

УДК 338.488

DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2024-7-5>**Ковальчук С.В.**доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри маркетингу та менеджменту,
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9535-8678>**Svitlana Kovalchuk**

Khmelnytskyi Cooperative Trade and Economic Institute

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ

RESEARCH ON THE STATE AND TRENDS OF THE HOSPITALITY INDUSTRY IN UKRAINE

Анотація. У цій статті наведено результати дослідження стану та тенденцій розвитку індустрії гостинності в Україні в контексті не лише економічних факторів, але й враховуючи воєнну агресію та геополітичну нестабільність. Готельне господарство є важливою складовою туристичної індустрії. Готельні підприємства відіграють ключову роль у наданні послуг туристам, формуючи та пропонуючи комплексні готельні послуги, до створення та реклами яких залучаються інші сегменти туристичної галузі. Готельне господарство, як основна сфера послуг, спеціалізується на прийомі, розміщенні та наданні різноманітних послуг для тимчасового проживання. Останнім часом готельний бізнес виявився однією з галузей, яка активно адаптується до нових умов. Метою написання статті стало проаналізувати поточний стан індустрії гостинності України, визначити ключові тенденції розвитку цієї галузі, оцінити вплив COVID-19 та військової агресії РФ на індустрію гостинності, розробити рекомендації щодо розвитку індустрії гостинності в умовах поствоєнного періоду. Автор аналізує вплив воєнної ситуації на туристичний та гостинний сектор, включаючи зміни в туристичних потоках, ризики для бізнесу та можливі стратегії подолання кризи. Дослідження охоплює питання адаптації готельного та ресторанного бізнесу до нових умов, включаючи впровадження інноваційних технологій, пошук альтернативних ринків та способів залучення інвестицій. Для подальшого розвитку індустрії гостинності в умовах поствоєнного періоду необхідно розробити та впровадити стратегії, спрямовані на подолання викликів, викликаних військовою агресією та пандемією. Це включає підтримку з боку держави, розвиток внутрішнього туризму, а також міжнародне співробітництво. Загалом, дослідження підкреслює необхідність адаптації та впровадження нових стратегій для подолання викликів та розвитку індустрії гостинності в Україні в умовах геополітичної нестабільності та післявоєнного відновлення. Ці напрями спільно з іншими заходами можуть сприяти подальшому розвитку готельного бізнесу в Україні та покращенню туристичного іміджу країни в цілому.

Ключові слова: індустрія гостинності, готельний бізнес, ресторанний бізнес, воєнна агресія, геополітична нестабільність, туризм, економічна криза, тенденції розвитку, стратегії адаптації.

Abstract: This article presents the results of a study on the state and development trends of the hospitality industry in Ukraine, considering not only economic factors but also military aggression and geopolitical instability. The hotel industry is an important component of the tourism industry. Hotel enterprises play a key role in providing services to tourists, forming and offering comprehensive hotel services, which involve other segments of the tourism industry in their creation and promotion. The hotel industry, as a main service sector, specializes in receiving, accommodating, and providing various services for temporary residence. Recently, the hotel business has proven to be one of the sectors actively adapting to new conditions. The aim of the article is to analyze the current state of the hospitality industry in Ukraine, identify key development trends in this sector, assess the impact of COVID-19 and Russian military aggression on the hospitality industry, and develop recommendations for the development of the hospitality industry in the post-war period. The author analyzes the impact of the military situation on the tourism and hospitality sector, including changes in tourist flows, business risks, and possible crisis management strategies. The research also covers the adaptation of the hotel and restaurant business to new conditions, including the implementation of innovative technologies, the search for alternative markets, and ways to attract investment. To further develop the hospitality industry in the post-war period, it is necessary to develop and implement strategies aimed at overcoming the challenges posed by military aggression and the pandemic. This includes state support, the development of domestic tourism, and international cooperation. Overall, the study emphasizes the need for adaptation and the implementation of new strategies to overcome challenges and develop the hospitality industry in Ukraine in conditions of geopolitical instability and post-war recovery. These directions, along with other measures, can contribute to the further development of the hotel business in Ukraine and improve the country's tourism image as a whole.

