури, будинках, що належали відомим людям;
- ✓ слабо розвинута інфраструктура (відсутність басейну, тренажерного залу тощо);
- ✓ Клієнтами є відомі особистості, зірки шоу-бізнесу, спорту, політики, які можуть зупинятися інкогніто [6, с.12].

Сьогодні бутік-готелі стають дедалі популярнішими, починають з'являтися в різних регіонах світу і повинні бути включеними до загальної класифікації готелів.

Іншим новітнім видом закладу розміщення є колівінг. За визначенням колівінг – це сучасний заклад розміщення типу гуртожитку чи хостелу, у якому спільно живуть та працюють група людей, найчастіше об'єднаних схожою роботою або професією.

Перші колівінги з'явилися в ІТ-індустрії у 2006 році у Силіконовій долині у США, як формат спільної оренди житла молодими програмістами. Сьогодні колівінги можна побачити окрім ІТ-сфери серед музикантів, художників, дизайнерів, копірайтерів та людей інших професій. Життя в колівінгах набуло популярності внаслідок зростання вартості оренди, популярності віддаленої роботи, моди на подорожування. Серед переваг проживання в колівінгах виділяють:

- ✓ Нижча вартість оренди;

- ✓ Простота зміни місця проживання (мешканці колівінгів мають мінімум речей і легко готові змінити місце проживання та країну);
- ✓ Відсутність робочого графіку (мешканці колівінгу мають змогу організувати свою роботу у будь-який час доби);
- ✓ Обмін досвідом та спілкування (у колівінгах частот організовуються майстер-класи, лекції, соціальні проекти).

Колівінги створюються у нежитлових будівлях, великих багаторівневих квартирах, заміських будинках, на окремих поверхах в багатоквартирних будинках. У ньому є приміщення як індивідуального так і загального користування. У кожного мешканця колівінгу є своя персональна кімната, а також спільний простір – кухня, санвузли, спортзал, робочий простір, зони відпочинку.

Найвідомішими вітчизняними колівінгами є:

1. Колівінг «Вільний Простір» у Львові, який вважається першим колівінгом в Україні;
2. Колівінг «Domivka Coliving» у Києві, який розташований на одному з поверхів житлового комплексу;
3. Колівінг «Z House» у Полтаві, який розташований у триповерховому будинку у центрі міста і вміщує до 15 осіб;
4. Колівінг «Vilnyu» у Києві та Одесі, які представляють собою кілька квартир, в яких наголос робиться на створенні комфортного середовища для активної молоді[29] .

Ще одним готелем нового типу є підземний готель. Він може бути розташований у печері, всередині скелі, у закинутих шахтах тощо. Такі готелі можуть мати вид на зовнішнє середовище, а можуть повністю бути розташованими під землею. Прикладами підземних готелів є:

1. Готель Iconic Santorini, Імеровіглі, розташований у Греції, який має навіть басейн, інтегрований у скелю.

2. Готелі в горах Невшехіру, Кападокія, Туреччина.
3. Готель Les Hautes Roches, Рошекорбон, Франція. Цей п'ятизірковий готель розташований всередині вапнякової скелі і має номери з видом на річку Луару.
4. Готель Матмата у Тунісі, розташований у традиційному для регіону підземному будинку.
5. Готель Грот Палацезе, Апулія, Італія, розташований у гроті з видом на Адріатичне море. У прилеглих до готу скелях міститься понад двадцять гостьових кімнат, а також ресторан. Середня вартість номера в цьому готелі близько 200€ за двомісний номер [22]

Ще одним новітнім типом готелів є автоматизовані готелі. У цих готелях персоналом виступають роботи, які частково або повністю замінюють людей. Найбільше готелів такого типу розташовано в Японії та Південній Кореї. Зокрема шість таких готелів діють у японських містах Токіо і Осака. Так працівниками японської мережі готелів «Henn na Hotel», що у перекладі означає «дивний готель» є понад 80 роботів, в тому числі працівниця рецепції – дівчина-андроїд. Речі клієнту допомагає занести робот-порт'є, а спеціальні побажання виконує робот-консьєрж. У кожному номері готелю розміщені роботи асистенти, які регулюють освітлення та опалення, вмикають телевізор та навіть можуть підтримати примітивну розмову. Роботи в готелі мережі «Henn na Hotel» варять каву та подають напої, знають декілька мов та мову жестів і вміють утримувати зоровий контакт. Всього в мережі працює 234 роботи дев'яти різних типів.

