

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
« ____ » _____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»

на тему:

РЕАНІМАЦІЯ ГОТЕЛЬНИХ
КОМПЛЕКСІВ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ

Виконавець: здобувач вищої освіти групи 112 групи **Малакова Наталія**
Олександрівна

Науковий керівник: к. пед.н., доцент кафедри країнознавства і туризму
Фокін Сергій Павлович

Нормоконтролер: _____
(підпис)

Борисюк Оксана Анатоліївна
(П.І.Б.)

КИЇВ – 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства
Спеціальність: 242 «Туризм»
ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М

«___» _____ 2021р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ Малакової Наталії Олександрівни (П.І.Б. випускника)

1. Тема роботи «Реанімація готельних комплексів в Одеському регіоні» затверджена наказом ректора № 2158 /ст від «06» жовтня 2021 р.

2. Термін виконання роботи: з «11» жовтня 2021 р. по «28» грудня 2021 р.

3. Вихідні дані роботи: При написанні дипломної роботи у якості джерельної бази використовувалися нормативно-правові документи, зокрема, Закон України «Про туризм», дані офіційної статистики, статті зі спеціалізованих періодичних видань, в яких досліджено проблеми розвитку готельних комплексів в Одеському регіоні

4. Зміст пояснювальної записки:

РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади організації готельної інфраструктури Одеського регіону

РОЗДІЛ 2. Сучасний стан готельного господарства Одеського регіону

РОЗДІЛ 3. Проблеми та перспективи розвитку готельного господарства Одеського регіону на прикладі готельного комплексу «Славутич»

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Рис.2.1.1. Співвідношення систем зірок і корон, Рис. 3.3.1. Опитування про позитивні зміни в готельному комплексі «Славутич» у 2021 році ; Таблиця 2.2.1. Колективні засоби розміщення в Україні; Таблиця 2.2.2. Кількість колективних засобів розміщень за регіонами у 2020 році; Таблиця 2.2.3. Загальна кількість місць у колективних засобах розміщень за регіонами у 2020 році; Таблиця 2.2.4. Кількість ночівель осіб у колективних засобах розміщування за регіонами у 2020 році; Таблиця 2.2.5. Загальна кількість днів роботи колективних засобів розміщування за регіонами у 2020 році; Таблиця 2.2.6 Середня кількість днів роботи колективних засобів розміщування за регіонами у 2020 році ; Таблиця 2.2.7 Кількість ночівель осіб у колективних засобах розміщування за регіонами у 2018 році; Таблиця 2.2.8. Кількість ночівель осіб у колективних засобах розміщування за регіонами у 2019 році; Таблиця 2.2.9 Кількість колективних засобів розміщування за регіонами у 2018 році; Таблиця 2.2.10 Кількість колективних засобів розміщування за регіонами у 2019 році; Таблиця 3.2.1. План реалізації проекту; Таблиця 3.2.2. Проектний аналіз; Таблиця 3.2.3. Аналіз конкурентного середовища; Таблиця 3.3.1. Етапи реконструкції готелю Славутич; Таблиця 3.3.2. SWOT-аналіз проекту по реконструкції готельного комплексу «Славутич».

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	05.10 – 10.10 2021 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	11.10 – 16.10 2021 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних засад організації готельної інфраструктури	17.10 – 02.11 2021 р.	Виконано

	Одеського регіону. Написати перший розділ.		
4.	Проаналізувати сучасний стан розвитку готельної індустрії в Одеській області. Написати другий розділ роботи.	03.11 – 13.11 2021 р.	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку готельних комплексів в Одеському регіоні, розробити проект по реконструкції готельного комплексу «Славутия». Написати третій розділ роботи та висновки	16.11 – 20.11. 2021 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки	23.11 – 30.11 2021 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	01.12 – 07.12 2021 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	08.12 – 15.12. 2021 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.	28.12.2021 р.	

7. Дата видачі завдання: «11» жовтня 2021 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Фокін С. П.
(підпис керівника) (П.І.Б.)
Завдання прийняв до виконання _____ Малакова Н.О.
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Реанімація готельних комплексів в Одеському регіоні»: 116 сторінок, 2 рисунки, 15 таблиць, 72 використаних джерел та 6 додатків.

Об’єкт дослідження – готельні комплекси Одеського регіону

Предмет дослідження – сучасні інновації у сфері готельної справи на прикладі готелю «Славутич»

Мета дослідження – дослідити стан готельної індустрії в Одеському регіоні та запропонувати шляхи вирішення сучасних проблем на прикладі відновлення готелю «Славутич».

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- Розглянути та проаналізувати теоретичні засади організації готельної інфраструктури;
- Описати та систематизувати потенційні можливості природних ресурсів Одеського регіону;
- Вияснити роль рекреаційних ресурсів у розвитку готельних комплексів Одеського регіону;
- Висвітлити світовий досвід ведення готельного господарства;
- Проаналізувати стан готельного господарства на території Одеського регіону;
- Виявити проблеми готельного господарства на території Одеського регіону та запропонувати шляхи вирішення;
- Визначити сучасний стан та проблеми готельного комплексу «Славутич»;
- Запропонувати шляхи вирішення проблем розвитку готельного господарства на прикладі проекту реставрації готелю «Славутич»;

- Визначити перспективу розвитку готельного комплексу «Славутич» та його вплив на розвиток курорту Росейка.

Методи дослідження. Були використані методи: емпірико-теоретичні (аналіз і синтез), теоретичні (використання ідей та концепцій для практичного застосування) та емпіричні (спостереження, експеримент, порівняння). Також буде застосовано прогнозування та проектування, метод кейсів.

Інформаційними джерелами при написанні роботи були досліджені праці вітчизняних вчених, статистичні дані, положення національних законодавчих актів, Інтернет-ресурси офіційного сайту курорту Litomore.com, національного природного парку «Тузлівські лимани» - Nnationalnaturepar.com.

Наукова новизна роботи. В ході дослідження було вперше проаналізовано та систематизовано статистичні дані Державної статистики України 2020 року, зокрема Одеської області, на основі яких було продемонстровано рівень розвитку готельної індустрії в даному регіоні. Також було здійснено опис природних рекреаційних ресурсів Одеського регіону та виявлено їх роль у розвитку готельних підприємств.

Здійснено оцінку курорт Росейка як туристичної дестинації, де було проаналізовано його переваги та недоліки. Внаслідок цього було розроблено план проекту по відновленню готельного комплексу «Славутич», який є прикладом введення інновацій у сферу гостинності, таким чином створивши модель покращення готельної індустрії в даному курорті загалом.

ГОТЕЛЬНА ІНДУСТРІЯ, ОДЕСЬКИЙ РЕГІОН, РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ, РОЗВИТОК, ПРОБЛЕМИ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ	11
1.1. Теоретичні засади організації готельної інфраструктури.....	11
1.2. Потенційні можливості природних ресурсів Одеського регіону	19
1.3. Роль рекреаційних ресурсів у розвитку готельних комплексів Одеського регіону.....	29
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ	34
2.1 Світовий досвід ведення готельного господарства.....	34
2.2 Стан та перспективи розвитку готельних комплексів Одеського регіону	40
2.3. Проблеми діяльності готельних комплексів та шляхи їх вирішення.	55
Розділ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ «СЛАВУТИЧ»	64
3.1 Готельний комплекс «Славутич»: сучасний стан і проблеми	64
3.2 Шляхи «реанімації» готельного комплексу «Славутич»	72
3.3 Перспективи розвитку готельного комплексу «Славутич».....	84
ВИСНОВКИ	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:	95
ДОДАТКИ	102

ВСТУП

Одеський туристичний регіон є одним із найбільш перспективних в Україні, оскільки може запропонувати різні види туризму. Найкраще він відомий саме своїми рекреаційними ресурсами, адже близькість до Чорного моря, а також наявність великих рік та лиманів, мінеральних джерел, зумовлює наявність оздоровчого типу відпочинку для різних вікових груп туристів на будь-який смак. Однак рівень надання туристичних послуг, інфраструктури в сфері рекреаційного туризму України знаходиться на доволі низькому рівні порівняно з більш розвиненими державами. Європейські стандарти, на які на даний момент опирається Україна, нині знаходяться в зоні недосяжності, а загальна ситуація стандартизації по Україні є доволі диференційована. Курортна справа потребує інновацій, адже потреби у суспільства змінилися, а тому й попит змінився. Зараз людство вийшло на новий рівень сприйняття якості, і сама її суть теж змінилася. Тому варто прояснити дійсну ситуацію стану рекреаційного туризму в Одеському регіоні, повністю їх проаналізувати, щоб знайти шляхи оптимізації діяльності господарств. Це все змусило звернути увагу на обрану нами тему, що і зумовлює її **актуальність**.

Об’єкт дослідження: готельні комплекси Одеського регіону

Предмет дослідження: сучасні інновації у сфері готельної справи на прикладі готелю «Славутич»

Метою кваліфікаційної роботи є дослідити стан готельної індустрії в Одеському регіоні та запропонувати шляхи вирішення сучасних проблем на прикладі відновлення готелю «Славутич».

Завдання кваліфікаційної роботи:

- Розглянути та проаналізувати теоретичні засади організації готельної інфраструктури;

- Описати та систематизувати потенційні можливості природних ресурсів Одеського регіону;
- Вияснити роль рекреаційних ресурсів у розвитку готельних комплексів Одеського регіону;
- Висвітлити світовий досвід ведення готельного господарства;
- Проаналізувати стан готельного господарства на території Одеського регіону;
- Виявити проблеми готельного господарства на території Одеського регіону та запропонувати шляхи вирішення;
- Визначити сучасний стан та проблеми готельного комплексу «Славутич»;
- Запропонувати шляхи вирішення проблем розвитку готельного господарства на прикладі проекту реставрації готелю «Славутич»;
- Визначити перспективу розвитку готельного комплексу «Славутич» та його вплив на розвиток курорту Росейка.

Методологічна база дослідження: в роботі використані такі загальнонаукові методи як емпірико-теоретичні (аналіз і синтез), теоретичні (використання ідей та концепцій для практичного застосування) та емпіричні (спостереження, експеримент, порівняння). Також буде застосовано прогнозування та проектування, метод кейсів.

Наукова новизна отриманих результатів: в ході дослідження було вперше проаналізовано та систематизовано статистичні дані Державної статистики України 2020 року, зокрема Одеської області, на основі яких було продемонстровано рівень розвитку готельної індустрії в даному регіоні. Також було здійснено опис природних рекреаційних ресурсів Одеського регіону та виявлено їх роль у розвитку готельних підприємств.

Здійснено оцінку курорт Росейка як туристичної дестинації, де було проаналізовано його переваги та недоліки. Внаслідок цього було розроблено план проекту по відновленню готельного комплексу «Славутич», який є прикладом введення інновацій у сферу гостинності, таким чином створивши модель покращення готельної індустрії в даному курорті загалом.

Практичне значення отриманих результатів: результати дослідження можна використовувати для відстеження змін в динаміці розвитку готельної індустрії Одеського регіону, таким чином висвітлюючи вплив різних тенденцій та введень, економічної та політичної, екологічної ситуацій. Проект по відновленню готельного комплексу «Славутич» став прикладом для реконструкції багатьох місцевих комплексів.

Особистий внесок випускника: зібрані і систематизовані статистичні дані про розвиток готельного господарства в Одеському регіоні, проаналізовано чисельність туристичних потоків в регіоні через призму кількості вдвідувань засобів тимчасового розміщення, було визначено проблеми розвитку сфери, запропоновані шляхи оптимізації розвитку готельної індустрії на Одещині, розроблено проект по реконструкції та унікальний концепт готельного комплексу «Славутич».

Апробація отриманих результатів: результати досліджень, що включені до дипломної роботи, зокрема проект по реконструкції готельного комплексу «Славутич» було прийнято до реалізації приватним підприємцем.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

1.1. Теоретичні засади організації готельної інфраструктури

Готельне господарство відіграє одну із основних ролей в розвитку туризму в регіонах. Надаючи послуги з розміщення готельна діяльність на пряму стимулює розвиток туристичної індустрії, розвиваючи таким чином її інфраструктуру. Наявність готельних комплексів поблизу дестинацій збільшує потоки туристів, таким чином популяризуючи використання рекреаційних ресурсів регіону.

Популярність дестинації зумовлена різними чинниками, зокрема і наявністю різноманіттю готельних комплексів поблизу. Їх кількість і спеціалізація, тип відіграє безпосередню роль, адже чим більшим є попит і його різноманітність, тим більшою має бути пропозиція, а відповідно і більшим стає різностороннім курорт. Таким чином готельне господарство впливає на розвиток курортів, створюючи повну «картину» послуг, які люди можуть отримати, для задоволення своїх першочергових потреб у відпочинку. Відтак ми повинні звернути увагу на засади організації готельної інфраструктури в Україні.

Над дослідженнями про готельне господарство України та зокрема Одеського регіону, його стану та перспективи, працювали такі дослідники як Малюга Л.М., Герасименко В.Г., Лисенко А.С., Пуцентейло П.Р., Шикіна О.В., Дьяченко Д.В., Артьомова К.С., Галасюк К.А та інші.

Шикіна О.В, Дьяченко Д.В. у своїй праці «Аналіз стану розвитку готельного господарства Одеського регіону» [66] мали на меті показати потенціал Одеського регіону у туристичній індустрії, зокрема готельної справи. Таким чином дослідники виявили, що Одеська область знаходиться на 3 місці в Україні серед інших регіонів по кількості готелів, при чому 17% відвідувань складають саме

іноземні туристи. Окрім цього було встановлено, що готельна справа в регіоні досить добре і швидко розвивається, хоч ще не досягнула європейських результатів. Загалом дослідники дійшли думки, що Одеська область є дуже перспективним туристичним регіоном в Україні [66, С. 696].

Варто зазначити, що дане дослідження охоплювало статистику за 2013-2015 роки. У 2020 році Одеський регіон лідирує серед інших за кількістю місць розміщення, що складає 21707 місць [24]. В порівнянні з 2015 роком, де кількість місць в готелі складала 5057 місць [66, С.694], можемо зробити висновок, що показник зріс приблизно у чотири рази, що є показником позитивної динаміки. А відтак погоджусь з авторами праці про прогнози перспективності даного регіону як туристичного і як активного в розбудові туристичної інфраструктури.

