

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

ЧЕРНЯХІВСЬКА ОЛЬГА ВІТАЛІЇВНА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Розвиток готельно-ресторанної сфери Західного регіону

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

Освітньо-професійна програма Готельно-ресторанна справа

Освітньо-кваліфікаційний рівень - бакалавр

Виконала студентка групи

ГРС-41

Черняхівська О.В.

Науковий керівник:

канд. екон. наук, доцент

Гугул О.Я.

ТЕРНОПІЛЬ – 2024

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Загально-теоретична характеристика готельно-ресторанної сфери у науковій літературі	
1.1. Поняття та сутність готельно ресторанної індустрії.....	6
1.2. Особливості формування туристичних послуг та основні завдання готельно- ресторанної сфери	14
1.3. Методика дослідження та оцінки розвитку готельно-ресторанної індустрії	23
Висновки до розділу 1.	26
Розділ 2. Практичне дослідження розвитку готельно-ресторанної сфери у Західному регіоні	
2.1. Статистичний аналіз сучасного стану готельно-ресторанної сфери у Західному регіоні України.....	27
2.2. Тенденції розвитку готельно-ресторанної сфери у Західному регіоні..	39
2.3. Основні проблема функціонування та розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону.....	47
Висновки до розділу 2.....	57
Розділ 3. Стратегічні перспективи розвитку готельно-ресторанного господарства Західного регіону в умовах світової кризи	
3.1. Способи та методи розвитку ринку готельного господарства Західного регіону.....	58
3.2.Розробка стратегії розвитку готельно-реторанної сфери Західного регіону.....	65
3.3. Аналіз ефективності реалізації запропонованих заходів.....	71
Висновки до розділу 3.....	77
Висновки.....	78

Список використаних джерел та літератури.....	81
---	----

ВСТУП

Актуальність дослідження. Готельно-ресторанна сфера є важливим елементом економіки та культури будь-якої країни. В Україні, особливо у Західному регіоні, цей сектор має особливе значення завдяки своєму географічному положенню, історичній спадщині та культурним традиціям. Західний регіон, включаючи такі області як Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська та Чернівецька, приваблює туристів як з України, так і з-за кордону. Це зумовлює необхідність розвитку інфраструктури та підвищення якості послуг у готельно-ресторанній сфері.

В останні десятиліття спостерігається значний ріст інвестицій у будівництво нових готелів та ресторанів, а також модернізацію вже існуючих закладів. Однак, розвиток цього сектору потребує не лише фінансових вкладень, але й впровадження сучасних технологій управління, підвищення кваліфікації персоналу та адаптації до вимог і очікувань клієнтів.

Актуальність теми дослідження полягає в необхідності аналізу поточного стану готельно-ресторанної сфери Західного регіону України, виявлення основних проблем та перспектив її розвитку. Вивчення цього питання сприятиме покращенню якості послуг, підвищенню конкурентоспроможності регіону на міжнародному туристичному ринку та збільшенню економічного внеску галузі в регіональну економіку.

Розвиток готельно-ресторанної сфери є одним з ключових чинників економічного зростання та соціального розвитку регіонів, особливо в умовах глобалізації та посилення конкуренції на міжнародному туристичному ринку. Західний регіон України, з його багатою культурною спадщиною, мальовничими ландшафтами та гостинними традиціями, має значний потенціал для розвитку туризму та супутніх галузей. Проте, реалізація цього потенціалу вимагає

системного підходу до вдосконалення інфраструктури та послуг готельно-ресторанної сфери.

Дослідження розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України є актуальним з огляду на кілька ключових аспектів. По-перше, воно дозволить оцінити поточний стан і виявити основні проблеми, що стоять на шляху розвитку цієї галузі. По-друге, аналіз тенденцій та перспектив розвитку надасть можливість визначити найефективніші стратегії для підвищення конкурентоспроможності регіону на міжнародному рівні. По-третє, рекомендації, розроблені на основі результатів дослідження, сприятимуть підвищенню якості послуг, що надаються готельно-ресторанними закладами, а також покращенню загальної привабливості Західного регіону як туристичного напрямку.

Отже, актуальність даного дослідження зумовлена необхідністю розробки комплексного підходу до розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України, який би враховував сучасні виклики та можливості, сприяв залученню інвестицій, підвищенню якості послуг і задоволенню зростаючих потреб туристів. Це, у свою чергу, позитивно вплине на економічний розвиток регіону, створення нових робочих місць та зростання добробуту місцевого населення.

Розробкою даної проблеми займалося багато науковців, представники різних галузей науки. Вагомий внесок у дослідження теоретичних і практичних аспектів розвитку та управління готельними підприємствами зробили вітчизняні вчені Л. Агафонова, І. Андренко, С. Байлик, О. Бейдик, М. Бойко, І. Галиця, Т. Дорошенко, В. Євдокименко, В. Кифяк, Л. Лук'янова, М. Мальська, І. Мініч, О. Мельник, Г. Мунін, Л. Нечаюк, І. Пандяк, Н. П'ятницька, Х. Роглев, Н. Телеш, В. Федорченко, В. Худо, В. Цибух, І. Школа, Л. Шматько та ін.

Але, незважаючи на це, сьогодні існує потреба у дослідженні, яке б узагальнило, систематизувало існуючі відомості з даної проблеми.

Враховуючи все вищесказане, нами і була обрана тема дипломної роботи: "Розвиток готельно-ресторанної сфери Західного регіону".

Об'єкт дослідження – Сучасний стан організації та розвитку готельного господарства та його роль у формування туристичної інфраструктури України.

Предмет – Процеси та механізми розвитку готельно-ресторанної сфери у Західному регіоні України, включаючи фактори, що впливають на цей розвиток, а також проблеми і перспективи вдосконалення галузі.

Мета роботи - Вивчення сучасного стану, виявлення основних проблем та тенденцій, а також розробка рекомендацій щодо подальшого розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України з метою підвищення її конкурентоспроможності та якості послуг.

Відповідно до мети були визначені наступні **завдання**:

- 1) Дати загально-теоретичну характеристику готельно-ресторанної сфери у науковій літературі;
- 2) провести практичне дослідження розвитку готельно-ресторанної сфери у Західному регіоні;
- 3) визначити стратегічні перспективи розвитку готельно-ресторанного господарства Західного регіону в умовах світової кризи.

Для розв'язання поставлених завдань нами були використані такі **методи дослідження**: теоретико-критичний аналіз літератури з теми дослідження; зіставлення, узагальнення і синтезування здобутої інформації тощо.

Робота може бути використана студентами ВНЗ для підготовки до семінарських занять, також може бути використана викладачами для проведення лекції, практик тощо.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що містить 51 найменування. Повний обсяг роботи: 80 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНО-ТЕОРЕТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ У НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ

1.1. Поняття та сутність готельно ресторанної індустрії

Галузь готельно-ресторанного обслуговування включає в себе надання послуг розміщення, харчування та інших сервісів для туристів і відвідувачів. Це охоплює готелі, ресторани, кафе, бари та інші заклади, що діють у сфері туризму та відпочинку. Ця галузь є важливою для світової економіки, бо створює значну кількість робочих місць і сприяє розвитку туризму й інших секторів економіки.

Ключовим фактором, що впливає на розвиток туристичної інфраструктури України, є готельний сектор, який відіграє важливу роль у популяризації вітчизняних туристичних пропозицій у світі. До початку пандемії туристична галузь стрімко розвивалася й мала потенціал стати ключовою складовою економічної інфраструктури України [23, с. 56].

Готельна індустрія є основним елементом туристичного сектору, маючи великі матеріальні та фінансові ресурси, значну кількість працівників та великі доходи, отримані від туризму. Таким чином, готельний бізнес, що пропонує широкий спектр туристичних послуг, впливає на зростання туризму в Україні.

Готель - це місце, де надаються послуги розміщення та харчування для туристів та відвідувачів. Готелі поділяються на різні категорії залежно від рівня комфорту та наданих послуг.

Ресторан - це місце, де надаються послуги харчування. Ресторани можуть відрізнятися за типом кухні та створеною атмосферою.

Кафе - це заклад, де надаються послуги харчування та напоїв. Вони також можуть бути різного типу, надаючи або повноцінне харчування, або лише напої та закуски.

Харчування - це надання їжі та напоїв. Готелі, ресторани, кафе та бари можуть надавати різні види харчування, від сніданків до повноцінних вечерь.

Готельно-ресторанна індустрія в Україні розвивається динамічно, забезпечуючи зростання кількості робочих місць і варіантів для відпочинку. Різноманітність закладів дозволяє вибрати відповідний за потребами та бюджетом варіант. Галузь має значний потенціал для майбутнього розвитку та може стати важливим драйвером економічного зростання України.

Розвиток туристичної інфраструктури України суттєво залежить від готельно-ресторанного сектору, який є основним джерелом туристичних послуг країни на світовому ринку. До початку пандемії галузь туризму демонструвала значне зростання з обіцяючими перспективами стати ключовою складовою загальної економіки України. Готельно-ресторанна індустрія стає головним учасником туристичного сектору, вносячи великий внесок з точки зору матеріальних і фінансових ресурсів, кількості працівників та прибутку, заробленого від туризму. Отже, готельно-ресторанний бізнес, який пропонує різноманітні послуги для туристів, займає ключову позицію у розвитку туризму в Україні [41, с. 77].

У ширшому контексті гостинності, який охоплює різні галузі, що задовольняють потреби клієнтів і туристів у час, коли вони перебувають поза своїм звичним місцем проживання, готельно-ресторанний бізнес відіграє вирішальну роль. Включаючи такі сфери, як готелі, ресторани, транспорт та розваги, галузь гостинності прагне забезпечити комплексні послуги. У цьому контексті готельно-ресторанний бізнес займає центральне місце, пропонуючи гостям повний спектр послуг, охоплюючи всі аспекти галузі гостинності та стараючись задовольнити усі вимоги клієнтів.

Для розуміння концепції готельного бізнесу важливо розглянути різні трактування терміна "готель". Вчені часто стверджують, що термін "готель"

походить від латинського слова "hospitalis", що передає ідею доброзичливості та гостинності.

Таблиця 1.1.

Наукові підходи щодо розуміння поняття «готель»

№ з/п	Автори	Зміст дефініції «готель»
1	Вікіпедія. Вільна енциклопедія	Готель (від фр. hôtel), заст. гостінниця — будинок з мебльованими кімнатами для короточасного проживання приїжджих. Залежно від рівня готелю, в ньому можуть бути додаткові послуги — ресторани, кафе, бари, бібліотеки, спортзали, сауни та ін.
2	Постанова Кабінету міністрів	Готель є головним і класичним типом підприємств розміщення туристів, який уявляє у широкому розумінні будинок з мебльованими кімнатами для короточасного проживання.
3	С. М. Журавльова	Готелі – об’єкти, що складаються з номерів, число яких перевищує деякий мінімум (7–10), згруповані в класи і категорії відповідно до послуг і стандартів країни, які мають єдине керівництво і надають різноманітні готельні послуги.
4	В. М. Зайцевої	Як підприємство, готель надає людям, що знаходяться поза домом, комплекс послуг, найважливішими серед яких в рівній мірі є послуги розміщення і харчування
5	Всесвітньої туристської організації	Готелі – це колективні засоби розміщення, які складаються з певної кількості номерів, мають єдине керівництво, надають певні послуги, згруповані у

		класи й категорії відповідно до надаваних послуг і наявного устаткування
6	М.П. Мальська	Готель – це засіб розміщення, що надає особам, які перебувають поза місцем постійного проживання комплекс послуг, головними серед яких є послуги розміщення та харчування.
7	«Класифікація видів економічної діяльності»	Готелі є установами для тимчасового проживання громадян

На туристичному ринку завжди спостерігається конкуренція між підприємствами, які прагнуть максимізувати свій прибуток. Зростання фінансових можливостей споживачів у сфері туристичних послуг додає стимулу до готельно-ресторанного бізнесу розширювати спектр своїх послуг. Таким чином, поняття "готельний бізнес" та індустрія гостинності постійно еволюціонують [32 ,с. 47].

Готельне господарство становить ключовий компонент туристичного сектору України, впливаючи на матеріальні та фінансові ресурси, зайнятість та загальний дохід, що генерується від туризму. Готельно-ресторанний бізнес, який пропонує широкий спектр обслуговування туристів, відіграє важливу роль у розвитку туризму в Україні.

Індустрія гостинності включає різноманітні підприємства, що розробляють та надають послуги, пов'язані з проживанням, харчуванням та додатковими зручностями. Це не обмежується лише готелями, ресторанами та закладами громадського харчування. Спеціалізовані заклади, які фокусуються на медичних або рекреаційних послугах, також можуть надавати проживання як додаткову послугу, навіть якщо це не є їхнім основним напрямком. Такі заклади

пропонують послуги гостинності за тарифами, схожими на вартість їхніх спеціалізованих послуг.

Центральним елементом проживання є готельні номери, спеціально призначені для відпочинку. Головною функцією номерів є забезпечення комфортних умов для сну та відпочинку, особливо вечірньою та нічною порою. Інші функції номерів залежать від конкретних потреб готелю та вимог гостей. Наприклад, в бізнес-готелях важливою є наявність робочого простору для гостей, зазвичай з усіма необхідними зручностями, такими як блокноти, ручки, олівці, телефони, факси та комп'ютери.

Незважаючи на те, що готельні номери можуть відрізнятися за розміром, меблями та зручностями, деякі базові елементи повинні бути присутні у всіх номерах, незалежно від їх категорії. Серед них ліжко, стілець, тумбочка або тумбочки (в залежності від кількості осіб), шафа для кожного ліжка, належне освітлення та сміттєві кошики. Крім того, у кожному номері має бути інформація про готель та план екстреної евакуації [24, с. 89].

Готельно-ресторанна індустрія є основою для розширення туристичного ринку і важливою складовою системи управління та економіки країни. Вона не тільки надає свої власні послуги з розміщення та харчування, але й співпрацює з різними секторами економіки та впливає на них.

Послуги харчування в сфері готельно-ресторанної індустрії охоплюють різноманітні процеси, від приготування їжі на кухні до комерційних операцій, таких як продаж готових страв та алкогольних або безалкогольних напоїв. Обслуговування гостей здійснюється офіціантами у різних закладах громадського харчування, таких як ресторани, бари, кафе, а навіть в готельних номерах. Крім того, готельно-ресторанні комплекси можуть надавати додаткові послуги для покращення загального досвіду гостей, такі як басейни, тренажерні зали, конференц-зали, місця для ділових зустрічей, прокат автомобілів, хімчистка, перукарні та масажні кабінети. Ці додаткові послуги стають все більш

важливими для формування загальної привабливості готельних закладів на ринку.



Рис. 1.1. Зв'язок готельно-ресторанної індустрії в системі туристичного господарства

Терміни "готельно-ресторанний бізнес", "готельне господарство", "готельний сектор" стосуються економічної діяльності, яку здійснюють спеціалізовані підприємства, що пропонують комерційні послуги та забезпечують належне розміщення та харчування для туристів. На конкурентному ринку гостинності стрімке зростання попиту на додаткові послуги поруч зі зростанням платоспроможності споживачів стимулює готельно-ресторанний бізнес пропонувати більше, ніж просто проживання та харчування. Це призводить до зростання попиту на розширення додаткових та супутніх послуг, розширення розуміння поняття "готельно-ресторанний бізнес" і

диверсифікації спектру послуг, що надаються готелями, включаючи як власні, так і ті, що надаються в суміжних галузях [32 ,с. 56].

Хоча основна пропозиція готельно-ресторанних комплексів полягає у наданні готельних номерів та супутніх послуг, кожен комплекс намагається представити унікальний продукт з відмінними характеристиками, що відрізнятимуть його від конкурентів на ринку. Це може включати спеціалізовані туристичні послуги, добре обладнані бізнес-центри, унікальні розважальні заклади, спортивні зручності або послуги для відпочинку.

Супутні послуги готельного господарства включають в себе необхідні послуги та товари, які потрібні гостям для повного користування основними та спеціальними пропозиціями, такі як телефонні та поштові послуги, прибирання та наявність туристичних продуктів у готелі. Додаткові готельні послуги виходять за рамки стандартних, надаючи додаткові переваги, що роблять їх відмінними від конкуруючих продуктів. Приклади таких послуг включають оздоровчі процедури, комплекси бізнес-центру, туристичні екскурсії і так далі. Цей аспект стає все більш важливим у готельній галузі, сприяючи загальній привабливості готельного бізнесу. У міру того як основні послуги стають стандартними та менш привабливими, унікальні та надзвичайні пропозиції стають ключовими факторами успіху відомих готельних мереж та окремих закладів.

Наприклад, готелі в Брюсселі, Страсбурзі чи Давосі, що часто відвідують впливові професіонали, забезпечують найсучаснішу технічну підтримку, добре обладнані конференц-зали, фітнес-центри та виняткові заклади харчування. Проживання, харчування та додаткові послуги об'єднуються, щоб створити комплексний та цілісний досвід для гостей протягом усього їхнього перебування. Розрізнити особливий готельний та ресторанний продукт від додаткового іноді може бути важко, оскільки послуги, що вважаються особливими в одному закладі, можуть бути пропоновані як додаткові в іншому місці. Це підкреслює

важливість ретельного аналізу ринкових тенденцій і потреб споживачів для розробки комплексного та конкурентоспроможного готельного продукту. Окрім вище згаданих видів готельно-ресторанної продукції, загальне враження від готельного підприємства формують різноманітні компоненти та характеристики.

