

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Кафедра психології, педагогіки і туризму**

**Кваліфікаційна робота бакалавра**  
**на тему:**  
**“Історико-географічні аспекти розвитку готельного господарства**  
**України”**

*Допущено до захисту*  
  
*“\_\_\_” травня 2021 року*

студентки групи Т 03-17  
факультету перекладознавства  
освітньої програми  
Туристичне обслуговування  
за спеціальністю 242 Туризм  
Фідкевич Альони Дмитрівни

Завідувач кафедри  
психології, педагогіки і  
туризму  
д. пед. н., проф.  
Матвієнко Ольга Василівна

Науковий керівник:  
професор кафедри психології,  
педагогіки і туризму, д. і. н., проф.  
Васильчук Володимир Миколайович

---

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів \_\_\_\_\_  
Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ</b>	
<b>ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....</b>	<b>5</b>
1.1. Понятійний апарат дослідження.....	5
1.2. Методи просування продуктів і послуг у сфері готельного господарства.....	8
<b>РОЗДІЛ 2. ТЕРИТОРІАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНОГО</b>	
<b>ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ.....</b>	<b>13</b>
2.1. Історичні передумови розвитку готельного господарства в Україні	13
2.2. Географічні особливості розвитку готельного господарства в Україні.....	29
2.3. Особливості регіонального розвитку готельного господарства в Україні.....	33
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В</b>	
<b>УКРАЇНІ</b>	
3.1. Сучасний стан розвитку готельного господарства в Україні.....	39
3.2. Проблеми та перспективи розвитку готельного господарства в Україні.....	46
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>53</b>
<b>РЕЗЮМЕ/RESUME.....</b>	<b>55</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>58</b>

## ВСТУП

Діяльність сфери туризму забезпечує готельне господарство. Воно ж є його основою. Сфера туризму значною мірою пов'язана з тим, наскільки розгалуженою та різноманітною є її мережа. Також важливим є рівень матеріально-технічної бази, та те, наскільки якісним є обслуговування в галузі готельного господарства. Однією з основних передумов активного розвитку цієї сфери є бізнес підприємства. адже саме вони відіграють провідну роль у сфері обслуговування туристів. Це і забезпечення подорожуючих сучасним житлом', а також надання їм побутових послуг.

Саме тому таке поняття, як “готельне господарство” є надзвичайно важливим. Глибинне розуміння цього поняття та аналіз сприяють більш ефективній організації діяльності, швидкому розвитку матеріально-технічної бази, а також допомагає ефективно задовольняти потреби туристів.

**Актуальність** даної теми полягає у тому, що Україна з давніх часів нарощувала свій потенціал у галузі готельного господарства. Тож дослідження передумов та аспектів розвитку цієї сфери є цікавим та важливим для забезпечення подальшого ефективного становлення цієї галузі.

**Метою** цієї роботи є дослідження та аналіз стану та етапів розвитку готельного господарства в Україні, а також характеристика історико-географічних аспектів розвитку готельного господарства для визначення можливостей подальшого розвитку туристичної галузі нашої країни.

### **Завдання роботи:**

- Розглянути понятійний апарат дослідження.
- Визначити методи просування послуг і продуктів у галузі готельного господарства.
- Розглянути територіальні особливості готельного господарства України.

- Проаналізувати, які історико-географічні чинники вплинули на становлення готельного господарства.
- Охарактеризувати сучасний стан готельного господарства в Україні.
- Розглянути подальші перспективи розвитку готельного господарства.

**Об'єктом** дослідження виступає готельне господарство України.

**Предметом** дослідження виступають територіальні особливості розвитку готельного господарства України.

**Методи дослідження:** аналізу, синтезу та узагальнення, бібліографічний, графічний, статистичний, порівняльний.

Джерелом теоретичної інформації служать навчальні посібники та наукові праці українських і зарубіжних авторів, присвячені готельному господарству.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел, містить 62 сторінки тексту.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

### 1.1. Понятійний апарат дослідження

Готельне господарство - основний фактор і важлива складова туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Науковець Абдулов А. В. підкреслює, що ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі, згідно прогнозів відомих профільних організацій, може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності. [1. с.7]

Є загальнопоширена помилка, яка стосується плутанини між готельним господарством та індустрією гостинності, і багато людей помилково вважають, що ці два терміни стосуються одного і того ж. Однак, різниця полягає в тому, що індустрія гостинності ширша за своїм обсягом і включає безліч різних галузей.

Готельна індустрія займається виключно наданням послуг розміщення гостей та супутніх послуг. На відміну від цього, індустрія гостинності займається дозвіллям у більш загальному розумінні. Як результат, це охоплює житло, ресторани, бари, кафе, нічне життя та низку туристичних та туристичних послуг. [18]

Харківські вчені І. М. Писаревський, М. Бекетова, у своєму підручнику акцентують, що готель - це підприємство, яке надає громадянам комплекс послуг поза межами їх оселі, найважливішими серед яких є послуги розміщення та харчування. Однак, як зазначалося, сучасні готелі, що обслуговують туристів, практично стають повносервісними готелями. Крім обов'язкових послуг (розміщення, харчування), які іноді також називають “основні послуги”, вони надають цілий комплекс різних послуг, які називають “додаткові послуги”, наприклад прання, надання послуг саун, перукарень, масажних кабінетів, конференц-залів, прокат автомобілів.

Фахівець Ю.С. Занько у “Організації готельного обслуговування” відмічає, що готельна індустрія – це могутня система господарювання регіону чи окремого туристичного центру і надзвичайно важлива дохідна складова економіки країни. Готельна індустрія - загальний термін, який використовується для опису послуг, пов'язаних з розміщенням гостей. З огляду на це, варто зазначити, що існує безліч різних типів житла. Таке різноманіття обумовлено перш за все попитом на різні типи готельних послуг. Люди подорожують з різною метою, і кожен з таких подорожуючих має свої запити та побажання. Також не варто забувати, що туризм є надзвичайно популярним в усіх куточках світу, і подорожувати прагнуть усі, як багатії, так і не надто заможні громадяни різних країн. І представники сфери готельного господарства намагаються задовольнити попит кожного з них. Нижче перераховані основні типи надання готельних послуг:

#### 1. Готелі

Найпоширеніший тип розміщення в готельному господарстві - готель, визначається як заклад, що пропонує ночівлю, харчування та інші послуги. Вони в основному орієнтовані на мандрівників або туристів, хоча місцеві жителі також можуть ними користуватися. Готелі пропонують приватні номери і майже завжди мають окремі ванні кімнати. Вони популярні у всьому світі, незалежно від географічного положення чи клімату певної місцевості.

#### 2. В&В

Поняття “bed and breakfast”, або “ліжко та сніданок” дуже популярно у Європі та Америці. Особливо, коли це стосується пізнавальних турів. Це менші заклади, які пропонують гостям приватні номери для ночівлі, а також сніданок вранці. Часто ці заклади переробляють з приватних будинків, і багато власників готелів типу “ліжко та сніданок” проживають там само, разом з гостями. Хоча найчастіше це бюджетні варіанти, номери високого класу та розкішні готелі також існують. Останнім часом готелі почали пропонувати разом з повним пансіоном і “В&В”, тож, усе частіше цей тип розміщення є однією з послуг готелю.

### 3. Мотелі

Мотелі - це форма ночівлі, пристосована для автомобілістів. З цієї причини вони, як правило, розташовані біля узбіччя дороги і пропонують простору безкоштовну автостоянку. Мотель, як правило, має кілька номерів для гостей і може мати деякі додаткові зручності, але, зазвичай, вони пропонують відвідувачам менше зручностей, ніж готелі. Також більшість мотелів мають цілодобову їдальню поруч, адже подорожуючи на автомобілях часто зупиняються в таких закладах після опівночі.

### 4. Ботелі [45]

“Ботель” - це назва човна, пристосованого для проживання в готельному стилі. Багато ботелів - це постійно пришвартовані річкові човни, хоча інші є переобладнаними кораблями, які цілком здатні подорожувати з гостями на борту. Вони особливо популярні в європейських містах з річками або каналами.

### 5. Корчми [46]

Корчма - це заклад, який забезпечує тимчасове проживання, як правило, разом з їжею та напоями. Корчми менші за готелі і за розмірами вони ближчі до ліжок та сніданків, хоча корчми часто трохи більші. Гостям виділяють приватні кімнати, а варіанти харчування зазвичай включають сніданок та вечерю.

### 6. Курорти

Курорти - це комерційні заклади, які зазвичай складаються з готелю та різноманітних додаткових послуг та зручностей на місці. Зазвичай гості матимуть доступ до житла, ресторанів, барів, розважальних закладів, розважальних заходів та магазинів, куди можна дійти, не виходячи з території курорту.

### 7. Квартири з обслуговуванням

Популярні серед ділових мандрівників апартаменти з обслуговуванням - це помешкання в стилі апартаментів, де гості отримують повний спектр послуг, таких як обслуговування номерів, обслуговування дому та прання. Більшість апартаментів з обслуговуванням також пропонують додаткові зручності, тоді як самі апартаменти, як правило, більші за готельні номери.

## 8. Хостели

Вони нагадують бюджетний готель, який пропонує або приватні спальні, або спільні, а також вони можуть мати бар, ресторан та / або кафе. Більшість хостелів є сімейними, і гості іноді можуть мати спільні зручності на одному поверху.

## 9. Бутік-готелі [48]

Це готелі, які розташовані в порівняно невеликих будівлях. У більшості випадків вони пропонують гостям висококласні номери та високоякісні послуги. Крім того, вони часто мають певну тему, і їх часто можна зустріти в модних міських районах.

## 10. Кондо-готелі [49]

Кондо-готель - це будівля кондомініуму, яка функціонує як готель, надаючи гостям можливість орендувати кондомініум на короткий проміжок часу. Вони майже виключно зустрічаються в містах, особливо популярні в сполучених Штатах і поєднують досвід відпочинку в будинку з особливостями обслуговування готелю.

## 11. Еко-готелі

Основне визначення еко-готелю - це готель, котрий намагається мінімізувати екологічну шкоду. Вони можуть визначити пріоритетом використання місцевих продуктів, застосовувати заходи щодо переробки, зосередитись на енергозбереженні та використовувати багаторазову постільну білизну та рушники.

### **1.2. Методи просування продуктів і послуг у сфері готельного господарства**

Маркетинг у сфері готельного господарства - це загальний термін, який позначає різні маркетингові стратегії та методики, які використовують готелі з метою просування свого бізнесу та створення позитивного враження на клієнтів. По суті, мова йде про те, щоб зробити готель максимально привабливим, щоб залучити якомога більше гостей. [9. с.14]



Маркетинг розцінюють як творчу діяльність, в основу якої покладено виявлення запитів ринку, наукові дослідження та розробки новинок. Подібний погляд на маркетинг суттєво змінює зміст і напрям маркетингової діяльності, адже відбувається роздвоєння акцентів між необхідністю вивчення ринку, запитів його клієнтури та пропозицією новинок, тобто чи не вперше маркетингу замість пасивної відведена активна роль - не сліпо слідувати за запитами ринку, а пропонувати такі товари, які невідомі ринку. Хоча при цьому мета маркетингу полягає у збільшенні виробництва та продажу товарів. [3. с.24]

В основі стратегії, які використовуються при просуванні готельного господарства, застосовують такі методи:

#### 1. Веб-сайт.

Веб-сайт є найважливішим джерелом розповсюдженням для будь-якого бізнесу та суттю будь-якої хорошої маркетингової стратегії в Інтернеті. Незалежно від того, яка тактика готельного маркетингу спрямувала потенційного клієнта на веб-сайт, це місце, де люди можуть дізнатись більше про бізнес та вирішити, чи хочуть вони користуватися послугами того чи іншого готелю. Це також єдиний канал розповсюдження в Інтернеті, де можна заробляти прямі продажі в Інтернеті. Тому дуже важливо, щоб веб-сайт мав ефективні та зручні механізми бронювання та інтерактивні елементи. Оскільки все більше користувачів Інтернету покладаються виключно на свої смартфони та планшети, також дуже важливо, аби веб-сайт був зручним для мобільних пристроїв. Для цього їх адаптують у конструкторах під кожен окремий розмір екрану. Як показує практика, цьому і справді варто приділяти особливу увагу. [1]

#### 2. Пошукова оптимізація веб-сайту або SEO.

На сьогодні веб-сайт не матиме жодного трафіку сам по собі, адже пошукові системи перенасичені різними пропозиціями. Клієнти губляться у велетенській об'ємах даних, тож провідні компанії уже давно користуються інструментами, аби клієнти могли знаходити саме їх веб-сайт. Треба бути певним, що основи SEO (оптимізація пошукових систем), налаштовані

правильно. Це можуть бути такі інструменти, як забезпечення насиченого та релевантного вмісту, із сильними ключовими словами та комбінаціями ключових слів. Вони значно підвищують відвідуваність веб-сайту. Також необхідно враховувати ймовірні пошукові терміни, плануючи маркетингову кампанію для готелів, і не забувати поєднувати основні ключові слова з сильними вторинними, як-от назва, де знаходиться готель. Важливим на сьогодні є також і органічний трафік. Та отримати його набагато складніше, адже для цього потрібно підвищувати релевантність сторінок сайту, слідкувати, аби зміст текстів відповідає запитам, а також працювати над ядром сайту. [13]

### 3. Унікальність.

Щоб по-справжньому змагатися з конкурентами, готель повинен пропонувати щось унікальне, щоб заманити потенційних гостей. Готельна маркетингова кампанія має бути індивідуальною. Якісне обслуговування клієнтів повинно бути основою всього, що стосується готельного та індустріального бізнесу. Можна починати навіть з таких дрібниць, як надання клієнтам невеликого частування під час реєстрації, чи залучення місцевої преси та PR-служб, щоб освітити події готелю. Будь-які унікальні події завжди привертають увагу і приваблюють туристів, які шукають нових вражень. [3, с. 20]

### 4. Співпраця з туристичними бюро та іншими компаніями

Одним із надійних способів забезпечити нових клієнтів є включення вашого готелю до списків місцевих туристичних бюро. Також варто поговорити з місцевими івент-компаніями в регіоні, оскільки багато з них можуть пропонувати лише часткові пакети пропозицій своїм власним клієнтам, тобто ви можете покрити потреби в житлі та підвищити кількість бронювань в тихіші сезони. Також це може забезпечити вашому готельному господарству обмін досвідом, співпрацю в різних сферах. Більше того, у випадку такої співпраці ви можете отримати клієнтів тієї компанії, з якою співпрацюєте.