Апарт-готелі – це новітні заклади розміщення, які мають властивості як готелів так і апартаментів. Номери в таких готелях обладнані кухнею, тому ці готелі пропонують майже домашні умови проживання клієнтам, які перебувають у місті тривалий час через відрядження або з інших причин. Клієнти, які знімають номер надовго часто отримують суттєву знижку в залежності від терміну проживання. Апарт-готелі окрім власне номера мають додаткову корисну площу у вигляді вітальні та кухні.

У світі є понад 2 тисячі апарт-готелів. Серед відомих брендів світу, які надають послуги апарт-готелів - французька мережа MaMaison, Senator Apartments City Center (представлений в Україні та країнах СНД); ТМ Staybridge Suites від готельної корпорації InterContinental Group, мережа апарт-готелів Adagio від Accor[28]. Прикладом цікавого апарт-готелю є Controversy Tram Hotel у Нідерландах, який представляє собою два трамвайних вагони, перетворені власниками у чотири номери апарт-готелю, обладнаних усім необхідним для комфортного проживання.

В Україні найбільша кількість апарт-готелів розміщена у Трускавці., однак вони поки що не надто поширені у нашій країні.

3.2. Перспективи розвитку готельного господарства України

Намагаючись окреслити перспективи розвитку готельного господарства України, варто зазначити, що найбільший вплив і, за окремими винятками, негативний на нього сьогодні має війна в країні. Напрями негативного впливу війни на готельний бізнес наступні:

- Знищення готельної інфраструктури;
- Закриття готелів внаслідок окупації та анексії;
- Відтік кваліфікованого персоналу через еміграцію та мобілізацію;
- Зменшення кількості споживачів готельних послуг;
- Вихід з міжнародного ринку тих готелів, які знаходяться на окупованій території;
- Зміна цільового призначення готелів;
- Відсутність інвестицій;
- Руйнування логістичних ланцюгів;
- Робота в умовах повітряних тривог та комендантської години.

Найбільший негативний вплив війна має на готельне господарство Південної, Східної та Північної України, тоді як готельне господарство Західної та Центральної України постраждало менше.

Негативний вплив на готельне господарство країни чинить відтік робочої сили за кордон. Так станом на 2022 рік майже 7,5 мільйонів українців виїхали за кордон. Такий процес вкрай негативно впливає на всі сектори економіки держави, в тому числі і на готельне господарство.

Негативні тенденції простежуються і в інвестуванні у готельний бізнес. Зокрема спостерігається замороження довоєнних готельних проектів, впали до нуля інвестиційні зарубіжні вливання, особливо, якщо інвестором були компанії чи люди, пов'язані з російським капіталом. У перші місяці війни готелі, які входили до міжнародних готельних ланцюгів призупинили свою роботу, деякі з них не відновили її і досі. Все це негативно відобразилося на бюджетних відрахуваннях готельного бізнесу. Так, Згідно з інформацією Державного агентства розвитку туризму протягом періоду з 1 січня до 1 жовтня 2022 року готель ними підприємствами сплачено до бюджету 673 млн. грн., що на 35% менше аналогічного періоду 2021 року. Найбільшого спаду зазнали надходження від засобів розміщення для короткочасного проживання, за аналізований період вони сплатили у бюджет близько 57 млн. грн., що на 58% нижче за аналогічний період минулого року [4, с.25]

Загалом ситуація, пов'язана із податковими відрахуваннями готельної сфери є дуже неоднорідною по Україні. Так у Львівській, Івано-Франківській та Київській областях податкові надходження від сфери гостинності в порівнянні з довоєнним періодом становили +23,5%, +23,9%, +29% відповідно. Натомість суттєве зниження податкових відрахувань мало місце у Одеській області та у місті Києві (-78,6% і -43% відповідно), що пов'язано із неможливістю курортного сезону в Одесі та припиненням ділової активності у столиці.