Ці фактори охоплюють атмосферу та якість обслуговування, представлення пропозицій, рівень толерантності та ввічливості обслуговуючого персоналу, а також професіоналізм працівників готелю. Навіть такий специфічний фактор, як загальна атмосфера, яку створюють пропозиції готельно-ресторанної продукції, може стати вирішальним елементом у виборі продукту клієнтом.

Ця безпосередність також означає, що готельні послуги мають обмежений термін придатності та не можуть зберігатися для подальшої реалізації. Послуги надаються тільки після отримання замовлення від клієнта, а непродані готельні номери не можуть бути продані пізніше [29, с. 78].

Терміновість готельних послуг є вирішальним фактором, що впливає на вибір готелю клієнтами. Час, необхідний для вибору потрібної послуги серед доступних варіантів, часто вимірюється хвилинами, а іноді й секундами. Ринок готельних послуг також відчуває сезонні та тижневі коливання попиту, залежно від періодичності та сезонності туристичних відвідувань окремих регіонів. Зазвичай висока заповненість готелів спостерігається в осінньо-весняний період, тоді як в курортних зонах пік попиту припадає на літні місяці. Крім того, у будні дні готелі зазвичай заповнюються більше, ніж у вихідні.

Ще однією важливою характеристикою готельних послуг є залучення людського фактора. Людський фактор грає ключову роль у різноманітності та мінливості якості послуг, а також у дотриманні стандартів обслуговування. На якість обслуговування впливають різні фактори, такі як рівень професійної підготовки персоналу, командна робота і спілкування всередині організації, психофізичні якості кожного працівника, а також загальна робоча атмосфера. Також якість обслуговування може змінюватися в залежності від клієнтів,

оскільки кожен має унікальні потреби, які вимагають високого рівня задоволення через персоналізовані послуги. Управління поведінкою споживачів і проведення досліджень для визначення її впливу під час процесу обслуговування стають важливими аспектами вирішення цього питання.

1.2. Особливості формування туристичних послуг та основні завдання готельно- ресторанної сфери

Ринок туристичних послуг – це галузь, яка задовольняє потреби людей у послугах, пов'язаних з відпочинком та оздоровленням під час подорожей. Він може представляти собою туристичний регіон, країну або систему, де відбувається обмін туристично-екскурсійними послугами та грошовими операціями. Також ринок туристичних послуг можна розглядати як сукупність споживачів, які мають можливість придбати туристичний продукт у поточний час або у майбутньому.

При аналізі структури та функціонування ринку туристичних послуг важливо враховувати його особливості. Сутність ринку туристичних послуг можна розкрити, розглянувши функції, які він виконує, та визначивши його основні риси. Сучасний ринок туристичних послуг виконує різноманітні специфічні функції [42, с. 57]:

- усвідомлення цінності та споживчої цінності туристичного продукту;
- організація процесу постачання туристичного продукту для споживача;
- координація виробництва та споживання туристичного продукту;
- забезпечення балансу між попитом і пропозицією на туристичний продукт;
- встановлення вартісних еквівалентів для обміну туристичним продуктом;

- підтримання ефективності виробництва та мотивація виробників створювати необхідний туристичний продукт з мінімальними витратами;
- різнення туроператорів, турагентів та їх контрагентів за ефективністю їхньої діяльності;
- стимулювання ринку до виробництва саме тих товарів і послуг, які потрібні споживачам.

Ринок туристичних послуг відрізняється від інших ринків через особливості, пов'язані з тим, що послуги є основним продуктом, що продається, та мають нематеріальний характер. Довіра клієнта до компанії та її стабільність на ринку залежить від надійності обіцяного рівня якості, а також повної інформації про тур. Оскільки існує затримка між придбанням та використанням туристичного продукту, важливо, щоб канали збуту були чіткими і надійними, а компанії-продавці були відповідальними. Географічна віддаленість між споживачем і виробником підкреслює необхідність оперативних відносин із віддаленими партнерами. Якість туристичного продукту значно впливає на конкретних виконавців, які беруть участь у його наданні. Попит на туристичні послуги піддається сезонним коливанням та нерівномірному потоку туристів. Ці явища можна пом'якшити за допомогою диференціації цін за сезонами та зменшенням потужності туристичних перевезень [34, с. 69].

Для оптимальної діяльності на ринку туристичних послуг потрібні певні умови, серед яких важлива вільна конкуренція між виробниками туристичного продукту, наявність зручного ринку для збуту туристичних послуг, вільний доступ споживачів до послуг, єдина якість та безпека продукції та прийнятна цінова політика.

Загальний розвиток туризму залежить від складного сполучення умов, таких як природно-географічні, історико-політичні, соціально-економічні та демографічні фактори, що існують у суспільстві, а також детермінанти, які на них впливають. Фактори, що впливають на туризм, поділяються на зовнішні та

внутрішні. Зовнішні фактори включають вплив демографії, економіки, політики та технологій на суспільство і туризм. Ці фактори охоплюють географічне розташування, міжнародні відносини та економічні аспекти.

Внутрішні фактори включають природно-географічні умови, економічну ситуацію, політичну стабільність та соціокультурний контекст країни. Фактори можуть бути розділені на привабливості, що спонукають до подорожей через природні, культурні та соціальні чинники, і диференціації попиту, що впливають на вибір місця подорожі.

На світовому рівні спостерігається злиття двох напрямів розвитку ринку туристичних послуг: інтенсивний та екстенсивний. Інтенсивний розвиток передбачає зростання індустрії туризму через розширення пропозиції та зайняття лідируючих позицій на глобальних і регіональних ринках. Екстенсивний розвиток, натомість, передбачає розширення індустрії туризму за рахунок включення нових територій з відносними перевагами [25, с. 80].

Фінансування ключових напрямів розвитку ринку туристичних послуг зазвичай здійснюється за допомогою ресурсів підприємств, кредитних ресурсів, іноземних інвестицій, державних асигнувань та інших джерел, що дозволені законодавством.

Сучасні готельні послуги відрізняються тим, що надання них базується на децентралізованому підході. Великі готельні асоціації створюють спеціалізовані підрозділи, які мають на меті надавати як основні, так і додаткові послуги. Різноманітні операції, пов'язані з туристичними послугами, такі як бронювання місць, зазвичай виконуються спеціалізованими туристичними агентствами або внутрішніми підрозділами готельних підприємств. Таким чином, посередники, які надають основні послуги, впливають безпосередньо на якість обслуговування в готелях.

При визначенні термінології, пов'язаної з поняттям "готельні послуги", дослідники розрізняють дії, що здійснюються туристичним бізнесом для

задоволення потреб клієнтів. Готельні послуги включають в себе взаємодію між готельним закладом і клієнтом, що охоплює зусилля обслуговуючого персоналу для задоволення потреб клієнтів, а також надання розміщення та супутніх послуг.

Таблиця 1.2.

Наукові підходи щодо визначення термінології поняття «готельна послуга»

№ з/п	Зміст термінології поняття «готельна послуга»	Автори
1	Готельна послуга – дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу відповідно до категорії готелю	Закон України
2	Готельна послуга — це дія (операція) підприємства з розміщення споживача через пропозицію номера (місця) для тимчасового проживання у готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим перебуванням.	Мальська М.П.
3	Готельна послуга – це короткострокова загальнодоступна оренда будинків, приміщень, номерів, місць для ночівлі, а також місць для встановлення намета чи автофургонів та надання у межах об'єкта пов'язаних з цим послуг	Маначинська Ю. А.

4	Готельні послуги створюють умови для тимчасового проживання людей в умовах робочих відряджень, відпочинку та у інших випадках. Основною є послуга із тимчасового проживання людей. Готельні послуги надаються на готелів – будівель різних типів та видів, пристосованих спеціально для тимчасового проживання людей	Чорненька Н. В.
5	Готельна послуга – організована взаємодія гостя та персоналу готелю, що безперервно впливає на гостя протягом перебування в готелі	Михайлова О.П., Брінь П.В.

Кількість, якість і різноманітність готельних послуг перш за все залежать від стану фізичної та технічної інфраструктури, а також від рівня знань і кваліфікації персоналу готелю. Існує постійний процес розширення та диверсифікації як фізичної, так і технічної інфраструктури, а також розширення штату персоналу готелю. Окрім основних корпусів готелю, будуються і додаткові об'єкти, такі як спортивні, медичні та розважальні. Таким чином, процес обслуговування туристів стає більш складним, а надані послуги стають більш різноманітними.

Термін "туристичні послуги" відображає відмінні риси готельної індустрії, де виробництво та споживання послуг тісно пов'язані між собою. Готельні послуги включають в себе дії, спрямовані на полегшення тимчасового розміщення клієнтів, надання номерів та проведення інших заходів, пов'язаних із розміщенням і тимчасовим перебуванням [31 ,с. 58].

Формування туристичних послуг у готельно-ресторанній сфері включає кілька ключових процесів, спрямованих на створення, розвиток та надання послуг, що задовольняють потреби і очікування туристів. Серед них:

- **Планування:** включає визначення видів туристичних послуг, встановлення цілей і завдань, а також розробку стратегічного плану готельно-ресторанного бізнесу.
- **Дослідження ринку:** важливо для розуміння вимог і тенденцій у туристичній індустрії та визначення цільового ринку.
- **Проектування та розробка:** включає розробку готельних та ресторанних послуг, вибір обладнання та встановлення стандартів обслуговування.
- **Проектування послуг:** ґрунтується на дослідженні ринку і вимогах клієнтів, включає створення привабливого меню та інших послуг.
- **Розвиток послуг:** включає модернізацію приміщень, навчання персоналу та впровадження ефективних операційних процесів [13, с. 21].

Стратегія формування цін: Установлення відповідної стратегії ціноутворення є важливим етапом, враховуючи фактори, такі як цільовий ринок, рівень конкуренції, операційні витрати та бажану норму прибутку.

Маркетинг і просування: Ефективне маркетингове планування та просування грають ключову роль у приверненні клієнтів. Це охоплює створення привабливої реклами, використання онлайн-платформ і соціальних медіа, участь у туристичних ярмарках і заходах, а також укладання партнерських угод з туроператорами та туристичними агентствами.

Надання послуг: Після прибуття гостей, готелі та ресторани фокусуються на наданні якісних послуг, включаючи комфортне розміщення, чистоту, оперативне та привітне обслуговування, а також подачу смачних та естетично поданих страв.

Відгуки клієнтів і постійне вдосконалення: Відгуки клієнтів мають важливе значення у формуванні та покращенні туристичних послуг. Готелі та ресторани активно вивчають відгуки, щоб виявити області, які потребують покращень, та внести відповідні зміни для підвищення задоволення клієнтів.

Контроль якості: Моніторинг та підтримка якості послуг вкрай важливі, включаючи регулярну оцінку відгуків клієнтів, навчання та розвиток персоналу для підвищення стандартів обслуговування, а також впровадження заходів контролю якості.

Постійне вдосконалення: Для збереження конкурентоспроможності і відповідності вимогам клієнтів, постійне вдосконалення є ключовим. Це означає відстеження галузевих тенденцій, впровадження нових технологій та інноваційних послуг, а також адаптацію до уподобань клієнтів [9, с. 67].

Основні фактори, що впливають на становлення та розвиток готельної галузі, включають соціальні, економічні, культурні, науково-технічні, політичні, природні ресурси та історичні аспекти, подробиці яких наведені в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3.

Фактори розвитку ринку готельно-ресторанних послуг

№ з/п	Чинники	Змістовність чинників
1	соціальні	розвиток суспільних відносин зумовив демографічні та міграційні процеси, необхідність системи засобів гостинності для їхньої реалізації
2	економічні	зростання рівня доходів населення в поєднанні зі значним економічним потенціалом окремих регіонів і міських центрів відіграє ключову роль у розвитку туристично-рекреаційних комплексів. В першу чергу це сприяє розвитку сфери гостинності.
3	культурні	особливості ментальності, культури, релігії вплинули на потреби, мотиви, цінності подорожуючих, зумовили формування системи засобів гостинності, визначили профіль їхньої спеціалізації

4	науково-технічний прогрес	запровадження науково-технічних досягнень призвело до трансформації режимів роботи та методології закладів гостинності, включаючи використання передових технологій, технічних ресурсів та інформаційних систем у своїй діяльності.
5	політичний	комплекс законодавчих і нормативних принципів, встановлених урядом, формує вплив на комплекс функціональних ознак закладів гостинності, умови будівництва та обладнання засобів розміщення, створення корпоративних організаційних структур.
6	природно-ресурсний	освоєння рекреаційно-туристичних природних ресурсів, природних ландшафтів зумовлює створення рекреаційно-туристичної інфраструктури, насамперед, сфери гостинності
7	історичний	ця трансформація, що проявляється в еволюції організаційних структур і методологій, всебічно вплинула на сферу гостинності, що призвело до заміни певних історичних засобів і методів гостинності альтернативними

Процес формування туристичних послуг у сфері готельно-ресторанної індустрії включає в себе визначення потреб ринку, створення привабливих послуг, їх розробку та надання, а також постійне вдосконалення, враховуючи відгуки клієнтів. Зростаюча активність у туризмі вимагає високоякісних готельних та ресторанних комплексів, особливо у містах-бізнес центрах. Попри будівництво великих та розкішних готелів і ресторанів, українська готельна індустрія має потенціал для розвитку середнього сегменту у великих містах, відповідно до світових стандартів та потреб ринку [24 ,с. 87].

Послуги в готельно-ресторанній індустрії включають в себе різноманітні операції, спрямовані на забезпечення розміщення та харчування гостей, а також інші послуги, пов'язані з їх тимчасовим перебуванням. Ці послуги можна розділити на основні та додаткові, які можуть бути надані за додаткову плату. Основні послуги включають проживання та харчування, які надаються у рамках вартості номера. Додаткові послуги, наприклад паркування, послуги прання, прибирання тощо, доступні за окрему оплату.

Характерною особливістю сучасного готельно-ресторанного сервісу є розподіл надання послуг між різними відділами. Великі готельні асоціації створюють спеціалізовані відділи для надання основних послуг, а операції, пов'язані з обслуговуванням туристів, можуть бути делеговані спеціалізованим туристичним агентствам або іншим посередницьким структурам. Такий підхід може впливати на якість обслуговування в готелях залежно від продуктивності цих проміжних ланок, відповідальних за надання основних послуг [31 ,с. 56].

Основні тенденції майбутнього розвитку готельно-ресторанної індустрії включають:

- 1) Збільшення попиту на високоякісні послуги.
- 2) Прогрес у використанні новітніх технологій у готелях і ресторанах.
- 3) Зростання популярності екологічно чистих продуктів харчування та напоїв.
- 4) Розвиток соціальної відповідальності в готельно-ресторанній індустрії.

Готельно-ресторанна галузь є значущою складовою економіки, що має великий потенціал для подальшого розвитку, особливо в умовах зростання попиту на туристичні послуги.

Ці напрямки розвитку свідчать про постійне стрімке розвиток готельно-ресторанної індустрії, яка відіграє важливу роль у задоволенні потреб сучасного суспільства.

Отже, описані аспекти включають в себе формування туристичних послуг, стратегії ціноутворення, маркетинг та просування, надання послуг, взаємодію з клієнтами, контроль якості та постійне вдосконалення. Тенденції майбутнього розвитку орієнтовані на підвищення якості послуг, застосування нових технологій, відповідальне споживання та стійкий розвиток галузі.

1.3. Методика дослідження та оцінки розвитку готельно-ресторанної індустрії

Оцінка інновацій у готельно-ресторанній сфері має велике значення для її розвитку. Методологія, що застосовується, передбачає аналіз наявності або відсутності інновацій у галузі послуг, щоб зрозуміти рівень інноваційності. Використання різноманітних аналітичних і статистичних методів для різних аспектів готельного та ресторанного бізнесу полегшує визначення показників якості та розвитку туристичної діяльності [42, с. 76].

Вивчення теоретичних тенденцій та інформації надає корисні відомості для визначення напрямків розвитку та майбутніх перспектив у готельно-ресторанній індустрії. Дослідження включає різні методології, такі як аналіз інформації, статистичне порівняння і аналіз часових рядів, для отримання більш глибокого розуміння ситуації.

Аналіз інформації набуває важливості, оскільки інформаційні процеси суттєво впливають на технологічні, економічні та соціальні системи. Використання відповідної та актуальної інформації забезпечує стабільність та адаптивність системи у разі збоїв. Під час аналізу важливо враховувати релевантність інформації для дослідження конкретних аспектів готельної системи.

Статистичне порівняння даних у сфері туризму допомагає оцінити рівень підприємств порівняно з іншими. Це охоплює аналіз різниць у рівні та структурі

показників, враховуючи різноманітні контексти та джерела даних. Порівняльна статистика дозволяє порівняти характеристики підприємств у різних регіонах та містах для кращого розуміння їхньої ефективності та особливостей [25].