### 9. Рекомендації

Чудовий огляд одного блогера може заробити нового клієнта. Поганий огляд може коштувати сотні таких. Необхідно працювати над тим, аби люди мали стимули залишати відгуки та рекомендації. Звісно, ще було б непогано, аби ці відгуки були позитивними. Варто відстежувати відгуки про готель на найпопулярніших сайтах, беручи до уваги будь-які погані відгуки та залишаючи на них конструктивну відповіді. Також хорошою ідеєю було б заохочувати блогерів та медійні обличчя до проведення огляду готелю. [3, с.24]

На сьогоднішній день, варто також, окремо розглянути теперішній, нестабільний стан туристичного ринку. Через складну ситуацію у світі, причиною якої є пандемія COVID 19, варто також виділити деякі стратегії, які необхідно застосовувати готелям, які вимушені працювати за таких критичних обставин. адже глобальна пандемія COVID 19, порушила розвиток усіх галузей, зокрема і готельне господарство.

#### 1. Заходи безпеки та якісне інформування.

Найважливіший маркетинговий крок, який мають зробити готелі - це стежити, аби їх клієнти були добре поінформовані про наявність заходів безпеки та гігієни. Гості мають відчувати максимальну безпеку.

Готелям варто повідомляти про заходи гігієни та безпеки, які вони вживають, на домашній сторінці свого веб-сайту, у соціальних мережах, під час процесу бронювання та під час бронювання. Також чудовим заходом було би заохочення до збільшення використання онлайн реєстрацій та безконтактної оплати.

#### 2. Розширення спектру пропозицій.

Певно, найбільше від пандемії постраждали готелі, орієнтовані на бізнесменів. Оскільки все більше людей працюють вдома, скасовуючи ділові заходи та масові зібрання, такі, як конференції. В той же час, відпочивати люди, все ж таки, їздять. Тож, готелям варто приділити увагу інформуванню потенційних клієнтів про заходи, такі як екскурсії та відвідування місцевих визначних пам'яток.

#### 3. Фокусування на місцевому населенні.

Загальний страх перед міжнародними подорожами зростає, тож одними з найефективніших стратегій маркетингу готелів під час пандемії є ті, які зосереджені на залученні місцевих гостей з тієї ж країни або з сусідньої країни з подібними правилами.

Підсумовуючи, варто зазначити, що на сьогоднішній день галузь готельного господарства розвивається динамічно. Навіть зважаючи на пандемію. Готелі вживають заходів, аби їх клієнти почувалися у безпеці та мали усі можливості аби дистанціюватися та захистити себе.

Особливу важливість на сьогоднішній день для готелів має правильне позиціонування своїх послуг у мережі інтернет, адже мало хто зараз бронює чи шукає послуги офлайн.

## РОЗДІЛ 2. ТЕРИТОРІАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

### 2.1. Історичні передумови розвитку готельного господарства в Україні

Фахівці Устименко Л. М. та Афанасьєва І. В. в підручнику “Історія туризму” зазначають, що найголовнішими чинниками, що сприяли виникненню та розвитку подорожей, та й загалом туризму у тогочасному світі були:

- соціальні (демографічні та міграційні процеси, розвиток суспільних відносин);
- економічні (розвиток економіки);
- географічні (особливості розташування країн та регіонів, необхідність налагодження зв'язку між ними);
- політичні (освоєння або завоювання нових територій, перерозподіл сфер політичного впливу);
- мотиваційні (особливості свідомості людей, ментальності; тобто потреби, мотиви, цінності, стереотипи та інші психологічні чинники, які впливали на вибір мети подорожі в ті чи інші періоди в певних регіонах);
- науково-технічний прогрес;
- екологічні (збереження навколишнього середовища, придатного для проживання та відпочинку людей).

Цілком очевидно, що попередницею сучасної туристичної, у нинішньому розумінні цього слова, подорожі була будь-яка мандрівка, яку здійснювали наші предки. Бойко М. Г. у “Організації готельного господарства” зазначає, що основними чинниками, що спонукали наших предків мандрувати, були:

- потреба освоєння нових територій, зручних для проживання та різних видів діяльності;
- людська цікавість, бажання пізнати оточуючий світ. [12]

В результаті розвитку суспільства, виникнення товарно-грошових відносин, розподілу праці та виокремлення осіб, що не були зайняті в

суспільному виробництві та управлінні, з'явилися категорії людей, які постійно подорожували.

Другий етап розвитку туризму характеризується появою перших туристичних організацій. Одним з перших, хто здійснив організовану подорож для великої кількості людей, був англієць Томас Кук. У 1841 р. він, будучи Головою товариства тверезості, організував подорож для членів цього товариства з Лейстера в Лафборо.

Для третього етапу розвитку туризму характерні такі риси:

- туризм як галузь економіки вже існує;
- швидко формується туристична індустрія;
- з'являються державні та міжнародні туристичні організації, що свідчить про вихід туризму на державний та міжнародний рівні;
- офіційно встановлюються відпустки для працюючих, що дозволяє здійснювати подорожі людям, зайнятим на виробництві;
- розширюється географія туристичних подорожей.

Четвертий етап розвитку туризму характеризується такими рисами:

- значне зростання добробуту населення;
- збільшення частки вільного часу;
- на державному рівні встановлені обов'язкові оплачувані відпустки для працюючих;
- активно функціонує та розвивається туристична індустрія;
- туризм стає головною галуззю економіки багатьох країн;
- створені та функціонують основні міжнародні туристичні організації;
- туризм стає масовим явищем у світі, доступним для більшості громадян розвинених країн;
- туризм стає одним із чинників глобалізаційних процесів у світі. [5, 34]

## Етапи розвитку туристичної галузі

*Таблиця 2.1.*

Україна пройшла усі ці етапи. Наша країна має яскраву історію. Якщо ми будемо говорити про історичні передумови розвитку готельного господарства на наших землях, то варто акцентувати на тому, що розвиток цієї сфери, як, в цілому, і будь-якої іншої, розвивався дуже нерівномірно. Причиною цього є експансія наших сусідів-імперій, які прагнули захопити Україну та пристосувати наші землі під свої потреби.

Україна у 1667-1687 р.р.



Рис 2.1.

Ці вторгнення часом були тривалі та нерівномірні. Тож розвиток будь-якої сфери, включно з рекреаційною, пройшов різні етапи в різних регіонах нашої країни. Найбільш успішно туризм розвивався у західній Україні, яка менше потерпала від впливу Російської імперії а згодом СРСР. Цю розбіжність у розвитку можна відчути навіть зараз, через такий, досить тривалий час. Усі сили тогочасної влади СРСР були спрямовані на пригнічення будь-якого самостійного розвитку усіх підконтрольних їм територіях, включно й з Україною. Докладалися значні зусилля для того, аби не дати Україні відчутти себе достатньо сильною і вимагати незалежності. [5, с. 194]

Та, усе ж таки, значний розвиток відбувся на всіх територіях. Давайте розглянемо усі періоди розвитку закладів готельного типу в Україні:

### Періоди розвитку закладів готельного типу в Україні



*Таблиця 2.2.*

В Україні туризм почав розвиватися ще за часів Київської Русі, в XII-XIII ст. після запровадження християнства на Русі з Візантії до нашої країни почали прибувати переписувачі книг, перекладачі, священики, ремісники. На Русі аж до XVI ст. центральною фігурою у розвитку та зміцненні зв'язків з іншими країнами був “гість”.

Історія української гостинності тісно переплетена з історією прадавнього слов'янства. Для слов'ян, як і для греків і римлян античного світу, постать подорожуючого була священною, а гостинність – почесним обов'язком. Адже у ті часи подорожувати світом відправлялося багато мудреців і філософів. Вони ходили світом, та ділилися своїм досвідом, розповідали про те, як живуть люди у інших далеких регіонах.

Про гостинність слов'ян говориться у багатьох літописах та в історичних джерелах. Так, київський князь Володимир Мономах у своєму “Поученні”

заповідав синам добре приймати гостей, шанувати їх, тому що ці люди, “мимо ходячи”, розносять тоді по світу добру або лиху вість.

Але сама історія вітчизняної готельної справи починається з епохи середньовіччя. Одними з перших місць для мандрівників стали так звані “гостинні двори”, що споруджувалися у великих містах для купців, що прибували з усього світу.

У часи володарювання Золотої Орди (XIII-XIV ст.) на Русі виникли заїжджі двори для чиновників і гінців від великого хана, які мали долати великі відстані у службових справах. На відстані приблизно 40 км були споруджені стації – так звані “ями” або “ямби”, які забезпечувалися різноманітними запасами типу свіжої провізії, ліжками з чистою білизною та всім необхідним для комфорту мандрівника. При кожній “ямі” були стайні з кіньми і також в такому станційному будинку був наглядач, який слідкував за тим, щоби коні були завжди напоготові. Наші предки згодом перейняли ямську службу у монголів. [12]

Розташуватися також могли у закладах, де основною послугою спочатку був лише продаж їжі та міцних напоїв. Це були шинки та корчми, які будували на перетинах торговельних і чумацьких шляхів. Плата за проживання у таких закладах була невеликою, але й умови не надто комфортні.

У XV ст. постоялі двори створювалися при поштових станціях, що знаходилися в підпорядкуванні Ямського наказу. До XV ст. відносять також будівництво у великих містах гостинних дворів, які відрізнялися від постоялих тим, що, крім розміщення і харчування, тут були створені умови для здійснення комерційних операцій. Розселення іноземців у гостинних дворах здійснювалося за національною ознакою.

З приходом на Русь християнства посилилися культурні та релігійні зв'язки Русі з країнами християнського світу, і тоді великого розвитку набуває паломництво. В Україні до паломників ставилися дуже шанобливо. Паломники мали право зупинятися у приватних будинках і садибах, де їх охоче приймали та шанували. А також ночувати у готелях при храмах, де були умови далекі від

комфортних. Ось як описується таке місце Києво- Печерської лаври у путівнику 1910 р.:

“Сучасний Лаврський двір знаходиться на тому самому місці, де ще преподобний Феодосій, улаштувач монастирів, заклав основи богадільного будинку з церквою Св. Стефана. На дворі розміщуються 14 кам’яних корпусів із загальними палатами та особливими кімнатами для богомольців... В усіх приміщеннях ... на дворі підтримується чистота та порядок, рівно як і тиша, ... тут у корпусах Лаври завжди можна мати пісню їжу за помірну платню, рівно як чай та хліб”. [12]

Наприкінці XIX – на початку XX ст. у Російській імперії починає бурхливо розвиватись велика промисловість, закладаються основи капіталістичного виробництва. З другої половини XIX ст. починається будівництво залізниць, зростають міста. Зростає й кількість готелів, зростає їх якісний рівень. Напередодні революції 1917 р. у Російській імперії нараховувалося близько 5000 готелів, не рахуючи заїжджих дворів і трактирів. Всі вони – приватні, комерційного характеру.