Keywords: hospitality industry, hotel business, restaurant business, military aggression, geopolitical instability, tourism, economic crisis, development trends, adaptation strategies.

Постановка проблеми. Готельне господарство є важливою складовою індустрії гостинності. Готельні підприємства відіграють ключову роль у наданні послуг туристам, формуючи та пропонуючи комплексні готельні послуги, до створення та реклами яких залучаються інші сегменти туристичної галузі. Готельне господарство, як основна сфера послуг, спеці-

алізується на прийомі, розміщенні та наданні різноманітних послуг для тимчасового проживання. Останнім часом готельний бізнес виявився однією з галузей, яка активно адаптується до нових умов. У зв'язку з карантинним відбулися зміни в організації роботи, і невідомо, як довго триватимуть ці зміни і як швидко відновиться потік гостей після закінчення карантину.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Гостинність є основною ознакою сучасної економіки. У наш час, коли швидкість змін надзвичайно висока, інновації в галузі гостинності відіграють ключову роль у конкурентній боротьбі готелів за кожного клієнта. Використання передових технологій дозволяє готельерам оптимізувати своє підприємство, виявляти нові можливості для підвищення якості обслуговування та надання нових послуг.

Велика увага вітчизняних науковців, таких як: С. Баженова, Ю. Пологовська, І. Канцур [1], О. Домінська, Н. Батьковець [3], Н. П'ятницька, О. Шаповалова, Г. Андрощук, Л. Іванов, Т. Буряк, О. Мостенець, І. Чуєва [4], С. Шинкар, Т. Перцович [5] та інші, приділяється вивченню проблем розвитку готельно-ресторанного господарства. У їх роботах розглядаються основні аспекти організації та розвитку цієї сфери, а також аналізуються фактори, які впливають на ринок готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Однак розвиток інноваційної компоненти економіки та сучасних інформаційних технологій вимагає додаткових досліджень впливу інновацій на галузь гостинності.

Метою написання статті стало проаналізувати поточний стан індустрії гостинності України, визначити ключові тенденції розвитку цієї галузі, оцінити вплив COVID-19 та військової агресії РФ на індустрію гостинності, розробити рекомендації щодо розвитку індустрії гостинності в умовах поствоєнного періоду.

Виклад основного матеріалу. Згідно з концепцією «національного ромба» Майкла Портера, розвиток готельного бізнесу в кожній країні визначається комплексом різноманітних факторів. Ці фактори можна розділити на природні (отримані від природи) та набуті (розвинені), які мають різний вплив на конкурентоспроможність галузі.

До природних факторів належать: економіко-географічне положення, рівень розвитку туристичної та готельної інфраструктури, рівень техніки та технологій, умови для розвитку бізнесу в країні та туристичний імідж. Набуті фактори, у свою чергу, включають структуру і стратегію фірм, внутрішньогалузеву конкуренцію та споріднені та підтримуючі галузі.

У контексті розвитку індустрії гостинності в Україні, географічне положення країни має велике значення. Центральне розташування України у Європі та на перетині транспортних магістралей сприяє розвитку туризму та залученню бізнес-туристів. Високий рівень розвитку транспортної інфраструктури також підтримує розвиток готельно-ресторанного сектору, особливо у містах та регіонах з великим потоком туристів.

Особливу увагу слід звернути на рівень розвитку туристичної інфраструктури, яка включає готелі та інші засоби розміщення. Наявність достатньої кількості готелів та спеціалізованих закладів розміщення впливає на здатність країни привабити та затримати туристів. Згідно із інформацією, наданою Державним агентством розвитку туризму, у 2022 році в Україні налічувалося 1701 готель та подібних закладів розміщення, включаючи інші спеціалізовані засоби розміщення [4]. Також важливою є наявність додаткових послуг, які можуть забезпечити комфорт та зручність для гостей.

Узагальнюючи, розвиток готельного бізнесу та туризму в Україні залежить від різноманітних фак-

торів, включаючи географічне положення країни, рівень розвитку туристичної інфраструктури та наявність додаткових послуг для туристів. Розуміння цих факторів допоможе сформулювати ефективні стратегії розвитку галузі та підвищити її конкурентоспроможність.