Доволі авторитетним в даній тематиці досліджень також є і Галасюк К.А. Дослідниця у статті «Сучасний стан та діяльність готельних підприємств Одеського регіону» [6] описує та аналізує статистичні дані діяльності готельних підприємств за 2011-2013 роки. Результатом дослідження стало визнання Одеського регіону як одного з лідерів в готельній індустрії України. Також було звернено увагу на підрозділи готельного господарства такі як кафе та ресторани, що стали найпоширенішими. Окрім цього, дослідниця вказала на проблеми розвитку готельної праці, які полягають у зменшенні прибутку підприємців, таким чином запропонувавши шляхи вирішення [6].

Цікаво, що Галасюк К.А., більше акцентує увагу на збільшення прибутку підприємців їх власними силами без співпраці з державними органами влади чи іноземних інвестицій [6, С.7]. Таким чином вона збільшує відповідальність приватних підприємців за розвиток туризму в регіоні, але применшує зі сторони влади, що на мою думку, є не зовсім правильно.

Як і будь-яка сфера підприємницької діяльності, так і готельна справа часто потребує певної допомоги та співпраці зі сторони державних адміністрацій, наприклад у вигляді пільг чи окремих форм сприяння розвитку готельних

комплексів. Цей процес буде корисним не лише підприємцям, а й обласній чи районній раді, оскільки збільшення готельних комплексів, покращення якості їх послуг сприяють збільшенню й державного бюджету, адже будуть сприяти розвитку туризму в даному регіоні, а отже й притоку туристів різних вікових груп і статків, а також і збільшенню податкових внесень.

Ще однією проблемою, яку описували Галасюк К.А. та Шикіна О.В., є сезонність туризму в Одеському регіоні [67]. На жаль, жодної оцінки даній ситуації не було надано, а шляхи вирішення її були обмежені лише пропозиціями звернення до цієї проблеми підприємцями. Однак проблема сезонності є характерною для багатьох морських курортів. Для того, щоб знайти варіанти рішення, на нашу думку, варто звернутися до світового досвіду та поступово реалізовувати, пристосувавши до українських туристів та підприємців. Відтак ми присвятимо час дослідженню даної проблеми у другому розділі нашої роботи.

Герасименко В.Г. у статті «Ключові індикатори розвитку підприємств готельного господарства в Одеській області» [8] опрацьовує стан готельного підприємства у 2016 році акцентуючи свою увагу на такій проблемі як зменшення відвідування даного регіону, а відповідно і готелів, іноземними туристами [8, С.42-43]. Відтік іноземних туристів пояснюється політичними обставинами, що були зумовлені подіями 2014 року, зокрема анексією Криму та АТО в Донецькій та Луганській областях.

Проаналізувавши здобутки наших попередників, які досліджували стан та розвиток готельної справи в Одеському регіоні, ми можемо дійти висновку, що дослідження стосуються 2011-2016 років були актуальними на той час. Проте варто відзначити повноту даних досліджень, оскільки вони стануть прикладами для наслідування в нашій роботі. Безперевність дослідження стану та розвитку готельної справи в Одеському регіоні забезпечить слідуванню змінам поглядів на якість послуг, загалом попиту, обставин часу, політичних ти економічних, а відтак завжди є актуальним.

На даний момент Україна, як і весь світ знаходиться в стані боротьби з пандемією. Це сильно вплинуло на характер туризму та його розвиток як в Україні, так і в інших країнах. На жаль, «відкритість кордонів» є наразі нестабільним явищем, що негативно впливає на розвиток туризму загалом.

Однак з іншої сторони, як і шість років тому (за словами Герасименко В.Г. [8]), «закритість» позитивно впливає на розвиток внутрішнього туризму, відтак відкриває нову проблему дослідження, що випливає із реалій сучасності. А ситуація диктує відповідно свої вимоги. В першу чергу набирає популярності рекреаційний туризм, що пов'язаний із зеленим, сільським, лікувально-оздоровчим туризмом. Це зумовлено необхідністю меншого контактування з людьми, як це відбувається у великих містах, що й вплинуло на вибір територіальних рамок дослідження, які охоплюють всю Одеську область, окрім самого міста Одеси.

Готельні комплекси Одеської області мають незмінну перевагу перед іншими регіонами завдяки рекреаційним ресурсам даного регіону. Звідси можна сказати, що Одеський регіон є чудовим ареалом для розвитку готельного підприємства, однак все ж існують проблеми, котрі заважають якісному розвитку.

Проблема якості надання послуг є чи ненайважливішою, адже поняття якості і її складові диктують туристи, які користуються даними послугами, тобто є їх споживачами, відтак є постійно змінними. Таким чином пропозиція має відповідати раптовим змінам попиту, швидко реагуючи та підлаштовуючись. Також часто невідповідність якості послуг спричиняє відсутність категорії в готельних комплексах [7]. Часто навіть ті, котрі мають свідоцтво про отримання категорії її не поновлюють [45], що може свідчити, що готельний комплекс, який отримав певну категорію, через три роки може вже не заслуговувати на неї.

Звідси може також витікати проблема обману туристів, адже про закінчення дії свідоцтва їм часто не повідомляють. Варто також згадати, що сертифікація не

є обов'язковою для готелей, а відтак мотивація для отримання є лише одна: для співпраці з туроператорами готель повинен мати певну категорію [20].

Малюга Л.М. у своїй праці «Формування конкурентноспроможності підприємств готельного господарства» характеризує ринок готельного господарства доволі жорстким за своєю конкурентністю [28]. І при цьому саме здатність бути конкурентноспроможним є основним показником успішності підприємства. Це зумовлюють сучасні тенденції, котрі щоразу диктують нові стандарти якості послуг і новий попит, а відтак готельні комплекси повинні постійно підлаштовуватись під них.

Окрім цього, незмінно впливає ціноутворення на послуги, кількість пропозиції в даному регіоні, близькість до рекреаційних ресурсів тощо. Однак для автора наявність конкуренції – це стимул для розвитку й покращення, а тому саме він є визначальним в організації готельної інфраструктури [28, С.219].

В даному погляді на конкурентноспроможність готельного підприємства як на одного з основних чинників організації господарства я погоджусь. В першу чергу варто розглядати послуги готельного комплексу як продукт. Якщо ж він не матиме конкурентів, жодної мотивації для нього не буде. А оскільки покращення послуг не відбуватиметься, туристи, які мають власне уявлення про якість і стандарти, просто не відповідатимуть на таку пропозиції. Таким чином культура готельного господарства просто не розвиватиметься, а той чи інший курорт просто втратить свою привабливість.

Варто зазначити, що ті курорти, які зазнали такого руйнівного впливу відсутності конкуренції, зазнали занепаду. Як приклад можна навести курорт Катранка, котрий не слідує викликам сучасності, а отже й попиту, а тому занепав і програв в конкурентній боротьбі курорту «Расейка». Незважаючи на подібну локацію і однакові природні рекреаційні ресурси, які здавалося б мали відігравати головну роль, саме наявність безупинного розвитку готельної інфраструктури та готовність до змін стали вирішальними.

З такими проблемами як застаріле оснащення, що потребує оновлення чи заміни, неповна типологія підприємств послуг з розміщення, монополізація ринку готелями з середніми і великими номерними фондами знайомить нас Галасюк С.С. [7].

Методологічна база кваліфікаційної роботи в першу чергу складається з теоретичних методів. Основою нашого дослідження є аналіз статистичних показників діяльності готельних підприємств за 2020 рік. Статистична інформація стосується кількості готельних комплексів, їх місткості, категорії, фінансового аспекту (доходів і прибутку) та відвідуваності українцями чи іноземцями та розміщується на порталі Головного управління статистики Одеської області, а також на порталі Державної служби статистики України.

Виходячи із вказаної статистичної інформації, ми змогли виявити кількість готельних підприємств різних категорій та виду в Одеському регіоні станом на 2020 рік та за попередні 3 роки. Таким чином, порівнявши динаміку розвитку готельного господарства в регіоні, ми змогли відмітити охарактеризувати її як позитивну та як активну, адже кількісні показники зросли більше як у 4 рази. Однак картина не була б повною, якби ми не бачили розвитку готельного підприємства в Україні, адже загальний клімат створюється саме на державному рівні, а його особливості вже на регіональному. Відтак ми вирішили порівняти стан та розвиток готельних підприємств в Одеському регіоні та Україні, щоб визначити потенціал Одеської області як туристичного регіону на фоні інших регіонів.

Проте аналіз лише кількісних показників не дасть змоги дослідити якість надання послуг готельними комплексами та їх успішності. Тому ми звернули увагу на завантаженість готельних комплексів та їх прибутки, таким чином зрозумівши на скільки пропозиція задовільняє попит.

Виходячи з нашого аналізу ми змогли синтезувати отримані дані, що засвідчують загальну картину стану та розвитку готельної індустрії Одеської

області. Згідно з цим Одеський регіон нині лідирує по кількісним показникам в Україні. Проте має ряд проблем пов'язаних із завантаженістю готельних комплексів, що може бути пов'язано з якістю надання послуг, поганим чи застарілим оснащенням чи сезонністю. Також ми розробили прогноз як буде розвиватися готельна справа в даному регіоні в наступні роки. Детальніше ми це розглянемо у другому розділі нашого дослідження.

Окрім цього ми намагаємося розглянути Одеський регіон з боку туристичного потенціалу його рекреаційних ресурсів. Для цього було проведено пошук та систематизовано інформацію щодо природних рекреаційних ресурсів. Дослідження таких ресурсів необхідне для розуміння цінності Одеського регіону для туристів в період пандемії та надалі. Кожен з ресурсів зазнав оцінки, де було продемонстровано його переваги та проблеми. Також ми намагалися на прикладі певних рекреаційних ресурсів показати як правильно їх можна розвивати у туристичному напрямку без шкоди природі.

Головне завдання дослідження полягає у вирішенні проблем розвитку готельних підприємств на прикладі проекту реставрації готелю «Славутич». Для цього було використано метод спостереження, який полягав у безпосередньому спостереженні і опису фактів про готель «Славутич», для того, щоб зрозуміти в якому стані він знаходиться до початку «реставрації», що саме призвело до занепаду даного закладу, тобто визначили конкретні обставини та причини.

Таким чином ми отримали такі результати: застаріле оснащення, невідповідність ціни та якості, низька якість послуг, відсутність інновацій та відсутність конкурентноспроможності – призвели до того, що туристи перестали користуватися послугами готелю. Описані результати – це ряд поширених проблем, що стосуються багатьох готельних комплексів, особливо тих, щ обули побудовані за радянських часів і не змогли модернізуватися.

Для того, щоб розв'язати дані проблеми, варто скористатися методом кейсів, які дозволять на основі світового досвіду вирішити їх. Наш проект по

реставрації також буде мати експериментальну частину, де ми будемо втручатися в ході процесу «реставрації» пропонуючи власні кейси по вирішенню певних проблем. В нашому випадку експеримент буде здійснюватися в області менеджменту, зокрема в роботі з персоналом. Злагоджена та якісна робота персоналу готелю є одним з факторів, що зумовлюють успішність закладу, а відтак це питання потребує окремої уваги.

Звідси ми спробуємо створити експериментальну модель роботи з персоналом, де будуть розроблені специфічні умови для праці і зовнішній вплив, який має змотивувати персонал досягати певних цілей. Свого роду це схоже на психологічну маніпуляцію. Таким чином ми поєднаємо методи менеджменту та психології і розглянемо результати у третьому розділі нашого дослідження.

Після того, як ми запропонуємо проект та практично наведемо результати його реалізації, то перейдемо від конкретного прикладу до більш абстрактного. Таким чином запропонуємо модель вирішення проблем, з якими стикаються готельні підприємства подібні до «Славутича».

Отже, зважаючи на вище зазначення причини ми ставимо собі завдання дослідити стан та перспективи розвитку готельного господарства Одеського регіону у 2020 році та порівняти як змінилася ситуація на готельному ринку в області та в Україні загалом протягом останніх трьох років. Таким чином ми забезпечимо безперервність дослідження готельної індустрії в Україні.

Наступним нашим завданням є визначити, які проблеми існують у готельних підприємствах та на прикладі реставрації готельного комплексу «Славутич» представити можель подолання цих проблем.

Для того, щоб виконати поставлені завдання ми застосуємо емпіричні та теоретичні методи дослідження, також додаючи елементи специфічних методів.

1.2. Потенційні можливості природних ресурсів Одеського регіону

Рекреаційні ресурси Одеського регіону включають у себе ресурси, які мають потенціал для задоволення туристичного попиту саме у сфері рекреаційного туризму. Рекреаційний потенціал – це сукупність різних ресурсів, таких як історико-культурних, природних та економічних, що мають передумови для здійснення рекреаційної діяльності та мають позитивний вплив на людину під час відпочинку [52, С.5]. Аналіз рекреаційного потенціалу Одеського регіону дозволить нам визначити на скільки місцевість придатна для розвитку рекреаційного туризму. Таким чином у нашому дослідженні ми розглянемо можливість використання тих чи інших ресурсів, оцінимо їхню привабливість та безпеку для туриста.

До рекреаційних ресурсів належать: транспортна доступність території, політичні умови, природно-екологічні умови, культурно-історичні умови, здатність щодо впровадження інновацій, адміністративно-управлінські умови, туристична інфраструктура регіону, фінансово-економічні умови, трудові ресурси, соціально-демографічні умови, морально-психологічні умови, інженерно-технічні умови [38, С. 13]. Правильне поєднання цих компонентів утворюють сприятливий клімат для туристів через призму високого потенціалу рекреаційних ресурсів.

Рекреаційні ресурси Одеського регіону описували у своїх роботах такі дослідники як Герасименко В.Г., Бедрадіна Г.К., Галасюк С.С., Галасюк К.А., Семенов В.Ф. тощо. Герасименко В.Г. у своїй праці «Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону» [38] широко і детально описує рекреаційний потенціал Одеського регіону, де включає в дослідження всі аспекти, які зумовлюють рекреаційний потенціал. Автор дослідив не тільки природні ресурси, а й історико-культурні. Особливу увагу було приділено аналізу

статистики, методу експертних оцінок всіх факторів, які впливають на туристичну привабливість регіону [38, С. 5-6].

Лариса Черчик поділяє туристично-рекреаційні ресурси за походженням та компонентною структурою на природні та суспільні, що є авторською типологізацією. До природних дослідниця включає: спеціальні (природно-лікувальні) та загальні. До спеціальних належать: мінеральні води, лікувальні грязі, озокерит, термальні води, мікроклімат соляних шахт, печер. До загальних: кліматичні умови, ландшафти, лісові ресурси, водні ресурси, фауністичні (мисливські, рибальські) [38, С.3-4].