На курортах з’являються готелі, що за архітектурою нагадують замки, альпійські будиночки. В основному це невеликі готелі, які обслуговувались родиною власника і прислугою, яку наймали на сезонний період (покоївки та коридорні), але більшість готелів залишаються маленькими, погано обладнаними і не пристосованими до якісного обслуговування. Поряд з ними існують також і мебльовані кімнати – так звані “номери”, монастирські готелі, заїжджі двори та просто “нічліжки” (“нічліжні будинки”) для найбільш бідних. Умови там були жахливі, а призначені вони були хіба для того, аби поспати там декілька годин.

Історичний розвиток готельного господарства України цього періоду можна детально вивчити на прикладі Києва, Одеси та Криму. Після прокладення у 70-х рр. XIX ст. Києво-Одеської та Києво-Курської залізниць та з розвитком пароплавства на Дніпрі Київ перетворився на важливий

транспортний вузол. Згодом Південно-Західна залізниця з'єднала Київ з Варшавою та Петербургом, Харковом і Миколаєвом.

На початку ХХ ст. були відкриті залізничні лінії від Києва до Полтави, Криму, до західних кордонів Російської імперії. У місті розвивається велика промисловість: у 1887 р. у Києві було вже 17 підприємств з кількістю робітників на кожному більше ста і безліч дрібних підприємств. Крім того у Києві знаходилися представництва 30 десятків цукрових заводів і Всеросійське товариство цукрозаводчиків, що надавало йому статусу “цукрової столиці” імперії. Починає діяти біржа, виникають банки та кредитні установи, проводяться великі ярмарки та виставки.

Історичний розвиток готельного господарства України цього періоду можна дослідити найбільш детально на прикладі Києва (столиці Південно-Західного краю, як тоді називали Правобережну Україну), Одеси (центру портової зони безмитної торгівлі “порто-франко”) та Криму (курортної зони Російської імперії).

Стрімко збільшується населення Києва – протягом другої половини ХІХ ст. його кількість зросла майже в 4,5 рази. Так, у 1861 р. у місті було 65 тис. мешканців, а у 1897 р – вже 247,7 тис.

Все це викликає наприкінці ХІХ ст. справжню лихоманку будівництва. У тому числі швидко збільшується й кількість готелів. До 1880 р. в Києві було всього 13 готельних закладів. У період “будівельної лихоманки” – приблизно останні 20 років ХІХ ст. – у Києві було побудовано 65 готелі. У 1913 р. їх було 80, а аж 25 з них – на Хрещатику та прилеглих до нього вулицях.

Передусім це – великі фешенебельні готелі. Готель “Європейський” був найкращим вибором для людей заможних, що не любили “шумного життя”. Він знаходився на Царській (нині Європейській) площі, мав один з найкращих ресторанів у місті, свого представника на вокзалі та зручну карету для доставки клієнтів до готелю чи з готелю на вокзал. Більш популярним, але й більш “шумним” був “Гранд- готель” на 110 номерів у центрі Хрещатика поблизу

поштової контори (нині – Майдан Незалежності). Він мав власний омнібус на вокзалі, першокласний ресторан і “всі зручності великого і дорогого готелю”.

Великих готелів у Києві було порівняно небагато. Набагато більше було готелів “середньої руки”, “другокласних”: готель Гладинюка, “Ермітаж”, “Ліон” та “Італія” на Фундуклеївській (нині – Б. Хмельницького); “Франсуа” на Театральній площі (у радянські часи – готель “Театральний”); “Прага” та “Північний” на Володимирській; “Берлін”, “Оріон”, “Імперіаль” на В. Васильківській; “сан Ремо” і “Росія” на Думській площі (нині – Майдан Незалежності); “Версаль” на Прорізній; “Люнівер” на Інститутській; “Великий Національний” та “Пале-Рояль” на Бессарабці. Як і російські, ці готелі використовували пишні французькі назви або назви країн і міст Європи.

Крім готелів у Києві існували також “мебльовані кімнати” або “нумери”, сервіс у був досить високого рівня. У таких “мебльованих кімнатах”, які знаходилися в центрі міста нічліг коштував недешево. але в багатьох невеликих готелях і “мебльованих кімнатах”, що знаходилися біля вокзалу або біля святинь Подолу, номери були значно дешевшими і коштували 30-40 копійок за добу.

Для невибагливої публіки, особливо для тих, хто приїжджав до Києва на тривалий проміжок часу, існували “заїжджі двори” та “подвір’я”, а для богомольців – недорогі або зовсім безплатні двори Свято-Успенського Києво-Печерського, Софіївського, Михайлівського, Покровського та Братського Богоявленського монастирів.

Таким чином, на початку ХХ ст. структуру готельного господарства України складали великі фешенебельні готелі у великих містах і на курортах, де існували також санаторії, пансіонати, вілли і притулки, готелі другого класу, мебльовані кімнати, заїжджі двори та нічліжні будинки.

Велике будівництво курортних готелів проводиться у Криму, починаючи з середини ХІХ ст. У цей час Крим стає популярним місцем відпочинку, а його містечка перетворюються на модні курорти. У 1843 р. затверджується проект забудови Ялти, яка раніше була маленьким поселенням і отримала статус міста

тільки у 1837 р. Згідно проекту у місті починається будівництво фешенебельних готелів, великих магазинів, лікарень і приватних дач. У 1915 р. у місті працюють 14 готелів на 800 номерів, 5 пансіонатів і 3 комфортабельних приватних санаторії. Будуються готелі, санаторії та пансіонати в Євпаторії, Саках, Судаку, Сімеїзі. У Севастополі вже у 1890 р. було 14 готелів і 5 пансіонатів.

Великі готелі надавали розкішні номери від 1 до 15 карбованців за добу з “безкоштовним електричним освітленням” та автомобілями для перевезення пасажирів і багажу, другорядні готелі пропонували номери з балконами та “чудовим краєвидом”, але за значно меншу плату – від 75 копійок на добу. За 100 карбованців і вище можна було винайняти віллу на березі моря, де гарантувалися “здорове повітря, спокій і посилене харчування”.

Крім дорогих дач, пансіонатів, санаторіїв і готелів пропонувалося розміщення у невеличких будиночках та помешканнях, малоприсадибних для житла.

У цей час Крим є не тільки модним курортом, але й осередком гірського туризму. Після створення у 1890 р. Кримського гірського клубу на Чатир-Дазі було побудовано перший туристський притулок, де зупинялися члени клубу, а також всі бажаючі відвідати печери Бінбаш-Коба та суук-Коба, що знаходилися поблизу. сторож притулку повинен був надавати послуги з приготування їжі, чаю, забезпечувати бажаючих свічками, постільною білизною тощо, за що одержував плату за такою, що періодично затверджувалася правлінням Кримського гірського клубу.

Потужність України у діаграмах того часу

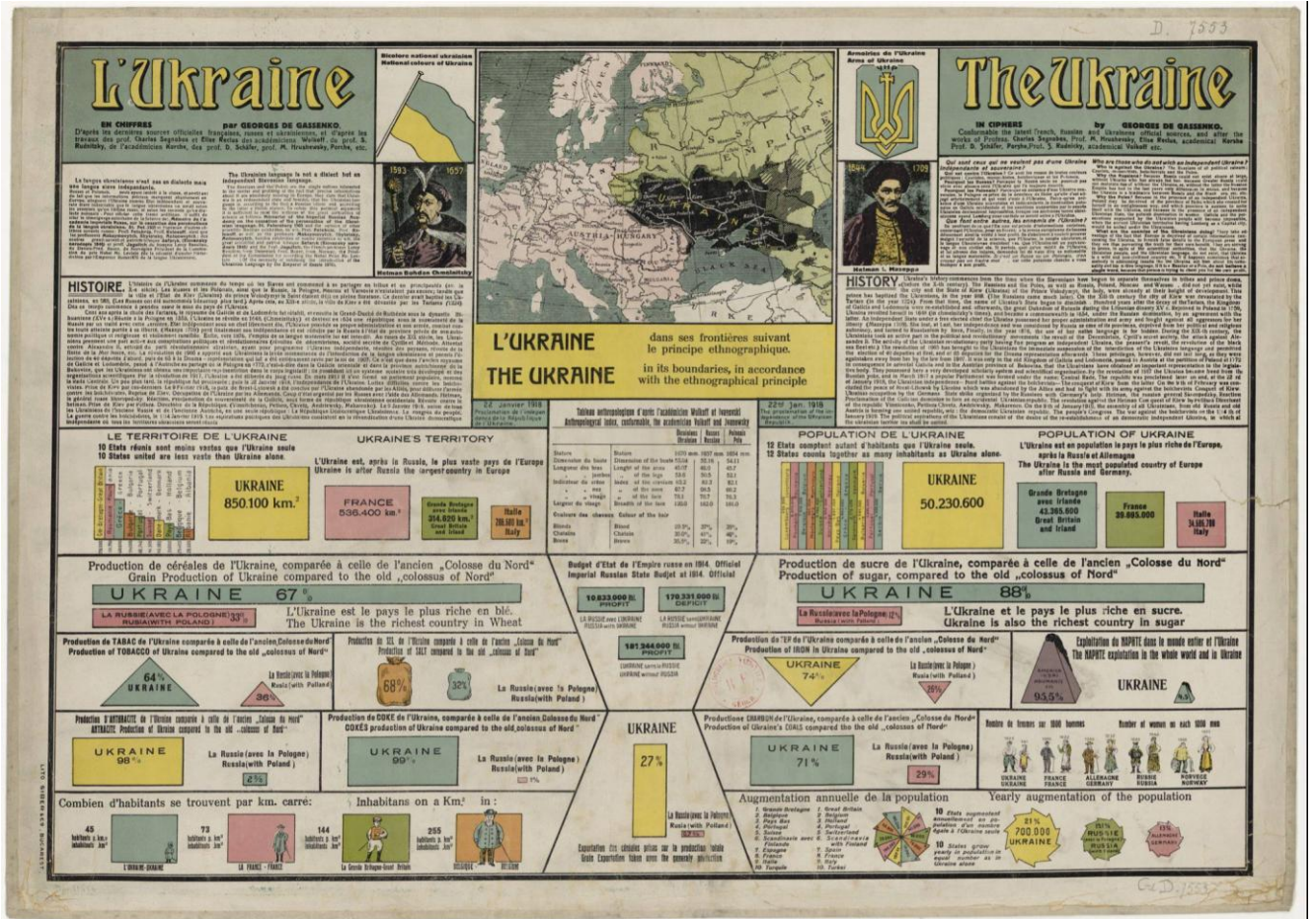


Рис. 2.2.

Таким чином, на початку ХХ ст. структуру готельного господарства України склали великі фешенебельні готелі у великих містах і на курортах, де існували також санаторії, пансіонати, вілли і притулки, готелі другого класу, мебльовані квартири, заїжджі двори та нічліжні будинки. Тобто, існували зручності для усіх прошарків населення.

Після 1917 р. та закріплення радянської влади на теренах України історія вітчизняного готельного господарства розвивалася переважно в рамках розвитку готельного господарства СРСР.

У 1918 р. декретом радянського уряду готелі були націоналізовані та передані у відання місцевих органів радянської влади. У перші пореволюційні роки більшість готелів використовується не за їх прямим призначенням. Частина готелів віддають під житло робітникам і службовцям, частину – використовують під різні державні заклади й установи. Це обумовлюється

передусім складними соціально-побутовими умовами у країні та порівняно високим рівнем благоустрою готельних будинків.

З початком відбудови господарства у рамках перших державних п'ятирічних планів починається й планомірний розвиток готельної справи. У містах проводиться інвентаризація готельного фонду, невеликі, погано пристосовані для готелів будинки зносяться або використовуються з іншою метою, придатні готелі відбудовуються та передаються за призначенням. Так, у Києві на початку 1930-х рр. були відбудовані та введені в дію 10 готелів на 694 номери, серед яких такі відомі як “Франсуа”, “Ермітаж”, “Імперіаль”, “Гранд-готель” та “Палас”. У 1928 р. розроблено та затверджено “Положення про комунальні трести”, в якому остаточно було закріплено підпорядкованість готелів місцевим радам, запропоновано їх типовий статут. Таким чином, був визначений юридичний статус готелів, з'явилися так звані “комунальні готелі”.

У 1930-х рр. розробляються перші типові проекти готелів – спочатку на 50-100 місць, згодом – більших, на 150 місць. Підвищується благоустрій готелів – частина номерів оснащується умивальниками, з'являються багатокімнатні номери, заклади харчування при готелях, збільшується кількість послуг.

Величезними були збитки, завдані готельному господарству СРСР під час Другої світової війни. Особливо постраждало готельне господарство окупованої України – майже всі великі готелі були знищені.