Готельно-ресторанний сектор функціонує як система, де взаємопов'язані компоненти працюють разом для досягнення спільної мети, якою є повернення інвестицій та забезпечення прибутку. Оцінка рентабельності готелю включає розгляд різних показників, таких як:

- Аналіз ринкової кон'юнктури, конкурентоспроможності та позиціонування бізнесу на ринку.
- Встановлення конкретних цілей на поточний період, таких як підвищення заповнюваності, рентабельності та проведення ремонтних робіт.
- Розробка стратегій для досягнення цих цілей.
- Визначення керуючих принципів як для загального функціонування готелю, так і для його окремих підрозділів.
- Створення прогнозованого бюджету з очікуваними доходами та витратами [24, с. 68].

Ці показники є ключовими у визначенні прибутковості готелю та сприяють прийняттю рішень, спрямованих на максимізацію фінансової ефективності.

Групування даних є важливим етапом у статистичному аналізі, необхідним для ефективного використання інших статистичних методів. Статистичні методи використовують групування для створення підсумків необроблених даних, що сприяє систематизації та точнішому узагальненню результатів.

Статистичні дослідження, здійснені через аналіз, дають розрахунки, представлені певними статистичними показниками. Ці показники важливі для створення, передачі та зберігання інформації, пов'язаної з розмірами, пропорціями, змінами в часі та іншими факторами, пов'язаними з досліджуваними критеріями. У практиці часто використовуються узагальнені статистичні показники для візуалізації змін різних явищ і критеріїв різної

складності. Ці розрахунки дозволяють відслідковувати відхилення значень показника від нормативів [22, с. 45].

Аналіз ринку включає в себе вивчення цільового сегмента ринку, аналіз тенденцій у галузі та оцінку конкурентного оточення. Це дослідження сприяє визначенню попиту на ринку, розумінню споживацької поведінки, виявленню нових тенденцій та визначенню конкурентних переваг.

Проведення опитувань та анкетування гостей, персоналу та інших зацікавлених сторін надає корисну інформацію про задоволеність клієнтів, їх уподобання та області, які потребують поліпшень. Ці методи сприяють вимірюванню якості обслуговування, оцінці клієнтського досвіду та збору відгуків.

Аналіз фінансової звітності та ефективності допомагає зрозуміти фінансовий стан та прибутковість готельно-ресторанних комплексів. Оцінка ключових фінансових показників, таких як дохід, витрати, рентабельність інвестицій (ROI) та грошовий потік, важлива для оцінки фінансової ефективності.

Моніторинг ефективності та ключових показників ефективності (KPI), характерних для готельно-ресторанної індустрії, дозволяє встановлювати та контролювати кількісні орієнтири. Приклади включають середню денну ставку (ADR), рівень заповнюваності, дохід на доступну кімнату (RevPAR), швидкість обороту столів та оцінки задоволеності клієнтів.

Моніторинг відгуків клієнтів та соціальних мереж надає важливу інформацію про реакції клієнтів, настрої та управління репутацією. Аналіз цих відгуків допомагає виявити області для поліпшень та оцінити рівень задоволеності клієнтів. Ці методи дослідження можна комбінувати та налаштовувати відповідно до конкретних цілей та потреб готельно-ресторанного бізнесу.

Висновки до розділу 1.

Таким чином, готельно-ресторанна індустрія є ключовою складовою туристичної сфери, що забезпечує широкий спектр послуг з розміщення, харчування та додаткових послуг. Її сутність полягає у задоволенні потреб туристів та місцевих жителів через створення комфортних умов проживання, якісного харчування та високого рівня сервісу. Індустрія гостинності включає різноманітні підприємства, від готелів та ресторанів до хостелів та кафе, кожне з яких має свої особливості та стандарти обслуговування.

Формування туристичних послуг у готельно-ресторанній сфері має специфічні риси, пов'язані з необхідністю забезпечення високого рівня комфорту та задоволення потреб клієнтів. Основними завданнями цієї сфери є підвищення якості послуг, впровадження інноваційних технологій, розвиток професійних навичок персоналу та орієнтація на клієнтоорієнтованість. Для успішного функціонування підприємств важливо розуміти потреби ринку, адаптуватися до змін у споживчих перевагах та пропонувати унікальні продукти і послуги.

Методики дослідження та оцінки розвитку готельно-ресторанної індустрії включають аналіз статистичних даних, вивчення ринкових тенденцій, оцінку конкурентоспроможності та моніторинг споживчих переваг. Ці методи дозволяють оцінити ефективність діяльності підприємств, виявити сильні та слабкі сторони, а також розробити стратегії для підвищення їх конкурентоспроможності. Зокрема, аналіз літератури та емпіричні дослідження дозволяють виявити ключові фактори успіху у цій галузі, зокрема важливість інновацій, якість обслуговування та управління персоналом.

Загалом, готельно-ресторанна індустрія є динамічною та швидкозростаючою галуззю, яка відіграє важливу роль у розвитку туризму та економіки в цілому. Вона вимагає постійного вдосконалення та адаптації до нових викликів, що виникають на ринку.

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ У ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ

2.1. Статистичний аналіз сучасного стану готельно-ресторанної сфери у Західному регіоні України

Готельно-ресторанна сфера Західного регіону України за останні роки зазнала значних змін, що проявляються як у кількісних, так і якісних показниках. Протягом 2021-2023 років спостерігається збільшення кількості готелів на 15,5%, що свідчить про певний розвиток індустрії гостинності. За місткістю готелів, Західний регіон займає третє місце у 2023 році, надаючи 9,41 тисяч місць для проживання. Кількість місць зросла на 33,9%, що є позитивним показником росту готельного бізнесу в регіоні. Однак, за кількістю місць у розрахунку на тисячу місцевого населення регіон займає п'яте місце з показником 3,9 місць на тисячу населення, що перевищує середній показник по Україні (2,3 місця), але залишається нижчим за європейські стандарти [35, с. 75].

Коефіцієнт використання місткості, що відображає завантаженість готелів у певний період, для готелів Західного регіону становить 14,0%, що значно нижче середнього по Україні (23,0%). Це свідчить про нерівномірний попит на готельні послуги, який значно залежить від сезонних коливань. Висока сезонність є актуальною проблемою для підприємців регіону. Статистика свідчить, що недостатня увага до сервісу і обслуговування з боку власників готелів негативно впливає на завантаженість та доходи готелів. Тому необхідно впроваджувати сучасні стратегії розвитку готельного бізнесу, враховуючи закордонний досвід, зокрема польський.

Одним із ключових напрямків розвитку готельної сфери є вдосконалення категоріальної системи, що дозволить підвищити рівень послуг і відповідність їх стандартам. Стандартизація і категоризація є важливими для підвищення якості

обслуговування, що допоможе залучити більше туристів і підвищити доходи галузі. Підвищення якості послуг і дотримання стандартів є обов'язковими умовами для успішного розвитку готельного бізнесу.

Інвестиційний процес у готельній індустрії є тривалим і капіталомістким, проте він має важливе значення для економічного розвитку регіону. Інвестиції дозволяють збільшити вартість компаній, розширити бізнес, модернізувати технології та підвищити ефективність. У Західному регіоні спостерігається зростання участі готелів нижчої категорії на ринку, що свідчить про ефективність таких об'єктів в економічно складні часи [23, с. 86].

Інвестиційна привабливість готелів у регіоні також зростає завдяки використанню таких інноваційних форм фінансування, як стратегія "Кондо", що передбачає спільне фінансування та володіння активами банком і власником готелю. Ця стратегія є популярною в Польщі і може бути успішно застосована в Україні для розвитку готельної індустрії.

Незважаючи на позитивні тенденції, існує ряд проблем, що стримують розвиток готельного бізнесу в Західному регіоні. Це, зокрема, нерівномірність завантаження по регіонах, слабка підтримка з боку держави, проблеми з інвестиційною активністю та сезонність наповненості. Для подолання цих проблем необхідні спільні зусилля держави і бізнесу, спрямовані на поліпшення інфраструктури, підвищення якості обслуговування та створення сприятливих умов для залучення інвестицій.

Таким чином, розвиток готельного господарства у Західному регіоні потребує впровадження сучасних стратегій управління, інвестицій у модернізацію та розширення послуг, а також активної підтримки з боку держави. Це дозволить підвищити конкурентоспроможність готельного бізнесу, забезпечити його стабільне зростання і зробити значний внесок у розвиток економіки регіону та країни в цілому.

Розподіл закладів для проживання в різних регіонах неоднаковий і відповідає економіко-географічному положенню, рівню розвитку транспортної мережі та інфраструктури, природним і кліматичним умовам, а також наявності цікавих об'єктів для відвідування, таких як природні пам'ятки, архітектурні шедеври, історичні та культурні пам'ятки.

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	—
кіровоградська	м. київ	івано-Франківська	одеська	—
полтавська	Сумська	львівська	Херсонська	донецька
Хмельницька	чернігівська	рівненська	—	луганська
черкаська	—	тернопільська	—	—
—	—	чернівецька	—	—

Варто відмітити, що у всіх регіонах України маркетингові засоби для привернення туристів не розгалужені належним чином; інформація про різноманітні види послуг в сфері гостинності або неповна, або зовсім відсутня через обмежений спектр пропозицій [38, с. 75].

Свідченням недостатнього використання маркетингових інструментів є той факт, що на провідних туристичних сайтах інформація про проживання значно скромніша, ніж дані Державного комітету статистики. Наприклад, на

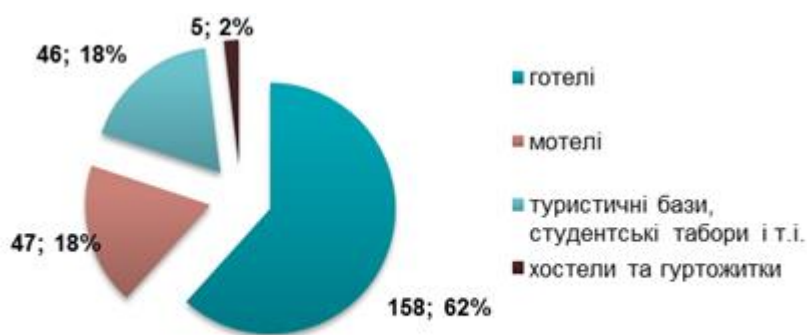
популярному міжнародному веб-ресурсі Booking.com інформація є лише про половину готелів по всій Україні порівняно з офіційною статистикою.

Українці, обираючи місце для літнього відпочинку, все частіше вибирають Західну Україну, зокрема, Львів, Буковель, Трускавець та Яремче.

В Закарпатті високий сезон припадає на зиму, коли найбільш популярними місцями відпочинку є гірськолижні курорти. Кількість центрів для активного зимового відпочинку в Західній Україні збільшується. Покращується якість готелів та баз відпочинку, а також інфраструктура. Ще одним напрямком розвитку рекреаційної галузі є термальні та мінеральні джерела. На Закарпатті їх налічується близько 700 місць, де виходять мінеральні води на поверхню. На їх базі діють санаторно-лікувальні заклади, зокрема в Свалявському районі.

З урахуванням описаних тенденцій можна зазначити, що в аналізований період спостерігається збільшення надходжень від туристичної галузі до місцевого бюджету. Так, у 2022 році ця сума в гривневому еквіваленті зросла удвічі порівняно з 2019 роком і становила 54 млн гривень. У доларовому еквіваленті також спостерігалось зростання у 2022-2023 роках [40 ,с .35].

На території Західного регіону діють різні місця для проживання туристів - від готелів та санаторно-лікувальних комплексів до хостелів та студентських таборів. Цей регіон є одним з лідерів за кількістю готелів.



Джерело: за даними Державної служби статистики

Рис. 2.1. Розподіл закладів готельного господарства за видами

Основними тенденціями, що відзначаються у готельній сфері Західного регіону у період з 2019 по 2023 роки, є зменшення кількості готелів у зв'язку з економічною кризою, активний розвиток хостелів та інших місць розміщення, значний приріст клієнтів (на 40% у 2020-2022 роках) і підвищення цін на послуги. Протягом зазначеного періоду ціни на готельні послуги зросли на 67% [17, с. 50].

Одночасно існують чинники, які обмежують розвиток туристичного сектора в Західному регіоні, такі як низький рівень розвитку транспортної інфраструктури, попит на доступніші пропозиції, існування тіньового сектору ринку та недостатнє технічне забезпечення гірських районів (недостатній охоплення мобільними операторами, 3G тощо).

Також слід зазначити значний економічний вплив туристичної галузі на розвиток Західного регіону, зокрема, на створення робочих місць та формування доходів місцевих бюджетів. Ринок готелів у Закарпатті відображає загальні тенденції туризму, причому його подальший розвиток та оновлення будуть залежати від економічної ситуації в країні.

У структурі туристичної інфраструктури значне місце займають готелі та подібні заклади для розміщення. На території Західного регіону у 2023 році діяло 229 таких підприємств, створених як юридичними особами, так і фізичними особами-підприємцями, з них 153 готелі, 63 туристичні бази, гірські притулки, студентські табори, 10 мотелів, 2 хостелі та 1 гуртожиток для приїжджих. За функціональною структурою підприємств, так само, як і раніше, переважали готелі (див. таблицю 2.2.).

Таблиця 2.2.

Кількість готелів та аналогічних засобів розміщення по Україні та Західному регіону у 2023 році

Регіони		У тому числі
---------	--	--------------

	Усього номери	готелі I категорії	мотелі I категорії	хостели I категорії	кемпінги I категорії	агроготелі I категорії	гуртожитки для приїжджих	Туристські бази, гірські при- тулки, студентські табори
Україна	2644	1523	138	28	11	—	116	828
Закарпатська	229	153	10	2	—	—	1	63
Волинська	64	30	4	—	1	—	1	28
Івано- Франківська	212	99	11	1	1	—	1	99
Львівська	273	158	42	9	—	—	4	60
Рівненська	50	34	6	—	—	—	—	10
Тернопільська	58	39	2	—	—	—	1	16
Чернівецька	91	58	6	—	—	—	—	27

У 2023 році у сукупному потенціалі готелів та подібних закладів для розміщення було налічувано 4744 номери. Найбільшу частку, а саме 51,7%, складала номери першої категорії, тоді як номери вищої категорії становили 16,4% від загальної кількості номерів (див. таблицю 2.3.) [24 ,с. 88].

Таблиця 2.3.

Основні показники роботи готелів та аналогічних засобів розміщення у
Західному регіоні (осіб)

Показники	роки						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023

Кількість готелів та аналогічних засобів розміщення, од	39	38	67	159	151	228	229
у них номерів, од	1395	1462	2512	3351	2983	4828	4744
одноразова місткість, місць	2839	3152	5380	6936	6120	9693	10160
Обслуговано приїжджих, тис. осіб	84,3	99,2	101,5	131,7	140,7	172,7	142,5
у т.ч. іноземців	9,2	34,5	17,5	22,3	26,2	23,2	10,0
Коефіцієнт використання місткості готелів та аналогічних засобів розміщення	0,19	0,34	0,15	0,14	0,14	0,15	0,15

Протягом 2023 року послугами готелів та аналогічних засобів розміщення скористалися 142,5 тисяч подорожуючих, що становить на 17,5% менше, ніж у попередньому році. З них 132,5 тисячі осіб – громадяни України, а 10,0 тисяч – іноземці. Найбільше приїжджих зупинялося у містах Ужгород – 35,9 тисяч осіб або 25,2%, Мукачево – 18,7 тисяч осіб або 13,1%, Свалявському районі – 12,7

тисяч осіб або 8,9%, Мукачівському районі – 10,7 тисяч осіб або 7,5%. Готелями було обслужено 87,3% від загальної кількості розміщених приїжджих в області, туристичними базами, гірськими притулками, студентськими таборами – 8,8%, мотелями – 3,3%, хостелами – 0,5% та гуртожитками для приїжджих – 0,1% (див. таблицю 2.4.). [27, с. 97].

Таблиця 2.4.

Кількість обслужених приїжджих у готелях та аналогічних за типами засобах розміщення по містах та районах Західного регіону у 2023 році, (осіб)

Райони	Розміщено осіб, усього	У тому числі						
		у готелях	у мотелях	у хостелах	у кемпінгах	у агро-готелях	у гуртожитках для приїжджих	на туристських базах, у гірських притулках, студентських таборах
По області	142466	124283	4734	779	—	—	142	12528
м.Ужгород	35921	35413	349	159	—	—	—	—
м.Берегово	5296	5206	90	—	—	—	—	—
м.Мукачево	18697	18542	—	—	—	—	142	13
м.Хуст	5233	4226	—	620	—	—	—	387
м.Чоп	379	379	—	—	—	—	—	—
Берегівський	936	936	—	—	—	—	—	—
Великобerezнянський	2687	1130	—	—	—	—	—	1557
Виноградівський	6684	6684	—	—	—	—	—	—
Воловецький	7082	6344	738	—	—	—	—	—
Іршавський	575	575	—	—	—	—	—	—
Міжгірський	10383	8769	221	—	—	—	—	1393
Мукачівський	10726	10726	—	—	—	—	—	—

Перечинський	2499	315	652	—	—	—	—	1532
Рахівський	7697	2915	280	—	—	—	—	4502
Свалявський	12657	9222	697	—	—	—	—	2738
Тячівський	2039	1633	—	—	—	—	—	406
Ужгородський	8446	6739	1707	—	—	—	—	—
Хустський	4529	4529	—	—	—	—	—	—

Загальний обсяг доходів, отриманих готелями та подібними засобами розміщення у 2023 році, склав 113,1 мільйонів гривень, що на 9,8% перевищує показник попереднього року. Зазначеною сумою, 95,3 мільйони гривень, представлено дохід від надання послуг власне готелів. З основної діяльності, яка включає продаж номерів, було отримано 40,0% доходів, тоді як 14,9% становили прибутки від надання додаткових послуг. [19, с. 32].