Що ж до суспільних туристично-рекреаційних ресурсів, то вони поділяються на спеціальні та загальні. До спеціальних належать: культурно-історичні (пам'ятки археології та містобудування, історичні пам'ятки, пам'ятники мистецтва, документальні пам'ятки, подієві, туристично-рекреаційна інфраструктура, інформаційне забезпечення, кадрове забезпечення. До загальних: економічні, інформаційні, соціально-демографічні, соціальна та виробнича інфраструктура, соціально-економічні передумови розвитку, екологічна безпека та соціальна безпека [38, С.4].

Зважаючи на дану авторську типологізацію ми будемо застосовувати її основну в нашому дослідженні, для того, щоб максимально описати рекреаційні ресурси в Одеському регіоні.

Дослідження рекреаційних ресурсів Одеського регіону охоплюють у нашій роботі тільки Одеську область, яка включена до Західно-Причорноморського рекреаційного регіону. Це зумовлено зростанням попиту серед туристів саме на відвідування цього регіону, оскільки у 2014 році було втрачено дуже важливу для курортної індустрії та туристів в Україні Кримську Автономну Республіку. Таким чином Одеська область як найбільша в Україні і як така, що має найдовшу протяжність берегової лінії Чорного моря та лиманів, а саме близько 300 км, займає лідируючі позиції серед інших причорноморських областей. Окрім цього

варто зазначити, що дослідження спрямоване саме на територію області, але не самого міста Одеси.

Відтак ми звертаємо вектор дослідження саме на Одеську область, де спробуємо акцентувати нашу увагу саме на Татарбунарському районі, де існують для багатьох туристів невідомі курортні містечка, котрі за часів Радянського Союзу славилися наявністю туристичних баз відпочинку для працівників різних сфер діяльності.

Одеська область є цікавою для туристів з багатьох причин. Починаючи від культури та історії, особливості яких були спричинені етнічною різноманітністю населення даного регіону, до природних ресурсів, з аналізу яких розпочнемо наше дослідження.

До природно-заповідного фонду Одеської області входить 125 об'єкта. Об'єктів загальнодержавного значення налічується 14, серед них: Дунайський біосферний заповідник, зоологічний парк, ботанічний сад, дві пам'ятки природи, вісім заказників і парк-пам'ятка садового паркового мистецтва [38, С.87-88]. Загалом частка заповідних зон даної області складає 4,6%, що є вищим за середній показник в Україні, але при цьому вдвічі нижчий за мінімальний показник в ЄС [34, С. 87]. Звідси ми можемо зробити висновок, що Одеський регіон має природні ресурси, які потенційно є привабливими для туристів. Однак залишається відкритим питання чому заповідні території даної області мають такий порівняно низький показник за нормами ЄС.

Найперше розглянемо гідрографію Одеського регіону. Основним водним ресурсом даної області є Чорне море, яке в свою чергу є одним із двох морів, що омивають Україну, а відтак є центральним і найважливішим водним ресурсом. Цікавою особливістю моря є його прісність, оскільки в нього впадає безліч повноводних річок, серед них: Дунай, Дніпро, Дністер тощо. Окрім цього, це зумовлено проточністю водойми, адже вона з'єднана з Боспорською протокою, а відтак зрештою прямує до Середземного моря. Цікаво, що цей процес блокує

прихід більш солоних вод до Чорного моря [40]. Солоність Чорного моря сягає від 17% до 20% [64]. Порівняно з іншими морями, такими як Червоне, чия солоність становить 40% чи Середземного, 38%, Чорне море є відчутно пріснішим [71].

Прісність Чорного моря це особливість, яка з однієї сторони спричинює невелику різноманітність біомаси в цій водоймі, на це ж впливає і прошарок сірководню, що міститься там, але при цьому є більш приємною для туристів, оскільки не викликає алергічних реакцій, пекучих і неприємних відчуттів внаслідок великої солоності.

Окрім цього, внаслідок вказаних особливостей, в Чорному морі порівняно менше небезпечних морських жителів, що можуть становити вагому небезпеку для туристів. За даними деяких видань в Чорному морі налічується всього 5 небезпечних жителів, серед яких: скорпена, скат хвістокіл, акули, отруйні медузи та морський дракон [55]. Не дивлячись на це, навіть ті самі акули та медузи, що є мешканцями Чорного моря, мають набагато більш серйозніших та небезпечних родичів в тому самому Червоному морі. Відтак, порівняно з іншими морями, кількість небезпечних істот в Чорному морі є доволі низька, що і створило думку, що воно є безпечним для туристів. Однак варто зазначити, що наявність таких мешканців зумовлюють розвиток туризму.

В деяких курортних містечках, риболовля, на якій можна побачити цих істот, стала новим видом дозвілля, що користується неабияким попитом. «Зловіть тонну риби з нами» [65], закликають підприємці з с. Миколаївка, запрошуючи на екскурсію по промисловому вилову риби, зокрема і ската. Не можна говорити, що це єдиний подібний випадок, адже такий вид відпочинку набирає все більшої популярності в Україні. Користуючись досвідом інших країн, зокрема північних, таких як Норвегія, Фінляндія, Україна почала розвивати подібний вид туризму і в себе. Особливо справа стала актуальною на тлі пандемії, де відпочинок на відкритому просторі став пріоритетним і чи не єдиним безпечним варіантом.

Окрім цього, вплинула відносна «закритість» кордонів у 2020 році, що і зумовило своєрідний «бум» у розвитку внутрішнього туризму.

Ще однією перевагою Чорного моря для туристів є переважно низинні узбережжя, що є більш комфортним для відпочинку туристів біля моря, оскільки надає більш легкий доступ до водойм [40]. При цьому, варто зазначити, що Чорне море не має рівнинного характеру дна, натомість наявний шельф і материковий схил, внаслідок чого утворена глибока котловина [30]. Це зумовлює нерівномірну глибину в різних частинах моря, а тому, порівняно з Азовським морем, є не таким привабливим для туристів з дітьми, для яких важлива відносна мілина водойми.

Таким чином Чорне море є чудовим рекреаційним ресурсом. Але все ж існує небезпека його ресурсності. Оскільки екологічна ситуація світового океану та прісних водойм, що втікають до Чорного моря, є доволі неприємною, то варто звернути увагу на такі моменти: як убезпечити себе і море від небезпеки. Для цього варто дещо більше розібратися в причинах цієї ситуації. Основні чинники забруднення – антропогенний та техногенний. Забруднення відбувається як прибережних територій, так і самих акваторій.

За даними статистики: «Щорічно підприємства комунально-побутового господарства скидають у Чорне море: 33,8 тис. тонн завислих речовин, 8,8 тис. тонн азоту, 2,6 тис. тонн фосфору, 24,1 тис. тонн нафтопродуктів» [2, С 192], що і призвело до того, що Чорне море є одним із найбільш забруднених. Скидування продуктів переробки та недбале ставлення людей до водойми постійно погіршує ситуацію, хоч і було ратифіковано Конвенцію про захист Чорного моря від забруднення та Протокол про збереження біорізноманіття та ландшафтів Чорного моря ще у 1994 році, а в 2001 році була затверджена загальнодержавна програма охорони та відтворення довкілля Чорного моря [2, С. 191-192]. Однак проблема екології стоїть дуже гостро і потребує не лише державного втручання. На думку Герасименко В.Г., для поліпшення ситуації варто залучати інвестиції

для покращення очисних механізмів, зменшення відходів, а також впроваджувати інновації [38, С. 91].

З подібних причин відпочинки у великих промислових містах на березі моря є доволі спірним у своїх рекреаційних аспектах. Звідси ми можемо говорити про те, що часто туристи надаватимуть перевагу відпочинку поза межами впливу цих місць. Однак все не так однозначно, оскільки далеко не всі курорти Одеського регіону достатньо розвинені аби зацікавити туристів. Це зумовлено відсутністю інфраструктури, належної якості обслуговування, культурної чи розважальної програми тощо. І на відміну від цього, саме Одеса є містом, яке пропонує туристам ідеальне поєднання відпочинку на березі моря та інших видів туризму. Ця комплексність і зробила Одесу своєрідною столицею морського відпочинку в Україні. Саме через цю проблему вибору ми пропонуємо розглянути інші курортні місця, що потенційно можуть безпечною альтернативою міста Одеси.

Серед найвідоміших курортів Одеського регіону є Лебедівка, Сергіївка, Приморське, Грибівка, Миколаївка, Затока, Кароліно-Бугаз, Курортне, Южне, Чорноморське, Росейка, Катранка [11]. Останні два курорти є найвіддаленішими, а відтак найцікавішими для дослідження, адже зазнали найменшої популярності, а відтак і антропогенного впливу.

Одеський регіон представлений не лише морем. Область багата на водойми, серед них і лимани. Майже всі вони були утворені завдяки затопленням морем гірл рік, таких великих як Дніпро, Дністер, Дунай, Південний Буг, так і зовсім невеликих. Бувають лимани закритих і відкритих типів, тобто ті, що мають безпосередній зв'язок з морем або ні. Цікаво, що глибина лиманів постійно змінювалася, так само як і їх з'єднання з морем, а це в свою чергу спричиняло появу і зникнення певної флори та фауни, а також і залишків кораблів, наприклад якорів [14, С. 4-5].

Часто на берегах лиманів будувалися давні поселення, як от Тіра (Білгород-Дністровський) на березі Дністровського лиману, що залишило по собі безліч культурних та історичних цінностей [14, С. 5]. Також не можна вважати лимани мертвими водоймами, адже багато з них населяють різноманітні жителі, такі як молюски та риби. Наприклад у Дністровському лимані виловлюють судака і карася [14, С. 29]. Подібні явища викликають інтерес у туристів, адже окрім природних ресурсів, можна відкрити історичні та культурні, що відповідно розвиває регіон у туристичному спекторі більш різноманітно.

Лиман є чудовим рекреаційним ресурсом і може слугувати альтернативою морю. По-перше, лиман має вищу температуру, ніж море, що зумовлює приплив туристів навіть у не сезонний час. По-друге, завдяки солоності лимани мають лікувальні властивості. На дні лиману завдяки процесу розкладення різних речовин і мінералів сформувався прошарок, який люди почали використовувати разом із ропою у медичних цілях.

На берегах багатьох лиманів з'явилися бальнеологічні курорти, які спеціалізуються саме на лікувально-рекреаційному туризмі, наприклад Тилігульський, Куяльницький, Хаджибейський, Шаболатський, Бурнас та інші лимани Тузловської групи тощо [52, С. 15]. Такі «грязі» в загальному використовуються для лікування та профілактики від захворювань шкірних, опорно-рухового апарату, дихальної системи та органів травлення [27].

Грязьові процедури поліпшують стан шкіряного покриву, сприяють розм'якшенню рубців, розсмоктуванню тромбів, стимулюють регенеративні процеси, прискорюють звапніння кісткової мозолі, зменшують трухливість і збільшують обсяг рухів у суглобах [9].

На даний момент важко говорити про кількісні показники покладів усіх лиманів, але вже було досліджено, що у Куяльницькому лимані пелоїди (грязі) становлять 161,0 тис. М кубічних [52, С.13].

Окрім цього, на території лиманів було створено заповідні території, такі як національний природний парк «Тилігульські лимани», що знаходяться в Татарбунарському районі Одеської області. Привабливий він своєю комплексністю в розвитку, адже надає туристам максимальний рекреаційний ресурс.

На території парку знаходиться рекреаційна інфраструктура, еколого-освітні стежки та екскурсійні маршрути (піші, сплави), рекреаційні зони для відпочинку, організовано рекламно-видавничу та інформаційну діяльність, екологічне просвітництво, але при цьому зберігається природна ідентичність місця і контролюється антропогенний вплив на нього[36].

Подібна організація рекреаційного ресурсу Тилігульських лиманів є зразковою як в плані задумки, так і реалізації, адже таким чином допомагає збереженню природного ресурсу регіону, але тим не менше використовується його потенціал.

Ще одним прикладом розвитку і підтримки ресурсу лимана є устрична ферма «Устриці Скіфії». З назви стає зрозуміло, що підприємці вирощують устриці, але роблять це не в звичному для моллюсків середовищі – в лимані. Знаходиться ферма на межі Одеської та Миколаївської областей на березі Тилігульського лиману. Таким чином підприємці відновлюють стародавню культуру вирощування та споживання устриць в даній місцевості [59].

Важливо зазначити, що вирощуючи таких вибагливих до умов створінь, підприємці дбають і про водойму, адже саме вона впливає на розвиток їхнього бізнесу. Тут важливо зупинитися на тому, що лиман став центральною постаттю цієї ферми, його розвинули як туристичну дестинацію, про яку дбають, водночас розкриваючи його рекреаційний ресурс і потенціал.

Не менш важливе місце серед природних ресурсів Одеського регіону займають річки. Вони культивують та зрошують прилеглу до себе територію, таким чином формуючи навколо нетипову для морського регіону фауну. В цьому

і полягає ідентичність Одеської області, де різні об'єкти природи об'єднуються під одним, відносно невеликим регіоном, роблячи його унікальним для туристів.

Один із найвідоміших в Одеській області заповідників – Дунайські плавні. Дельта Дунаю це розкішне місце для туристів. Тут поєднуються не лише природні багатства, а й культурні. По-перше, саме місце впадіння другої найбільшої річки Європи в море є туристичною дестинацією, проте вона також характеризується відсутністю рекреаційної інфраструктури, гарного транспортного сполучення тощо. Натомість привабливість даного об'єкту набагато більша, ніж обставини, а тому можна сказати, що дельта Дунаю є перспективним ресурсом.

Невід'ємною частиною даного комплексу є місто Вилкове, яке відоме своїми каналами і отримало в народі назву «українська Венеція». Однак кожен, хто там побуває, відразу заперечить подібне порівняння, оскільки Вилкове не має місць на себе схожих. Воно унікальне, бо поєднало в собі культуру різних народностей, їх побут та історію. В той же час не можна говорити про високий економічний розвиток даного міста, що, на нашу думку, з однієї сторони консервує стиль життя даного регіону, а з іншої сприяє старінню нації, адже люди вимушені виїжджати на заробітки [4].

Звідси варто зробити висновок, що розвиток туризму в даному регіоні сприятиме розвитку економіки, а відтак вирішить проблему старіння населення, надавши людям можливість працювати у своєму місті, при цьому зберігаючи власну культуру і популяризуючи її між українськими та зарубіжними туристами.