Впродовж останніх декількох років в Україні було введено в експлуатацію кілька нових готелів, зокрема готель «Riviera House», готель міжнародної мережі Amaran Hotel (три зірки), 4-зірковий Галицький Best Western, який став першим готелем найбільшої міжнародної мережі Best Western в Україні та першим закладом інтернаціональної готельної мережі у Львові, а також 4-зірковий готель української мережі Ribas Hotels Group, що відкрився в Білій Церкві. Крім того, мережа Reikartz Group розширила свою діяльність новим готелем.

За цей період чисельність номерного фонду готелів та аналогічних засобів розміщення перевищила 30 тисяч. В Україні існують різноманітні за рівнем та цінами готелі, включаючи великі комплекси, міні-готелі, люксові апартаменти та бюджетні хостели. Кожен десятий готель країни має категорію зірковості, переважно 3 зірки, а в столиці та обласних центрах є і 4- і 5-зіркові готелі [2].

Зростання потоку іноземних туристів призвело до необхідності розширення номерного фонду готелів, що вимагає покращення рівня комфортності номерів. Зокрема, важливу роль відіграють страви національної кухні, а також організація заходів промисловості МІСЕ-туризму, таких як конференції та виставки.

Розвиток техніки та технологій також впливає на готельний бізнес, зокрема впровадження нових інформаційних технологій та систем бронювання, що підвищує доступність готельних послуг. У готельному бізнесі також використовуються різні системи управління, такі як система управління готельним господарством PMS.

Маємо зазначити, що туристичний імідж країни визначається образом, який формується у свідомості потенційних туристів і включає елементи, що спонукають до вибору місця подорожі. Основне завдання туристичного іміджу – переконати туристів, що в країні є багато цікавого для відвідування і їхня подорож буде безпечною та комфортною. Україна має несприятливий туристичний імідж через російське вторгнення та бойові дії на деяких територіях.

Розвиток готельної промисловості потребує наявності кваліфікованих фахівців. Незважаючи на активну підготовку кадрів у сфері туризму та гостинності, у готелях відчувається нестача кваліфікованого персоналу [6].

У сфері готельного бізнесу конкуренція гостра через велику кількість готелів та міні-готелів на всій території країни. Для кожного цінового сегмента існує свій рівень конкуренції, а найбільш популярними серед туристів є недорогі засоби розміщення, зокрема, міні-готелі [1].

Завантаженість готелів залежить від їхнього розташування, з великими містами, зокрема, Києвом та Львовом, характеризується високий рівень рентабельності, а готелі в районних центрах мають низьке та нестабільне завантаження. Основним сегментом постійців є люди, що перебувають у відраджених,

що призводить до загально низького рівня завантаженості готелів по всій країні.

Оцінити ефективність діяльності як окремого готелю, так і готельного бізнесу регіону можна за допомогою усталених показників (табл. 1).

Проаналізуємо ефективність роботи готельного бізнесу України у літній сезон 2023 року порівняно з аналогічними періодами попередніх років послуговуючись зазначеними показниками.

Заповнюваність номерів (Occupancy). За даними Державної служби статистики України, середня заповнюваність номерів у готелях України у літній сезон 2023 року становила 53% (рис. 1). Це значно нижче, ніж у 2022 році (72%) та 2021 році (80%).

Середній тариф (ADR). Середній тариф за номер у готелях України у літній сезон 2023 року становив 1 700 грн (рис. 2). Це на 20% вище, ніж у 2022 році, але на 10% нижче, ніж у 2021 році.

Дохід на доступний номер RevPAR: RevPAR (Revenue Per Available Room) – це показник, який розраховується множенням середнього тарифу на заповнюваність номерів. RevPAR у готелях України у літній сезон 2023 року становив 900 грн. Це на 15% вище, ніж у 2022 році, але на 15% нижче, ніж у 2021 році.

Зазначені показники мають певні регіональні особливості.