Таблиця 2.5.

Доходи від послуг, наданих готелями та аналогічними засобами розміщення у Західному регіоні у 2023 році (тис.грн)

	Доходи наданих послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних платежів), усього	від них		
		від продажу номерів	від реалізації путівок	від додаткових послуг, що не входять у вартість путівки
Готелі та аналогічні засоби розміщення	113063,5	44065,4	4666,8	16874,3

з них				
готелі	95289,1	36417,8	3156,1	14545,2
мотелі	2210,0	—	—	—
хостели	229,0	—	—	—
кемпінги	—	—	—	—
агроготелі	—	—	—	—
гуртожитки для приїжджих	137,3	137,3	—	—
туристичні бази, гірські притулки, студентські літні табори	15198,1	7510,3	1510,7	2329,1

Західний регіон є найбільшим за кількістю областей. Розподіл засобів розміщення в областях західного регіону наведено на рис. 2.2..

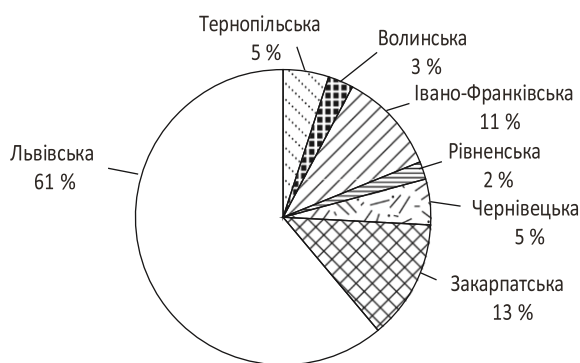


Рис. 2.2. Розподіл засобів розміщення в областях західного регіону у 2023

р.

У лідера з прийому гостей, відповідно до статистичних даних та інформації з інтернет-ресурсів, слід відзначити Львівську область. Протягом останніх п'яти років вона утримує четверте місце в Україні за кількістю туристів, відвідуючи майже 65% всіх гостей західного регіону. За даними обласного управління

статистики, щорічно Львівщину відвідує від 130 до 200 тисяч туристів. Згідно з операторами ринку, реальна кількість гостей може перевищувати півмільйона осіб.

Тернопільська область має значну кількість замків та замкових споруд, що збереглися в Україні. У цій області функціонує 20 санаторіїв на базі місцевих цілющих мінеральних вод. Хоча регіон має значний потенціал для розвитку туризму, інфраструктура, пов'язана з туризмом, все ще перебуває на стадії розвитку. Основні напрями розвитку туризму включають рекреаційний, пізнавальний, екскурсійний, сільський, зелений, водний, спелеологічний, гірський і екологічний туризм [32, с. 54].

У Рівненській області також є сприятливі природні умови для розвитку екстремальних та спортивно-оздоровчих видів туризму, завдяки наявності 127 озер та 12 водосховищ. Крім того, у селі Онішковці (Дубенський район) розташоване чудодійне джерело Святої Ганни з цілющою водою.

У всіх областях західного регіону, окрім Львівської, спостерігається слабка розвиненість інфраструктури, недостатність додаткових послуг, а також потреба у повній реконструкції будівель готельно-ресторанної сфери. Проте зелений туризм, рекреаційний і спелеотуризм з гірським (у Чернівецькій області) та паломницький (у Рівненській області) активно практикуються в цьому регіоні. Більшість готелів розташовані в адміністративних центрах, але є також багато садиб та будинків поза містом. Загалом, рекомендації для поліпшення інфраструктури та розвитку готельного бізнесу включають фінансування таких напрямів, як екотуризм, рекреаційний туризм та паломництво, розробку нових маршрутів та удосконалення існуючих. [34, с. 88].

Загальна тенденція, яка виявилася під час проведених досліджень у всіх регіонах України, полягає в необхідності впровадження інновацій та нових партнерських відносин, зокрема між турагентствами та готельно-ресторанними підприємствами, органами влади та державними установами для ефективного

розвитку регіональних інфраструктур. Це основним чином передбачає реалізацію через механізми співпраці з використанням різних джерел фінансування.

Упродовж останніх років відбулися значні зміни у структурі та стратегії розвитку готельних підприємств. У регіонах, де спостерігається зростання їх кількості, відбулася значна диференціація. Це переважно залежить від економічної здатності внутрішніх туристів та збільшення кількості підприємств високого класу для заможних туристів та іноземців. Загалом в Україні з 2018 року загальна кількість спеціалізованих закладів розміщення зменшилася на 11,9%, проте наявне зростання загальної кількості таких закладів в Львівській області становить 3,4%.

Кількість колективних закладів розміщення, які надають юридичні особи та підприємці, в цілому по Україні зменшилася на 5,2%, а зросла в таких областях:

- Івано-Франківській області – на 19,1%;
- Хмельницькій області – на 3,4%;
- Львівській області – майже на 2%.

В інших областях також відбулися значні зміни у розподілі закладів розміщення: кількість апартаментів майже вдвічі збільшилася, а кількість хостелів поступово зростає. Керівництво багатьох готелів переглядає політику надання послуг і уважніше визначає категорію готелів та їх відповідність світовим стандартам [23, с. 85].

Після аналізу сучасного стану та напрямків розвитку готельного бізнесу в регіонах України, прийшли до висновку, що в останні роки структура та стратегія розвитку готельних підприємств зазнали значних змін. Зараз важливо не лише покращувати якість наданих послуг, але й розширювати їх асортимент, щоб відповідати постійно зростаючим вимогам клієнтів і використовувати передові технології. Широкий спектр засобів розміщення (наприклад, апартаменти, вілли, будинки для відпочинку, садиби, гостьові будинки, шале) дозволить ефективно

задовольняти потреби різних категорій туристів і розширювати різноманіття видів відпочинку.

2.2. Тенденції розвитку готельно-ресторанної сфери у Західному регіоні

З початку 2017 року кількість іноземних туристів в Україні помітно зменшилась, але ця тенденція була тимчасовою. З 2022 року туристичний потік почав зростати, а з 2021 року також стабільно збільшується число внутрішніх туристів.

Кількість іноземних відвідувачів України, зареєстрованих офіційно, продовжує зростати: у 2023 році в країні було зафіксовано 14,3 мільйона відвідувачів, що на 6,7% більше, ніж у попередньому році, і на 14% більше, ніж у 2021 році.

Основним фактором, що гальмує відвідування України іноземцями, на нашу думку, є імідж країни як місця з військовим конфліктом. Наявність специфічних економічних умов, утворених під впливом різних чинників, також впливає на цю ситуацію.



Рис. 2.3. Динаміка туристичного потоку у Західному регіоні за 2019–2023 роки

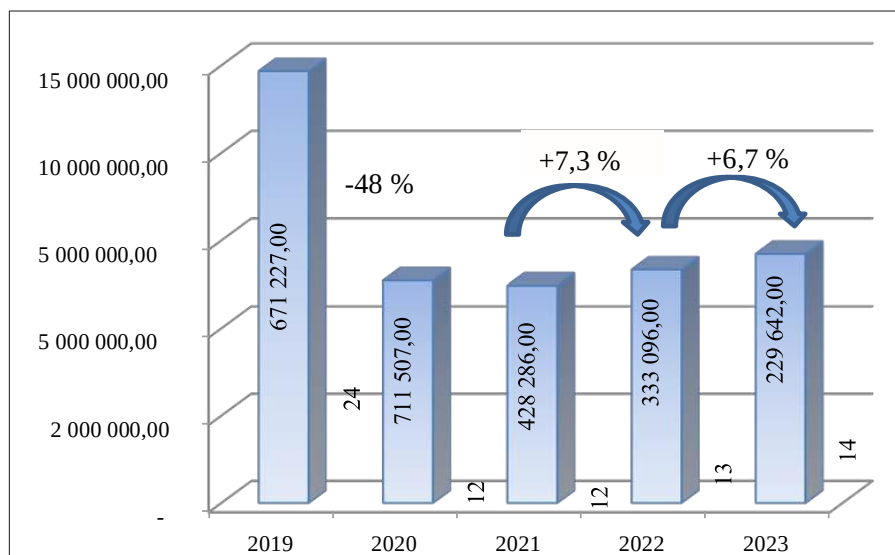


Рис. 2.4. Динаміка кількості іноземців у Західному регіоні у 2019–2023 роках

З одного боку, складна економічна та політична ситуація в Україні, така як загальна стагнація економіки та падіння вартості гривні, а з іншого боку, розвиток нової інфраструктури, пояснюють значну зміну в структурі та стратегії розвитку готельних підприємств. Конкуренція на ринку готельних послуг, що є одним з найбільш динамічних ринків, також має істотний вплив. У всьому світі в останні роки будівництво готелів досягло значних розмірів, що не властиво Україні [32, с. 46].

З 2019 по кінець 2023 року в Україні кількість готелів та подібних засобів розміщення зменшилась з 3 582 до 2 474, що становить зменшення на 30,9%. Протягом цього періоду кількість спеціалізованих засобів розміщення скорочувалась швидше (в 1,8 разів) ніж готелі (в 1,4 рази). В цілому, з кінця 2019 року до кінця 2023 року кількість місць в готелях знизилась з 586,6 тис. до 359,0 тис.

Проте значна кількість "малих готелів", які швидко відкриваються в житловому секторі, та інші типи підприємств готельного типу можуть не включатися до офіційної статистики. Таким чином, за даними веб-сайтів для

бронювання, в Україні може бути понад 10 тис. готелів на Hotelscan.com та понад 5 тис. на Booking.com.

Більшість людей асоціює засоби розміщення з готелями, але існує багато інших видів тимчасового проживання. Існують два типи таких засобів: індивідуальні та колективні. До колективних відносяться готелі, мотелі, міні-готелі, клуби з проживанням, пансіонати, туристичні бази, гуртожитки, хостели.

Розглянувши структуру готельного бізнесу, можна зробити висновок, що найпоширенішими є два типи підприємств: готелі (69% від загальної кількості) та туристичні бази (20%).

Розвитку готельного бізнесу заважають очевидні протиріччя, пов'язані з неоднорідністю економічного простору країни, високим моральним та фізичним зносом туристичної інфраструктури, а також нестачею розвинутої соціальної та транспортної інфраструктури. Тому інвестори нерідко вважають за краще інвестувати у офісні площі та житло, оскільки вони вважають їх більш прибутковими порівняно з готельним бізнесом. Проте український готельний бізнес виглядає досить перспективно для підприємців та інвесторів різних рівнів, оскільки має значний потенціал для розвитку [25, с. 85].

Перетворення структури готельної галузі шляхом розширення готельних мереж по всій країні відкриє можливості для підвищення ефективності управління підприємствами готельної індустрії, впровадження високих стандартів і технологій функціонування готелів на корпоративному рівні, що призведе до покращення якості обслуговування.

Проведення бізнесу, враховуючи національну специфіку, законодавство, економічні умови господарювання, цінову політику та інше, може надати значних конкурентних переваг українським готельним операторам у формуванні своєї ніші в індустрії гостинності.

В сучасному світі індустрія гостинності є найбільш потужною системою господарювання країни і важливою складовою економіки туризму. З аналізу

можна зробити висновок, що ринок готельних послуг після стрімкого спаду у 2017 році почав повільно, але стабільно зростати з 2018 року. Кількість готелів та подібних засобів розміщення останнім часом трохи збільшується, але залишається приблизно в півтора рази меншою, ніж у 2013 році. Статистика проживання туристів в українських готелях в багатьох випадках повторює загальні тенденції зростання кількості прибуття (6–8% зростання щороку).

Розвиток бізнесу в регіонах, підвищення привабливості України як країни для подорожей для іноземних туристів, покращення добробуту українців та зростання інтересу до відпочинку в межах країни – це основні чинники, які визначають зростання попиту на послуги готельних підприємств, що є перспективним напрямом для майбутніх досліджень [23, с. 57].

Розвиток галузі ресторанного господарства призводить до економії суспільної праці через більш раціональне використання техніки та матеріалів, а також забезпечує працівникам теплу їжу під час робочого дня, що підвищує їх працездатність та сприяє збереженню здоров'я. Крім того, розвиток цієї галузі дозволяє організувати збалансоване харчування в дитячих та навчальних закладах.

У 2020 році спостерігався спад фінансових результатів підприємств України на майже 10%, зменшення сальдо фінансового результату більш ніж вдвічі, і тільки 65% здобули прибуток, що означає, що 35% підприємств працювали з втратою. Для галузі тимчасового розміщення та організації харчування 2020 рік був кризовим, з від'ємними показниками фінансових результатів, коли лише 26,8% підприємств отримали прибуток, а 73,2% зазнали збитків, що призвело до від'ємного сальдо фінансових результатів у розмірі - 2889,1 млн.

У першому кварталі 2021 року спостерігалось поліпшення ситуації в економіці, коли 72,2% підприємств отримали позитивний фінансовий результат у розмірі 218647,4 млн гривень. Проте в сфері тимчасового розміщення та

організації харчування лише 38,8% підприємств заробили 301,6 млн гривень, і сальдо фінансового результату склало позитивне значення у розмірі 40 млн. Багато закладів харчування (приблизно 86%) відновили свою роботу після послаблення карантинних обмежень, але значна кількість підприємств у сфері готельно-ресторанного бізнесу не змогли впоратись з кризовими наслідками та зазнали банкрутства.

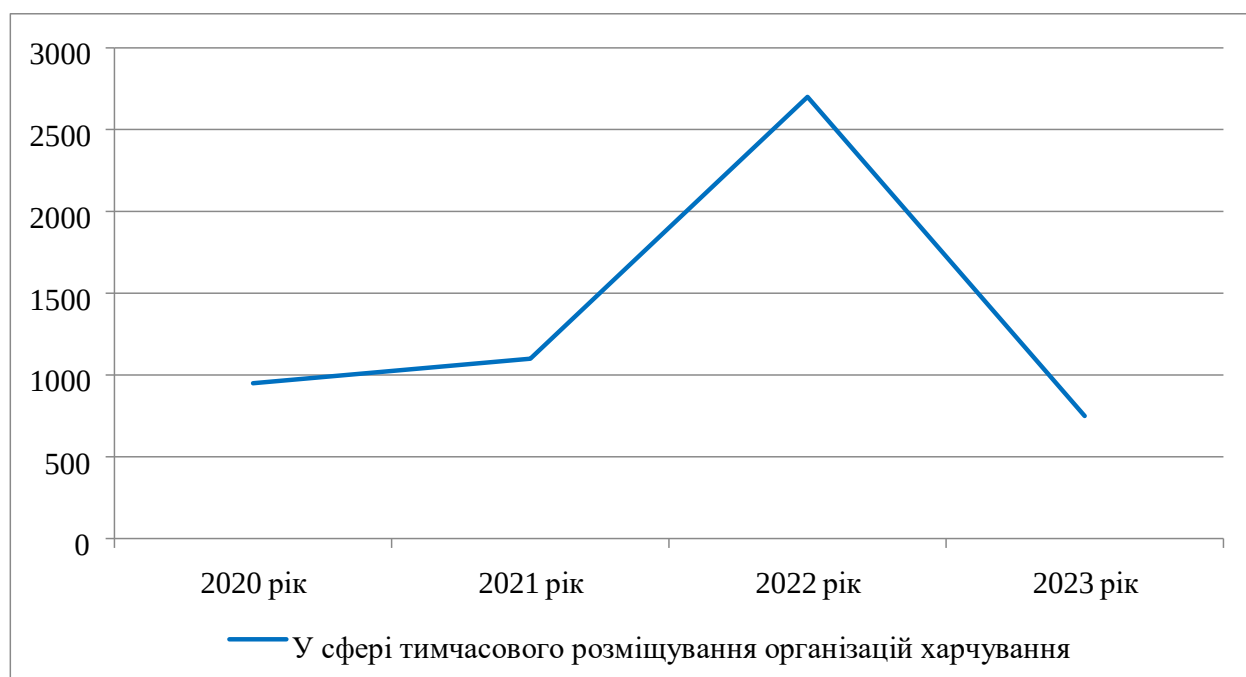


Рис. 2.5. Фінансові результати до оподаткування великих та середніх підприємств тимчасового розміщування й заклади харчування 2020-2023 рр.
(млн грн)

У сучасний час ресторанна галузь м. Тернополя стрімко розвивається. Тернопільська область має значну кількість гастрономічних та розважальних закладів, які надають високоякісні послуги. До 2020 року на території області функціонувало приблизно 1,8 тис. закладів ресторанного господарства, включаючи кафе, бари, піцерії, закусочні та інші. Найбільша кількість закладів цієї галузі зосереджена у м. Тернополі – майже 300.

Чимало підприємств галузі харчування також розташовано у Бучацькому, Кременецькому та Теребовлянському районах. Найменш розвинена ресторанна сфера у Підгаєцькому та Монастириському районах. Більшість закладів працює у міських населених пунктах, проте за останні роки зросла кількість закладів у сільських районах. Зазвичай, багато ресторанів відкриваються у селах, які знаходяться на автошляхах міжнародного та державного значення. Більшість придорожніх кафе та ресторанів, окрім обслуговування водіїв та пасажирів, надають послуги для проведення бенкетів.