Хрещатик після війни





*Рис. 2.3.*

Проблеми відбудови та подальшої розбудови народного господарства, його поступове перетворення на єдиний народногосподарський комплекс вимагали великої кількості готельних місць, що зумовило масове будівництво готелів, але у своїй більшості – низького рівня якості. Поряд з великим будівництвом готелів низького рівня комфорту, характерним для 1950-х рр., у столиці СРСР Москві будуються висококомфортабельні готелі монументальної архітектури, що вирізняються розкішним оздобленням інтер'єрів та обладнанням номерів.

З 1956 р. починається розвиток масового іноземного туризму в СРСР, швидкими темпами розвивається туризм внутрішній, молодіжний. Перша всесоюзна класифікація готелів у 1952 р. показала їх невідповідність світовим вимогам – більшість з них були низького рівня комфорту і лише поодинокі висококомфортабельні готелі – “позарозрядні” – могли приймати іноземних гостей, забезпечуючи їм необхідні умови. Тому 60-ті рр. ХХ ст. в історії вітчизняного готельного господарства були періодом широкої модернізації готельної бази. Вони вимагають оновлення та розбудови існуючої бази. Тому 60-ті рр. ХХ ст. в історії вітчизняного готельного господарства були періодом активної модернізації бази готелів.

Там вводяться системи холодного та гарячого водопостачання, упорядковується територія, перепроєктуються вестибюлі, встановлюються ліфти, відкриваються пункти харчування, з'являються номери підвищеної комфортності номерах обладнуються збірно-розбірні кабінки санвузлів, тощо.

Наприкінці 1960-х рр. у вітчизняній готельній практиці утворюється комплекс вимог до готельного стандарту

*Таблиця 2.3.*

Робота у готелях вважалася престижною, тому часто приваблювала випадкових людей, що не мали спеціалізованої освіти, також активно розвивався протекціонізм. Дуже поступово запроваджували сучасну техніку, зокрема комп'ютерна, ступінь механізації праці був низьким.

Поряд з модернізацією існуючих готелів активно будуються нові. За період з 1961 до 1972 р. в Україні збудовано 56 готелів.

1970-80-ті рр. в історії готельного господарства СРСР – це період різких якісних змін. У цей час остаточно складається єдиний народногосподарський комплекс у країні; з'являються великі господарські об'єднання; промисловість, сільське господарство, будівництво стають на індустріальну основу. Відповідно збільшується кількість поїздок людей з діловою метою.

Підвищення якості життя населення, збільшення кількості вільного часу стимулюють розвиток внутрішнього туризму. Мирні ініціативи, що знаходять своє відображення у підписанні низки угод про обмеження озброєнь, у

“Програмі миру”, прийнятій в СРСР у 1975 р., у Нараді з безпеки та співробітництва в Європі (Гельсинки, 1975 р.), в якій СРСР взяв участь, стимулюють розвиток іноземного туризму і міжнародних туристичних обмінів.

Зростає потреба у великій кількості готелів сучасного якісного рівня, який будівельна техніка того часу вже може забезпечити. У 1970-ті – на початку 1980-х рр. спостерігається справжній “бум” готельного будівництва. Кількість готелів у СРСР за цей час зростає більше ніж удвоє: з 4296 у 1972 р. до 8139 – у 1985 р. та 8890 – у 1988 р.

У середині 1980-х рр. 86% міст СРСР мають готелі. Значно підвищується рівень комфортності готелів, їх інженерно-технічний благоустрій. Будуються великі готельні комплекси покращеної архітектури. Готелі нагороджуються преміями й дипломами за архітектуру.

У 1978 р. на IV Всесоюзному огляді досягнень радянської архітектури такої премії був удостоєний київський готель “Київ”. Більшість готелів будуються вже як комплекси, до складу яких обов’язково входить харчоблок, інколи – конгресний або рекреаційний блок. Поряд з готелями активно будуються додаткові засоби розміщення.

Збільшення готельної бази та зростання вимог до її якості вимагали нового підходу до нормативно-правової бази її організації та управління. У серпні 1977 р. виходить постанова “Про заходи з подальшого покращення обслуговування населення в готелях”. В результаті цієї постанови змінюються будівельні стандарти, переглядається якісна оцінка наявної бази, збільшується кількість додаткових послуг.

У 1970-80-ті рр. остаточно складається система управління готелями в СРСР. Комунальні готелі були підприємствами подвійного підпорядкування. Безпосередньо господарське управління готелями здійснювали виконкоми місцевих рад через свої управління, відділи та комунальні комбінати – в залежності від величини міста, кількості готелів у ньому, їх місткості тощо. У Києві роботою готелів керувало Управління комунального та побутового обслуговування Київського міськвиконкому, у складі якого був відповідний

відділ. У великих обласних центрах були створені виробничі об'єднання готельного господарства (ВОГГ), до складу яких входили міські готелі. У невеликих містах готелі підпорядковувались безпосередньо відділам комунального господарства, а в маленьких містечках вони входили до складу комбінатів побутових підприємств.

З іншого боку, республіканські міністерства житлово-комунального господарства керували роботою готелів через розробку нормативів, правил, інструкцій, контроль роботи місцевих комунальних органів. Керівництво комунальними готелями України в Міністерстві житлово-комунального господарства УРСР здійснювало Управління з експлуатації та розвитку підприємств комунального обслуговування населення, у складі якого працював відділ, що безпосередньо відав роботою комунальних готелів республіки.

Відомчі готелі управлялися структурними підрозділами відповідних відомств.

Розпочинається підготовка професійних кадрів для готельного господарства – спочатку в рамках навчально-курсів комбінатів (для працівників масових професій) та факультетів підвищення кваліфікації (для керівників і спеціалістів). У Харківському технікумі зеленого господарства створюється відповідний факультет. Згодом створюються спеціалізовані навчальні заклади. У 1978 р. у Києві відкрито технікум готельного господарства, який готує спеціалістів середньої ланки для готелів у масштабі всієї готельної галузі СРСР.

У той же час у готельному господарстві країни намітилася низка негативних тенденцій. Наприкінці 1980-х рр. темпи готельного будівництва значно знизилися, з'явилися “довгобуду”. Забезпеченість готельними місцями складала 2,5 місця на 1000 жителів, що є дуже низьким показником.

Нестача готельних місць і відсутність економічних стимулів в управлінні персоналом породжували штучний дефіцит готельних місць, на основі якого процвітали корупція, хабарництво. Відсутність зацікавленості персоналу у результатах роботи, орієнтації на споживача призводили до інерції, небажання

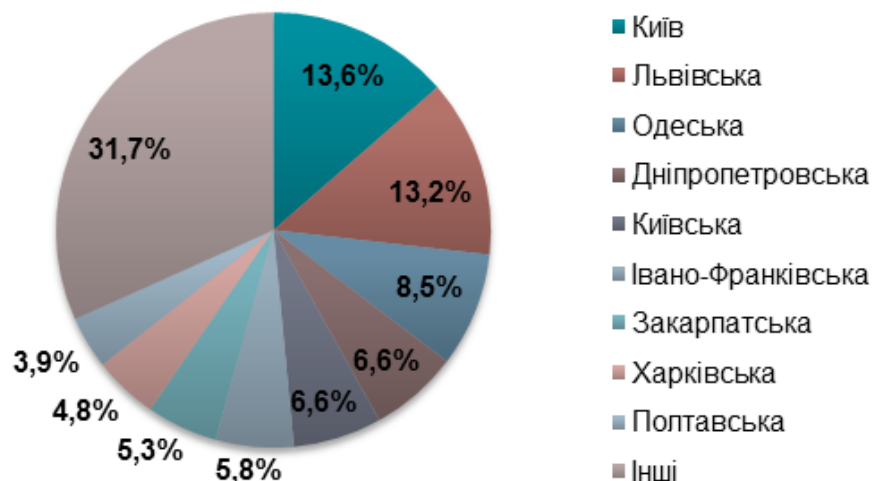
розширювати асортимент послуг, підвищувати культуру обслуговування. Готельне господарство перетворилося на збиткову галузь, часто існувало на державних та відомчих дотаціях.

Екстенсивний підхід до організації праці призвів до розростання управлінського апарату на всіх рівнях, що знов таки мало негативні наслідки для економіки готельних підприємств. [22. с.147]

Відсутність достатньої мотивації в роботі разом з низькою компетенцією кадрів породили той самий потворний “радянський сервіс”, що викликав стільки нарікань в іноземних туристів. Робота у готелях вважалася престижною, тому часто приваблювала випадкових людей, що не мали спеціальної освіти, процвітав протекціонізм.

Дуже повільно запроваджувалася сучасна техніка, зокрема комп’ютерна, низьким був ступінь механізації праці. Навіть прийняття у 1985 р. “Комплексної програми розвитку виробництва товарів народного споживання та сфери послуг на 1986-2000 рр.”, націленої на вирішення багатьох проблем, було плановим командним заходом і не принесло бажаних результатів. [15]

#### Регіональне розподілення готелів в Україні за кількістю в 2018



Джерело: за даними Державної служби статистики України, оцінка Pro-Consulting

Рис 2.4.

## **2.2. Географічні особливості розвитку готельного господарства в Україні**

Ще на давній Русі через наші землі пролягав усім відомий шлях “із варягів у греки”. який пов'язував північні райони країни з південними руськими землями і скандинавські країни з Візантійською імперією. Цей шлях пролягав від Балтійського моря Фінською затокою по річці Неві Ладозьким озером, далі річкою Волховом, озером Ільмень, річкою Ловаттю, потім волоком човнами до Дніпра, вплав на р. Дніпрі, потім Руським (Чорним) морем уздовж західного берега до Царгороду (тепер Стамбул). Цей маршрут ними мінявся — уздовж Одри до Кракова в Галичину через Звенигород, Пліснеськ, Галич. Шлях “із варягів у греки” зробив Русь осередком торгівлі і утвердив статус країни серед сусідів, та протягом 11 століття значення шляху “із варягів у греки” поступово зменшувалося, адже різні його ділянки ставали більш самостійними, втрачаючи первинність функції ланок суцільного транзитного маршруту між Балтикою та Чорномор'ям. Не виключено, що цей занепад був одним із проявів змін у економіці Русі та зменшення ролі масштабних торговельно-військ. експедицій як основа інструменту зовнішньоекономічних зносин.[8]



Рис 2.5.

У XVI - першій половині XVII ст. одним із торговельних центрів східної Європи був Київ, через який проходили купецькі каравани з Польщі, Кримського ханства, Туреччини, Молдови, Греції, Угорщини, країн Західної Європи, що прямували до Московської держави. Українські купці мали право безмитної торгівлі в прикордонних містах Московії. Для них утворювали спеціальні гостинні двори. На чумацьких і торговельних шляхах України здавались в оренду корчми, що не тільки проводили торгівлю міцних напоїв, а й були пристановищем для подорожніх.[8, с. 203]

У другій половині XVII ст., коли “козацька християнська республіка” знаходилась на острові Чортомлик, на її території біля порту височів “Грецький дім” - приміщення для іноземних посланців і купців. Адже Запорізька Січ сама вела жваву торгівлю, а до того ж була транзитним пунктом у торгівлі всіх українських земель і Московської держави з країнами сходу.

Карта Південної України початку XVIII ст.



Таблиця 2.5.

До початку XIX ст. Київ, з його вигідним географічним положенням, чудовими природно-кліматичними умовами та багатою архітектурно-історичною спадщиною, мав усі можливості для того, щоб у найкоротші терміни стати великим туристським центром східної Європи. Для цього необхідно було реалізувати потужний місцевий потенціал, залучити знаменитих архітекторів того часу і облаштувати центр міста, створивши один із найкращих у Росії готельно-розважальних комплексів.

До відкриття регулярних залізничних рейсів (до 1889 р.) ці плани втілювалися в життя дуже поступово і готельне господарство мало одностороннє становлення. З масштабних виділявся тільки “Зелений готель”, зведений ще у 1803-05 рр., що належав Лаврі і був найпопулярнішим у 50-х рр. XIX ст. Лаврський готель складався з одного 4-поверхового і трьох 2-поверхових корпусів, розміщених за огорожею монастиря, в Гостинно-Лаврському провулку, що веде до печер. У цьому готелі в 1850 р. вже було 200 окремих



номерів і близько 20 загальних кімнат, не рахуючи навісів для звичайних прочан і декількох невеликих будинків. Кімнатами готелю можна було користуватися не платячи протягом двох тижнів. Один із корпусів готелю був відведений під лікарню для прочан з жіночим і чоловічим відділеннями, по 40 ліжок у кожному. Готель приймав до 85 тис. відвідувачів за рік. Утримувався переважно за кошти графині Настасії Орлової та княгині Турчанінової. [8]

А от на кінець XIX ст. припадає створення перших туристичних бюро, що займалися організацією туризму. Найважливішими санаторно-курортними районами України до 1941 р. вважалися Крим (168 оздоровниць на 27,5 тис. місць) і Одеса (50 санаторно-рекреаційних закладів, в яких щорічно оздоровлювалося до 150 тис. осіб). Проблеми грязелікування і бальнеотерапії та інші питання санаторно-курортного лікування досліджуються з 1928 р. Одеським науково-дослідним інститутом курортології.