Так, заповнюваність номерів у готелях Києва у літній сезон 2023 року становила 45%. Це значно нижче, ніж у 2022 році (65 та 2021 році (75%). Середній тариф за номер становив 2 500 грн, що на 25% вище, ніж у 2022 році, але на 10% нижче, ніж у 2021 році. RevPAR становив 1 125 грн, що на 20% вище, ніж у 2022 році, але на 15% нижче, ніж у 2021 році.

Заповнюваність номерів у готелях Львова у літній сезон 2023 року становила 60%. Це значно нижче, ніж у 2022 році (75 та 2021 році (85%). Середній тариф

Таблиця 1 – Ключові показники результативності діяльності готелю (KPI)

KPI	Характеристика показника
Завантаженість (Occupancy)	Відсоток проданих кімнат по відношенню до доступних до продажу за певний період. Це допомагає аналізувати та прогнозувати попит і розраховувати оптимальні тарифи
Середній тариф дня (ADR)	Він дозволяє оцінити цінову політику готелю, порівнюючи його з конкурентами
Дохід на доступний номер (RevPAR)	Це показник ефективності діяльності готелю, що відображає частку доходу від продажів номерного фонду на кожен доступний номер
Загальний дохід на номер (TREVPAR)	Це KPI розраховує валовий дохід готелю на доступний номер
Загальний дохід на одного клієнта (TREVPEC)	Це KPI для розрахунку загального доходу на одного гостя
Доходність SPA (RevPath)	Розрахунок доходності SPA, враховуючи необхідність обертати процедурні кімнати протягом дня
Середній дохід на посадочне місце (RevPASH)	Середній дохід на посадочне місце за період, що дозволяє керувати часом використання приміщень
Дохід за наявний квадратний метр банкетного простору (REVPAM)	Ефективність використання відділу продажу розраховується на дохід за наявний квадратний метр банкетного простору

Джерело: сформовано автором



Рисунок 1 – Заповнюваність готельних номерів (Occupancy)

Джерело: побудовано автором за [7]

ADR (UAH) У ПЕРІОД З 01.06-31.08



Рисунок 2 – Середній тариф (ADR)

Джерело: побудовано автором за [7]

RevPAR (UAH) У ПЕРІОД З 01.06-31.08

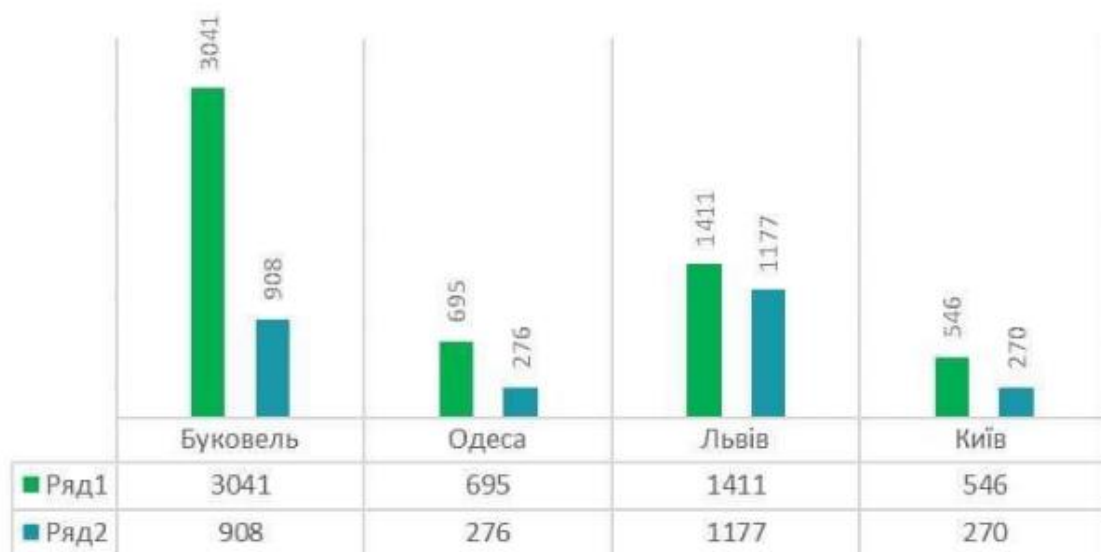


Рисунок 3 – Дохід на доступний номер (RevPAR)

Джерело: побудовано автором за [7]

за номер становив 2 000 грн, що на 20% вище, ніж у 2022 році, але на 5% нижче, ніж у 2021 році. RevPAR становив 1 200 грн, що на 15% вище, ніж у 2022 році, але на 10% нижче, ніж у 2021 році.