У останні роки спостерігається активний розвиток сегмента спеціалізованих закладів на ринку ресторанних послуг. У місті працює багато ресторанів, таких як "Оскар", "Арт Авеню", "Авалон Палас", "Prospect", "Рандеву", "Фламінго" та інші. Щороку відкриваються нові заклади, які виділяються не лише стравами, але і концепцією та дизайном. Кожен ресторан намагається виграти увагу відвідувачів своєю унікальністю. Власники ресторанів роблять все можливе, щоб створити щось нове та неповторне. Навіть неможливо передбачити, чи сподобається нова концепція закладу тернополянам і гостям міста. Деякі з найунікальніших закладів Тернополя вже встигли здобути популярність серед місцевих жителів і відвідувачів [18, с. 54].

1. Ресторан "На небі": Під час відвідування цього закладу, важко не помітити чудовий панорамний вид, який відкривається з його шестого поверху, що розташований у центрі міста. Однією з найбільш цікавих особливостей цього закладу є наявність мангалу прямо посередині ресторану, що дозволяє відвідувачам спостерігати за процесом приготування страв. Ресторан відрізняється відкритою кухнею та баром, де можна спостерігати за приготуванням страв. Великі панорамні вікна та високі стелі створюють відчуття простору. Інтер'єр закладу виконаний у графітових відтінках у поєднанні з м'якими кольорами меблів. Крім того, заклад має можливість проведення фуршетів на 200 осіб, а також ігрову кімнату для сімей з дітьми з прозорими

стінами, де батьки можуть спостерігати за дітьми під час вечері. У меню переважають страви європейської кухні.

2. "Скаварідка": Це кав'ярня з модним інтер'єром у графітових кольорах, де гості можуть смакувати каву, сидячи на качелях. Заклад має невеликий, але затишний інтер'єр, що наповнений спокоєм і відпочинком. Тут ви можете придбати якісні кавові зерна з різних куточків світу.

3. Паб "Le Rock": Це крафтовий паб у стилі гранж, призначений для любителів рок-музики та не тільки. У закладі присутній драйвовий атмосфера, а його оригінальний дизайн від мотоциклів на стіні до нестандартних умивальників приваблює відвідувачів. Крім того, заклад славиться смачною кухнею та дружелюбним персоналом. Бар також вражає мінімалістичним дизайном та простором, а часто тут проводяться концерти відомих рок-гуртів [32, с. 56].

4. Музейна ресторація "Старий млин": Це великий комплекс, який славиться своєю унікальністю, оскільки аналогів йому немає в усьому світі. Тут ви зможете побачити багато музейних експонатів, а інтер'єр виконаний в українському стилі "кантрі", кожна деталь якого має свою власну історію. Крім незвичайного дизайну, ресторація славиться також своєю кухнею, де багато страв готуються за давніми рецептами та приготовані на вогні та старовинних печах.

У рамках ринкових відносин система обслуговування нових форматів закладів постійно вдосконалюється. Підприємства періодично оновлюють перелік послуг, додаючи ті, які найбільше відповідають потребам споживачів і можливостям самого закладу.

Щодо розвитку ресторанного господарства Західного регіону України, проведено оцінку основних показників, таких як кількість підприємств, кількість місць та забезпеченість населення місцями у ресторанних закладах. Результати представлені у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6.

Оцінювання розвитку мережі ресторанного господарства в регіонах методом рангів

Область	Кількість підприємств ресторанного господарства	Кількість місць в об'єктах ресторанного господарства (тис.)	Забезпеченість населення місцями в об'єктах ресторанного господарства (на 10000 осіб)
Львівська	682	104	409
Тернопільська	77	53	484
Івано-Франківська	154	39	284
Чернівецька	80	29	321
Закарпатська	181	27	220

Отже, найвищий рівень розвитку ресторанного сектору зафіксований у Львівській області. Саме тут можна відзначити найбільшу кількість підприємств ресторанної галузі та високу доступність закладів для місцевого населення. У Тернопільській та Івано-Франківській областях спостерігається помірний розвиток ресторанного бізнесу. Ці регіони приваблюють інвесторів для розвитку галузі, але мають середній рівень доступності закладів для місцевих мешканців. Чернівецька та Закарпатська області відзначаються низьким рівнем доступності закладів харчування для населення. Тут спостерігається тенденція до обмеженої кількості місць у ресторанах та низької доступності закладів харчування для місцевих мешканців.

2.3. Основні проблема функціонування та розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону

Сучасна українська індустрія готельно-ресторанного господарства функціонує в умовах жорсткої конкуренції, яка обумовлена активним будівництвом різноманітних закладів у різних регіонах, що акцентує увагу на високій якості обслуговування. Проте існують кілька проблем, які гальмують прогрес галузі та впливають на її стан. При аналізі більш докладно виявляються наступні значущі проблеми: застаріла матеріально-технічна база в багатьох готелях, недостатня присутність національних і міжнародних готельних мереж в Україні, недоліки в організаційних структурах готельних підприємств, ускладнення у документації під час будівництва готелю, неадекватність законодавства, що регулює готельну справу.

Складність виходу на ринок туристичних послуг призводить до дефіциту засобів розміщення різних категорій по всій країні. Цей дефіцит не лише уповільнює швидкий розвиток туроператорської діяльності, але й гальмує поступовий розвиток готельно-ресторанних мереж, що є ключовим для приваблення міжнародних туристів. Ще однією критичною проблемою є несоотвеченість між якістю готельно-ресторанних послуг і їх відповідними цінами. Так, ціни на розміщення в готелях Європи значно нижчі, ніж в Україні, що є наслідком недостатнього державного регулювання та недостатнього рівня різноманітності готельних послуг [23 ,с. 47].

Не менш важливою є проблема недостатньої конкуренції в певній мірі, що виникає через відсутність корпоративних стандартів контролю якості готельних послуг. На українському готельному ринку існує попит, який залишається невдоволеним, а пропозиції обмежені, як у межах іноземних готельних мереж, так і серед вітчизняних готельних підприємств. Premier Hotels, єдиний національний мережевий оператор в Україні, керує сімома готелями. Тим не

менш, спостерігається прогрес, оскільки на ринку з'являються відомі світові бренди, такі як Comfort Green Hotels, Holiday Inn, Radisson, Hyatt International, Inter-Continental та інші.

Ростущий рівень надання готельно-ресторанних послуг вимагає висококваліфікованого персоналу закладів розміщення та харчування. Сьогодні в Україні туристичну освіту забезпечують 146 навчальних закладів, які надають необхідні знання для кваліфікованої роботи у сфері готельного обслуговування. Готелі вищого класу очікують від свого персоналу знання додаткових мов, глибокого розуміння тонкощів обслуговування гостей та класифікації готельних закладів. Однак не всі заклади надають перевагу рівню кваліфікації свого персоналу, що негативно впливає на їх репутацію і створює проблеми для українських готелів [42, с. 90].

У сучасних умовах важливо мати систему, яка організовує роботу та забезпечує комфорт гостей негайно. В багатьох готелях України є проблема з бронюванням, яка вимагає удосконалення. Багато закладів, навіть якщо вони пропонують онлайн-бронювання, часто мають труднощі з оперативним підтвердженням бронювання. Деякі готелі вимагають прямих дзвінків, оплати на місці, а гостям не гарантується, що заброньовані номери будуть доступні по прибуттю. У сучасному світі, де зручність має велике значення, важливо спільними зусиллями полегшити та покращити онлайн-бронювання. Ще одна актуальна проблема для готельно-ресторанного бізнесу України - багато готелів перебувають на різних стадіях готовності до відкриття, їхня кількість перевищує потреби туристичного ринку України.

Для подолання цих проблем необхідно прийняти конкретні заходи для підвищення рівня готельно-ресторанних послуг в Україні та відповідність європейським стандартам. Серед ключових кроків - навчання персоналу, акцент на професійний розвиток та залучення іноземних експертів до навчальних програм. Треба приділити увагу стратегічному плануванню, організації

розміщення та харчування, врахувати туристичні потоки з акцентом на різноманітність та залучення інвесторів. Створення економічних умов, що сприяють інвесторам, має важливе значення для подальшого розвитку готельно-ресторанної індустрії.

Щодо проблем з автоматизованими системами бронювання, важливо впроваджувати електронні системи бронювання та сучасні технічні рішення. Розв'язання проблем з заповненістю готелів потребує уваги держави до розробки нових туристичних маршрутів та впровадження продуктів за міжнародними стандартами. Стратегія виведення українського туристичного продукту на міжнародний ринок є надзвичайно важливою. Для невеликих готелів з низьким рівнем прибутку доцільно створити сприятливі податкові умови та встановити особливі вимоги до таких закладів [39, с. 56].

Позитивно оцінюючи напрямки розвитку готельно-ресторанного сектору, варто зазначити, що темпи росту поліпшених номерів у Західному регіоні за останні роки значно відстають від середньоукраїнських. Починаючи з 2019 року, кількість одномісних номерів у готелях Західного регіону почала зростати за рахунок переобладнання двомісних, тримісних та більш просторих.

Аналіз показує, що структура номерного фонду, що склалася в Західному регіоні на даний момент, може бути вважена оптимальною та найбільш адаптованою до ринкових потреб туристів, які відвідують готельні заклади. Благодаря наявності широкого спектру номерів, регіон зумів охопити всі сегменти ринку готельних послуг: від бізнес-класу до обслуговування дитячих туристичних груп. Відмінності від середнього значення структури номерного фонду не є проблематичними, оскільки мається на увазі його власна специфіка.

Таблиця 2.7.

Структура номерного фонду готельних підприємств

Категорія номерного фонду	Україна (в середньому)	Західний регіон
Люкс	6,68	6,53
Напівлюкс	9,41	11,82
1-місний	16,24	28,14
2-місний	40,10	28,29
3-місний і більше	27,57	6,87

При аналізі організаційних змін у готельних комплексах важливо враховувати світові тенденції розвитку, зокрема, інтеграційні процеси. Варто зауважити, що в Західному регіоні широке поширення у економічно розвинених країнах світу процес укрупнення готелів не є характерним. Це підтверджується тим, що з 2020 року кількість номерних фондів зростає повільніше, ніж загальна кількість готельних закладів. До цього часу у готелях регіону залишаються невикористані або потребують ремонту номери, які часто консервуються або вилучаються з експлуатації [21, с. 95].

Причинами таких заходів є, переважно, або нестача обігових коштів (зумовлена недостатньою завантаженістю готелів та великим податковим навантаженням), або зменшення обсягів реінвестиційних відрахувань у готельних підприємствах. З іншого боку, у сучасний час у регіоні активно розвивається мережа приватних маломісних готельних закладів.

Наприклад, у 2018 році в середньому один готельний заклад Західного регіону мав 31 номер і вміщував 64 ліжка, у 2019 році ці показники зросли до 39 номерів і 72 місць, а у 2023 році це співвідношення скоротилося до 35 номерів і 63 ліжок. У 2017 році вони досягли мінімального рівня - 25 номерів на 45 місць.

З фінансово-економічного погляду готельне господарство Західного регіону характеризується невеликою прибутковістю. У 2019 році доходи від експлуатації готелів та подібних закладів по всій країні склали 3404439 тис. грн., при цьому лише 3,45% цієї суми припадає на готелі Західного регіону, а на всі інші райони області - менше 0,27% загальнонаціонального доходу від готельних послуг. Для порівняння, у 2017 році питома вага Західного регіону в державі складала 3,5%. За останні десять років темпи зростання прибутковості готелів в середньому по Україні перевищують регіональні показники, що призводить до невеликої питомої ваги фінансового потенціалу готельного господарства Західного регіону в масштабах країни (в середньому 2,6%) [34, с. 76].

Незважаючи на середні тарифи, кращі фінансові результати досягають готелі з вищим рівнем завантаження. Проте цей показник включає в себе різні інші фактори, такі як розташування (промислові, наукові, адміністративні установи, культурні, туристичні та оздоровчі можливості тощо).

За даними Colliers International, готелі класу Luxury не знизили ціни на проживання через високу собівартість, через що їх завантаження в 2022 році відстає від рівня 2017 року на 15-20%. У готелях середньої цінової категорії максимальне зниження завантаження складало 12% в 2022 році, а наразі становить близько 5-10%. Попит перерозподіляється від готелів низької цінової категорії до дорогих. У 2021 році найбільший відсоток обслуговування (32%) припадав на готелі категорій Economy/Budget, в 2020 році цей показник складав 40,7%. Починаючи з 2021 року, ця частка зменшується, що вказує на зниження попиту в цьому сегменті через зниження вартості проживання в "зіркових" готелях та їх більшу доступність при кращій якості послуг.

На основі виявлених закономірностей у формуванні фінансового потенціалу готельно-ресторанного комплексу Західного регіону можна зазначити, що готелі вищого сегменту виявляють найбільшу інтеграцію у

туристсько-рекреаційний комплекс і є перспективним сектором для впровадження інтеграційних форм.

Аналіз показує, що нові умови та форми впливають на конкуренцію між готелями та приватними закладами розміщення, при цьому останні відзначаються більшою динамікою розвитку.

Порівняно з загальнодержавними позитивними тенденціями у готельній галузі, Західний регіон зменшує свою частку через стагнацію готельного бізнесу на периферійних територіях, де спостерігаються значні нерівності за районами.

У Західному регіоні не спостерігається укрупнення готелів, що характерне для розвинених країн, але зростає мережа приватних маломісних готелів.

Динаміка обсягу відвідувачів за останні роки залишається стабільною, що свідчить про недостатню позитивну динаміку у готельному секторі. При цьому прийом іноземних туристів зростає лише в окремі періоди [20, с. 94].

Готельний комплекс Західного регіону характеризується низькою дохідністю, основний дохід формується не за рахунок основної діяльності, а найбільше через допоміжні послуги.

Цей сектор має низку проблем, включаючи низьку якість обслуговування, територіальну нерівномірність, брак кваліфікованих кадрів, низький рівень та темпи розвитку готелів, недостатню мотивацію до покращення ефективності, відсутність розвиненої бази для сільського туризму, недостатність комплексної державної політики та міжнародного співробітництва, а також недосконалість статистики.

Крім того, слід відзначити практично відсутність розважальної індустрії на території регіону, та якщо вона і існує, то хаотично та неорганізовано. Українське законодавство щодо права власності на землю стверджується, але для іноземних компаній створюється певний хаос. Не забуваючи також про не вигідні умови для оренди та будівництва, які відлякують потенційних іноземних інвесторів.

Зараз вирішується питання приватизації земель. Однак найбільш серйозною проблемою є те, що туристично-рекреаційний потенціал регіону слабо відомий як закордонним, так і вітчизняним споживачам.

Серед обмежень можна виокремити несприятливий інвестиційний клімат та недосконалість нормативно-правової бази. Також необхідно вирішувати проблеми, пов'язані з недостатньою кваліфікацією персоналу та неефективним менеджментом та маркетинговими програмами, які гальмують розвиток галузі.

Отже, результати аналізу свідчать, що на ринку готельних послуг Західного регіону склалася складна ситуація, оскільки загрози та обмеження розвитку готельного бізнесу існують поруч з його слабкими сторонами, зменшуючи інтерес до галузі з боку інвесторів. Всі ці проблеми потребують реагування на рівні держави та місцевих влад [32, с. 78].

Існують також фактори, які ускладнюють розвиток готельного господарства в Західному регіоні, зокрема, недостатній розвиток транспортної інфраструктури, погані стани автошляхів. Серед проблем також можна відзначити тіньовий сектор бізнесу та високу конкуренцію з боку приватних орендодавців.

Занедбаність туристичної спадщини, недоцільне використання природних ресурсів, відсутність інвестицій у розвиток інфраструктури та туризму загалом, відтік персоналу за кордон, низька зацікавленість місцевого населення в подорожах по регіону - усе це обмежує розвиток туризму в області.

Отже, спробуємо визначити проблеми, які існують у готельній галузі на сучасний момент.

По-перше, однією з найбільш актуальних є питання якості та рівня сервісу. Очевидно, що готелі, які входять до великих ланцюгів, мають менше скарг на цей аспект. У ситуації великої конкуренції готелі, де не приділяється належної уваги сервісу, швидко втрачають свою клієнтуру і опускаються на нижчий клас, з якого потім важко вибратися. Таким чином, мінімальна конкуренція (малий вибір

готелів при стійкому попиті) негативно впливає на якість обслуговування. Часто відвідувачі скаржаться на нечистоту у номерах, негативне ставлення персоналу та "радянську" атмосферу. У багатьох готелях відсутній капітальний ремонт, що залишає негативне враження про заклад. Це стає серйозною проблемою не лише для місцевих туристів, а й для іноземних відвідувачів. Більшість санітарних та пожежних норм, що визначають вимоги до готельного бізнесу та приміщень, залишилися з радянських часів і не відповідають сучасним умовам. Нестача кваліфікованих кадрів серед персоналу є ще однією серйозною проблемою, особливо помітною у регіональних готелях, де професійні навички співробітників не відповідають вимогам [28, с. 95].

Також, через відсутність ремонту або нечистоти, виникає проблема "невідповідність ціни та якості". Гості, які сплатили за проживання, можуть залишитися незадоволеними, вважаючи, що вони переплатили за недостатньо якісний сервіс. Це може призвести до того, що вони не будуть повертатися сюди в майбутньому або не порекомендують це місце іншим, якщо умови або ціни не зміняться. Багато туристів можуть порівняти якість готелів за кордоном з якістю російських готелів. На жаль, часто за однакові гроші якість сервісу в інших країнах виявляється в рази вищою, ніж в готелях тієї ж категорії.