А культурна ідентичність даного регіону вражає. Досі релігійна приналежність населення є під питанням, оскільки багато вилковчан надають перевагу старообрядним церквам. За радянських часів місто було доволі закритим, що на жаль, частково залишилось і сьогодні [4]. Відтак туризм в

даному регіоні лише почав розвиватися, а перспективність його однозначна: попит вже давно випередив пропозицію.

Мінеральними водами Одеський регіон не є багатим. Це стосується не стільки їхньої наявності, скільки властивостей. Родовища мінеральних вод в Одеській області є маломінералізованими, не мають специфічних компонентів, а відповідно й властивостей, за які цінуюються, або ж представлені бромними водами [38, С. 79].

«До питних мінеральних вод Одеської агломерації відносяться: мінеральна вода «Куяльник» (санаторій «Куяльник»), «Одеська №1» і «Одеська №2» (санаторій ім. Горького), «Чабанка» (оздоровчий комплекс «Чабанка» ОМТП), «Аква Лібра» (Лен селище, ТОВ «Лібра»)» [52, С. 13].

Однак не можна забувати про користь цих вод. Наприклад, бромні води мають болезаспокійливий ефект, покращують кровообіг, позитивно впливають на щитовидну та ендокринну залози, нервову систему; а інші названі мінеральні води активно покращують процеси травлення та допомагають нормалізувати роботу чи пошкоджені ділянки органів травлення, зокрема дванадцятипалої кишки, кишечника [38, С.80].

Клімат Одеського регіону чітко відрізняється від решти областей країни. По-перше, Одеська область є найбільшою, а по-друге, омивається Чорним морем, а відтак можна сказати, що утворює свою кліматичну область [44, С. 69]. Загалом Одеському регіону притаманний помірно континентальний клімат [34].

Характеризуючи кліматичні особливості у 2021 році, слід бути обережним, адже за останній рік ми можемо спостерігати зміни у кліматі. Прокоф'єв О.М. і Гончарова Л.Д. вказують на те, що: «У теплий період переважна кількість циклонів переміщується на території України з південною складовою, рухаючись повільніше, ніж раніше. Вони приносять спекотну погоду та значні зливові опади», прогнозуючи глобальне потепління, що може призвести до різких змін флори та фауни, зміщенню природних зон [44, С.68-69].

Що ж до температурного режиму, то ми можемо бачити, що у липні середня температура повітря складає $+21+24^{\circ}\text{C}$, а у січні $-5-2^{\circ}\text{C}$ [34]. Зважаючи на величину області, кількість опадів вимірюють окремо для північної та південної частин. Таким чином найбільше опадів випадає в Одеському регіоні в північній частині у січні місяці, а найменше у серпні, особливо на півдні, окрім Затишшя, де найменше опадів в листопаді [44, С.71].

Однак під впливом сучасних реалій, так званого «потепління», значні опади цього літа (2021 року) свідчать про зворотнє. З огляду на це потрібно подбати про економічну сторону господарств, які залежать від електроенергії, діяльність яких може постраждати від подібних опадів. Дослідження частоти повторень випадіння опадів, які спричиняють небезпечні гідрометеорологічні явища, з'ясували, що відсоток їх від усіх інших опадів є невеликим, а тому не є приводом для занепокоєння [44, С. 77].

Звідси ми можемо зробити висновок, що клімат Одеської області є доволі сприятливим для сезонного туризму, зокрема для літнього часу, адже має сприятливий для цього температурний режим та відсутність затяжних опадів влітку.

1.3. Роль рекреаційних ресурсів у розвитку готельних комплексів Одеського регіону

Наявність рекреаційних ресурсів зумовлює появу попиту туристів на їх користування, а відтак розвивається туристичний напрямок, що спричинює появу готельних комплексів поблизу природних рекреаційних ресурсів. Звичайно, цей процес може відбуватися і в зворотньому напрямку, коли готельні комплекси самі рекламують рекреаційні ресурси і розвивають туристичний напрямок. Проте яким би шляхом не здійснювався даний процес, рекреаційні ресурси відіграють

важливу роль у формуванні готельної індустрії. Сам готельний комплекс рідко приваблює туриста своїм прямим призначенням. Зазвичай туристів цікавлять додаткові послуги, такі як екскурсії наприклад, чи навіть просто близькість до природних об'єктів. Звідси ми пропонуємо розглянути, яким чином рекреаційні ресурси безпосередньо впливають на розбудову готельної справи на конкретних прикладах.

Першим природним рекреаційним ресурсом, котрий зацікавив нас, є Куяльницький лиман. Оскільки це типовий природний ресурс для даного регіону ми спробуємо проаналізувати яким чином він вплинув на розвиток рекреації. Куяльницький лиман належить до солоних водойм, відсоток солоності складає 74%, довжиною сягає 28 км та відділений від Чорного моря пересипом шириною 3 км. Температура води влітку складає близько 28-30°C [25].

Куяльницький лиман відомий своїми лікувальними властивостями, які відкрили ще у 19 столітті, а саме лікувальними грязями. З 1833 року на території узбережжя Куяльницького лиману було відкрито один із перших в світі лікувально-оздоровчих курортів, котрі використовували для різноманітних процедур грязі та ропу з лиману. З імперських лікарів першими почали досліджувати грязі Ераст Андрієвський та Микола Пирогов, в честь останнього було і названо курорт [21].

Якщо раніше курорт являв собою звичайну лікарню, то в середині 19 ст. генерал-губернатором Воронцовим М. С. було виділено території для розширення, а відтак почалося будівництво будиночків для відвідувачів. В той час їх важко було назвати туристами, адже лікувалися грязями переважно військові або ж аристократія. Таким чином вже наприкінці 19 ст. названий курорт став відомим на всю Російську імперію і ставав все більше затребуваним. В ході подальших революцій і війн мета комплексу не змінювалася, а тому як і раніше, навіть в радянські часи курорт дуже цінувався і постійно покращувався [21].

Такий курорт як Куяльницький можна вважати лідером в Одеському регіоні по боротьбі із проблемою сезонності, адже його спеціалізація зумовлює відвідування туристами цілий рік. Окрім безпосередніх процедур з використанням грязей та ропи в лікувально-оздоровчому комплексі наявні і додаткові послуги, наприклад спортзал чи масаж, соляні кімнати, бібліотека, спа тощо [21]. Варто також вказати, що курорт популярний і мінеральними водами.

Незважаючи на очевидні перспективи реалізації рекреаційного ресурсу Куяльницького лиману в курортній справі існує очевидна загроза існуванню як одного, так і другого об'єктів. Ще в 2013 році виникла проблема, що пов'язана з обмілінням лиману, яка могла призвести до катастрофічних наслідків для водойми. Дослідники почали шукати рішення як владнати дане питання. Таким чином вплигло декільки пропозицій. Перша ґрунтувалася на тому аби з'єднати Куяльник з Чорним морем, таким чином надавши йому води. Однак інші дослідники протестували проти цього, оскільки після з'єднання на дні лиману могло відклатися велика кількість гіпсу, щоб спричинило зникнення цілющих грязей лиману, як це сталося в подібній ситуації з озером Сасик [10]. Другою ідеєю було розчищення русла річок, що впадали до лиману. Врешті у 2014 році було побудовано канал, що з'єднав фактично море і лиман, але лише точково, що призвело до покращення стану водойми [16].

Однак існує ще одна проблема, яка досі не є вирішеною. Це незаконне видобування лікувальних грязей. Пов'язане це з тим, що Куяльницький лиман не має статусу об'єкта під охороною, а курорт статусу державного. На думку багатьох діячів, це єдиний спосіб зберегти лиман і курорт від розкрадання [16]. Більше того, Куяльницький курорт, який є національною гордістю, перестав розвиватися, має застаріле оснащення, що дуже негативно впливає на розвиток рекреаційного туризму в регіоні, хоч має неабиякий потенціал [57].

Таким чином ми можемо бачити як правильно використовувати рекреаційний потенціал природних об'єктів, але водночас і проблеми, які можуть

спіткати їх та курортів при відсутності природоохоронних заходів та недбалому правовому регулюванні. Для того, щоб побачити інший приклад успішного та правильного використання рекреаційних ресурсів, звернемося до світового досвіду.

Карлові Вари – чи не найвідоміший курорт світу. Знаходиться він в Чехії і популярний завдяки цілющим джерелам, яких налічується близько п'ятнадцяти. Хоча саме місто було засновано ще у 14 столітті, та розвиток саме курортної справи припадає на 18 ст, коли було побудовано перший громадський курортний будинок. Разом із курортною справою розвивалося і саме місто, будувалися замки і костели. Наступний етап будівництва припав на 19 ст, саме тоді було зведено відомий млин і колонаду термальних джерел, а особливо – Імперський курорт. Цікаво, що фінансування будівництва здійснювалося різносторонньо і цільово. Кошти від продажів продуктів термальних джерел, спеціальних податків, а також завдяки меценатству, в тому числі й іноземними інвестиціями [69]. Якщо порівняти Куяльницький курорт з Каловими Варами, то ми можемо помітити, що в першого завжди був власник, який і вирішував скільки вкладати коштів і що саме будувати. Карлові Вари ж мали власний дохід, який безпосередньо використовувався на потреби курорту.

Також ми можемо помітити різницю у контингенті відвідувачів. Якщо у 19 столітті Куяльник приймав військових, тобто виконував більш соціальну функцію, то клієнтами Карлових Вар були представники «вищих прошарків» суспільства, серед яких безліч тогочасних знаменитостей і навіть політиків, в тому числі й царі Російської імперії [69].

Важливим аспектом успішності даного курорту є безупинний розвиток і покращення. Так у 1975 році було зведено сучасну залізобетонну колонаду Гейзера в стилі функціоналізму, згодом було створено в підземеллі колонади екскурсійний маршрут. А в 90-их роках минулого століття відбулася цілковита реконструкція Римської колонади, що була побудована ще в 19 столітті. Окрім

реконструкції, з колонади також було виведено три мінеральних джерела: ринкове, нижнє замкове та Карла IV. На початку 21 століття було реконструйовано і перебудовано Замкову калонаду, що побудована у 1912 році, у лазні. Садова калонада зазнала змін у 2001 році [15].

Важливо сказати, що усі мінеральні джерела Карлових Вар охороняються законом та державою, чого, на жаль, не скажеш про Куяльницький лиман. Для Чехії джерела – це перспективний рекреаційний ресурс, який не тільки використовують, але й оберігають. Для України ж Куяльницький лиман – це ресурс, який використовують. Звідси ми можемо зробити висновок про ставлення до природних ресурсів, уміння їх використовувати так, щоб це приносило не тільки прибуток. При чому варто пам'ятати, що одного рекреаційного ресурсу не достатньо, щоб курорт був ідеальною дестинацією. В будь-якому випадку – це повинен бути комплекс ресурсів як природних, так і культурно-історичних.

Отже, в даному розділі ми розглянули теоретичні засади дослідження, описали та проаналізували наукові праці наших попередників та виокремили проблеми, які потребують подальшого дослідження. Серед них потреба з'ясування стану та динаміки розвитку готельного підприємства Одеського регіону, його місце у всеукраїнському рейтингу. Ще одним недослідженим питанням залишаються сучасні проблеми готельної справи та методи їх вирішення.

Окрім цього ми проаналізували роль природних рекреаційних ресурсів у розвитку готельних підприємств, де дійшли висновку, що природні ресурси зумовлюють появу готельних комплексів, які будуть використовувати їх задля розвитку туристичного потенціалу даного регіону. Вияснили, що для успішного застосування природних ресурсів, потрібно також зважати на правильне та раціональне їх використання. Також ми систематизували інформацію про природний потенціал Одеської області, таким чином визнавши регіон перспективним ареалом для розвитку готельної, а отже й туристичної індустрії.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

2.1 Світовий досвід ведення готельного господарства

Світова готельна практика налічує близько 1 073 500 об'єктів розміщення. З них приблизно 50,7% знаходиться на території в Європі, 23,2% - в Азії, 12,9% - в Північній Америці [54]. Як бачимо з даної статистики готельна індустрія в Європі є найбільш розвиненою, однак це стосується кількісних показників, а не якісних. Для того, щоб зрозуміти, яке уявлення в Європі про якість надання послуг, їх специфіку і особливість, варто звернутися до категоризації готельних комплексів.

Категоризація готелів почала з'являтися одразу із появою самих готелів як масового всесвітнього явища. Так, наприклад, справжній розквіт готельна індустрія набула у двадцятому столітті. Поштовхом до цього стало розширення зон впливу певних груп країн, розширення політичних, економічних і торговельних стосунків, тощо [17, С.175]. Прикладом першої категоризації став готель виключно для бізнесменів та комерсантів у місті Буфало в 1908 році (США). У 1950-тих роках перший мотель (готель для автомобілістів) відкриває у штатах Кемонс Уілсонс [17, С.175].

Взагалі 20-те століття, спричинило бум в усіх сферах людства, що в свою чергу і спричинило бум в готельному господарстві. Але, навіть, саме поняття готель від країни до країни доволі сильно відрізняється і по суті є багатограним. Проблеми із різною структуризацією засобів розміщення й нині доволі часто різняться в різних країнах, а часом і в межах однієї країни.

Тому в період зростання значення туристичної індустрії настала потреба систематизувати, класифікувати і розподілити готельних комплексів за певними категоріями.

Готелі згідно з рекомендаціями ВТО можна класифікувати за: місцем розташування (приміські, міські, придорожні, сільські, плаваючі готелі, готелі при аеропортах, тощо), за часом функціонування (цілорічні та сезонні), за призначенням (транзитні готелі, готелі для потсійного проживання або для ділового призначення), за вартістю послуг (обмежений сервіс, бюджетні, люкс, апарт-готелі, найвищого класу, мотелі, курортні готелі, тощо) [17, С.176].

Також певне розподілення серед різноманіття готелів є і за кількістю людей, що вміщує готель: гігантські(понад 1000 номерів), великі (від 300 номерів), середні (100-300 номерів) та малі (до 100 номерів) [17, С. 176].

Існує певна класифікація готелів за типами: це можуть бути і готелі 1-ої, 2-ої та 3-ої берегових ліній, також можна виділити ще клубні готелі котеджного типу, HV-1(Holliday Village), HV-2 та HV-3 [17, С. 175].