Необхідність виживати у новій військовій реальності змушує готельні підприємства шукати нові способи існування на ринку. Готелі активно

запроваджують нові послуги, підвищують соціальне значення, вони активно розміщують внутрішньо переміщених осіб, надають додаткові послуги (наприклад послуги психолога та реабілітолога людям, які постраждали від війни).

Сьогодні можна виділити такі перспективи розвитку готельного господарства України:

- ✓ Зростання кількості апарт-готелів, які краще пристосовані для тривалого проживання разом із сім'ями;
- ✓ Активізація курортних готелів;
- ✓ Зростання важливості надання готельних послуг, пов'язаних із реабілітацією (послуги фізіотерапевти, реабілітолога, психолога тощо);
- ✓ Популяризація України в світі спричинить масовий потік туристів після війни, що матиме позитивний вплив на готельне господарство у майбутньому;
- ✓ Формування «відкладеної пропозиції» на ринку готельних послуг;
- ✓ Розвиток еко-готелів, орієнтованих на джерела альтернативної енергетики;
- ✓ Пошук нових форм обслуговування внаслідок реалій військового часу;
- ✓ Переобладнання готелів у відповідності до вимог дотримання безпеки у військових умовах (наявність бомбосховищ, систем оповіщень тощо).

Одним із вирішень для закладів розміщення на територіях, які зазнають постійних обстрілів та й в принципі для готельної індустрії в умовах війни є спорудження підземних готелів або готелів у бомбосховищах. Тут може бути корисним досвід Ізраїлю, де вже багато років існує система громадських укриттів.

В Україні під готелі можна переобладнати вже існуючі підземні паркінги та бомбосховища. Основні вимоги до таких переобладнаних приміщень наступні:

- Наявність повноцінного санвузла;
- Наявність щонайменше двох виходів;
- Сучасна система вентилявання⁴
- Автономне джерело освітлення;
- Наявність мінімум трьох розеток, радіоточки;
- Площа номера мінімум 9 кв.м.

Також за прикладом Ізраїлю можна будувати готелі, де окремі кімнати будуть повністю захищені від влучань. В Ізраїлі вони називаються мамади. Такі ізольовані приміщення мають відповідати наступним вимогам:

- ✓ Двері мають бути залізними та відкриватися надвір
- ✓ Перед ними має бути бетонна стіна для захисту.
- ✓ Вікно - конструкція з двох частин (металеві віконниці, що відкриваються надвір та непомітні у звичайному житті та герметичне вікно, розмірами не більше 120x100 см). Воно має бути на висоті мінімум 1,5 м від підлоги та без решітки.
- ✓ Мережі повинні мати мінімум 3 електричні розетки, 1 телефонна та 1 радіо- чи теле- розетка.
- ✓ Вентиляційна система облаштовується так, щоб у них під час хімічної атаки можна було знаходитися без протигазу.
- ✓ Необхідні вимоги до площі - мінімум 9 квадратних метрів, висота стелі мінімум 2,5 метри, ширина кімнати мінімум 1,6 метри, стіни суцільні, без опор та перекриття, матеріал – залізобетон, товщина стін мінімум 25 см[10].

Підземні готелі можна створити і в метро. Корисним у цьому є досвід Харкова, де в метро функціонує повноцінна підземна школа. За аналогією з нею в метро можна переобладнати частину простору під готель.

Висновки до розділу 3

Класифікацію готелів можна удосконалити за рахунок внесення до неї унікальних нових видів готелів, які лише недавно з'явилися у готельному бізнесі і які потребують категоризації. Такими новітніми видами готелів є: бутик – готелі, колівінги, підземні готелі, автоматизовані готелі, апарт-готелі.

Намагаючись окреслити перспективи розвитку готельного господарства України, варто зазначити, що найбільший вплив і, за окремими винятками, негативний на нього сьогодні має війна в країні. Найбільший негативний вплив війна має на готельне господарство Південної, Східної та Північної України, тоді як готельне господарство Західної та Центральної України постраждало менше. Негативний вплив на готельне господарство країни чинить відтік робочої сили за кордон. Негативні тенденції простежуються і в інвестуванні у готельний бізнес.