Можливим рішенням може бути наступне: для менеджменту готелю важливо мати кваліфікований персонал, здійснювати його постійну підтримку та стимулювання, щоб запобігти погіршенню якості обслуговування та можливим крадіжкам чи іншим незаконним діям. Особливо важливо, щоб готельний персонал був професійно навчений і постійно контролювався щодо виконання своїх обов'язків. Через негативні враження від персоналу власники готелів можуть втратити свої кошти, оскільки незадоволені гості, мабуть, не повернуться сюди в майбутньому. Також для вирішення цієї проблеми важливо перевірити наявність ремонту і чистоти у всіх приміщеннях готелю, а також дотримання всіх норм. Виправлення недоліків, на які скаржаться гості, та привернення їх за

допомогою можливих бонусів та майбутніх знижок може бути використано як вибачення за такі обставини.

Друга проблема, яка потребує урегулювання, - це надмірне бронювання. Нерідко кількість проданих номерів перевищує кількість наявних. Це призводить до перекриття бронювання, що призводить до неприємних інцидентів, через які у відвідувачів виникають негативні враження про сам готель. Це відбувається через нескоординовану роботу автоматичних систем бронювання або через недбалу роботу самого готелю, якщо він не має автоматичного оновлення доступних номерів на своєму веб-сайті. Також готелі зазнають збитків через те, що туроператори, які практикують попереднє бронювання для своїх груп, не завжди забирають заброньовані номери. Пізня ануляція бронювань є одним з ризиків для готельної індустрії в цілому [39, .с 65].

Для вирішення цих проблем потрібне вдосконалення комп'ютерних систем і системи бронювання, щоб уникнути подібних непорозумінь. У протилежному випадку готелі ризикують втратити основний джерело доходу, оскільки зараз практично вся бронь здійснюється через Інтернет.

Третьою серйозною проблемою є постійний дефіцит майданчиків для будівництва. Земля та нерухомість настільки дорогі, що проживання в номерах такого готелю буде коштувати дуже дорого. Для бізнес-туристів не всі компанії готові оплачувати такі відрядні витрати, а звичайні туристи взагалі не розглядатимуть такий варіант. Найбільш популярним варіантом є готелі категорії "Три зірки", але будівництво таких готелів у центрі столиці може бути неможливим (якщо тільки не знайдеться меценат, якому байдужа окупність готелю).

Якщо вдасться знайти майданчик, може виникнути багато судових позовів, або місце може бути не найкращим для розміщення готелю. Знайти спосіб вирішення цієї проблеми складніше, ніж у попередніх двох випадках. Тут

власники готельного бізнесу стикаються з більш глобальною проблемою, ніж у попередніх випадках [44 ,с. 69].

І остання проблема - це сезонність. З нею найчастіше зіштовхуються готелі у курортних містах, де є активний попит влітку, але практично немає його в інші пори року. Розв'язок цієї проблеми також дуже складний, оскільки більшість міст не мають чим привабити туристів в "несезонні" місяці. Це призводить до простоювання готелів без відвідувачів протягом більшої частини року, що призводить до втрат власників бізнесу.

Отже, всі ці проблеми є досить глобальними, оскільки вони поширені по всій Росії. Це негативно позначається на готельній галузі, оскільки більшість наших готелів не можуть забезпечити необхідний рівень сервісу для продуктивного розвитку цієї сфери у майбутньому. Отже, необхідні значні зусилля і робота, щоб покращити якість сервісу та вирішити всі проблеми, які можуть виникнути.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.

Таким чином, проведений статистичний аналіз сучасного стану готельно-ресторанної сфери у Західному регіоні показує, що ця галузь є важливим компонентом туристичної індустрії регіону. Дані свідчать про збільшення кількості готелів та ресторанів, зростання туристичних потоків та покращення якості наданих послуг. Однак, розвиток готельно-ресторанної сфери не є рівномірним, існують значні відмінності між різними областями регіону.

Тенденції розвитку готельно-ресторанної сфери у Західному регіоні України вказують на позитивну динаміку, зокрема, зростання інвестицій у цю галузь, впровадження сучасних технологій, підвищення рівня сервісу та збільшення різноманітності туристичних пропозицій. Важливою тенденцією є орієнтація на екологічність та стійкість, що включає використання енергозберігаючих технологій, впровадження екологічних стандартів та розвиток зеленого туризму. Також спостерігається зростання популярності локальних культурних та гастрономічних турів, що сприяє підвищенню привабливості регіону для туристів.

Основні проблеми функціонування та розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України включають нестачу кваліфікованого персоналу, недостатнє фінансування та інвестиції, низький рівень інфраструктури та проблеми з логістикою. Крім того, галузь стикається з високим рівнем конкуренції, що вимагає постійного вдосконалення послуг та інновацій. Значним викликом є також сезонність туризму, що призводить до нерівномірного завантаження підприємств протягом року.

Таким чином, готельно-ресторанна сфера у Західному регіоні України має значний потенціал для розвитку, проте вимагає системного підходу до вирішення існуючих проблем та впровадження новітніх тенденцій.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЗАХІДНОГ ОРЕГІОНУ В УМОВАХ СВІТОВОЇ КРИЗИ

3.1. Способи та методи розвитку ринку готельного господарства Західного регіону

Стан і перспективи розвитку готельного сектору країни можна описати такими тезами: досягнення готельної індустрії в Західному регіоні є досить скромними порівняно з загальносвітовими тенденціями зростання галузі послуг та розвитку; основний готельний фонд країни не відповідає міжнародним стандартам, а висококомфортабельні готелі часто створюються за участю іноземних компаній.

На даному етапі готельне господарство надає послуги розміщення, харчування й обслуговування, забезпечуючи комфорт для гостей. Головною метою готелів є надання високоякісного обслуговування [12, с. 53].

У сучасний період готельна галузь країни має різноманіття, але стикається з численними проблемами, які можна вирішити через економічні механізми, ретельну економічну політику держави та створення відповідної нормативно-правової бази. Аналіз ринку готельної галузі дозволяє виявити наступні проблеми:

- відсутність ефективної системи управління народногосподарським комплексом;
- зменшення кількості готелів та числа доступних номерів
- проблеми з недостатнім обсягом готельних місць, особливо в сезонний період;
- проблема сертифікації готельних послуг;
- складні економічні умови, що призводять до виживання готелів;

- великі витрати на утримання та експлуатацію готельного обладнання та проблеми з комунальними послугами;
- значний податковий тиск;
- високі тарифи на готельні послуги;
- недостатність реклами.

Це спричинило скорочення набору послуг готелів, низьку якість обслуговування та, відповідно, зменшення попиту на готельні послуги і зниження завантаженості готелів. Слабка підтримка готельної галузі з боку держави, проблеми інвестиційної активності, сезонність наповненості, а також нерівномірне завантаження за регіонами України, конкуренція на готельному ринку між готельними підприємствами та не готельними засобами, використання готелів не за призначенням, а також відсутність достовірної інформації про стан ринку готельних послуг ускладнюють ситуацію і гальмують виходження України на світовий туристичний ринок [24 ,с. 88].

Практика готельного господарства, конкуренція у галузі та економічні умови створили складні внутрішньо-господарські умови, які ускладнили підприємницьку діяльність на ринку послуг та визначили нові закономірності його розвитку. Це вимагає постійного вдосконалення та поглиблення наукових теорій, зокрема перегляду підходів та принципів управління й розвитку підприємницької діяльності в регіональному туризмі, адаптації наукових концепцій та інструментів у підприємницькому середовищі в сучасних економічних умовах з урахуванням специфіки галузі [47, с. 80].

Для забезпечення сталого розвитку туристичної сфери в умовах поглиблення відносин між Україною та Європейським Союзом необхідно підвищити якість готельних послуг до міжнародних стандартів і розширити ринки збуту. Розв'язання цих стратегічних завдань потребує державного фінансування за двома основними напрямками: привернення туристів на вибраних цільових ринках (зокрема, за допомогою рекламно-інформаційних заходів,

створення мережі інформаційних центрів тощо); приведення національних нормативів, стандартів безпеки, якості товарів і послуг у відповідність до міжнародних.

Проведення України до числа провідних туристичних країн світу є складним завданням, яке потребує системних зусиль як всіх державних установ, так і суб'єктів готельного бізнесу. Для досягнення цієї мети необхідно:

- створити оптимальні нормативно-правові умови розвитку туристичної та курортно-рекреаційної галузі та її інфраструктури, зокрема, шляхом формування стратегії розвитку готельного господарства;
- створити сприятливі умови для залучення інвестицій та запровадження механізмів стимулювання будівництва і реконструкції готелів та інших об'єктів туристичної та курортно-рекреаційної сфери;
- створити умови для розвитку іноземного та внутрішнього туризму, зокрема, шляхом розвитку мережі туристично-інформаційних центрів;
- сприяти розвитку готельного бізнесу, гармонізації національних стандартів та підвищенню якості туристичних послуг;
- реалізувати заходи щодо зміцнення позитивного іміджу України та формування ефективної маркетингової стратегії на закордонних ринках;
- сприяти створенню додаткових робочих місць та розширенню тимчасової зайнятості в туристичній сфері, зокрема, через підтримку розвитку мережі малих та молодіжних готелів;
- забезпечити створення безпечних умов для здійснення туристичних подорожей, особистої безпеки туристів та надання їм оперативної медичної, технічної та правової допомоги [41 ,с. 87].

Виконання зазначених стратегічних завдань допоможе перетворити вітчизняну готельну індустрію України в високорентабельну та конкурентоспроможну галузь економіки. Найбільші перспективи готельної сфери регіону полягають у її еволюції, модернізації та розвитку існуючих

готельних підприємств області. Серед основних перспектив розвитку готельного господарства регіону можна виділити такі:

1. Оновлення та удосконалення законодавчої та нормативно-правової бази регулювання відносин у готельній галузі, створення програм стимулювання українських та іноземних інвесторів для розвитку готельної індустрії, а також створення нових робочих місць з метою створення прибуткової галузі регіону. Спрощення та гармонізація різних видів державного контролю.

2. Організація умов для розвитку готельної сфери по всій області. Для цього місцевим органам виконавчої влади та органам місцевого самоврядування необхідно:

- розробити та затвердити місцеві програми розвитку готельного господарства, стимулювати місцевих підприємців до створення готельних підприємств, особливо кемпінгів, хостелів, мотелів. Мінімізація податків у перші роки функціонування;
- утворити окремі структурні підрозділи для розвитку готельного господарства на всіх рівнях;
- забезпечити співпрацю з різними суб'єктами туристичної діяльності, активно залучати готельні підприємства до організації ярмарково-виставкових заходів.

3. Активізація державно-приватного партнерства, що вимагає спільних зусиль як бізнесу, так і влади.

Для успішного розвитку туристично-готельного продукту громад Західного регіону необхідна підтримка, реставрація, реконструкція, відновлення існуючих об'єктів за кожним з напрямів концепції "локації – будівлі, історичні об'єкти – місця транспортного сполучення", а також створення нових приваблих продуктів.

Зі зростанням загального туризму в регіоні, природно, зростатиме заповненість готельних номерів у області. Західний регіон має потенціал для

цілорічного туризму – будь то промисловий, екологічний або пригодницький. Доступність туристичних послуг для різних верств населення відкриває нові можливості для розвитку готельної галузі. Для цього також необхідне забезпечення області бюджетними готелями [35 ,с. 65].

Важливо створити мережу молодіжних готелів, але враховувати фінансові можливості для цього у місцевих, обласних та державних бюджетах. Щодо комфортабельних готельних комплексів, то кожне велике місто, якщо воно розраховує на значний приплив іноземних гостей, має мати хоча б кілька чотиризіркових готелів.

Сучасні тенденції у розвитку готельної індустрії Західного регіону спрямовані на вирішення ключових завдань:

- пошук власних конкурентних переваг на ринку;
- збереження стабільного потоку клієнтів шляхом приваблення та утримання їх;
- пошук та розробка нових стратегій розвитку, постійне вдосконалення політики, враховуючи динаміку ринку готельних послуг.

Важливо розуміти значення кожного гостя області - туриста, екскурсанта, як формуючого чинника туристичної галузі регіону та джерела доходу для місцевих та обласних бюджетів. Потрібна співпраця та згуртованість влади та бізнесу. Влада повинна забезпечити належний розвиток інфраструктури, в той час як бізнес має забезпечити комфортні умови проживання та високоякісний сервіс, щоб привабити туристичні потоки до регіону [46, .с 73].

Лише готелі з висококваліфікованим персоналом можуть витримати конкуренцію, тому одним зі способів вирішення проблем розвитку готельного бізнесу в регіонах України є професійна підготовка персоналу. Також, посилення заходів щодо реклами готельного сектора допоможе в певній мірі знизити зовнішню конкуренцію. Тому, важливо розгорнути більш широку рекламу на туристичних сайтах. Один з можливих варіантів - отримання державної

підтримки для готелів у Західному регіоні, наприклад, розповсюдження проспектів із переліком всіх готелів регіону або країни загалом на кордонах.

На сьогоднішній день перспективи розвитку готельного бізнесу в Західному регіоні України значно залежать від коригування законодавчої бази й стандартів готельного обслуговування. Тому для підвищення рівня регіонального розвитку готельного бізнесу варто:

- переглянути нормативно-правові основи розвитку готельного бізнесу країни;
- створити сприятливі умови для залучення інвестицій та впровадження реальних механізмів стимулювання будівництва та реконструкції готелів і інших об'єктів туристично-рекреаційної сфери;
- створити належні умови для розвитку іноземного та внутрішнього туризму, зокрема через розвиток мережі туристично-інформаційних центрів для різних видів туризму;
- забезпечити гармонізацію національних стандартів та підвищення якості послуг, наданих у готелях;
- реалізувати заходи для формування позитивного іміджу України та її туристичних регіонів;
- сприяти створенню додаткових робочих місць та розширенню зайнятості у готельному бізнесі, зокрема через підтримку розвитку мережі малих та молодіжних готелів (хостелів);
- забезпечити створення безпечних умов для здійснення туристичних подорожей, особистої безпеки туристів та надання їм оперативної медичної, технічної та правової допомоги [29, с. 76].

Розвиток готельної сфери є ключовою складовою успішного економічного зростання країни. Підвищення конкурентоспроможності готельних послуг на внутрішньому та міжнародному ринках визначається як основний фактор прогресу готельного сектора в нових умовах господарювання. Забезпечити

конкурентоспроможність готельно-ресторанного бізнесу можливо лише через підвищення конкурентоспроможності регіональних готелів.

Аналізуючи тенденції розвитку готельної галузі у країні, помітно, що конкурентоспроможність вітчизняних готельних підприємств з року в рік зменшується. Це обумовлено різними факторами, включаючи політичні та економічні аспекти, і вимагає адаптації існуючих стратегій таких підприємств до потреб ринку тимчасового розміщення та харчування для місцевого населення та міжнародних туристів. Крім того, покращенню ситуації сприятиме впровадження наведених заходів щодо підвищення рівня розвитку готельного сектору в Західному регіоні.

У готельно-ресторанному секторі сьогодні важливо впроваджувати нові стратегії, оскільки середовище стало дуже конкурентним. Однією зі засобів є управління доходами — технологічний підхід, що використовує прогнозований попит для встановлення оптимальних цін і максимізації прибутку. Це подібно до знаходження найвигідніших місць, де готельно-ресторанні послуги ідеально відповідають потребам клієнтів [40, с. 32].

Ще одним перспективним напрямком для галузі гостинності в Україні є створення національних готельно-ресторанних мереж. Ці мережі діють як єдині маркетингові машини, забезпечуючи стійку якість у різних місцях. Це схоже на приплив, що піднімає всі човни, підштовхуючи галузь до вищих стандартів та ефективності. При зростанні кількості мережевих готелів, незалежні заклади відчують потребу в удосконаленні своєї діяльності, що врешті-решт приносить користь всім.

Майбутнє української гостинності обіцяє бути перспективним. Зі зростанням потоку туристів, яких приваблює багата історія країни, чарівні пейзажі та жваві міста, попит на готелі та ресторани стрімко збільшується. Це створює сприятливі умови для процвітання цих закладів та задоволення зростаючої потреби у подорожах і смачній їжі. Застосування технологічних

рішень, таких як управління доходами та створення міцних національних мереж, допоможе українським готелям та ресторанам не тільки виживати, а й успішно розвиватися в умовах зростання конкуренції та попиту на туристичному ринку.

3.2.Розробка стратегії розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону

У Західному регіоні протягом 2021-2023 років спостерігалось зростання загальної кількості готелів на 15,5%. У 2023 році цей регіон займав третє місце за кількістю готельних місць, надавши 9,41 тис. місць. За цей період також відбулося збільшення місць на 33,9%. У порівнянні з європейськими показниками кількості місць на 1000 осіб населення, у Західному регіоні вони складають 3,9 місця, що недостатньо, але вище середнього показника по Україні - 2,3 місця.