Але все ж таки варто зазначити, що всі ці класифікації є доволі умовними, оскільки існує безліч форм готельного господарства, які все-одно дуже важко якось упідпорядкувати.

Для систематизації категорій готельних комплексів було прийнято декілька, умовно, глобальних систем категоризації, за якими можна визначити рівень комфорту, послуг, склад і оснащення, склад персоналу, тощо.

Серед усіх систем найвідомішими є:

1. Система зірок, яка набула розповсюдження в переважній більшості країн Європи та в країнах, туристичний ринок, яких розрахований переважно на Європейських туристів
2. Система літер, яка набула розповсюдження у Греції
3. Так звана система «Корон», яка використовується переважно у Великобританії
4. Система розрядів та інші системи [63, С. 34]

Найбільшого розповсюдження в світі здобула саме система зірок. Варто зазначити, що в Україні вона теж є затвердженою - ДСТУ 4269:2003 Послуги туристичні [31]. Класифікація готелів (Додаток А).

Станом на сьогодні в світі існує лише один приклад відносно успішної системи спроби затвердження системи класифікації готелів. Цим прикладом, переважно, є Європа з своєю зірковою системою. Так в 2004 році європейський союз готель'єрів, рестораторів та власників кафе (HOTREC – Hotels, restaurants and Cafes in Europe), в склад якого входить 39 асоціацій із понад 20-трьох країн Європи задекларували розробку класифікації всіх готелів Європи. Роботи по системі класифікації велись аж до 2007-го року. Лише тільки в 2007-му році було узгоджено єдині вимоги до якості оцінювання послуг гостинності – ENQ (European Hospitality Quality). Через 2 роки, у 2009-му році в Празі на черговому з'їзді було затверджено цю єдину систему і розпочато впровадження. З 2010-го року цю систему впровадили майже всі країни Європи: Швеція, Австрія, Німеччина, Швейцарія, Чехія, Угорщина тощо. Навіть Франція перейшла зі своєї чотиризіркової системи [1, С.7]

Також варто зазначити, що далеко не всі країни Європи перейшли на цю зіркову систему оцінювання. Наприклад Італія і до сьогодні має наступний розподіл: 1-а категорія (умовно можна віднести до чотирьох зірок), 2-а категорія (умовно можна віднести до трьох зірок), 3-а категорія (умовно можна віднести до двох зірок) [17, С. 177].

У Сполучених Штатах Америки взагалі немає ніякої єдиної системи класифікації. Натомість готелі в США умовно класифікують за: ціною, місцем розташування, комфортом та вартістю. В штатах є дві впливові організації, які надають певну умовну класифікацію готелям: AAA (American Automobile Association) та Mobile Travel Guide. Перша нагороджує призом «П'ять діамантів», друга – призом «П'ять зірок» [17, С.178].

В деяких випадках, взагалі, можна зустріти готелі з шість'ю та сім'ю зірками (The Burj Al Arab hotel та The Seven Stars Galleria) [13].

Тому для біль-менш якогось розуміння різних систем оцінювання було створено таблицю умовних відповідностей (Рис. 2.1).

★ = D = 1 корона = 1 діамант
★★ = C = 1 корона = третя категорія = 2 діаманти
★★★ = B = 2 корони = друга категорія = 3 діаманти
★★★★ = A = 3 корони = перша категорія = чотири діаманти
★★★★★ = A = 3 корони = перша категорія = п'ять діамантів

Рис. 2.1. Співвідношення систем зірок і корон

Джерело: [1, С.7]

В підсумку можна зазначити, що наразі набагато легше пересічному туристу зрозуміти рівень готелю, якість обслуговування, клас послуг, що надаються та і взагалі тип готелю за певними сучасними критеріями такими, як зірко вість, діаманти, тощо.

Раніше, до появи системи ENQ та її аналогів зробити це було неможливо доти, поки не потрапиш в сам готель і не скористиєшся його послугами. Ця система дозволяє не тільки туристу відчути себе комфортно і зрозуміти заздалегідь співвідношення ціна/якість, але і самому готелю заробляти більші фінансові маси надаючи якісно свої послуги, а також ця система стимулює готелі покращувати умови і якість послуг, що надаються, розвиватись.

Зрештою до світового досвіду ведення готельного господарства. Першим готельним комплексом з нашої підбірки є «The Saint Hotel», який за версією журналу Dezeen входить до списку 10 найкращих готелів, які було засновано у 2020 році. «The Saint Hotel» знаходиться в Греції, а основною його привабливістю стала архітектурна концепція закладу, спроектованою «Kapsimalis Architects» [35].

Даний готельний комплекс став відомим саме завдяки тому, що його зовнішній вигляд повністю відповідає дизайн коду місця Оіа, Санторіні та зовсім не є агресивним для сприйняття людським оком, адже повністю виконаний у білому кольорі. Таким чином ми бачимо як архітектурна задумка приваблює людей своєю природністю і простотою, що і стало визначальним для туристів. Синій колір моря і білий колір простору стимулює до відпочинку, розслабляє, а також повторює культурні традиції регіону.

«Kapsimalis Architects», фірма, що займалася розробкою даного концепту зазначає: «Ми вважаємо, що кожне архітектурне рішення пов'язане з навколишнім і формується ним гармонійно ...Ми шукаємо цінності та звичаї, стару естетику та раніше існуючі спогади, техніку будівництва та матеріали кожного місця, щоб показати їх у сучасному повороті» [35]. Таким чином тенденція повернення до природнього та збереження культурних особливостей є привабливою для туристів, а отже й перспективною [72]. Відтак можемо сказати, що архітектура готельного комплексу відіграє важливу роль в успішності готельного бізнесу.

Чудовим прикладом для наслідування є колекція найрозкішніших готелів братів Лартізьєн. Починали вони свою діяльність у 2007 році і мали на меті створити та об'єднати ідеальні готельні комплекси, за їхніми словами це мусив бути досконалий вигляд і сервіс, найкращий з кращих. Вже у 2008 році брати започаткували у своїх готелях цифрову систему обслуговування та персоналізований сервіс. Останній став головною особливістю вже на той час великої кількості готелів, близько 150 [70].

Суть персоналізованого сервісу полягало у тому, щоб до кожного гостя ставилися по особливому, надаючи індивідуальний сервіс, а не за загальними стандартами. Ідея полягала в любові до кожного гостя і надання будь-якої допомоги за потреби (наприклад, посуги консьєржа). Вони визначили, що гість (турист) – найбажанніший і є головним в готельному бізнесі. Таке ставлення до

туристів було інноваційним і принесло захопливі результати. У 2011 році була створена концепція «GEM», яка повністю гармонізувала інструменти та ідею персоналізованого обслуговування [70].

У 2012 році було засновано «Le Club», члени якого ставили собі за ціль досягати вершини, тобто отримувати найвищі категорії, забезпечувати найкращі умови для туристів тощо. Також була створена «система керування перевагами гостей» [70], яка стала інструментом для досягнення тих цілей.

2015 рік розширив можливості і бажання братів Лартізьєн. До індивідуального обслуговування туристів вони додали ще колективні. Таким чином проявилось бажання надавати найкращі послуги пов'язані з рідними подіями, такими як корпоративи, весілля тощо. Це відкрило новий шлях використання готелів, адже окрім стандартної послуги з розміщення, вони надають можливість організувати різні події [70].

Насправді це чудова ідея для боротьби із сезонністю. В Одеському регіоні було б надзвичайно цікаво застосувати такий вектор розвитку, адже ті природні ресурси, зокрема море, максимально сприяють створенню різноманітних заходів. Наприклад, можна було б організувати весілля на березі Чорного моря, яке зробило б цю подію унікального. Особливо це буде доречно, оскільки в несезонний час інших туристів на території готелю, та й загалом у курортних містечках майже не буде. Таким чином клієнти отримають персональний підхід в обслуговуванні, а підприємець – вигоду. Сама ідея не є складною для реалізування, але чомусь нині не є поширеною в Одеському регіоні.

Розглядаючи філософію компанії Лартізьєн, можна виділити такі основні фундаменти їхнього успіху: ідеально підібрані колаборації, унікальні партнерства, створення виняткової атмосфери та відпочинку для туристів, досконалий сервіс (персоналізований). «Вони створили надзвичайно лояльну клієнтуру, яка приїжджає до Лартізьєна за неперевершеним обслуговуванням та оновленням, послугами консьєржа та індивідуальною допомогою» [70].

2.2 Стан та перспективи розвитку готельних комплексів Одеського регіону

Станом на 2020 рік в Україні існує 1337 колективних засобів розміщування [24]. Готелів та аналогічних засобів розміщення – 728 (наприклад мотелі та готелі). А інших засобів розміщення всього на території нашої держави 609 (в цей перелік входять і кемпінги, що є доволі цікавим в умовах абсолютно порожнього ринку, і хостелі, і кімнати, і будинки відпочинку, і пансіонати відпочинку, і бази відпочинку, і туристські бази, і гірські притулки. Також сюди включені стоянки для житлових автофургонів і причепів(так званих домів на колесах), гуртожитки, тощо.

Щодо більш детального пояснення звернемося до Державної Служби Статистики: «Колективні засоби розміщування (КЗР) – засоби розміщування, в яких надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, у яких число місць повинно перевищувати певний мінімум для груп осіб, більших ніж одна сім'я, а всі місця підлягають єдиному керівництву й оплаті відповідно до встановлених цін. Інформацію щодо тимчасово непрацюючого на кінець звітного року КЗР (перебував на капітальному ремонті, піддавався модернізації або з іншої причини) містить адресна частина звіту, а також показники, що характеризують його діяльність до початку капітального ремонту, модернізації тощо: для КЗР, що працював протягом частини звітного періоду, показники, що характеризують діяльність КЗР за період його роботи» [46].

Коллективні засоби розміщення в Україні

Коллективні засоби розміщення в Україні у 2020 році			
Показники	Усього	У тому числі	
		готелі та аналогічні засоби розміщення	інші засоби розміщення ²
Кількість колективних засобів розміщення, од	1337	728	609
Кількість місць у КЗР, од	155029	72447	82582
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщення, од	37497	37497	x
Кількість осіб, що перебували у КЗР - усього	2218583	1783885	434698
з них іноземців	218328	217378	950
Кількість ночівель осіб у КЗР - усього, од	6227427	3499309	2728118
з них ночівель іноземців	430744	422193	8551

Проаналізувавши дані (Табл. 2.1) можна зрозуміти, що туризм – це перспективна сфера для молодого бізнесу, оскільки при населенні в Україні близько 41,6 млн. осіб маємо лише 6,2 млн. ночівель у закладах колективних розміщень [24]. Та ще більш вражаючим є той факт, що лише 2 млн. українців взагалі подорожували в межах України і користувались послугами закладів розміщення. А ця цифра не досягає, навіть, 5 відсотків від загальної кількості населення.

Саме тому туризм, наразі є перспективним, а тож треба не втрачати цю можливість: ні з боку підприємців, ні з боку держави (важко уявити скільки фінансових мас держава недоотримує через відсутність інфраструктури). Звідси повернемося до Одеського регіону, який на погляд багатьох є одним із найперспективніших в цілому [24].

Як не важко помітити: Одеська область має найбільший показник за кількістю колективних засобів розміщення в Україні (Табл. 2.2.2). Одеський

регіон не поступається, навіть, Закарпаттю, Львівщині та Києву. А це може свідчити лиш про те, що Одеський регіон є одним із найперспективніших в Україні в сфері туризму. І саме ж з цієї причини, що багато підприємців помітили цю перспективність – конкуренція на ринку щільніша, ніж будь-де.

Також, варто зазначити, що саме в Одеському регіоні переважають за кількісною характеристикою саме інші заклади тимчасового розміщення, і аж ніяк не готелі та мотелі на відміну від інших регіонів, наприклад Києва (Табл.2.2). Це притаманно саме регіонам причорноморського та приазовського розташування.

Загальна кількість місць в закладах колективного розміщення по Одеському регіону складає 21707, що є найбільшим показником в Україні (Табл. 2.3). Також, беззаперечним лідером є інші засоби розміщення, а не готелі та мотелі. Тобто переважно люди в Одеську область їдуть за відпочинком, а не в бізнес-справах. Конкурентними на цьому ринку тимчасового розміщення можуть бути лише Херсонський, Миколаївський та Запорізький регіони, куди люди, також, їдуть, переважно, з метою відпочинку а не по роботі і користуються саме іншими засобами тимчасового розміщення (Табл. 2.3).

Таблиця 2.2

Кількість колективних засобів розміщень за регіонами у 2020 році

Кількість колективних засобів розміщення за регіонами у 2020 році				
	Усього	У тому числі		
		готелі та аналогічні засоби розміщення, усього	з них мають спеціально обладнані номери для осіб з інвалідністю	інші засоби розміщення
Україна	1337	728	320	609
Вінницька	10	9	6	1
Волинська	36	11	4	25
Дніпропетровська	87	60	34	27
Донецька	65	19	3	46

Житомирська	16	13	4	3
Закарпатська	48	41	12	7
Запорізька	119	15	6	104
Івано–Франківська	50	35	11	15
Київська	80	52	25	28
Кіровоградська	20	12	3	8
Луганська	7	4	1	3
Львівська	111	92	54	19
Миколаївська	83	21	2	62
Одеська	147	67	35	80
Полтавська	43	30	12	13
Рівненська	13	13	5	–
Сумська	17	9	1	8
Тернопільська	13	9	3	4
Харківська	66	37	12	29
Херсонська	70	15	4	55
Хмельницька	28	24	13	4
Черкаська	43	21	6	22
Чернівецька	11	9	2	2
Чернігівська	22	15	7	7
м.Київ	132	95	55	37

Таблиця 2.3

Загальна кількість місць у колективних засобах розміщень за регіонами у 2020р.