Іншим шляхом розвивалася рекреаційно-туристична діяльність у Західній Україні, яка була поділена між Польщею (Галичина і Волинь), Румунією (Буковина) і Чехословаччиною (Закарпаття). Найкраще ця галузь розвивалася на Галичині. Тут працювали курорти європейського значення (Трускавець, Моршин, Черче, Немирів), було реконструйовано санаторії та пансіонати, збільшувалася кількість зелених насаджень. Більшість курортів були у розпорядженні приватних осіб.

Загалом через поділ України її регіони розвивалися нерівномірно, так, ніби це були дві окремі країни, що і призвело до певного роду дисонансу у всіх галузях, зокрема і туристичній.

### **2.3. Особливості регіонального розвитку готельного господарства в Україні**

Попри існування багатьох схем рекреаційне районування України, які мають суттєві розбіжності і суб'єктивний момент у дослідженні даного питання кожний автор запропонованих схем виділив Карпатський і Кримський

рекреаційні регіони. саме це підтверджує важливість та унікальність цих регіонів у структурі рекреаційного господарства країни.

### Поділ України на регіони



Рис. 2.6.

Почнемо з Карпатського району. Цей регіон досить розвинений та має всі умови для подальшого розвитку рекреації. Завдяки вигідному географічному положенню його зручно відвідувати туристам з багатьох країн Європи, яких приваблює наявність унікальних різноманітних рекреаційних ресурсів. Також регіон має високий розвиток інфраструктури. Усе це обумовлює високий розвиток регіону у сфері туристично-рекреаційних послуг. серед очевидних переваг регіону можна відмітити численні пам'ятки природи та історико-культурні ресурси, сприятливі для відпочинку у будь яку пору року кліматичні умови, 56% ресурсів мінеральних вод України, значна кількість цінних родовищ торфових грязей, соляні шахти і солоні озера солотвино, що мають унікальні лікувальні властивості та мало освоєні в рекреаційному відношенні

печери Буковини, та, звичайно ж, місцевий етнічний колорит, що створює можливості для розвитку “зеленого туризму”. [17]

Кримський рекреаційний район – один з найголовніших рекреаційних районів міжнародного значення в Україні. Він має унікальні, ресурси, що розміщені недалеко один від одного. а це сприяє розвитку як природничо-орієнтованих (лікувально-оздоровчий, спортивний, екологічний тощо), так і соціокультурних видів туризму (пізнавальний, етнографічний, науковий та інше. Регіон має дуже неоднорідний за специфікою рекреації й освоєністю рекреаційних ресурсів. На території цього регіону знаходяться одні з найбільших в Україні експлуатаційних запасів мінеральних вод, значний відсоток запасів мулових органо-мінеральних сульфідних грязей України та єдине в Україні родовище сопкових грязей, а також унікальні кліматичні умови Південного Берега Криму та можливості для організації гірськолижного відпочинку. Не менш важливою для регіона ознакою є поєднання у межах невеликої території унікальних ландшафтів, об’єктів природно-заповідного фонду та багатовікової культурно-історичної спадщини.

Кримський регіон також є осередком для санаторно-курортної мережі, що розосереджена на території регіону надзвичайно нерівномірно залежно від розміщення природних лікувальних ресурсів. [18]

Надзвичайно важливим є Причорноморський рекреаційний регіон. Основними його перевагами є такі рекреаційні ресурси, як тепле море, насичене морськими солями повітря, численні пляжі, різноманітна історико-культурна спадщина, значний санаторно-курортний фонд, запаси мінеральних вод різних типів, запаси сульфідних лікувальних грязей та етнічна своєрідність населення окремих територій.

У регіоні сформований потужний Одеський рекреаційний район та активно розвиваються курортні зони Коблевого, Очакова, Миколаєва, Голої Пристані, Скадовська, Арабатської Стрілки.

Столичний район має найбільшу площу, та посідає друге місце після Донецького за чисельністю населення, що визначає надзвичайно високі його

рекреаційні потреби. Цей район має сприятливі кліматичні умови і включає в себе численні водні об'єкти. Він є одним з найпопулярніших, бо має у наявності найпотужніший і надзвичайно різноманітний історико-культурного потенціал та активно залучає до рекреаційної сфери лісові масиви, об'єкти природно-заповідного фонд.

Однак у цьому регіоні також є значні проблеми через сильну розвиненість інфраструктури в установах організованої рекреації та напружена екологічна ситуація не дають змоги повною мірою реалізувати потребу населення в лікуванні, оздоровленні та відпочинку. [18]

Донецький район є найбільш густонаселеним в Україні і сильно урбанізованим, що зумовлює найвищу потребу населення в різних видах відпочинку, для задоволення якої достатньо наявних ресурсів. З цієї території скоріше виїжджають, щоб відпочити, до інших районів, бо район має не надто вигідне розташування в межах степової зони з незначною довжиною узбережжя азовського моря, а також тут присутня надзвичайно висока концентрація екологічно небезпечних виробництв, дефіцит чистої прісної води і небагата історико-культурна спадщина. Проте певний, невеликий потік туризму, туди все ж таки є, в основному до санаторно-лікувальних комплексів. Головними рекреаційними ресурсами цього регіону можна назвати лікувальні грязі озер Ріпне та сліпне, мінеральні води, особливості мікроклімату деяких лісових масивів, що є особливо сприятливим для розвитку дитячої рекреації та достатньо розвинену санаторно-курортну базу, дитячі оздоровчі табори та бази відпочинку. Найбільш відомі курорти – Слов'янськ, Святогірськ, Кременна, Маріуполь.

Придніпровський район має ширший вихід до азовського моря, порівняно з попереднім регіоном, та знаходиться на території Дніпра в його нижній течії, а також тут значно більша концентрація культурно-історичних пам'яток. Ця територія багата на родовища лікувальних грязей та різні типи мінеральних вод. Тут також сформувалися вигідні кліматичні умови, які є сприятливими для

проведення таласо-, геліо- та аеротерапії. Найвідоміші курорти регіону – Бердянськ, Приморськ, Кирилівка, солоний Лиман.

На даний момент активно розвивається регіон Подільський, де вже сьогодні усе більш популярними стають пізнавальний, паломницький, сільський і спелеотуризм, тому невдовзі цей регіон може претендувати на звання одного з найважливіших рекреаційних регіонів. Цей стрімкий розвиток обумовлений сприятливими кліматичними умовами, значною експлуатацією запасів мінеральних вод та торфових лікувальних грязей. Регіон також приваблює туристів мальовничими ландшафтами Кременецьких гір та Подільських Товтр, розташуванню на цій території об'єктів природно-заповідного фонду, спелео-ресурсами, унікальними історико-культурними ресурсами та неймовірно сприятливими екологічними умовами. Найпопулярнішими є такі курорти, як Хмільник, сатанів, Заліщики, Немирів. Розвивається санаторно-курортна зона в Гусятині, Микулинцях та інших. [8]

Північно-східний район є єдиним в Україні, який розташований, в межах трьох природних зон: мішаних лісів, лісостепу і степу. Це надзвичайно урізноманітнює його ресурси, а також дещо ускладнює опис його характеристик. Цей район може пишатися сприятливими кліматичними умовами для цілорічних видів рекреаційних занять, а також мінеральними джерелами загальнодержавного значення, етно-культурними особливостями території, що обумовлює практично нічим не обмежені ресурси для розвитку сільського туризму, та мальовничими лісовими пейзажами, долинами річок, просторами степів, і, що найголовніше, цінною історико-культурною спадщиною скіфського періоду, козацької доби, українського національного відродження кінця XIX – початку XX століття. Відомими курортами цієї території є Миргород, Березовські мінеральні води, Рай-Оленівка, та інші рекреаційні центри, які тільки починають свій активний рекреаційний розвиток. [15]

Волинська область за наявністю природних рекреаційних ресурсів належить до однієї з найперспективніших регіонів України. Розвитку цієї

області сприяють родовища лікувально-торфових грязей, сапропелів, джерела мінеральних вод, фітолікувальні запаси, розвинений природно-заповідний фонд, приємний, помірно-континентальний клімат, різноманітний ландшафт, ліси, густа мережа рік та велика кількість озер. Все це сприяє організації в цьому регіоні відпочинку й туризму упродовж всього року. [8]

Отже, підсумовуючи, варто зазначити, що Україна, через своє розташування, має неоднозначну історію. З одного боку, наші землі є надзвичайно родючими. Також, фактично, Україна є центром Європи, і упродовж історії через наші землі неодноразово пролягали важливі торговельні шляхи. Та, на жаль, є й інша сторона. Наша країна, була і є, надзвичайно привабливою для загарбників. Українські землі неодноразово ділили між собою наші сусіди, що негативно вплинуло на розвиток нашої держави.

На сьогоднішній день триває війна з Росією. Це завдало серйозного удару нашій економіці, усім галузям та зашкодило розвитку. Україна пробула цілісною та незалежною трохи більше двадцяти років. Дане географічне розташування подарувало Україні багату історію.

Рекреаційний комплекс України є багатофункціональним. Його діяльність сприяє масовому оздоровленню населення, підвищенню внутрішньої культури людини, її всебічному розвитку. стрижневою методологічною проблемою оцінки природних рекреаційних ресурсів є їх предметна різноякісність і різноіменованість. Різні види природних рекреаційних ресурсів мають дуже різну фізичну природу і у поєднаннях можуть мати неоднакову значимість.

Усі регіони України мають свої переваги і є по-своєму привабливими. Необхідно аналізувати кожен регіон та підлаштовувати його під запити сучасних туристів.

## **РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ**

### **3.1. Сучасний стан розвитку готельного господарства в Україні**

Сучасний розвиток туризму в Україні характеризується наявністю глибоких протиріч у його організаційній структурі, спрямованості розвитку, стані якісних і кількісних характеристик.

З одного боку, сучасний стан туризму в Україні розцінюється як кризове, пов'язане з різким падінням досягнутих раніше обсягів надання туристських послуг, скороченням матеріальної бази у сфері туризму й значною невідповідністю потребам населення в туристичних послугах.

З другого боку, відзначаються високі темпи будівництва туристичних об'єктів, що відповідають найвищим світовим стандартам, значне збільшення виїздів українців у закордонні поїздки, зростання числа туристичних організацій по всій території України. [2, с.120]

Насамперед необхідно зазначити, що туристична галузь в Україні, як і світі загалом, виступає важливою складовою соціально-економічного розвитку. За даними досліджень, позитивний вплив туризму на економічну діяльність постійно зростає. [2, с.122]. Україна посідає одне з провідних місць в Європі щодо забезпеченості курортними та рекреаційними ресурсами. серед них найбільш цінними є унікальні кліматичні зони морського узбережжя та Карпат, а також мінеральні води та лікувальні грязі практично всіх відомих бальнеологічних типів. Згідно з даними, курортні та рекреаційні території в Україні становлять близько 9,1 млн.га (15%) території. Оцінка потенціалу курортних та природних лікувальних ресурсів дає підстави розраховувати, що Україна має перспективу розвитку туристичної галузі [11].