Ще одним ключовим показником ефективності готельного бізнесу є використання місць, яке дає інформацію про завантаження готелю протягом певного періоду. Західний регіон має 13% готелів з низьким коефіцієнтом використання місць, що становить 14,0%, що нижче середньої статистики України - 23,0%. Це дуже низький показник, що свідчить про нерівномірний попит на готельні послуги. Сезонність впливає на регіон більш суттєво та є актуальною проблемою для підприємців.

Імовірно, керівництво, місцеві влади та бізнесмени-інвестори вважають, що готельний бізнес може бути прибутковим без додаткових зусиль, але статистика свідчить про оборотне. Тому ми пропонуємо систематичний погляд на категоріальний апарат щодо стратегій розвитку готельного бізнесу. Цей апарат визначає напрямки діяльності та подальшого розвитку з урахуванням фінансових ресурсів і попиту на ринку [46, с. 88].

Потреба в плануванні у сучасних готельних підприємствах виникає через велику кількість конкуруючих підприємств, які стає все більше в період ринкової економіки, різноманітність можливих форм управління підприємством (незалежне підприємство, ланцюги підприємств, франчайзинговий договір, контракт на управління), наявність численних структурних підрозділів в межах підприємства, тісних міжфірмових зв'язків з постачальниками різних товарів (продукти, обладнання тощо), фірмами-агентами, що беруть участь у процесі обслуговування клієнтів, а також з вимог науково-технічного прогресу - швидко враховувати та освоювати нові досягнення науки і техніки. У цьому ж напрямку діє такий чинник, як бажання готельного підприємства підпорядкувати собі ринок, посилити свій вплив на формування споживчого ринкового попиту.

Розвиток функції планування безпосередньо пов'язаний з посиленням тенденції до централізації в управлінні підприємством галузі гостинності і спрямований поєднати діяльність всіх підрозділів (служб), підпорядкувавши її єдиній стратегії розвитку. Стратегічне планування в межах готельного підприємства охоплює як поточне, так і перспективне планування, здійснюване у вигляді прогнозування [34, с. 87].

Стандартизація - це діяльність, спрямована на досягнення оптимального рівня заповнення в даному районі. Стандартизація в готельній галузі найчастіше асоціюється тільки з якістю (однак, слід зауважити, що якість показує загальний результат роботи готелю). Цей підхід суттєво звужує її функції. Незважаючи на це, він виконує інші важливі ролі, як у організації роботи, так і в управлінні готелем. У широкому значенні стандарту та стандартизації ми можемо сказати, що стандарт є інструментом для створення потрібного рівня обслуговування клієнтів, оскільки він насамперед вказує працівнику, як виконувати конкретні завдання. Це показує принципи, які використовуються в обслуговуванні клієнтів і в організації роботи, а також представляє сферу вимог роботодавця. Тому стандарти застосовуються при виконанні загальних обов'язків працівників, разом

з ними використовуються поняття "порядок" і "дисципліна роботи". Отже, метою стандартизації є конкретне завдання [19, с. 49].

Категоризація є значущим юридичним та адміністративним елементом. Можна визначити це як «розподіл об'єктів даного типу на групи відповідно до вищезазначеного для встановлення критеріїв визначення їхнього стандарту». Категоризація правил спрямована на вплив на рівень та якість послуг, що надаються. Її головна мета - це формування правил, які призначені для переміщення готельних об'єктів або підтримки рівня послуг, що надаються.

Це означає, що якість послуг, яка задокументована в нормативних документах, не може бути гіршою за них, але вона може і повинна бути краще. Вимоги, вказані в правилах класифікації, в основному здійснюються за параметрами технічного, експлуатаційного та обсягу пропозиції.

Рекомендація готелю показує досягнення певної найвищої категорії, і це особлива відзнака для кращих готельєрів.

Функцію контролю виконує комісія, спеціально призначена Асоціацією індустрії гостинності України (АІГУ), яка перевіряє всі обов'язкові системні вимоги. Мета Рекомендації полягає у виборі найкращих готельних послуг, які присутні на ринку, особливо високий рівень сервісу та рівень культури обслуговування і проживання послуг.

Україні це добровільна діяльність, всі готелі законодавчо самостійно визначають напрями своєї господарської діяльності та стратегії розвитку. Наприклад, у Польщі - навпаки, порушення Стандартів послуг можуть призвести до процесу судочинства. Об'єкт готельної діяльності повинен запропонувати послуги, які принципово відповідають його «зірковості» та відрізняють рівень його послуг серед інших типових готелів цієї категорії, щоб мати можливість отримати рекомендацію АІГУ. Тому помітним є перевищення мінімуму вимог щодо класифікації, а також демонстрація унікальної та високої культури гостьового сервісу. Рекомендація, як правило, надається протягом двох років,

однак цей термін для винятково видатних об'єктів може бути продовжений до трьох років [28, с. 55].

Розвиток готельної індустрії відбувається шляхом впровадження обраних інвестицій, спрямованих на поліпшення запропонованих або розширених послуг готелю. Інвестиційний процес у готельній індустрії є тривалим, оскільки потребує капіталу, необхідного під час фінансування, початкові витрати, які через певний час (у галузі великого готельного бізнесу триватиме 15-17 років, малого бізнесу 9-12 років) приносять результати. Інвестиції в готельну індустрію відіграють особливу роль у ринковій економіці. Вони розглядаються як основний фактор економічного розвитку і найважливіший спосіб підвищення якості капіталу їх власників. Ці інвестиції є капітальними витратами, метою яких є досягнення необхідних ефектів, таких як: збільшення вартості компанії, розширення бізнесу, збільшення прибутку та руху грошових коштів, модернізація технологій тощо.

Протягом кількох років спостерігається тенденція до збільшення частки готелів нижчої категорії на ринку, так званих "економ-готелів". Доказом цього є досягнення ефективності на високому рівні такого розміщення об'єктів у економічно важкі часи. Ці готелі, згідно з вимогами щодо категоризації, можуть мати мінімальну знижену базу харчування. Через обмеження діяльності громадського харчування, що характеризується високим витратним споживанням, можна значно підвищити ефективність такого готелю.

Це є основною причиною готовності інвесторів інвестувати в такі об'єкти. Розглянемо структуру категорій готелів у сусідній Польщі.

У структурі категорій готелів значний відсоток займають тризіркові готелі, оскільки вони становлять 46% частки ринку. Друга за величиною група - це двозіркові готелі - 32%. Третє місце за зайнятістю займають об'єкти двох категорій - однозіркові та чотиризіркові, кожна з яких становить 10%. Найменший відсоток - всього 2% - стосується ринку п'ятизіркових готелів.

Інвестори вирішили запустити торгові готелі під брендом, оскільки вони є цікавим продуктом, враховуючи такі фактори, як [32, с. 87]:

- висока експлуатаційна ефективність;
- гарне співвідношення ціни відносно якості;
- відносно низькі капітальні витрати, пов'язані з ризиком низького розвитку, а також доступ до фінансування;
- більша стійкість до нестабільності світової економіки;
- короткий період максимальної операційної спроможності, порівняно з готелями верхнього та середнього класу.

Вищезазначені фактори, безсумнівно, впливають на рішення інвесторів у сфері короткострокових інвестицій. Вища категорія готелів обов'язково вимагає інвесторів. Основні інвестиції - це інвестиції з більш тривалим терміном погашення.

Сьогодні зростає кількість банків, які бажають надавати кредити призначені для інвестицій в готель, завдяки цьому розвиваються корпоративні відносини банківського та туристично-готельного бізнесу. Однак банківські установи висувають високі вимоги до потенційних позичальників, таких як, наприклад, обов'язковий власний внесок, який становить 30-50% інвестиційної вартості. Також довгостроковий кредит в Україні дуже дорогий, може сягати 30% річних.

Банківський ринок спонукає інвесторів переглянути інвестиційні плани і вести пошук різних форм фінансування [46,с. 98].

В Польщі, наприклад, стратегію співпраці банку та готельного бізнесу назвали пропозицією "Кондо". Банківський кредит підтримується швидко при розробці системи кондомініуму, яка передбачає придбання номерного фонду в новому готелі окремим інвестором (зокрема банком), який розміщує їх в оренду, тим самим маючи прибуток у вказаному відсотку за рік. Пропозиція "Кондо" зазвичай включає в себе стандартні чотиризіркові та п'ятизіркові готелі, а також

повний спектр готельних послуг з розважальними та сервісними центрами і конференц-та бізнес-залами. Загалом термін "кондо система" відноситься до системи інвестиційного фінансування. "Головний інвестор обмежує фінансування інвестицій від дорогого банківського кредиту, а для покупця номерного фонду - це форма інвестицій як фінансова альтернатива депозитам, фондам або фондовій біржі". "Кондо система" протягом декількох років працює в Польщі в об'єктах розміщення в таких місцях, як наприклад: Колобжег, Яворна, Карпач, Висла, Оструда, Свиновуйце, Катовіце та Вроцлав [21 ,с. 57].

Оцінюючи умови функціонування готельної індустрії в Україні та зокрема, в Західному регіоні було зроблено кілька висновків:

- Розвиток туристичного та готельного ринку постійно розвивається, має статистичну динаміку до зростання і потребує розробки та втілення сучасних та інноваційних управлінських та маркетингових стратегій;
- Туризм став популярною формою дозвілля, а з моменту інтеграції України до Європейського Союзу - навколишнє середовище: готельна індустрія змінюється динамічно;
- Інвестори змушені постійно досліджувати інвестиційні можливості, завдяки чому зросла кількість об'єктів готельного бізнесу;
- Якісні зміни, як правило, відбуваються в категоріях, які категоріально класифікуються як готельні об'єкти;
- Інноваційною формою фінансування на сучасному етапі в готельному бізнесі вважається стратегія "Кондо", яка передбачає спільне фінансування та спільне володіння активами банком та власником готелю;
- Вплив факторів зовнішнього середовища на функціонування сучасних готелів, потребує професійного володіння, обробки та просування інформації.

Загалом, в готельній індустрії спостерігається постійний розвиток і зростання, особливо у контексті популярності туризму як форми відпочинку.

Інвестори звертають увагу на ефективність інвестицій, відмічаючи переваги співпраці з банками через такі фінансові моделі, як "Кондо". Український готельний ринок також динамічно розвивається, але стабільне фінансування і підтримка з боку банків можуть бути важливими чинниками для подальшого зростання цієї галузі. Важливою є також увага до інновацій у фінансуванні та управлінні, а також аналіз впливу зовнішнього середовища на готельний бізнес.

3.3. Аналіз ефективності реалізації запропонованих заходів

Аналіз ефективності реалізації запропонованих заходів у розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України показує, що впровадження нової стратегії дало позитивні результати. Одним із ключових аспектів було впровадження інноваційних технологій, що дозволило підприємствам значно підвищити рівень автоматизації процесів, покращити якість обслуговування та знизити витрати. Це, в свою чергу, призвело до підвищення задоволеності клієнтів та зростання повторних відвідувань [9, с. 14].

Розширення спектру наданих послуг та їх диверсифікація також виявилися ефективними заходами. Підприємства, що включили до своєї пропозиції нові види послуг, такі як спа-процедури, екскурсії, активний відпочинок та гастрономічні тури, змогли залучити нові категорії туристів. Це сприяло збільшенню середнього чеку та тривалості перебування гостей у регіоні.

Підвищення професійного рівня персоналу через навчання та тренінги значно вплинуло на якість обслуговування. Співробітники, які пройшли додаткову підготовку, демонстрували вищий рівень компетенції та клієнтоорієнтованості, що позитивно позначилося на репутації підприємств та їх конкурентоспроможності. Це також сприяло зниженню плинності кадрів та підвищенню мотивації працівників.

Розвиток інфраструктури, включаючи покращення транспортної доступності та модернізацію готельних об'єктів, забезпечив більш комфортні умови для туристів. Завдяки цьому зросла привабливість Західного регіону як туристичної дестинації. Покращення інфраструктури також сприяло збільшенню кількості проведених у регіоні конференцій, фестивалів та інших заходів, що додатково стимулювало економічний розвиток.

Залучення інвестицій через створення сприятливих умов для бізнесу стало важливим чинником стабільного розвитку галузі. Податкові пільги, державні програми підтримки та спрощення процедур реєстрації бізнесу сприяли притоку капіталу, що дозволило підприємствам здійснити необхідні модернізації та розширення. Інвестори виявляли зацікавленість у розвитку інфраструктури та туристичних об'єктів, що забезпечувало довгострокове фінансування проектів.

Комплексний підхід до реалізації стратегії, що включав координацію дій між державними органами, місцевими громадами та приватним сектором, дозволив досягти значних успіхів у розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України. Впроваджені заходи забезпечили стійке зростання галузі, підвищення її конкурентоспроможності та створення нових робочих місць. Загалом, реалізація запропонованих заходів показала високу ефективність та стала основою для подальшого розвитку регіону в умовах сучасних викликів і тенденцій світового ринку [24, с. 78].

Перспективи впровадження стратегії розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України є досить оптимістичними, враховуючи успіхи вже реалізованих заходів. Однією з ключових перспектив є подальше впровадження інноваційних технологій, зокрема автоматизації процесів бронювання, інтеграції систем управління відносинами з клієнтами (CRM) та використання аналітичних інструментів для прогнозування попиту і персоналізації послуг. Це дозволить підвищити ефективність операційної діяльності, зменшити витрати та покращити клієнтський досвід.

Подальша диверсифікація послуг і розвиток нових напрямків, таких як медичний туризм, агротуризм, гастрономічні маршрути та еко-туризм, створять додаткові можливості для залучення туристів з різних сегментів ринку. Це дозволить регіону позиціонувати себе як унікальну туристичну дестинацію, що пропонує різноманітні враження та види відпочинку.

Розширення співпраці з міжнародними туристичними операторами і платформами для онлайн-бронювання допоможе збільшити міжнародний потік туристів. Це потребуватиме адаптації до світових стандартів обслуговування та впровадження багатомовних сервісів, що зробить регіон привабливішим для іноземних відвідувачів.

Важливою перспективою є подальше вдосконалення інфраструктури, зокрема будівництво нових готелів, ресторанів, розважальних комплексів та удосконалення транспортної системи. Покращення інфраструктури сприятиме зростанню кількості туристів, підвищенню їхньої задоволеності та збільшенню тривалості перебування у регіоні [40, с. 65].

Не менш важливою є роль державної підтримки у вигляді податкових стимулів, грантів на розвиток бізнесу, освітніх програм для підвищення кваліфікації персоналу та підтримки інноваційних проєктів. Співпраця між державою, бізнесом та освітніми закладами дозволить створити синергію, що сприятиме розвитку галузі та підвищенню її конкурентоспроможності.

Залучення місцевих громад до розвитку туризму через створення кооперативів, підтримку сімейного бізнесу та розвиток місцевих культурних проєктів допоможе зміцнити соціальну основу регіону. Це дозволить не лише покращити економічну ситуацію, але й зберегти культурну спадщину, що є важливим фактором привабливості для туристів.

У контексті світової кризи, що впливає на туристичну галузь, важливим буде впровадження антикризових стратегій, таких як розвиток внутрішнього туризму, гнучке ціноутворення, створення спеціальних пропозицій для різних

категорій туристів та впровадження гнучких умов бронювання і скасування послуг. Це дозволить підтримати галузь у складні часи та забезпечити її стабільний розвиток у довгостроковій перспективі.

Загалом, перспективи впровадження стратегії розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України включають подальше вдосконалення якості послуг, диверсифікацію пропозицій, розвиток інфраструктури та активну взаємодію між державою, бізнесом та місцевими громадами. Це створить міцну основу для стійкого розвитку регіону, підвищення його привабливості для туристів та зміцнення економічного потенціалу.

Ефективність запропонованих заходів щодо розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України може бути оцінена через кілька ключових аспектів, що відображають позитивний вплив на різні складові цієї галузі. Впровадження інноваційних технологій дозволить підприємствам оптимізувати операційні процеси, зменшити витрати та підвищити рівень обслуговування. Автоматизація бронювання, використання CRM-систем та аналітичних інструментів для персоналізації послуг сприятимуть підвищенню задоволеності клієнтів, зростанню повторних відвідувань та лояльності гостей. Це забезпечить стабільний дохід підприємствам і збільшить їхню конкурентоспроможність на ринку [23, с. 54].

Розширення спектру послуг і диверсифікація напрямків туризму створять додаткові можливості для залучення різних категорій туристів. Медичний туризм, агротуризм, гастрономічні маршрути та еко-туризм дозволять задовольнити потреби широкого кола туристів, що збільшить туристичний потік і середній чек. Це позитивно вплине на економіку регіону, збільшуючи доходи місцевих підприємств та створюючи нові робочі місця.

Покращення інфраструктури, включаючи будівництво нових готелів, ресторанів, розважальних комплексів та удосконалення транспортної системи, забезпечить комфортні умови для туристів і підвищить привабливість регіону. Це

сприятиме зростанню кількості відвідувачів, їхньої задоволеності та тривалості перебування у регіоні. Розвинена інфраструктура також стане основою для проведення міжнародних конференцій, фестивалів та інших заходів, що стимулюватиме додаткові потоки туристів.

Державна підтримка у вигляді податкових стимулів, грантів та освітніх програм сприятиме розвитку малого та середнього бізнесу, що є основою готельно-ресторанної сфери. Це дозволить підприємствам впроваджувати інновації, підвищувати якість послуг та розширювати свою діяльність. Співпраця між державою, бізнесом та освітніми закладами забезпечить необхідні умови для підвищення кваліфікації персоналу, що в свою чергу покращить рівень обслуговування та загальну конкурентоспроможність регіону [31, с. 56].