Загальна кількість місць у колективних засобах розміщування за регіонами у 2020 році			
			(од)
	Усього	У тому числі в	
		готелях та аналогічних засобах розміщування	інших засобах розміщування
Україна	155029	72447	82582
Вінницька	1017	-	-
Волинська	1987	692	1295
Дніпропетровська	8047	4536	3511
Донецька	7396	2221	5175
Житомирська	1193	-	-
Закарпатська	3905	3428	477
Запорізька	16169	1317	14852

Івано–Франківська	5002	4124	878
Київська	9910	4258	5652
Кіровоградська	1223	634	589
Луганська	642	-	-
Львівська	12086	10788	1298
Миколаївська	11327	2225	9102
Одеська	21707	6462	15245
Полтавська	3393	2392	1001
Рівненська	619	619	-
Сумська	1300	675	625
Тернопільська	1269	849	420
Харківська	6698	3119	3579
Херсонська	12582	1932	10650
Хмельницька	2078	1625	453
Черкаська	3076	1562	1514
Чернівецька	1135	-	-
Чернігівська	1391	945	446
м.Київ	19877	15567	4310

Виходячи з даних статистики по Одеському регіону за 2020 рік загальна кількість ночівель у закладах колективного тимчасового розміщування склала 524 888 (Табл. 2.4). Без перебільшення можна зазначити, що це є найбільший показник по всій Україні. Виключенням стає тільки місто Київ, який було виключено з переліку конкурентних регіонів за певними ознаками та причинами, що було зазначено вище. Тобто, якщо казати не цифрами а словами: Одеський регіон – найпопулярніший туристичний регіон в країні. Одеський регіон популярніший, навіть, за Львівський (489 903 ночівлі), Запорізький (499 999 ночівлі). Навіть Київська область, що по факту здебільшого є конгломерацією міста Києва має менші показники за загальною кількістю ночівель (517 560).

Окремої уваги заслуговують статистичні дані щодо середньої кількості робочих днів засобів колективного розміщування (Табл. 2.6), з якої видно, що Одеський регіон станом на 2020 рік має одні з найнижчих показників за кількістю

робочих днів: 168 днів в середньому, 260 днів у готельних комплексах та лише 91 день на рік у інших закладах колективного розміщування.

Ці дані, по-перше, свідчать про те, що робота колективних засобів розміщування, особливо таких, яких позиціонують себе як курортні комплекси є здебільшого сезонними. Загальна кількість днів за три літніх місяці складає 92 дні. Середня кількість робочих днів закладів тимчасового розміщування не готельного типу складає 91 день.

По-друге варто зазначити, що за такий короткий термін роботи, а саме загальна кількість днів роботи колективних засобів розміщування за регіонами у 2020 році складає 24675 днів (Табл. 2.5), Одеський регіон тільки по закладах тимчасового розміщування не готельного типу набирає аж 312 247 ночівель (Табл. 2.4). Це приблизно в середньому 3 431 ночівля за добу. Або, якщо поглянути на це з іншого боку: кожного дня в комплекси тимчасового розміщування не готельного типу прибуває і відбуває приблизно 504 людини. Виходячи з наведених вище даних не важко порахувати, що в середньому одна людина проводить близько 7 днів в Одеському регіоні в закладах тимчасового колективного розміщування не готельного типу. Що знову ж таки свідчить, що це здебільшого не робочі візити (1-3 днів), а саме відпочинок у відпустці.

Отже з наведених вище даних випливає те, що переважна більшість туристів, що прибувають у готельні комплекси для колективного тимчасового розміщування – це люди, які приїжджають в Одеський регіон влітку на відпочинок. Виходячи з цього відпочинкові комплекси мають використовувати максимально ефективно рекреаційні, природні, інфраструктурні ресурси, щоб зацікавити якнайбільше клієнтів.

Тобто поруч з готельними комплексами має бути море з правильно облаштованою береговою лінією, що буде придатна до купання, ідеально було б розміщати відпочинковий комплекс в місцевості, де, наприклад, дозволена рибна ловля, де є можливість зайнятись певними активними видами відпочинку, такими

як трекінг, вінд-серфінг, параглайдінг, дельтапланеризм, поїздки на водних скутерах і катерах, мандрівки на квадроциклах, дайвінг, тощо. Певну кількість активностей можна забезпечити і своїми силами на базі свого особистого відпочинкового комплексу. Також не варто забувати і про більш стандартні варіанти відпочинкових активностей: лікувальні грязі та глини, СПА-процедури, кінотеатри, дискотеки, ресторани та паби, що є невід'ємною складовою відпочинку середньо статистичного Українця.

Одним із важливих факторів є наявність і розвиток транспортної інфраструктури, оскільки станом на сьогодні, далеко не в усі курорти можна доїхати приватним транспортом через стан доріг, що вже казати про громадський транспорт.

Як ще варто зазначити, невід'ємною перевагою Одеського регіону є те, що працюючи лише 91 день на рік кількість ночівель по колективним засобам тимчасового розміщування не є меншею ніж в інших регіонах, які працюють цілий рік. А це значить, що доволі за короткі терміни наробляється основний фінансовий дохід.

Всі основні витрати на персонал і обслуговування відбуваються тільки влітку, немає потреби цілий рік витрачатись на персонал, харчування, обслуговування (варто зазначити, що все-таки мінімальні затрати взимку будуть, але вони не є настільки значними). Також, враховуючи сезонність при побудові і проектуванні відпочинкових комплексів та закладів не треба закладатись на утеплення, опалення, додаткову вентиляцію, снігоприбиральну техніку, дренажі та і взагалі на все, що пов'язано із зимовою експлуатацією. А це значно зменшує необхідний бюджет для побудови комплексів, при чому ні разу не зменшує кількість зароблених фінансових мас за рік.

Кількість ночівель осіб у колективних засобах розміщування за регіонами у
2020 році

Кількість ночівель осіб у колективних засобах розміщування за регіонами у 2020 році			
			(од)
	Усього	У тому числі в	
		готелях та аналогічних засобах розміщування	інших засобах розміщування
Україна	6227427	3499309	2728118
Вінницька	67934	-	-
Волинська	62178	30362	31816
Дніпропетровська	365549	230211	135338
Донецька	404757	71023	333734
Житомирська	105056	-	-
Закарпатська	163861	155091	8770
Запорізька	499999	87279	412720
Івано–Франківська	272382	261066	11316
Київська	517560	193557	324003
Кіровоградська	48524	38977	9547
Луганська	36546	-	-
Львівська	489903	468547	21356
Миколаївська	338747	112765	225982
Одеська	524888	212641	312247
Полтавська	183895	149220	34675
Рівненська	28245	28245	–
Сумська	41143	34128	7015
Тернопільська	32334	23265	9069
Харківська	209884	119209	90675
Херсонська	365013	64186	300827
Хмельницька	119813	65879	53934
Черкаська	106137	57911	48226
Чернівецька	48104	к	к
Чернігівська	67807	64555	3252
м.Київ	1127168	885614	241554

Таблиця 2.5

Загальна кількість днів роботи колективних засобів розміщування за
регіонами у 2020 році

Загальна кількість днів роботи колективних засобів розміщування за регіонами у 2020 році			
			(днів)
	Усього	У тому числі	
		готелів та аналогічних засобів розміщування	інших засобів розміщування
Україна	276246	197142	79104
Вінницька	2660	к	к
Волинська	4008	2524	1484
Дніпропетровська	22819	18157	4662
Донецька	11458	4741	6717
Житомирська	5222	к	к
Закарпатська	9691	8803	888
Запорізька	15027	4286	10741
Івано–Франківська	9415	7647	1768
Київська	18682	13695	4987
Кіровоградська	4125	3373	752
Луганська	1959	к	к
Львівська	28963	24557	4406
Миколаївська	11589	5584	6005
Одеська	24675	17429	7246
Полтавська	12195	9570	2625
Рівненська	4209	4209	–
Сумська	3874	2915	959
Тернопільська	3063	1918	1145
Харківська	14480	9627	4853
Херсонська	9788	3719	6069
Хмельницька	8299	7021	1278
Черкаська	6744	5183	1561
Чернівецька	2683	к	к
Чернігівська	5120	4378	742
м.Київ	35498	27767	7731

Середня кількість днів роботи колективних засобів розміщування за
регіонами у 2020 році

Середня кількість днів роботи колективних засобів розміщування за регіонами у 2020 році			
			(днів)
	Усього	У тому числі	
		готелів та аналогічних засобів розміщування	інших засобів розміщування
Україна	207	271	130
Вінницька	266	-	-
Волинська	111	229	59
Дніпропетровська	262	303	173
Донецька	176	250	146
Житомирська	326	-	-
Закарпатська	202	215	127
Запорізька	126	286	103
Івано–Франківська	188	218	118
Київська	234	263	178
Кіровоградська	206	281	94
Луганська	280	-	-
Львівська	261	267	232
Миколаївська	140	266	97
Одеська	168	260	91
Полтавська	284	319	202
Рівненська	324	324	-
Сумська	228	324	120
Тернопільська	236	213	286
Харківська	219	260	167
Херсонська	140	248	110
Хмельницька	296	293	320
Черкаська	157	247	71
Чернівецька	244	-	-
Чернігівська	233	292	106
м.Київ	269	292	209

Загалом на фоні пандемії, локдаунів та нестабільної економічної ситуації 2020 рік став роком розчарування, оскільки кількість ночівель у засобах тимчасового колективного розміщування зменшилась більш ніж в два рази. Але, в цілому, якщо порівнювати з іншими регіонами, то позитивна динаміка розвитку готельних комплексів в Одеському регіоні не зазнала суттєвих змін. Враховуючи, особливо той факт що певна кількість засобів тимчасового колективного розміщування взагалі перестала проводити діяльність з надання послуг кількість ночівель на один заклад просіла, але не настільки щоб зробити переважну кількість закладів нерентабельною.

Так наприклад у 2018 році по Одеському регіону кількість ночівель складала 1 134 017 на всі комплекси (Табл. 2.7) при 177 закладах тимчасового колективного розміщування (Табл. 2.9). Тобто на кожен заклад в середньому припадало приблизно 6 406 ночівель (беремо саме цей показник зі всієї статистики, як осново творчий при прорахуванні моделі комплексу). У 2019 році кількість ночівель вже склала 1 224 294 ночівель у комплексах тимчасового колективного розміщування (Табл. 2.8) . При тому маємо 187 закладів розміщування (Табл. 2.10). Тобто виходить 6 547 ночівель приблизно в середньому на один заклад розміщування. У 2020 році кількість ночівель у закладах колективного тимчасового розміщування значно зменшилась і склала всього 524 888 ночівель. Але варто ще зазначити, що зменшилась і кількість закладів для туристів, а саме їх стало 147. Якщо підрахувати кількість ночівель, яка припадає в середньому на один заклад, то отримаємо 3 570.

Як бачимо вся ситуація з пандемією загально негативно вплинула на туризм в Одеському регіоні, навіть, не зважаючи на те, що здавалося б, що саме під час закриття кордонів та виникнення труднощів з виїздом за кордон, за прогнозами дослідників мусив би активно розвиватися внутрішній туризм .

Кількість ночівель осіб у колективних засобах розміщування за регіонами
у 2018 році

Кількість ночівель осіб у колективних засобах розміщування за регіонами у 2018 році			
			(од)
	Усього	У тому числі в	
		готелях та аналогічних засобах розміщування	інших засобах розміщування
Україна	12768626	7103662	5664964
Вінницька	148565	96711	51854
Волинська	187299	72732	114567
Дніпропетровська	954349	377121	577228
Донецька	586072	111066	475006
Житомирська	101468	100702	766
Закарпатська	241179	186973	54206
Запорізька	940127	125263	814864
Івано–Франківська	465556	320135	145421
Київська	782318	395644	386674
Кіровоградська	96936	76177	20759
Луганська	67526	41402	26124
Львівська	1401561	1325860	75701
Миколаївська	527006	100336	426670
Одеська	1134017	414030	719987
Полтавська	307215	253833	53382
Рівненська	112481	96030	16451
Сумська	76622	64699	11923
Тернопільська	97183	83014	14169
Харківська	438796	314578	124218
Херсонська	895337	79503	815834
Хмельницька	249419	161080	88339
Черкаська	192354	119818	72536
Чернівецька	118361	92597	25764
Чернігівська	87376	70642	16734
м.Київ	2559503	2023716	535787

Таблиця 2.8.

Кількість ночівель осіб у колективних засобах розміщування за регіонами у
2019 році

Кількість ночівель осіб у колективних засобах розміщування за регіонами у 2019 році			
			(од)
	Усього	У тому числі в	
		готелях та аналогічних засобах розміщування	інших засобах розміщування
Україна	12446841	7040927	5405914
Вінницька	151652	101399	50253
Волинська	134495	43043	91452
Дніпропетровська	830161	338063	492098
Донецька	726267	181259	545008
Житомирська	200775	100835	-
Закарпатська	227996	197111	30885
Запорізька	883721	128323	755398
Івано–Франківська	399461	305073	94388
Київська	873752	421090	452662
Кіровоградська	105757	83714	22043
Луганська	57561	37409	20152
Львівська	1334232	1271895	62337
Миколаївська	465783	117780	348003
Одеська	1224294	433111	791183
Полтавська	304807	253172	51635
Рівненська	102845	75766	-
Сумська	76229	65631	10598
Тернопільська	88230	74383	13847
Харківська	435288	299985	135303
Херсонська	611037	73256	537781
Хмельницька	254897	168397	86500
Черкаська	192342	129981	62361
Чернівецька	133355	89061	44294
Чернігівська	87101	71919	15182
м.Київ	2544803	1979271	565532

Таблиця 2.9

Кількість колективних засобів розміщування за регіонами у 2018 році

Кількість колективних засобів розміщування за регіонами у 2018 році				
				(од)
	Кількість колективних засобів розміщування, усього	У тому числі		
		готелі та аналогічні засоби розміщування		інші засоби розміщування
		усього	з них мають спеціально обладнані номери для осіб з інвалідністю	
Україна	1591	789	284	802
Вінницька	22	18	7	4
Волинська	72	16	6	56
Дніпропетровська	93	52	31	41
Донецька	78	15	3	63
Житомирська	17	16	2	1
Закарпатська	54	42	12	12
Запорізька	123	15	5	108
Івано–Франківська	67	46	9	21
Київська	86	52	16	34
Кіровоградська	30	12	2	18
Луганська	9	6	2	3
Львівська	129	104	44	25
Миколаївська	102	22	2	80
Одеська	177	67	32	110
Полтавська	43	31	11	12
Рівненська	17	15	5	2
Сумська	21	12	2	9
Тернопільська	14	10	4	4
Харківська	67	38	14	29
Херсонська	107	24	2	83
Хмельницька	33	24	10	9
Черкаська	54	22	2	32
Чернівецька	11	8	1	3
Чернігівська	25	15	7	10
м.Київ	140	107	53	33

Кількість колективних засобів розміщування за регіонами у 2019 році

Кількість колективних засобів розміщування за регіонами у 2019 році				
				(од)
	Усього	У тому числі		
		готелі та аналогічні засоби розміщування, усього	з них мають спеціально обладнані номери для осіб з інвалідністю	інші засоби розміщування
Україна	1626	792	357	834
Вінницька	21	16	8	5
Волинська	61	13	7	48
Дніпропетровська	106	59	31	47
Донецька	88	17	5	71
Житомирська	19	17	3	2
Закарпатська	59	49	19	10
Запорізька	133	17	11	116
Івано-Франківська	64	44	12	20
Київська	96	59	29	37
Кіровоградська	37	16	4	21
Луганська	11	6	2	5
Львівська	130	106	53	24
Миколаївська	103	22	4	81
Одеська	187	72	49	115
Полтавська	44	30	12	14
Рівненська	18	15	5	3
Сумська	21	11	3	10
Тернопільська	15	11	5	4
Харківська	73	38	12	35
Херсонська	88	17	6	71
Хмельницька	31	24	9	7
Черкаська	55	24	8	31
Чернівецька	13	9	2	4
Чернігівська	24	14	8	10
м.Київ	129	86	50	43

2.3. Проблеми діяльності готельних комплексів та шляхи їх вирішення.