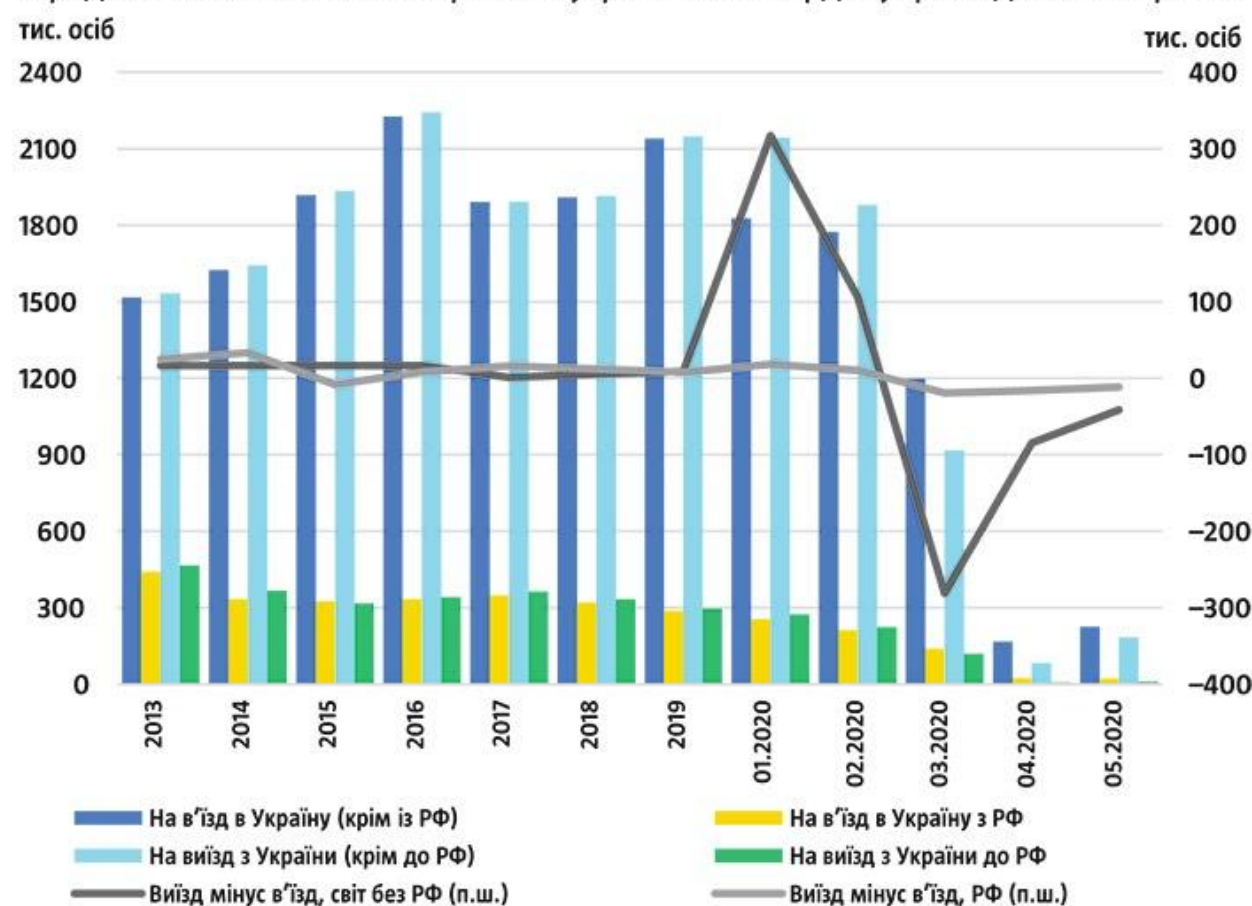
В Україні існують всі передумови для розвитку туристичної сфери. Зручне географічне розташування, сприятливий клімат, різноманітний рельєф, унікальне поєднання природно-рекреаційних ресурсів, культурно-історичної спадщини, розгалуження санаторно-курортної бази - всі ці фактори

зумовлюють конкурентні переваги України в пропозиції туристичного продукту.

Не дивлячись на позитивні зрушення на національному ринку туристичних послуг, які позначені зростанням обсягів діяльності на внутрішньому ринку і зростанням потоку іноземних відвідувачів, ще відчутною залишається тенденція перевищення виїзного потоку над в'їзним у структурі міжнародного туризму.

### Повернуться не всі

Середньомісячна кількість перетинів українського кордону громадянами України



За даними Держприкордонслужби, власні розрахунки

Рис. 3.1.



## Кількість іноземних туристів, що відвідали Україну у I півріччі 2019 року

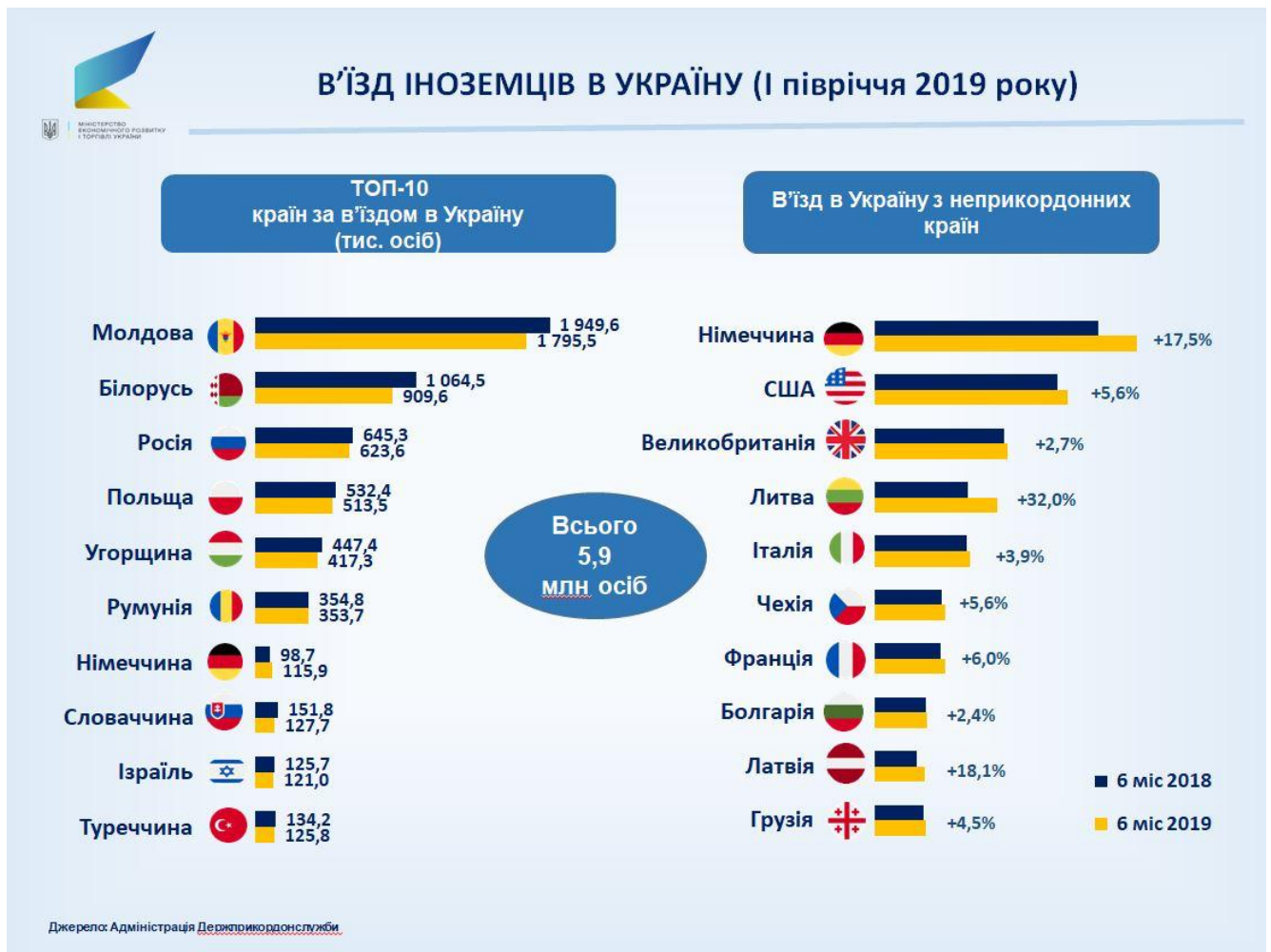


Рис. 3.2.



Рис. 3.3.

Загалом, в Україні туристичний ринок перебуває на стадії становлення. стан ринку туристичних послуг відповідає поточному стану економіки і визначається соціально-економічними та політичними процесами, що відбуваються в країні, відтворюючи перебіг реформування суспільного життя. Україна має приналежність до країн, де туризм як активний спосіб проведення дозвілля активно заохочувався державою, пропагувався та стимулювався шляхом соціалізації туристичних послуг і тому був визнаний більшістю населення як невід'ємна складова їх способу життя. Покращення рівня та умов життя додає туризм до споживчої суспільної моделі, особливо це стосується міського населення, що стимулює попит і формує ринок туристичних послуг.[10]

На жаль, в Україні більша частина готелів не відповідає основним європейським стандартам. Зроблені тільки перші кроки для становлення цивілізованого ринку готельних послуг з урахуванням міжнародних вимог до

засобів розміщення. Подальша робота цього напрямку потребує організації та роботи над відповідною законодавчою базою.

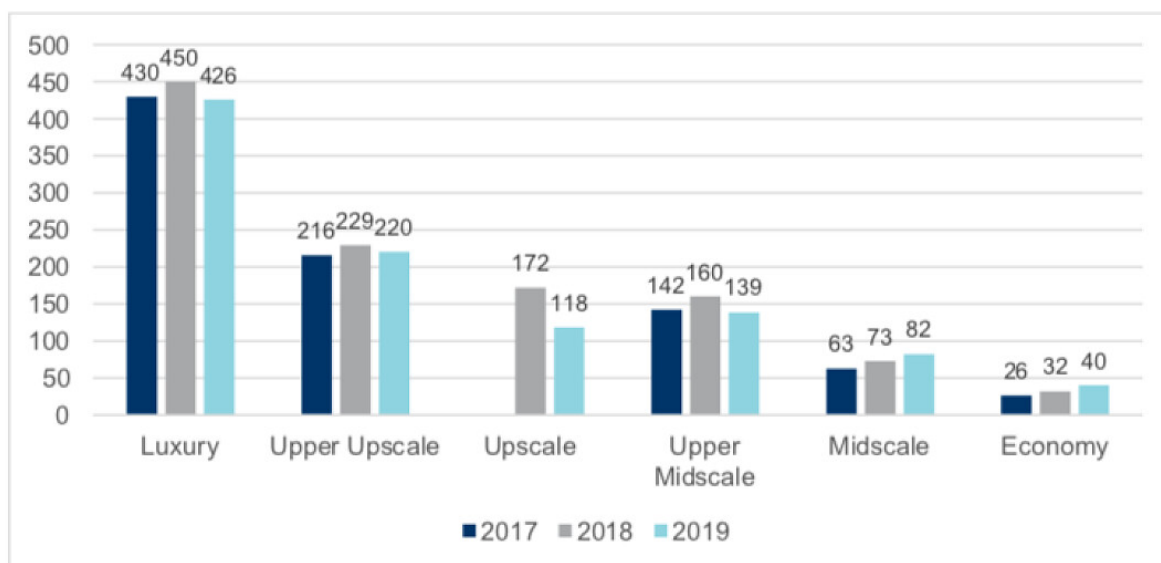
У головну складову матеріально-технічної бази готельного господарства в Україні входять заклади розміщення у великих адміністративних центрах (Київ, Донецьк, Харків, Дніпропетровськ, Одеса, Львів) і в регіонах, які мають у своєму розпорядженні значні туристичні ресурси (Карпати, Крим, Чорноморсько-азовське узбережжя).

У великих адміністративних центрах більшість готелів давно застаріла, прийшла в занедбаність. Якісний стан їх матеріально-технічної бази свідчить про значне відставання від світових стандартів у цій сфері. Зведення цих готелів здійснювалось за застарілими проектами. Тому в таких готельних підприємствах відсутні великі зали для проведення концертних програм, дискотек, бізнес-центри, конференц-зали, гаражі, басейни та інше технічне обладнання, що допомагає надавати весь комплекс основних і додаткових послуг. Для врегулювання цієї проблеми не вистачить заходів щодо додаткового благоустрою готельного господарства. Необхідне суттєве та комплексне переобладнання більшості готельних підприємств та облаштування їх технологічним обладнанням, засобами автоматики та телемеханіки, сучасними меблями, електронною апаратурою управління.

Не менш важливою у готельній справі є якість обслуговування службою сервісу. сервіс низького рівня не приваблює заможних клієнтів, а для того, щоб підвищити рівень обслуговування, чи хоча б знайти можливість відремонтувати приміщення, потрібні кошти, які мають надходити від тих же клієнтів.

Ціна проживання в готелі залежить від його розряду, категорії номеру, терміну перебування, розташування готелю. Чим нижчий клас готелю, тим менше послуг він надає, що відповідно впливає на ціну. Ціни на послуги розміщення постійно зростають. В основі цього зростання лежить загальне підвищення вартості проживання, викликане падінням вартості валюти на світовому ринку, зростанням оподаткування.[7]

### Графік – Динаміка rack rates готелів у Києві



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

Рис. 3.4.

Готелі укладають угоди з туристичними фірмами, які зобов'язуються постачати готелям туристів, а готелі при цьому надають певні знижки на розміщення.

Відповідно до документу, готелі в Україні класифікують на 5 категорій зірок, що позначаються символом “\*”, на підставі комплексу вимог до матеріально-технічного забезпечення номенклатури та якості послуг, рівня обслуговування. Особливої уваги заслуговують вимоги безпеки та вимоги до персоналу, що є новими для нашого готельного господарства.

Сертифікація здійснюється за двома схемами. Перша з них передбачає проведення атестації готелю з перевіркою на відповідність вимогам нормативних документів. У результаті цього готелю надається певна категорія – “зірки” та видається сертифікат відповідності, термін дії якого 2 роки. Друга схема складніша, бо проводиться перевірка системи якості готельних послуг. Термін дії сертифікату, виданого за такою схемою, не більше 3 років. Якщо готель не відповідає у повному обсязі навіть вимогам найнижчої категорії – “\*”,

але відповідає вимогам безпеки, то йому буде видано сертифікат з терміном дії 1 рік.