Заповнюваність номерів у готелях Одеси у літній сезон 2023 року становила 50%. Це значно нижче, ніж у 2022 році (70%) та 2021 році (80%). Середній тариф за номер становив 1 500 грн, що на 15% вище, ніж у 2022 році, але на 15% нижче, ніж у 2021 році. RevPAR становив 750 грн, що на 10% вище, ніж у 2022 році, але на 20% нижче, ніж у 2021 році.

За даними місцевих ЗМІ, середня заповнюваність номерів у готелях Хмельницького у літній сезон 2023 року становила 40%. Це значно нижче, ніж у 2022 році (60%) та 2021 році (70%).

Середній тариф за номер у готелях Хмельницького у літній сезон 2023 року становив 1 300 грн. Це на 15% вище, ніж у 2022 році, але на 10% нижче, ніж у 2021 році.

RevPAR у готелях Хмельницького у літній сезон 2023 року становив 520 грн. Це на 10% вище, ніж у 2022 році, але на 20% нижче, ніж у 2021 році.

Війна в Україні значно вплинула на роботу готельного бізнесу Хмельницького. Багато людей, які могли б бути потенційними туристами, виїхали з міста. Також війна в Україні значно вплинула на роботу готельного бізнесу вцілому. Багато готелів у зонах бойових дій були зруйновані або пошкоджені. Туристичний потік до України значно зменшився.

Окреслюючи перспективні напрями розвитку готельного бізнесу в Україні, зазвичай згадують можливість відкриття чи модернізації готелів у найбільш відомих та часто відвідуваних місцях. Дуже важливим напрямом у розвитку готельного бізнесу вважається відкриття чи модернізація готелів у Києві, оскільки тут зосереджений основний потенціал всього регіону та знаходиться міжнародний аеропорт, найбільший за обсягами перевезень у всій Україні. У наш час в Україні проводиться модернізація вже існуючих готелів та будуються нові, в тому числі від великих готельних операторів світу, таких як Crowne Plaza, Renaissance, Hilton, Marriott. Основними причинами успіху світових готельних ланцюгів є стабільність як продукту, так і обслуговування, їхній ідентичний стиль на різних підприємствах, а також доступні ціни [1].

Вибір готелів у великих містах є більш різноманітнішим, але й у невеликих районних центрах є щонайменше один готель, готовий прийняти постояльців. Більшість готелів України, особливо у районних містах, не сертифіковані за системою зірок, але мають свої категорії за рівнем комфорту та обслуговування. При цьому в Україні активно відкриваються приватні міні-готелі та придорожні готелі, які офіційно не мають зірок (у тому числі через невелику кількість номерів), але пропонують домашній затишок, сучасний комфорт та високий рівень обслуговування [5]. Такі готелі сьогодні вважаються додатковою перспективою в сфері готельних послуг. Попит на придорожні готелі та кемпінги є і його слід задовольняти. Великим плюсом у цьому питанні є географічне розташування нашої країни.

Отже, можна зробити висновок, що Україна, особливо у повоєнний період, матиме достатній потенціал для активного розвитку готельного господарства, проте варто приділяти увагу умовам внутрішнього попиту на готельні послуги.

Прогнози на майбутнє готельного бізнесу в Україні є обережними. Очікується, що попит на готельні послуги буде відновлюватися поступово.