Необхідність виживати у новій військовій реальності змушує готельні підприємства шукати нові способи існування на ринку. Готелі активно запроваджують нові послуги, підвищують соціальне значення, вони активно розміщують внутрішньо переміщених осіб, надають додаткові послуги (наприклад послуги психолога та реабілітолога людям, які постраждали від війни). Сьогодні можна виділити такі перспективи розвитку готельного господарства України: Зростання кількості апарт-готелів, які краще пристосовані для тривалого проживання разом із сім'ями; Активізація курортних готелів; Зростання важливості надання готельних послуг, пов'язаних із реабілітацією (послуги фізіотерапевти, реабілітолога, психолога тощо); Популяризація України в світі спричинить масовий потік туристів після війни, що матиме позитивний вплив на готельне господарство у майбутньому; Формування «відкладеної пропозиції» на ринку готельних послуг; Розвиток еко-готелів, орієнтованих на джерела альтернативної енергетики; Пошук нових форм обслуговування внаслідок реалій військового часу; Переобладнання готелів у відповідності до

вимог дотримання безпеки у військових умовах (наявність бомбосховищ, систем оповіщень тощо).

ВИСНОВКИ

Детально проаналізувавши тему бакалаврської роботи можна з впевненістю стверджувати актуальність даної теми дослідження, адже удосконалення системи класифікації закладів розміщення є основою розвитку готельного бізнесу.

Сьогодні сектор гостинності становить потужний готельно-ресторанний бізнес, який є невід'ємною складовою сфери туризму. Він охоплює величезний перелік послуг і є однією із найприбутковіших сфер національної економіки.

Гостинність має важливе соціальне і міжкультурне значення. Від того як приймають гостей часто залежить політичні та інші домовленості між країнами чи економічні домовленості в бізнесі.

Продовженням гостинності є поняття «індустрія гостинності». Одні вчені розглядають індустрію гостинності як абстрактну категорію, яка охоплює майже всю сферу послуг, інші зосереджують увагу лише на готельно-ресторанному бізнесі. Виділяють чотири моделі гостинності: Західноєвропейську; Східноєвропейську; Азійську; Американську.

Готельне господарство є важливою складовою сфери послуг, а основою готельного господарства є готель. Існує декілька тлумачень поняття «готель».

Під час взаємодії клієнта готелю та самого готелю надаються готельні послуги. Різні вчені по-різному тлумачать поняття готельної послуги. Одні з них наголошують на важливості взаємодії готелю та клієнта, інші звертають увагу на нематеріальний характер готельних послуг, треті – визначають готельну послугу як дію або операцію. Готельні послуги поділяються на декілька видів: основні, додаткові і супутні.

Обсяг та тип послуг, які надаються в готелі різняться в залежності від виду та класу цього готелю. Найбільше на асортимент послуг, які надаються в готелі та на їх якість впливають місце в якому готель розташований, сезонність його роботи, клас готелю та його призначення. У світі існує чимало підходів до класифікації готелів. Найбільш повний та науковий підхід до групування готелів за різними ознаками запропонували швейцарські науковці В. Хунцикер та К.

Крапф. Згідно їх класифікації, готелі класифікують за тривалістю перебування, за місцем розташування, за сезонністю та багатьма іншими ознаками.

Готельні ланцюги – це об'єднання кількох готельних підприємств у загальний бізнес з єдиною концепцією просування, спільним керівництвом та однією торговою маркою. Приналежність до готельного ланцюга дає готелю ряд переваг, основною з яких є те, що хороша репутація одного закладу, що входить до мережі автоматично поширюється на всі її заклади. Ще однією перевагою готельного ланцюга є стандартизованість продукту, сервісу та методів управління, що спрощує увесь процес менеджменту.

У готельному бізнесі існує два види готельних ланцюгів: Готельні консорціуми, які об'єднують незалежні готелі та Інтегровані готельні мережі, які реалізують уніфікований продукт. Лідером за кількістю готелів у світі є індійський оператор OYO - 20 тис готелів. На другому місці китайський оператор - Jin Jiang – 10 тис готелів. Лідером за числом проданих номерів є американська готельна мережа - Marriott International. Найбільші готельні мережі є здебільшого американськими, адже саме в США зародилася ідея створення готельних ланцюгів. Друге місце впевнено завойовує Китай. Щодо України, то готельні мережі представлені у нас у Києві, Львові та Одесі.