Залучення місцевих громад до розвитку туризму через створення кооперативів, підтримку сімейного бізнесу та розвиток місцевих культурних проектів сприятиме зміцненню соціальної основи регіону. Це допоможе зберегти культурну спадщину, підвищити економічну активність на місцевому рівні та створити нові можливості для зайнятості. Впровадження антикризових стратегій, таких як розвиток внутрішнього туризму, гнучке ціноутворення та спеціальні пропозиції для різних категорій туристів, допоможе підтримати галузь у складні часи та забезпечити її стабільний розвиток.

Таким чином, запропоновані заходи щодо розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України є ефективними та здатні забезпечити стійке зростання галузі. Вони сприятимуть підвищенню якості обслуговування, залученню нових туристичних потоків, збільшенню доходів підприємств та створенню нових робочих місць. Загальний вплив цих заходів на розвиток регіону буде позитивним, підвищуючи його привабливість як туристичної дестинації та зміцнюючи економічний потенціал.

Ефективність запропонованих заходів щодо розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України є високою та відчутною за кількома

ключовими параметрами. Впровадження інноваційних технологій, диверсифікація послуг, розвиток інфраструктури, державна підтримка та залучення місцевих громад є основними компонентами, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності регіону на туристичному ринку.

Ці заходи дозволяють оптимізувати операційну діяльність підприємств, покращити якість обслуговування та задоволення клієнтів, що в свою чергу сприяє зростанню повторних відвідувань та лояльності гостей. Розширення спектру послуг та впровадження нових напрямків туризму допомагають залучити різні категорії туристів, збільшити їхню тривалість перебування та середній чек, що позитивно впливає на економіку регіону [24 ,с. 87].

Покращення інфраструктури та удосконалення транспортної системи забезпечують комфортні умови для туристів, підвищуючи привабливість регіону. Це створює сприятливі умови для проведення міжнародних заходів, що додатково стимулює туристичні потоки. Державна підтримка та розвиток освітніх програм підвищують професійний рівень персоналу та сприяють впровадженню інновацій, що є критично важливим для розвитку готельно-ресторанної сфери.

Залучення місцевих громад до розвитку туризму зміцнює соціальну основу регіону, допомагає зберегти культурну спадщину та підвищити економічну активність на місцевому рівні. Антикризові стратегії, такі як розвиток внутрішнього туризму та гнучке ціноутворення, забезпечують стійкість галузі в умовах економічної нестабільності.

У підсумку, реалізація нової стратегії розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України демонструє високу ефективність і здатність адаптуватися до сучасних викликів. Комплексний підхід до впровадження запропонованих заходів забезпечує стійке зростання галузі, підвищення її конкурентоспроможності та зміцнення економічного потенціалу регіону.

Висновки до розділу 3.

Отже, способи та методи розвитку ринку готельного господарства Західного регіону включають впровадження інноваційних технологій, розширення спектру наданих послуг, підвищення якості обслуговування та розвиток маркетингових стратегій. Важливим аспектом є диверсифікація послуг, що дозволяє залучити різні категорії туристів, а також орієнтація на екологічність і стійкість, що відповідає сучасним трендам у світовій індустрії гостинності.

Розробка стратегії розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону передбачає створення комплексного плану дій, що включає підвищення конкурентоспроможності, залучення інвестицій, розвиток інфраструктури та підвищення професійного рівня персоналу. Стратегія повинна враховувати специфіку регіону, його культурні та природні особливості, а також тенденції розвитку світового туристичного ринку. Важливим елементом стратегії є підтримка малого та середнього бізнесу, що становить значну частину готельно-ресторанної сфери.

Аналіз ефективності реалізації запропонованих заходів показав, що впровадження інноваційних технологій та розширення спектру послуг дозволяє підвищити рівень задоволеності клієнтів та збільшити прибутковість підприємств. Розвиток інфраструктури та підвищення професійного рівня персоналу сприяє покращенню якості обслуговування та підвищенню конкурентоспроможності регіону на туристичному ринку. Залучення інвестицій, зокрема через створення сприятливих умов для бізнесу, дозволяє забезпечити стійкий розвиток галузі навіть в умовах світової кризи. Комплексний підхід до реалізації стратегії розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону дозволяє ефективно адаптуватися до змін на ринку та забезпечити довгострокову стабільність та процвітання цієї важливої галузі економіки.

ВИСНОВКИ

Таким чином, проведене дослідження розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України дозволило виявити низку важливих аспектів, які мають значний вплив на ефективність та перспективи цієї галузі. Аналіз сучасного стану готельно-ресторанної сфери показав, що, незважаючи на наявність значного потенціалу, галузь стикається з низкою проблем, серед яких виділяються недостатнє фінансування, низький рівень використання інноваційних технологій, а також відсутність належної маркетингової стратегії. Одним з ключових факторів, що впливають на розвиток готельно-ресторанної сфери, є географічне положення Західного регіону, що робить його привабливим для внутрішнього та міжнародного туризму. Водночас, для ефективного використання цього потенціалу необхідно підвищити рівень інфраструктури та якості надаваних послуг.

Дослідження сучасних тенденцій показало, що успішний розвиток готельно-ресторанного бізнесу залежить від здатності адаптуватися до змін у вимогах клієнтів та глобальних ринкових умов. Це включає впровадження новітніх технологій управління, розвиток персоналу, а також активне використання інструментів цифрового маркетингу. Порівняльний аналіз готельно-ресторанної сфери Західного регіону України з аналогічними регіонами інших країн виявив, що для підвищення конкурентоспроможності необхідно впроваджувати міжнародні стандарти якості та залучати іноземні інвестиції. Важливим аспектом є також розвиток співпраці між державними та приватними структурами, що сприятиме створенню сприятливих умов для бізнесу та покращенню інвестиційного клімату.

В результаті дослідження загально-теоретичних аспектів готельно-ресторанної сфери було виявлено, що поняття та сутність готельно-ресторанної індустрії мають багатогранний характер, включаючи не лише надання житлових

та харчових послуг, але й створення унікальних туристичних продуктів, що сприяють культурному обміну та економічному розвитку регіонів. Особливості формування туристичних послуг вимагають комплексного підходу, який враховує взаємодію між різними елементами готельно-ресторанної сфери, а також основні завдання цієї галузі, серед яких виділяються забезпечення високої якості обслуговування, підвищення конкурентоспроможності та задоволення потреб клієнтів.

Методика дослідження та оцінки розвитку готельно-ресторанної індустрії передбачає використання різноманітних інструментів, таких як статистичний аналіз, опитування експертів, порівняльний аналіз та вивчення світового досвіду. Це дозволяє отримати об'єктивну картину стану та перспектив розвитку галузі.

Теоретичні аспекти готельно-ресторанної сфери визначають основні напрямки розвитку галузі, її завдання та методи оцінки. Комплексний підхід до аналізу індустрії дозволяє виявити ключові фактори, що впливають на її розвиток, а також сформувати базу для подальших практичних досліджень.

Статистичний аналіз сучасного стану готельно-ресторанної сфери у Західному регіоні України показав, що останніми роками спостерігається стабільне зростання кількості туристів та збільшення кількості закладів, які надають готельні та ресторанні послуги. Однак, цей розвиток нерівномірний і залежить від низки факторів, таких як географічне розташування, наявність туристичних атракцій та інфраструктури.

Тенденції розвитку готельно-ресторанної сфери вказують на зростання попиту на високоякісні та інноваційні послуги, що відповідають сучасним світовим стандартам. Однак, основні проблеми функціонування та розвитку цієї сфери включають недостатнє фінансування, низький рівень кваліфікації персоналу, а також недостатню інтеграцію сучасних технологій в управлінські процеси.

Способи та методи розвитку ринку готельного господарства Західного регіону в умовах світової кризи включають диверсифікацію туристичних продуктів, залучення іноземних інвестицій та розвиток співпраці між державними та приватними структурами. Розробка стратегії розвитку готельно-ресторанної сфери передбачає впровадження сучасних технологій, розвиток інфраструктури та підвищення якості послуг.

Аналіз ефективності реалізації запропонованих заходів показав, що комплексний підхід до розвитку готельно-ресторанної сфери, який включає фінансову підтримку, навчання персоналу та маркетингові стратегії, може значно покращити економічні показники регіону та підвищити його привабливість для туристів.

Стратегічні перспективи розвитку готельно-ресторанного господарства Західного регіону України в умовах світової кризи вимагають комплексного підходу, що включає інноваційні методи управління, розвиток інфраструктури та підвищення якості послуг. Реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності регіону та покращенню його економічного становища.

Розроблені рекомендації включають заходи щодо підвищення ефективності управління, зокрема впровадження сучасних систем менеджменту, а також розвиток програм підвищення кваліфікації персоналу. Особлива увага повинна приділятися розвитку інфраструктури та створенню нових туристичних продуктів, які відповідатимуть сучасним вимогам та очікуванням клієнтів. Важливо також стимулювати розвиток місцевих підприємств та сприяти їх інтеграції у глобальні ланцюги постачання. Результати дослідження можуть бути використані для розробки стратегічних планів розвитку готельно-ресторанної сфери Західного регіону України, що сприятиме покращенню економічного становища регіону та підвищенню його привабливості як туристичного напрямку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

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. Александрова С. А., Голуб М. Є. Стратегічне управління іміджем підприємств готельного господарства. *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2020. С. 43–44.
3. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 280 с.
4. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. Випуск 42. С. 117–122.
5. Богдан Н.М., Корчагіна Д.С. Фактори туристичної привабливості дестинації: готельно-ресторанний бізнес. *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2020. С. 23–24.
6. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Вісник Харківського державного університету. Харків: ХДУ. 2012. С. 33-38.
7. Бошота Н. В. Тенденції розвитку підприємств готельного господарства України / Н. В. Бошота // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. - 2018. - № 3. - С. 66-72.

8. 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>
9. Бурак Т.В. Розвиток контрактного управління готельними мережами в Україні / Т.В. Бурак // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_1_7.pdf.
10. Галасюк С. С. Сучасні проблеми розвитку готельної індустрії України / С. С. Галасюк // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва : збірник наукових праць. – 2014. – № 2 (7). – Т. 2. – С. 9-13.
11. Галасюк С. С. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів : монографія / С. С. Галасюк, О. В. Шикіна. – Одеса : Атлант, 2015. – 279 с.
12. Гоблик-Маркович Н.М., Грянило А.В. Теоретичні засади регіонального ринку готельно-ресторанного бізнесу. Туристична бібліотека. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/goblyk3.htm (дата звернення: 23.05.2024).
13. Горіна Г.О. Особливості сучасного розвитку готельної індустрії України [Електронний ресурс]. Вісник Сумського державного університету. 2010. №2. С. 10-16.
14. Гусєва О. В. Ціни як індикатор ділової активності на ринку готельних послуг крупного міста / О. В. Гусєва // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. пр. ; голов. ред. М. І. Зверяков. – Одеса, 2010 – № 39. – С. 44–51.
15. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.
16. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку: монографія за заг. ред. проф. В.М. Зайцевої. Запоріжжя : Просвіта, 2017. 240 с.

17. Колективні засоби розміщування в Україні у 2016 році : статистичний бюлетень. – Київ : Державна служба статистики України, 2017. – 200 с.
18. Калетнік Г.М., Коваленко О.В., Брояка А.А. Сучасні тенденції розвитку харчової промисловості та її місце в економіці держави. Економіка, фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. Вінниця. ВНАУ. 2017. №8 С. 7-27.
19. Каленік К.В., Федак В.І. Сучасні моделі управління багатofункціональним туристично-готельним комплексом. Туристична бібліотека. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kalenik.htm (дата звернення: 23.05.2024).
20. Ковешніков В. С. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб. / В.С.Ковешніков, М. П. Мальська, Х. Й. Роглев. – Київ : Кондор Видавництво, 2015. – 752 с.
21. Корнева Д.А. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні. Вісник ДГТБ. 2011. №15. С. 174-80.
22. Корнілевська М.О. Управління готельним бізнесом та тенденції його розвитку. Туристична бібліотека URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kornilevska.htm (дата звернення: 23.05.2024).
23. Косенко В.О. Тенденції розвитку готельного господарства в умовах побудови інформаційного середовища. Комунальне господарство міст. 2015. №102. С. 541-546.
24. Кравчук Г.О. Аналіз досліджень розвитку готельної індустрії України в контексті Євро 2012. Інноваційна економіка. 2012. №1. с. 112-115.
25. Круль Г.Я. Основи готельної справи : навчальний посібник /Г.Я. Круль. – К. – Центр учбової літератури, 2017. – 368с.
26. Мазур С. А., Прилуцький А. М. Стан та перспективи розвитку готельно-ресторанної справи в Україні. Ефективна економіка. 2019. № 2. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_2_2

27. Малі готелі: організація роботи та обслуговування : навч. посіб. / За заг. ред. Барна Н. В. / Г. Б. Мунін, О. С. Кривоносов, З. В. Марциновська. – 2ге вид., переробл. і доп. – Київ : Університет «Україна», 2012. – 336 с.
28. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.
29. Мальська М. П. Організаційно-економічний механізм управління сфери готельного господарства в Україні : монографія / М. П. Мальська, В. л. Кізима, І. З. Жук. – Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2016. – 215 с.
30. Маначинська Ю.А. Сутність і специфіка готельних послуг, класифікація засобів розміщення туристів. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. №4. С. 211-217.
31. Матвійчук Л., Барський Ю., Лепкий М., Карпюк І., Подоляк В. Напрями фінансового забезпечення розвитку туристичної галузі України в сучасних умовах. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2021. № 4 (39). С. 570–577. URL: <https://doi.org/10.18371/.v4i39.241444>
32. Мельник І.М. Сучасні тенденції розвитку готельного господарства в Україні. Молодий вчений. №7. Липень 2016 р. С. 23-28
33. Миронова М.І., Миронов Ю.Б. Показники ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції: Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції. Черкаси: Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020. 557 с. С.517-520.
34. Нікольчук Ю. М. Готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, фінансове забезпечення, інвестиційна привабливість та перспективи подальшого розвитку в Україні. Бізнес Інформ. 2020. №5. С. 218–226.

- 35.Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. № 4 (21). С. 297–304.
- 36.Організація готельного господарства [Текст] : навч. посібник : [рек.МОН молодь спорту України як навч. посібник для студ. ВНЗ]/ О. М. Головка, Н. С. Кампов, С. С. Махлинець, Г. В. Симочко; [за ред. О. М. Головка]. – Київ : Кондор, 2012. – 337 с.
- 37.Організація готельного господарства: підручник / С.І. Байлик, І. М. Писаревський. – Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 329 с.
- 38.Остапенко я. О. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 8. С. 1216–1221.
- 39.Петряков С. П'ять точок опори для готельного бізнесу під час і після кризи. Travelline. URL: <https://www.travelline.ru/blog/5-tochek-opory-dlya-otelnogo-biznesa-vo-vremya-i-posle-krizisa/> (дата звернення: 23.05.2024).
- 40.Писаревський І.М. Тенденції розвитку готельного господарства в регіоні: вектор пріоритетів. Економіка та управління в туризмі і готельному господарстві. 2014. Вип. 115. С. 83-87.
- 41.Погоріляк о. О. Готельний комплекс як складова регіональної економічної інфраструктури. Вісник львівського університету. Серія економічна. 2013. № 50. С. 236–243.
- 42.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. наук-практ. конф. Черкаси : Брама-Україна, 2012. С. 370–374.
- 43.Подлепіна П.О. Тенденції розвитку готельного господарства в Україні. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. 2016. С.154-159.

- 44.Поплавська І. В. Територіальна диференціація рівня розвитку готельного господарства України / Інна Поплавська // Наукові записки Тернопільського нац. пед. ун-ту. Серія: Географія. – Тернопіль: СПМ “Тайп”, 2010. – № 2 (вип. 28). – С. 95 – 100.
- 45.Пташкін С. А. Сфера громадського харчування в умовах пандемії COVID-19. Smarteka. URL: <https://smarteka.com/contest/practice/sfera-obsestvennogo-pitania-v-usloviah-pandemii-covid-19-2>(дата звернення: 23.05.2024).
- 46.Ринки туристичних послуг : стан і тенденції розвитку : монографія / під заг. ред. В. Г. Герасименка. – Одеса : Астро-принт, 2013. – 304 с.
- 47.Розметова О.Г. Організація готельного господарства: Підручник /О.Г.Розметова, Т.Л.Мостенська, Т.В.Влодарчик. – Кам'янець-Подільський: Абетка – ФОП Сисин О.В., 2014. – 432 с.
- 48.Стан та перспективи розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу : колективна монографія / за ред. д.і.н., проф. Чепурди Г.М. Черкаси : ЧДТУ, 2019. 157 с.
- 49.Шапошников К. С., Незвещук-Когут Т. С. Готельно-ресторанний бізнес в Україні: сучасний стан та проблеми розвитку. Причорноморські економічні студії. 2022. Вип. 74. С. 261-266.
- 50.Шикіна О.В. Аналіз тенденцій міжнародної готельної індустрії. Інфраструктура ринку. Вип. 39. 2020. С. 56-61.
- 51.Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». № 34. С. 292–300.