Тож у найближчий час готельне господарство України очікує велика робота щодо оновлення його матеріально-технічної бази та підвищення рівня обслуговування до відповідності новому стандарту, вимоги якого наближено до міжнародного рівня.

Одним із напрямком розвитку готельного господарства є створення малих готелів. Як показує іноземний досвід, в останній час більшою популярністю у туристів користуються малі готелі місткістю 20-30 місць. Вони, як правило, розміщуються в курортних місцях, де незначний наплив туристів дозволяє ближче до природи, і вздовж найбільш насичених автомагістралей.

Малий готель на 40 місць з комплексом підприємств харчування, у склад якого буде входити ресторан, бар і підприємства швидкого обслуговування, повинен вирішити цю проблему.

Особлива увага приділяється питанням обслуговування туристів-інвалідів. Готелі повинні мати достатню кількість інвалідних візків, визначену кількість спеціальних номерів з туалетами, ваннами, обладнаних для туристів-інвалідів.

Сьогодні близько 30 готелів пройшли сертифікацію: “чотири зірки” отримали 3 готелі, “три зірки” – 16, “дві зірки” – 12 і “одну зірку” – 5 готелів. Більше 30 підприємств готельного господарства подали заявки в органи сертифікації. [11]

Сьогодні, коли туризм стає однією з провідних галузей світової економіки і мільйони людей кожного дня відправляються в ділові або розважальні поїздки, готелі займають все більше і більше місця в житті сучасної людини, стаючи її другою домівкою. Є надія, що в недалекому майбутньому готелі України увійдуть у світову систему сервісного обслуговування багаточисельних гостей нашої держави.

## Стан готельного господарства столиці на 2019 рік



Рис. 3.5.

### 3.2. Проблеми та перспективи розвитку готельного господарства в Україні

Сьогодні, коли туризм стає однією з провідних галузей світової економіки і мільйони людей кожного дня відправляються в ділові або розважальні поїздки, готелі займають все більше і більше місця в житті сучасної людини, стаючи її другою домівкою. Є надія, що в недалекому майбутньому готелі України увійдуть у світову систему сервісного обслуговування багаточисельних гостей нашої держави.

Динаміка зміни структури номерного фонду відбувається повільно. І, якщо у великих містах її ще можна відслідкувати, то у інших регіонах зрушень майже не відбувається.

### Динаміка зміни структури номерного фонду на прикладі Києва

Графік – Динаміка зміни номерного фонду м. Києва: фактична та прогнозна



До аналізу включені готелі з загальним номерним фондом більше 18 номерів.  
Джерело: Cushman & Wakefield

Рис. 3.6.

Бондар А. А. зазначає, що стратегічною метою розвитку туристської індустрії України є вихід її на світовий рівень туристських послуг. Основними передумовами для цього виступають: географічне положення, наявність природного, історико-археологічного туристського потенціалу, політична стабільність та економічне зростання, конкурентоздатність туристських послуг. Якщо перші чотири умови в теперішній час у державі забезпечені, то дві останні гальмують входження національного туризму в міжнародний туристський простір. [6]



### Структура пропозиції номерного фонду за типом управління на 2018 р.

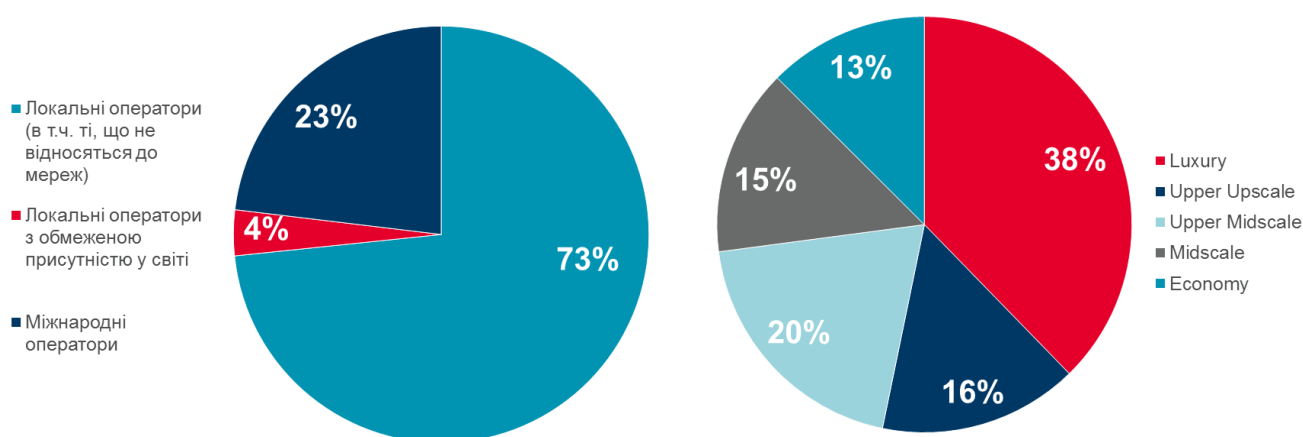


Рис. 3.7.

Туризм в Україні розвивається у тісному взаємозв'язку з іншими формами життєдіяльності і динамічно реагує підйомом або спадом темпів зростання на політичне, економічне становище, кризові явища регіонів та країн світу.

Доведено, що міжнародний туризм є досить стійким до кризових явищ, і саме в умовах кризового періоду індустрія туризму вимагає менше капіталовкладень у порівнянні з промисловістю та сільським господарством, значно швидше дає віддачу, вирішуючи разом з цим соціальні проблеми, а також сприяє формуванню позитивного іміджу держави на світовому рівні. Отже, інтенсивний розвиток туризму в країні – це стратегічний шлях



піднесення соціально-економічного розвитку України в цілому, вирішення проблем на ринку праці, інфраструктурного забезпечення, підвищення добробуту населення, зростання ВВП, зменшення інфляції, подолання соціальних та екологічних негараздів. [14]

### Динаміка розвитку галузі туризму в Україні

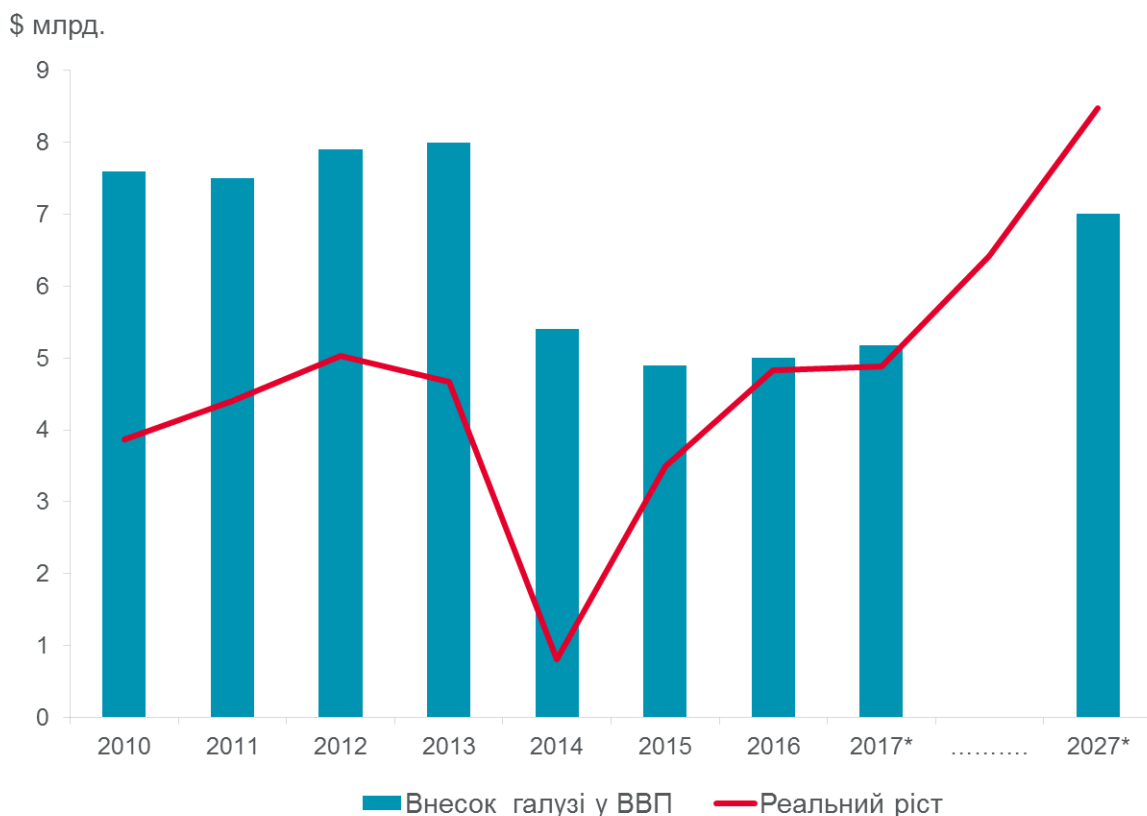


Рис. 3.8.

Дані показують необхідність посилення ролі держави у формуванні та розвитку туристичної галузі з метою підвищення ефективності її функціонування.

У найближче десятиліття туризм продовжить бути одним з джерел нових робочих місць у багатьох регіонах світу. За прогнозами експертів, на протязі наступних п'яти років, рівень щорічного приросту в цій галузі буде складати 5%, що дорівнює 2 млн. нових робочих місць. Результати проведених досліджень СОР показують, що туристичний рух до 2021 р виросте до 1,6 млрд. туристів за рік, а їх витрати на поїздки досягнуть \$ 2 трлн - тобто \$ 5 млрд в

день. Туризм буде забезпечувати економічне зростання в XXI столітті нарівні з телекомунікаційною індустрією і сектором ІТ.

У 2015 році кількість українців, які скористалися послугами туроператорів, стало менше на 17% і досягло 1,15 млн осіб. але за даними департаменту туризму МЕРТ України, кількість мандрівників склало 1,44 млн і більшість з них - українські громадяни. Іноземців при цьому практично стільки ж, скільки в 2014 (а в 2013 було 137 тисяч) - 22,4 тисячі. але, якщо підсумувати всіх іноземців, які відпочили в Україні, кількість буде набагато більше: наприклад, в 2015 році тільки у Львові іноземних туристів було близько 35 тисяч.

У 2016 році кількість іноземних мандрівників зменшилася. Особливо мандрівників з РФ - більше, ніж на 900 тис. Чоловік. Зате кількість туристів з колишнього СРСР зростає на 20%. В основному це жителі Республіки Білорусь, Республіки Молдова та азербайджанської республіки. Мінеральні води Західної України облюбували туристи з Центральної азії. Нерідко, вони залишаються там жити. За даними Кабміну кількість іноземних туристів, які відвідали Україну в 2016 році досягає 16 млн. [11]

Забезпечення ефективного функціонування готельного господарства під час виникнення особливих умов – надзвичайно важлива складова цієї, та й загалом, будь-якої сфери, як наочно продемонстрували нам події останніх декількох місяців. Не всі підприємства та не весь бізнес були готові до подібного перевороту, через що малий та середній бізнес туристичної сфери зазнали значних збитків чи збанкрутували.

Одним із впроваджень для регуляції цієї ситуації стало те, що сімнадцятого березня 2020 року Верховна Рада України прийняла законопроект №3219, спрямований на упередження виникнення і розповсюдження коронавірусної хвороби (COVID-19). Крім усього іншого, документ передбачає відношення карантину до форс-мажорних обставин.

Це означає, що якщо договір між суб'єктами містить положення про форс-мажор (а його, як правило, включають в усі договори), то одна зі сторін має

право посилається на це положення, коли в силу обставин виконати умови не вдається. Для того, щоб скористатися цим правом, суб'єкт повинен звернутися в Торгово-промислову палату або її регіональне представництво та отримати відповідну довідку.

Проте, у будь-якому разі, не варто прикриватися форс-мажором, необхідно шукати виходи, аби утриматися на плаву у подібній ситуації. Ця ситуація має дати поштовх туристичним фірмам по-перше, врегулювати усі свої справи, систематизувати роботу та підготуватися до ефективного виходу з карантину, аби швидко заповнити звільнені ніші у бізнесі, і, по-друге, звернути свою увагу на можливості в інтернеті. Проаналізувати та пропрацювати ті напрямки, які конкретна фірма може запропонувати на просторах інтернету. Це можуть бути навчальні модулі, онлайн екскурсії, ознайомлюючі та спеціалізовані відео, наприклад, на платформі youtube.