У готельному бізнесі сьогодні існує більше тридцяти систем класифікації готелів. У більшості країн світу прийнята французька (європейська) національна система класифікації готелів, згідно якої усі готелі залежно від комфортабельності поділяються на п'ять категорій, кожній з яких присвоюється певна кількість зірок. Відповідно до зіркової класифікації, готелі із найвищим рівнем комфорту та найкращим обслуговуванням мають п'ять зірок, а готелі, здатні забезпечити лише мінімальний рівень комфорту – одну зірку. Окрім зіркової, існують інші системи класифікації: корон, літер, діамантів та інші.

Вітчизняна система класифікації готелів ґрунтується на Державному Стандарті України. Оскільки в світі немає єдиної загальноприйнятої системи класифікації готелів робилися періодичні спроби таку систему створити. Так, у

2009 році було створено систему Hotelstars Union. Станом на сьогодні ця система класифікації готелів є однією з найпоширеніших в Європі і об'єднує готелі 27 країн. Система критеріїв класифікації готелів Hotelstars Union базується на 21 принципі прозорості та об'єктивності, поінформованості щодо якості та безпеки як для гостей, так і для готельєрів. Сьогодні за стандартами Hotelstars Union класифіковано більше 22 тисяч готелів. Україна з 2021 року є членом-спостерігачем Hotelstars Union і у 2022 році повинна була здійснити перші кроки на шляху запровадження класифікації вітчизняних готелів згідно її стандартів, однак цю процедуру призупинила війна.

Класифікацію готелів можна удосконалити за рахунок внесення до неї унікальних нових видів готелів, які лише недавно з'явилися у готельному бізнесі і які потребують категоризації. Такими новітніми видами готелів є: бутик – готелі, колівінги, підземні готелі, автоматизовані готелі, апарт-готелі.

Намагаючись окреслити перспективи розвитку готельного господарства України, варто зазначити, що найбільший вплив і, за окремими винятками, негативний на нього сьогодні має війна в країні. Необхідність виживати у новій військовій реальності змушує готельні підприємства шукати нові способи існування на ринку. Готелі активно запроваджують нові послуги, підвищують соціальне значення, вони активно розміщують внутрішньо переміщених осіб, надають додаткові послуги (наприклад послуги психолога та реабілітолога людям, які постраждали від війни). Сьогодні можна виділити такі перспективи розвитку готельного господарства України: Зростання кількості апарт-готелів, які краще пристосовані для тривалого проживання разом із сім'ями; Активізація курортних готелів; Зростання важливості надання готельних послуг, пов'язаних із реабілітацією (послуги фізіотерапевти, реабілітолога, психолога тощо); Популяризація України в світі спричинить масовий потік туристів після війни, що матиме позитивний вплив на готельне господарство у майбутньому; Формування «відкладеної пропозиції» на ринку готельних послуг; Розвиток еко-готелів, орієнтованих на джерела альтернативної енергетики; Пошук нових форм

обслуговування внаслідок реалій військового часу; Переобладнання готелів у відповідності до вимог дотримання безпеки у військових умовах (наявність бомбосховищ, систем оповіщень тощо).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз готельного бізнесу України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://prohotelia.com.ua/2020/04/hotel-business-in-ukraine>.
2. Асоціація індустрії гостинності України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://aigu.org.ua/>.
3. Балик С. І. Організація готельного господарства: підручник / Байлик, І. М. Писаревський; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2015. – 329 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/>.
4. Безучко Л.С., Білоус С.В., Філь М.І. Готельне господарство України в умовах війни: сучасний стан та перспективи розвитку. Економіка та суспільство. Випуск 47 / 2023.с. 25-31
5. Бути або не бути готельній індустрії в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socmart.com.ua/news/ukraine/read/3693/>.
6. Галасюк С., Будніков О. Сутність та специфічні ознаки концепції «бутік-готель» / С. С. Галасюк, О. В. Будніков // Інфраструктура ринку. – 2018. – № 25.с.12-19
7. Готелі: основні нормативні вимоги. Ліга Закон. Веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/BZ012910?an=0>
8. ДАРТ та UHRA розпочали тестування системи Hotels Stars Union (HSU) в Україні. ДАРТ. Веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-ta-uhra-rozpochali-testuvannya-sistemi-hotels-stars-union-hsu-v-ukrayini>
9. Закон України "Про туризм" зі змінами та доповненнями від 18.11.2003 року № 1281-IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1282-15>
10. Іванюк В.В., Вапнічна В.В., Аналіз спорудження бомбосховищ та укриттів в умовах війни. Матеріали наукової конференції Житомирського