Розглянувши статистичні дані щодо стану та розвитку готельних господарств в Одеському регіоні та Україні загалом, ми можемо виділити такі проблеми чи особливості ведення готельного бізнесу: сезонність, застаріле оснащення як технічне, так і матеріальне, сертифікація, запровадження інновацій та цифрових технологій, а також проблеми, що пов'язані з гостинністю, тобто безпосереднім обслуговуванням.

Готельні комплекси Одеського регіону мають спільну рису, яка пов'язана із сезонністю. В минулому підрозділі ми визначили, що більшість закладів отримують свою найбільшу частку прибутку саме впродовж 91 дня, що складає приблизно 3 місяці літа. Це зумовлено як і розташуванням регіону так і його специфікою. Звідси ми можемо зробити висновок, що здебільшого готельні підприємства Одеської області орієнтуються на виключно літній курортний відпочинок.

Таким чином ми можемо побачити готелі, що намагаються мінімалізувати збитки в несезонний час, інші можуть зовсім закритися. Наприклад, такі курорти Татарбунарського району як Расейка, Катранка, Приморське або Лебедівка чи Сергіївка повністю закривають свою діяльність у вересні місяці, де сприймають зимовий період як час для реконструкції чи підготовки до нового сезону.

Деякі готельні комплекси намагаються замінити відсутність літніх ресурсів різними послугами, як от спа, різноманітні екскурсії тощо. Проте постає питання раціональності, адже чи вигідно долати туристам велику відстань, щоб доїхати до певного готельного комплексу у віддаленому для них регіоні, чи краще буде знайти альтернативу поближче. З однієї сторони, рекреаційний ресурс моря не є менш цінним від зміни пори року. Так само можна сказати і про бальнеологічні курорти, такі як Куяльник. Але все одно говорити про тотальну успішність в

подоланні сезонності за таких умов ми не можемо, адже насправді Одеський регіон, так само як і Крим не мають потрібної організації для відпочинку в несезонний час, оскільки більшість туристичних баз просто не мають необхідних умов для відпочинку в холодну пору року [58, С. 9].

Ще одним фактором, який може провокувати зменшення потоку туристів у міжсезоння – це фінансове забезпечення населення та кількість відпускних днів. В першу чергу варто зазначити, що відпустка працеспроможного громадянина України складає близько 24 календарних днів [68]. А відтак ми можемо говорити про невеликий термін для здійснення подорожей з метою відпочинку. Таким чином перед людьми постає очевидний вибір найкращого періоду для рекреації. Туристам не вигідно витратити переважну кількість своїх відпускних днів на відпочинок не в сезон на морському побережжі.

Внаслідок цього постає питання: чи варто взагалі вважати сезонність проблемою. Морські курорти зазнають піку своєї діяльності саме влітку, коли вони найбільше будуть потрібні, та отримують від цього гарний дохід. При цьому готельні комплекси максимально використовують свої ресурси в сезон, таким чином виснажуючи їх. Відтак потрібен час на реконструкцію чи покращення, які просто не раціонально здійснювати в період можливого найбільшого прибутку.

Також варто звернути увагу, що персонал у віддалених районах Одеської області – це переважно жителі тамтешніх міст і сіл, для яких сезонна робота є чудовим варіантом працевлаштування. Те ж стосується і студентів, які під час літніх канікул повертаються додому і шукають тимчасовий підробіток.

Звідси хочеться окреслити ще одну особливість українського ринку готельної індустрії, яка полягає в тому, що кількість «інших засобів для розміщення», а тобто комплекси будинків, приміщення квартирних типу, що здаються в оренду, тощо [32], в статистичних даних займають більшу частку всіх типів розміщення. А відтак ми можемо говорити, що це не постійний бізнес, а саме тимчасовий. Схожа ситуація із кемпінгами, які по своїй суті просто не

можуть бути використаними не в теплий період пори. Це все зумовлює сезонність і водночас їй закономірно підпорядковується.

Таким чином ми не можемо говорити про сезонність як недолік, адже це скоріше особливість, яку підприємці приймають і пристосовуються до неї, або ж ще з самого початку врахували це у специфіці своєї роботи.

Наступний аспект, на який ми звернули увагу, є гостинність. Гостинність закладу є чи ненайважливішою складовою готельного бізнесу і водночас запорукою його успішності. Загалом готельна справа входить до загальної ідустрії гостинності, яка включає також й інші сфери, що пов'язані з обслуговуванням [58, С.3]. Ми ж розглянемо гостинність з більш вузької точки зору – якісне обслуговування туристів. Гостинність може проявлятися у більш загальних явищах в готельній справі, як от наприклад безпосереднє надання послуг з розміщення, так і допоміжних: прання речей, доставка, прибирання номерів та інші допоміжні послуги готелю.

Водночас гостинність по своїй природі означає доброзичливість. Таким чином це стосується відносин між клієнтами готельного комплексу і персоналом чи безпосередніми власниками. Надання якісних послуг – це проявлення гарного ставлення до туристів. Окрім цього, це є інструментом для отримання прибутку, чим вищий рівень послуг, тим більше буде відвідуваність, а відтак дохід, а згодом і прибуток.

Для відзначення якості послуг та їх контролю використовують сертифікацію готельних комплексів, яка також має назву категоризація. Кожен готель має право отримати право отримати категорію згідно з положенням Кабінету міністрів України. Однак в той же час, це не є примусовим [41]. А відтак виникає проблема контролю якості, адже не сертифіковані заклади не матимуть стимулу слідувати загальним умовам, які було прийнято для всієї ідустрії, або ж будуть тоді вибірковими.

Контроль якості послуг не сертифікованих готельних комплексів, на жаль, ніяк не здійснюється. Звичайно, існують інстанції, які перевіряють рівень безпеки закладу, як от щодо пожежної безпеки чи наявність медичних книжок у персоналу. Також звертається увага на порядок проведення бронювання, поселення та інших більш технічних особливостей [42]. Таким чином туристи на власному досвіді здійснюють «перевірку» якості надання послуг, що і зумовлює проблему більшості готельних комплексів – відсутність загальноприйнятих стандартів та відповідно їх дотримання.

Подібна ситуація стосується невеликих готельних комплексів чи інших засобів розміщення, таких як кемпінг наприклад. Нині в Одеському регіоні надзвичайно мало організованих кемпінгів, а якщо вони є, то не існує жодних стандартів їх організації чи надання додаткових послуг.

Окрім цього, все пов'язане із з місцевістю, де розміщується готельний комплекс, тобто курортом, що призводить до огляду локального ринку. Наявність на цьому ринку готельних комплексів різних категорій і типів зумовлює певну конкуренцію, і чим більшою є та конкуренція, тим вищою буде якість послуг, адже відбуватиметься боротьба за клієнта.

Звідси можемо стверджувати, що конкуренція є засобом для підвищення якості послуг. Окрім цього, для того, щоб уникнути проблем зі стандартизацією, слід встановити загальні стандарти якості надання послуг для всіх готельних підприємств, незалежно від їх сертифікації або ж відредагувати положення про контроль лише категоризованих закладів.

Також чудовим інструментом контролю якості послуг є безпосередньо самі туристи. Завдяки діджиталізації наразі відкрито всі шляхи для коментування та оцінення засобів розміщення найрізноманітніших видів. Це можна зробити як і на «Гугл мепс», так і на безпосередніх сайтах готельних комплексів чи професійних тематичних форумах, як от «Тріп Едвайзер», які нині повністю

замінили книгу скарг та пропозицій, адже 6 березня 2019 року дані цифрові платформами стали офіційними порталами [22].

Такі ресурси є максимально вигідними для кожної з сторін. В першу чергу власники чи менеджери готельного комплексу зможуть побачити наявність тієї чи іншої проблеми та згодом вирішити її. Тобто таким чином налагоджується комунікація з туристами, адже можна відразу побачити, що і як варто покращити чи змінити. Окрім цього це забезпечує чудову рекламу закладу, оскільки завдяки позитивним коментарям рейтинг закладу підвищиться.

З іншої сторони клієнт може висловити свої враження про готель, таким чином надавши інформацію для потенційних відвідувачів. Однак в той же час існує небезпека необ'єктивності, що залежить від великої кількості чинників, які також можуть бути надто особистісними для надання якоїсь оцінки. Або це може бути особисте бачення людини, її власне сприйняття різних послуг тощо, що абсолютно не стосуватиметься самої якості послуги.

Також внаслідок конкуренції, можуть виникати оманливі коментарі, які не будуть відповідати дійсності. Такі коментарі дуже важко відрізнити від звичайних, а таким чином у потенційного клієнта формується неправильне враження від готельного комплексу.

Як уже зазначалося раніше, ринок послуг є дуже щільним, конкурентним та жорстоким. Відтак якість надання послуг повинна виражатися не лише в умовах проживання, які надає підприємець готельного бізнесу, а й в безпосередній роботі персоналу, який по суті є представником готельного комплексу, його «обличчям».

Проблема підбору персоналу та якісного управління ним, який врешті виливається у проблему неякісного обслуговування заслуговує беззаперечної уваги. Існують стандарти як мусить виглядати персонал, яким чином і як швидко буде обслуговувати клієнтів тощо. Однак часто бажане якісне обслуговування залишається лише бажаним. Так часом трапляється при неправильному підборі

людей, неправильному менеджменті, відсутності мотивації чи конкретних правил і цінностей. Все це на кожному з етапів може негативно вплинути на розвиток бізнесу.

Варто зазначити, що як таких затверджених стандартів не існує для несертифікованих закладів, що спонукає останніх діяти на власний розсуд. Стандарти при цьому формують загальні правила, яких слід буде дотримуватися, а відтак вони є точним наочним прикладом, відсутність якого може призвести також і до нерозуміння персоналу своїх непрямих обов'язків, тобто не технічних, а «гостинності».

Для того, щоб правильно підібрати персонал для конкретного закладу потрібно розуміти безпосередньо його специфіку та особливості. Від рівня закладу часто залежатимуть і вимоги до кандидатів, і розмір заробітної плати. Остання становитиме головну мотивацію для якісного виконання своїх обов'язків. В той же час не варто забувати про постійне навчання власного персоналу, заохочувати та пропонувати їм відвідування тренінгів, що підвищить їхню кваліфікацію.

В будь-якому випадку, сфера послуг – це робота з людьми і різних іпостасях, а тому варто також звертати увагу на те, що персонал перенасичується часто емоціями від спілкування з клієнтами, а тому варто допомогти йому висловитися, таким чином провівши рефлексію, яка також неодмінно позитивно вплине на подальшому працю, адже допоможе вирішити проблему через яку персонал почав нервувати, а також і заспокоїтись та відновити сили.

Таким чином ми можемо побачити формування нових відносин між начальниками і персоналом, де посередником буде менеджер, який допоможе вибудувати довірливі стосунки між колегами та оптимізувати їх, а не загострити як в моделі «керівник-підлеглий» [39, С. 225-226].

Ще одним аспектом, який відрізняє український ринок готельної індустрії від іноземного, знову пов'язаний з відносно невеликою категоризацією готелів, адже

здійснювати бронювання глобальними цифровими програми просто неможливо заклади, які не мають сертифікації. Таким чином іноземцям по суті доступною є лише невелика частка готельних комплексів, які все ж пройшли дану процедуру.

Глобальні дистриб'юторські системи відкривають потенційних шлях для іноземних туристів в Україну, адже подорожуючи в інші країни зазвичай туристи хочуть мати гарантію гарного і комфортного відпочинку. На даний момент державна та місцеві влади повинні бути зацікавлені у збільшенні частки іноземних туристів, бо як показала статистика, у 2020 році внутрішній туризм припинив свою позитивну динаміку. Відтак стимулювання готельних комплексів до отримання сертифікацій гарно позначиться як на розвитку туризму в Україні, так і на економіку загалом.

Комп'ютеризація в роботі готельної індустрії – це чудові інновації, які, на жаль, багато невеликих підприємств обходять стороною. Особливо це відчутно у курортах, де залишилася велика частка туристичних баз відпочинку, що були побудовані ще за радянських часів. З однієї сторони підприємці не проти діджиталізації, з іншої відсутність навичок та знань в даній області змушує їх вернутися до більш знайомих і перевірених методів.

Рябенюка М.О., Когут А.Л., Пірус Т.Р. [51] відзначають, що основною перешкодою до ведення підприємствами інновацій є їх рентабельність. Термін, за який окупляться інновації і приносять прибуток, термін дії та експлуатації, недосвідченому підприємцю надзвичайно важко визначити, а таким чином слід звертатися до професіоналів в цій сфері, що зможуть представити повністю фінансовий план даного проекту по введенню інновацій [51, С. 6-7]. Також дослідники вказують те, що державна політика не зацікавлена в підтримці інновацій стосовно економічних суб'єктів в сфері обслуговування і надають перевагу промисловому напрямку [51, С. 8].

Існує також думка, що причиною відмов від інновацій є нестача коштів, тобто підприємці не мають достатнього капіталу для запровадження нового [51,

С. 8-9]. Важливо зазначити, що при відсутності гарних доходів, про інновації складно говорити, однак без них збільшити його буде ще важче, а це в свою чергу призведе до замкненого кола. Тому варто його розірвати, адже навряд суспільство повернеться до старого, маючи досвід відпочинку по-новому.