Висновки. На підставі проведеного у розділі аналізу ринку готельних послуг можна стверджувати, що зазначені вище проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні відображають складну ситуацію у галузі гостинності в країні. Для того щоб покращити рівень розвитку цієї галузі та забезпечити конкурентоспроможність готельного господарства України, необхідно прийняти комплекс заходів, які врахуватимуть всі аспекти ситуації, а саме:

- політична стабільність та безпека: розвиток туризму, а отже й індустрії гостинності є неможливим без політичної стабільності та безпеки. Тому вирішення конфліктів та забезпечення безпеки для туристів має бути пріоритетним завданням для влади у сфері гостинності;

- підвищення кваліфікації персоналу: необхідно активно працювати над підготовкою висококваліфікованих кадрів для сфери готельного господарства, щоб забезпечити якісне обслуговування клієнтів;

- привабливість для інвесторів: потрібно створювати сприятливі умови для інвестицій у готельний бізнес, включаючи спрощення бюрократичних процедур та надання фінансових стимулів;

- розвиток туристичних напрямків: продовження розвитку туристичних напрямків та розширення інфраструктури для туристів, які приїжджають до країни;

- вдосконалення маркетингу та реклами: просування туристичного продукту України на зовнішніх та внутрішніх ринках шляхом ефективної маркетингової та рекламної кампанії;

- розвиток інфраструктури: покращення транспортної, готельної та іншої інфраструктури для зручності та комфорту туристів;

- створення регулятивної бази: розробка та впровадження ефективної регулятивної бази для готельного бізнесу, що забезпечить правовий захист як для інвесторів, так і для споживачів.

Ці напрями спільно з іншими заходами можуть сприяти подальшому розвитку готельного бізнесу в Україні та покращенню туристичного іміджу та індустрії гостинності в цілому.

Бібліографічний список:

1. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2022. No. 38. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22>
2. ДАРТ та UHRA запускають акцію з благодійного бронювання номерів в українських готелях. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/810589.html>
3. Домінська О.Я., Батьковець Н.О. Сучасний стан та інноваційні процеси розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2017. Вип. 52. С. 39–41.
4. Чуєва І.О. Вплив світового ринку готельно-ресторанних послуг на міжнародний туристичний бізнес. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2219/2140>
5. Шинкар С., Перцович Т. Розвиток маркетингу в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі у сучасних умовах. *Економіка та суспільство*. 2022. No. 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-70>
6. Ukrainian hotels located in war zones ask the world for support and launch the action «Visit Ukraine in the Future». URL: <https://visitukraine.today/blog/214/ukrainian-hotels-located-in-war-zones-ask-the-world-for-supportand-launch-the-action-visit-ukraine-in-the-future>
7. Статистика роботи готелів України у літній сезон 2023. URL: <https://ocinka.in.ua/statystyka-roboty-hoteliv-ukrayiny-u-litniy-sezon-2023/>

References:

1. Bazhenova S., Polohovs'ka Yu., Kantsur I. (2022) Rozvytok hotel'no-restorannoho biznesu v umovakh s'ohodennya. *Ekonomika ta suspil'stvo*, no. 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22>.
2. DART ta UHRA zapuskayut' aktsiyu z blahodiynoho bronyuvannya nomeriv v ukrayins'kykh hotelyakh. Available at: <https://interfax.com.ua/news/general/810589.html>
3. Domins'ka O. Ya., Bat'kovets' N. O. (2017) Suchasnyy stan ta innovatsiyni protsesy rozvytku hotel'no-restorannoho biznesu v Ukraini. *Visnyk L'vivs'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, is. 52, pp. 39–41.
4. Chuyeva I. O. Vplyv svitovoho rynku hotel'no-restorannykh posluh na mizhnarodnyy turystychnyy biznes. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2219/2140>
5. Shynkar S., Pertsovych T. (2022) Rozvytok marketynhu v turyzmi ta hotel'no-restorannomu biznesi u suchasnykh umovakh. *Ekonomika ta suspil'stvo*, no. 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-70>
6. Ukrainian hotels located in war zones ask the world for support and launch the action «Visit Ukraine in the Future». Available at: <https://visitukraine.today/blog/214/ukrainian-hotels-located-in-war-zones-ask-the-world-for-supportand-launch-the-action-visit-ukraine-in-the-future>
7. Statystyka roboty hoteliv Ukrainy u litniy sezon 2023. Available at: <https://ocinka.in.ua/statystyka-roboty-hoteliv-ukrainy-u-litniy-sezon-2023/>

Стаття надійшла до редакції 17.05.2024