- технологічного університету. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/90.pdf>
- 11.Ільницька-Гикавчук, Г. Готельні ланцюги в Україні: сучасний стан та перспективи функціонування. *Mechanism of an Economic Regulation*, (1 (99), 2023. с. 41-45.
 - 12.Інфоіндустрія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://infoindustria.com.ua/v-ukra%D1%97ni-nabuvayut-rozvitku-vertikalni-fermi/>.
 - 13.Історія розвитку готельної справи у світі та в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://moodle.socosvita.kiev.ua/mod/ledata/filedir/ff/d5/ffd5009c7b930996884efa9e70af8c053379b636>.
 - 14.Класифікація готелів. Travelyourway. Веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://travelyourway.com.ua/ua/planirovanie-samostoyatelnyh-puteshestvij/komfortnoe-prozhivanie/klassifikatsiya-otelej/>
 - 15.Круль Г. Я. К 84 Основи готельної справи. Навч. посіб., - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 368 с
 - 16.Куницький О. Ресторанний ринок скоротився на 6 млрд грн у 2020 році. Закрилися майже 4000 закладів. Forbs. Веб-сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forbes.ua/news/karantinniy-rik-dlya-ukrainskikh-restoraniv-ta-kafe-v-2020-mu-ikh-kilkist-zmenshilas-mayzhe-na-4-000-zakladiv-30032021-1255>
 - 17.Лукашов В., Мунін Г. Маркетинг туристичного бізнесу. Навчальний посібник / Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. / Друге видання, перероблене і доповнене- К.: КондорВидавництво, 2012. - 336 с.
 - 18.Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія практика. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:https://shron1.chtyvo.org.ua/Malska_Marta/Hotelnyi_biznes_teorii_ta_praktyka.pdf?PHPSESSID=ju6lq7rs7onaknofacl2t54du5

19. Маначинська Ю.А. Сутність і специфіка готельних послуг, класифікація засобів розміщення туристів. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2010. Вип. 4. С.211-217.
20. Найвищий готель у світі. Mapme.club. Веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mapme.club/poradi/5172-najvishhiy-gotel-u-sviti.html>
21. Найменшому в світі готелеві виповнилося 280 років. Gazeta.ua. Веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://gazeta.ua/articles/world-newspaper/_najmenshomu-v-sviti-gotelevi-vipovnilosya-280-rokiv/241699
22. Незвичайний готель у справжньому гроті. Італія для мене. Веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://italy4.me/oteli/neobychnye-oteli/grotta-palazzese-skazochnyj-otel-restoran-v-nastoyashhem-grote.html>
23. Пандяк Ігор Феномен індустрії гостинності: дефініція поняття, основні підходи, структура. Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2016. Вип.50. С.277-285.
24. Пуцентайло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 344 с.
25. Система сертифікації готелів в Україні. Ribashotelsgroup. Веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/sistema-sertifikatsii-oteley-v-ukraine/>
26. Туризм готельного типу. Вікіпедія. Веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D1%82%D0%B8%D0%BF%D1%83
27. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії. Навчальний посібник / За ред. проф. І.М.Школи. - Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. - 662 с.
28. Що таке апарт-готелі та в чому їх унікальність для Львова. Твоє місто. Веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу:

https://tvoemisto.tv/news/shcho_take_apartgoteli_ta_v_chomu_ih_unikalnist_dlya_lvova_81632.html

29.Що таке колівінг? DIM.RIA.com. Веб-сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://dom.ria.com/uk/articles/chtotakoe-koliving-248218.html>