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

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

\* - Попередні дані, дати відкриття готелів є орієнтовними  
Джерело: *Cushman & Wakefield*

Рис. 3.9.

Підсумовуючи, можна сказати, що розвиток готельного господарства України досить динамічно розвивається у великих містах. У всіх інших регіонах України розвиток відбувається дуже повільно. Проте, у світлі просування закону про децентралізацію, ситуація може змінитися. Регіону потрібно реагувати оперативнo, пристосовуючись до обставин і швидких змін на ринку. Тоді увесь ринок готельного господарства України зможе розвиватися швидко, не відстаючи від своїх Європейських сусідів. [16]

## ВИСНОВКИ

Підсумовуючи зазначене вище, можна сказати, що Україна має багату історію, через що отримала великий досвід у багатьох галузях, зокрема і в готельному господарстві.

У роботі було зазначено, що на сьогоднішній день існує безліч типів розміщення у галузі готельного господарства. І щодня різноманітність таких закладів лише зростає. В Україні також щороку відкриваються незвичні готелі, що вражають своєю різноманітністю.

Варто відзначити, що на сьогоднішній день існує безліч нових методів просування установ готельного господарства. Усі ці можливості дає мережа інтернет, що швидко розвивається. Зокрема, розробки у сфері маркетингу і СММ.

Також важливим є той факт, що на сьогоднішній день триває карантин, пов'язаний з COVID 19. І чи не найбільше від цього постраждала саме сфера готельного господарства. Тож важливо також враховувати цю ситуацію, та спонукати людей до безконтактних оплат, дистанціювання ті іншого. Це допоможе клієнтам готелів почувати себе безпечніше.

Головною метою цієї роботи було підкреслити, наскільки важливим є вигідне географічне та геополітичне положення України. На протязі всієї історії нашої держави, це сприяло розвитку всебічних стосунків з країнами-сусідами. Звісно, вигідне географічне розташування також спонукало наших сусідів до спроб захопити українські землі. І це триває упродовж усієї історії нашої держави, та на сьогоднішній день є проблемою, яку, на жаль, неможливо вирішити зсередини.

За останні роки Україна впевнено прямує до досягнення міжнародного рівня, зокрема і у індустрії гостинності. Звісно, існує ще безліч проблем, які необхідно подолати. Та на сьогоднішній день можна впевнено говорити про стрімкий розвиток та значне покращення якості обслуговування, особливо у густонаселених регіонах.

Для подальшого зросту у галузі готельного господарства нашої країні необхідно працювати над своєю позицією на ринку, як зовнішньому, так і внутрішньому. Потрібно виділяти належне фінансування на рекламу привабливих destinations та регіонів. Для цього Україні необхідно звернути увагу на успіх багатьох європейських країн, таких, як Італія, Франція чи Нідерланди, яким вдалося не лише стати осередками туристичного життя, а й закріпити за деякими містами статус місць, обов'язкових для відвідування туристами.

Саме достатнє рекламування буде спонукати інвесторів вкладати гроші у нові готелі, заклади харчування та реставрацію пам'яток. а також розвивати готельну індустрію в цілому.

## РЕЗЮМЕ

Тема кваліфікаційної роботи: “Історико-географічні аспекти розвитку готельного господарства України”. Метою цієї роботи визначено дослідження та аналіз стану та етапів розвитку готельного господарства в Україні, а також характеристика історико-географічних аспектів розвитку готельного господарства для визначення можливостей подальшого розвитку туристичної галузі нашої країни.

Об’єктом дослідження виступає готельне господарство України.

Предметом дослідження виступають територіальні особливості розвитку готельного господарства України.

Для досягнення заданої мети автором визначено ряд завдань:

- Розглянути розвиток туризму в Україні
- Проаналізувати, які історико-географічні чинники вплинули на становлення готельного господарства.
- Охарактеризувати сучасний стан готельного господарства в Україні
- Розглянути подальші перспективи розвитку готельного господарства.

Методами дослідження для досягнення мети виступають методи аналізу, синтезу та узагальнення, бібліографічний, графічний, статистичний, порівняльний.

Отже, в ході роботи були досліджені теоретичні засади готельного господарства України, проаналізовані типи розміщень, які існують на сьогоднішній день. Проаналізовано усі історико-географічні чинники, які мали вплив на становлення туристичної сфери та готельного господарства. Відзначено основні причини розвитку готельного господарства. Охарактеризовано сучасний стан готельного господарства в Україні, визначено проблеми та перспективи його становлення. Розглянуто подальші перспективи розвитку готельного господарства України. Виявлено заходи, які необхідно

провести, аби продовжувати динамічний розвиток готельного господарства в Україні.

## RESUME

Theme of qualification work: “Historical and geographical aspects of the development of the hotel industry of Ukraine”. The purpose of this work is to study and analyze the state and stages of development of the hotel industry in Ukraine, as well as the characteristics of historical and geographical aspects of the development of the hotel industry to determine the possibilities of our tourism.

The object of study is the hotel industry of Ukraine.

The subject of the study are the territorial features of the development of the hotel industry of Ukraine.

To achieve this goal, the author has identified a number of tasks:

- Consider the development of tourism in Ukraine
- Analyze what historical and geographical factors have influenced the formation of the hotel industry.
- Describe the current state of the hotel industry in Ukraine
- Consider further prospects for the development of the hotel industry.

Research methods to achieve the goal are the methods of analysis, synthesis and generalization, bibliographic, graphical, statistical, comparative.

Thus, in the course of the work the theoretical principles of the hotel industry of Ukraine were studied, the types of accommodation that exist today were analyzed. All historical and geographical factors that had an impact on the formation of the tourism sector and the hotel industry are analyzed. The main reasons for the development of the hotel industry are noted. The current state of the hotel industry in Ukraine is characterized, the problems and prospects of its formation are identified. Further prospects for the development of the hotel industry of Ukraine are



considered. The measures that need to be taken to continue the dynamic development of the hotel industry in Ukraine have been identified.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдулов А. В. Использование информационных технологий в гостиничном деле. Сборник статей XIII межвузовской научно-практической конференции студентов и аспирантов Молодёжь, наука, творчество - 2015. Омск: Омский государственный институт сервиса, 2015. Ч.2. 114 с.
2. Арбузова Ю.В. Перспективні напрями розвитку зеленого туризму в Україні / Ю.В. Арбузова, В.Д. Яковенко. Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві, 2014. с.120-128.
3. Балашова Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. М.: ООО Вершина, 2005. 176 с.
4. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методи аналізу, термінологія, районування. К.: ВПЦ Київ. Ун-т, 2001. 395 с.
5. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Підручник. К.: Київ, нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с.
6. Бондар А.А. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку (м. Умань, 30-31.10.2019 р.). Умань: Візаві, 2019. 350 с.
7. Визит в Киев: где остановиться. Веб-сайт. URL: [https://tourlib.net/statti\\_otdyh/vizit-v-kiev.htm](https://tourlib.net/statti_otdyh/vizit-v-kiev.htm)
8. Ганич Н. Историко географічні особливості становлення та розвитку готельної сфери Львова: Підручник. Львів, 2013. URL: <http://docplayer.net/77057748-Istoriko-geografichni-osoblivosti-stanovlennya-ta-rozvitku-gotelnoyi-sferi-lvova-nataliya-ganich.html>
9. Горбань В.К. Развитие индустрии гостинности в Украине. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення

- розвитку економіки в умовах євроінтеграції»(м. Черкаси, 16-17 квітня 2020 р.). Черкаси: Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020. 557 с.
10. Грабовенська С.П. Економічний аналіз готельного господарства та динаміка туристичних потоків в Україні. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету. 2012. Вип.22.1. 221с.
  11. Державний комітет статистики України.: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
  12. Історія готельної справи у світі та в Україні. Веб-сайт. URL: <http://moodle.socosvita.kiev.ua/moodledata/filedir/ff/d5/ffd5009c7b930996884efa9e70af8c053379b636>
  13. Каримова Л.К., Астафьев В.В. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ. Учебно-методическое пособие. Веб-сайт. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197425902.pdf>
  14. Кізюн А.Г., Тимрієнко А.В. Тенденції розвитку туристичного ринку України. Веб-сайт. URL: [http://www.rusnauka.com/11\\_NPE\\_2012/Economics/15\\_107548.doc.htm](http://www.rusnauka.com/11_NPE_2012/Economics/15_107548.doc.htm)
  15. Козацький шинок: міфи та історичні реалії - Частина I. Веб сайт. URL: [https://yizhakultura.com/material/20181227\\_1709](https://yizhakultura.com/material/20181227_1709)
  16. Коцан Н.Н., Мазурець Р.Р., Хоружина О.О. Роль туризму в розвитку готельного господарства України в контексті інтеграції в європейську економіку. Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2009. С.378-382.
  17. Кривенко А.В. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції: Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку (м. Умань, 30-31 жовтня 2019 р.) Умань: Візаві, 2019. 350 с. С.240-242.
  18. Круль Г.Я. Основи готельної справи. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 368 с.
  19. Кусков А.С. Гостиничное дело. Учебное пособие. М.: Дашков и Ко, 2009. 328 с.

20. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К. : Альтерпрес, 2002. 436 с.
21. Мальська. М. Готельний бізнес. Теорія та практика. Київ. Центр навчальної літератури. 2019. 472 с.
22. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
23. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К.: Знання, 2008. 661 с.
24. Мацеха, Д.С. Бурий, С.А. Маркетинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму. Вісник ХНУ. Економічні науки. 2014. 47 с.
25. Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом: навч. посібн. / Г.Б. Мунін, А.О. Змійов, Г.О. Зінов'єв, Є.В. Самарцев, О.О. Гаца. К. : Вид-во Ліра-К, 2007. 320 с.
26. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2003. 348 с.
27. Остапчук В. В. Історія туризму. / В. В. Остапчук, П. Ф. Коваль. Ніжин, 2008. 143 с.
28. Огляд ринку готелів: що відбувається з готелями в Україні. Веб-сайт. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/oglyad-rinku-goteliv-sho-vidbuvayetsya-z-gotelyami-v-ukrayini>
29. Писаревський І. М. Організація готельного господарства: Підручник; Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 329 с.
30. Підгорний А.З. Статистика туризму : навчальний посібник / А.З. Підгорний, О.Г. Милашко. Одеса : ОНЕУ, 2014 р. 204 с.
31. Проблеми і перспективи розвитку готельного ринку України. Веб-сайт. URL: <http://www.workinhotel.com/blogs/entry/1324/>
32. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: навч. посіб. К.: Кондор, 2005. 408 с.
33. Романенко О.В. Системи гостинності в туризмі. Навчальний посібник. К.: Видавництво НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2016. 321 с.

- 34.Савранчук Л.А., Явкін В.Г. Рекреаційна географія. Веб-сайт. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/lubiceva\\_rtp0.htm](https://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp0.htm)
- 35.Скибінський С.В., Іванова Л.О., Моргун О.Ф. Маркетинг готельних послуг. Львів, Видавництво Львівської комерційної академії, 2000. 246 с.
- 36.Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах. Підручник. К.: Альтерпрес, 2009. 447 с.
- 37.Східні слов'яни. Етногенез українців. Веб-сайт. URL: <https://en.ppt-online.org/126603>
- 38.Ткаченко Т.І. Управління якістю готельних послуг: монографія / Т.І. Ткаченко, Мельниченко С.В., Новак М.В. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 234 с.
- 39.Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи. Монографія. За заг. ред. І.М. Писаревського. Харків: Харківська національна академія міського господарства, 2011. 284 с.
- 40.Устименко Л. М., Афанасьєва І. В. Історія туризму: Навч. посіб. К.:Альтерпрес, 2005. 320 с.
- 41.Україна стала привлекательнее для туристов: рейтинг. Веб-сайт. URL: <https://www.liga.net/images/general/2019/09/04/20190904173359-7666.jpg>
- 42.Фактори розвитку готельного бізнесу в Україні. Веб-сайт. URL: [www.maygerconsulting.com](http://www.maygerconsulting.com)
- 43.Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: Навчальний посібник. К.: Вища школа, 2002. 195 с.
- 44.Шкапова О.М. Маркетинг послуг: навч. посіб. К.: Кондор, 2004. 304с.
- 45.Botel definition and meaning. Веб-сайт. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/botel>
46. Competitiveness Index. Веб-сайт. URL: <https://www.liga.net/images/general/2019/09/04/20190904173359-7666.jpg>
- 47.Condo hotel, meaning. Веб-сайт. URL: <http://www.tatianakolomiets.com/ru/condo-hotel/>
- 48.Karen Tina Harrison. What Are Boutique Hotels? Веб-сайт. URL:

<https://www.tripsavvy.com/what-is-a-boutique-hotel-definition-and-examples-4172980>

49. World economic forum. Веб-сайт. URL: <https://www.weforum.org>