Таким чином багато підприємців уникають невідомого та незрозумілого, що призводить до кризи в готельному бізнесі, адже вони не розвиваються разом з усім суспільством, що призводить в свою чергу до дисгормонії попиту та пропозиції.

Для того, щоб вирішити дану ситуацію слід підприємцям бути зацікавленими у змінах. При страхах варто звертатися до світового досвіду впровадження тих чи інших інновацій. Таким чином на прикладі іноземних готельних комплексів можна впроваджувати інновації на власному бізнесі. Однак варто не забувати, що іноземний досвід є доречним на їх власному ринку, а тому підприємці повинні враховувати тенденції та спроможності українського ринку, особливо попит саме українських туристів, які становлять основну частину туристичних потоків в Одеському регіоні.

Альховіцька О.Є. схиляється до думки, що поліпшити ситуацію, включно із проблемами впровадження інновацій зможе пільговий податковий режим для підприємців, що допоможе зекономити частину доходу для подальшого вкладення їх у розвиток свого готельного бізнесу [58, С 11]. Також дослідниця вказує, що внутрішній туризм можна більше розвинути, якщо ввести знижку на податки для громадян України, а також для іноземних резидентів, які планують провести відпустку в Україні [58, С. 10]. Однак реальність реалізації даних пропозицій доволі сумнівна, а в час пандемії, можна сказати, що є просто неможливою.

Звичайно, існує проблема, що підприємці не зможуть самостійно дослідити дану ситуацію, а відтак слід звертатися до науковців, що мусять бути зацікавлені в дослідженні даної тематики та зможуть на конкретних прикладах

продемонструвати яким чином можуть діяти інновації. Саме для цього в нашому дослідженні ми пропонуємо проект по реставрації готелю «Славутич», де запропонуємо різноманітні шляхи покращення діловодства та впровадження інновацій. Результатом нашого експерименту стане опитування туристів, які отримали у 2021 році досвід послуг в даному готельному комплексі.

Отже, у другому розділі нашого дослідження ми описали світовий досвід ведення господарства та вияснили, яким чином найуспішніші готельні комплекси світу досягли визнання та чим приваблюють туристів. Таким чином ми окреслили шляхи досягнення успіху в готельній справі, що в подальшому можуть знадобитися як приклад для наслідування підприємцями Одеського регіону.

Також ми провели аналіз статистичних показників, що продемонстрували стан та розвиток готельного господарства в Одеському регіоні та прийшли до висновку, що Одеська область має позитивну динаміку розвитку, однак в період пандемії, особливо у 2020 році сповільнила своїм темпи. Порівняно з іншими регіонами України, Одеський займає лідируючі позиції, що свідчить про сприятливу атмосферу проведення готельної справи в даній області.

Нам вдалося виявити такі проблеми готельних комплексів в Одеському регіоні: сезонність, застаріле оснащення як технічне, так і матеріальне, сертифікація, запровадження інновацій та цифрових технологій, а також проблеми, що пов'язанні з гостинністю, тобто безпосереднім обслуговуванням. Також ми запропонували певні шляхи їх вирішення, які на нашу думку, можуть позитивно вплинути на розвиток готельного бізнесу в регіоні.

Таким чином ми можемо охарактеризувати Одеський регіон як область, де готельна справа активно розвивається, і завдяки подоланню певних проблем зможе вийти на світовий рівень якості надання послуг.

Розділ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ «СЛАВУТИЧ»

3.1 Готельний комплекс «Славутич»: сучасний стан і проблеми

Готельний комплекс «Славутич» розташований на півдні Одеського регіону в Татабурнарському районі, в населеному пункті Приморське. Знаходиться в межах рекреаційної зони Росейка, що налічує близько 50 об'єктів готельної інфраструктури [49].

Особливість курорту Росейки полягає у його природних ресурсах. В першу чергу – це морський курорт, який відомий своїми широкими та довгими береговими лініями, що врешті стали чудовим ресурсом для створення чудових пляжів (Додаток Б). Берегова лінія є настільки тяглою, що з курорту Росейка можна дійти по узбережжю до Лебедівки чи Приморського.

Також характерною рисою курорту є близькість до лиманів. Серед них озера: Джантшейське, Малий Сасик, Кундук (Сасик), Шигани. Всі вони займають місце посередника між самим курортом і морем, відтак було прокладено містки через лимани, які надають доступ туристам до останнього. Дані водойми не лише створюють неповторну атмосферу для відпочинку, а й надають можливості готельним підприємствам розвивати риболовлю в даному регіоні. Таким чином до закладів буде потрапляти найсвіжіша риба, а відтак туристу отримають унікальна можливість відчутти безпосередньо локальну кухню. Окрім цього, це чудовий спосіб для забезпечення додаткових послуг від готелів, адже риболовля є доволі популярним заняттям серед туристів.

Оскільки курорт знаходиться в межах національного природного парку «Тузовські лимани», то можемо зауважити, що перебуваючи на відпочинку у курорті Росейка, туристам буде зручно потрапити на екскурсію до парку та

наживо побачити більше 300 видів птаства, більше 20 яких занесено до Червоної книги України [50]. Споглядати пташачі перельоти та гніздування можна завдяки Євроазітському шляху, який пролягає через ці території.

Також дана місцевість славиться бальнеологічними курортами завдяки лиману Шигани. І хоч вони не мають безпосереднього стосунку до Росейки, однак відстань протяжністю в 30 км не є перепорою. Лікування цілющими грязями є доступним для усіх туристів. Ропу ж можна знайти в будь-якому з вказаних лиманів, в тому числі на території курорту Росейка.

Окрім вказаних туристичних ресурсів, варто також згадати і місцеві виноробні. Серед них сімейна виноробня «V. Petrov», що знаходиться в селі Струмок, Татарбунарського району, налічує 76 га виноградників і позицінували себе як першого виробника органічних вин в Україні [37]. Туди можна приїхати як і для того, щоб насолодитися вином, так і на екскурсію. Також до 2019 року існував Татарбунарський виноробний завод, продукцію якого як і дегустацію можна було раніше отримати у фірмових магазинах біля курортну Росейка, Катранка та Приморське.

Найбільшою перлинаю цього регіону є Дунайський біосферний парк та с. Вилково, про які ми розповідали у першому розділі нашого дослідження. Саме екскурсії спрямовані до даних природних і культурних об'єктів є найбільш цікавими і популярними серед туристів.

Таким чином ми змогли представити переваги курорту Росейка. Однак існує ряд недоліків. Багато туристів схиляється до того, що розташування самого курорту є занадто віддаленим від популярних туристичних доріг. Це зумовлює важкість добирання до даного курорту. Особливо негативно впливала відсутність безпосередньої асфальтованої дороги аж до 2021 року [3]. Часто було просто неможливо дістатися дестинації власним авто, адже в час непогоди, більшість автомобілів просто могли загрузнути в місцевих ґрунтах. Що ж до іншого транспорту, то це могли бути приватні перевізники, котрі вирушили з Києва,

Харкова та Одеси, що значно зменшувало кількість потенційних туристів з інших регіонів. Також були наявні рейсові перевезення з м. Татарбунари та Ізмаїл. Залізничний транспорт відсутній.

Саме завдяки збільшенню туристичного попиту та діяльності місцевих підприємців врешті вдалося прокласти дорогу до курорту. Однак при цьому існує проблема в організації дорожнього простору безпосередньо в межах самого курорту, де досі дороги залишилися не заасфальтованими.

Неоднозначною особливістю курорту, як ми то вже зауважували раніше, є пішохідні дерев'яні мости через лимани. З однієї сторони можна вважати їх перевагою, адже це створює певну індивідуальність курорту, його особливу інфраструктуру і вигляд, з іншої – це негативне явище. В першу чергу, мости створюють додатковий бар'єр доступу до моря, збільшують час добирання до пляжу, який до того ж є частково небезпечним, адже на мості часто можуть знаходитися вужі.

Також є проблема із самою конструкцією мостів, яка є абсолютно ненадійною, а під впливом природних стихій ще й часто руйнується. Всього на території курорту присутні 5 таких мостів, і щороку підприємці самостійно їх ремонтують. Звідси стає очевидно, що великі кошти ніхто не буде витратити на реконструкцію мостів, адже це є добровільним. Місцева влада ніяк не сприяє якісному ремонту та встановленню надійних сучасних конструкцій. Тим часом мости варто ремонтувати декілька разів на сезон, адже кількість туристів є значно більшою, ніж може витримати міст, а це в свою чергу призводить до заторів. Відтак для того, щоб потрапити до пляжу, туристам доводиться пройти небезпечний міст, що аж ніяк не стимулює до відпочинку.

Проблема туристичної інфраструктури у курорті Росейка є настільки виразною, що часто стає причиною відмови туристів користуватися послугами даного курорту. Однак, існує певна категорія туристів, які не зважаючи ні на що, згодні приїжджати туди за будь-яких умов. Це спричинено в свою чергу

бюджетністю відпочинку. Переважна кількість готельних комплексів належать до ще радянських часів побудови. Серед них туристичні бази відпочинку для працівників різних сфер, це можуть бути заклади для відпочинку працівників конкретного заводу чи лікарні тощо. Велика частка усіх туристичних баз була створена для користування дітьми.

Таким чином ми можемо спостерігати готельні комплекси, що надають не найкращі умови для розміщення. Туристів приваблює в даному випадку ціна, яка порівняно з іншими курортами є значно нижчою. Наприклад, в курортному поселенні Лебедівка, що знаходиться зовсім поруч з Росейкою, вартість відпочинку і готельному комплексі буде приблизно складати від 500 грн за ніч на одну людину [26]. В Росейці найнижча ціна складає 250-300 грн [47]. Однак не варто узагальнювати, в останні роки на території курорту побудувалося чимало нових готельних комплексів або ж реконструйовано старі, що приваблює нових туристів.

Ще одним значним неділоком курорту Росейка є відсутність прісної води для технічного використання. Таким чином туристи будуть вимушені змивати сіль після моря такою ж солоною водою у себе в номері. Окрім цього, під впливом солі більшість сантехніки доводиться постійно змінювати, адже вона роз'їдає хромне покриття кранів, душу тощо.

Це питання є на стільки ж критичним, на скільки й важким у вирішення, адже поклади прісної води не були знайдені на території курорту. На даль, ні місцева, ні обласна влади не борються з цією проблемою. А тим часом навіть поставлення прісної питної води є обов'язком лише готельних підприємців, який при цьому є доволі дорогим, оскільки всім навколишнім поселенням притаманна така ж проблема.

Розглянувши загальну ситуацію на курорті Росейка, звернемо увагу на готельний комплекс «Славутич» розташований вздовж центральної вулиці курорту, що є його неодмінною перевагою, адже тільки на центральній вулиці

знаходяться продуктові та сувенірні ринки, ресторани та бари. При цьому, він все одно є віддаленим від шумних просторів, а тому може вважатись спокійним місцем для відпочинку. Окрім цього, готельний комплекс знаходиться і на в'їзді до курорту, а відтак першим, що бачить турист – це готель «Славутич».

Загалом, «Славутич» має дуже вигідне розташування, оскільки він знаходиться близько до центрального мосту, який при цьому є найкоротшим і найдоглянутішим, що є безперечно позитивним аспектом, зважаючи на стан мостів загалом. Звідси близькість до моря складає близько 7-10 хв, що для курорту Росейка є гарним показником.

Готельний комплекс має доволі тяглу історію. Побудований він був у 1980-их роках як дитячий табір, а за часів незалежності продовжив працювати у звичному режимі. Нині ж це туристична база відпочинку, яка орієнтована на туристів будь-якої вікової категорії та типу відпочинку, однак здебільшого саме для сімейного виключно в літній час.

Територія «Славутича» дуже відрізняється від інших готельних комплексів, оскільки вона рясно засаджена деревами, переважно аличою. Це створює не тільки затишок, а й прохолоду, яка є неоціненною перевагою в літню пору року.

На території комплексу знаходяться 32 дерев'яних будиночка, котрі можуть вміщувати в середньому 4-6 людей. Відтак місткість комплексу складає 150 осіб. Також наявні 4 будиночки для персоналу, ангар та їдальня з кухнею. На жаль, стан всіх об'єктів знаходиться не просто в поганому стані, а навіть в аварійному, зокрема самі будиночки.

Приміщення кухні знаходиться в занедбаному стані і, не зважаючи на косметичний ремонт(Додаток В), потребує термінової реконструкції: вікна стіни не є цільними, а сама конструкція вже давно покосилася. Кухня не змінювала свого обладнання ще з радянських часів. А відтак вона просто не справляється зі своїми функціями. Наприклад, тогочасна вентиляція та витяжка майже зовсім не

працюють, таким чином створюючи лише нестерпний шум та задуху. Окрім того, що це застаріла технологія, вона просто непридатна до чистки, що згідно з санітарними нормами так само як і саме приміщення просто унеможливило ліцензування закладу. Однак не зважаючи на це, туристична база продовжувала працювати.

Зважаючи на велику місткість готельного комплексу, на кухні відсутня посудомийна та сушильна машини, а також професійні варильні плити та духові шафи. Це та багато іншого професійного обладнання просто не існує. Натомість було встановлено мобільні електроплити, що створює складнощі для працівників, адже їх кількість не відповідає попиту. Наявні також холодильники, однак вони не призначені для використання саме на кухні закладу масового харчування. Що ж до інвентарю, то ситуація набагато краща, оскільки він представлений більш сучасними професійними гастроємностями, кастрюлями та пательнями, однак їх кількість теж є недостатньою.

Ангар нині являє собою склад, однак раніше він виконував функцію спортивного та актового залів, адже був розділений на два приміщення (Додаток Г). Плин часу насправді не завдав шкоди конструкції. Основну проблему складає цільність вікон та й загалом повністю їхній стан.

Будиночки для туристів знаходяться в аварійному стані (Додаток Д). В першу чергу це сталося через їх будівельний матеріал – дерево, яке під впливом часу та природних стихій просто втратило свої властивості. Таким чином всі будиночки покосилися, утворили щілини, часом навіть діри, через які легко можуть проникнути різні комахи та тварини. Схожа ситуація і з дахом будиночків, однак їх все ж час від часу ремонтували, що допомогла принаймні в боротьбі з протіканням.

Всередині кожен будиночок ділиться на два номери, кожен з яких має по 2 кімнати та душ і туалет. Організація простору хоч є досить простою, однак при

цьому і зручною. Основна проблема полягає не в інтер'єрі, який окрім того, що неякісний, то ще й застарілий і потребує негайного ремонту (Додаток Е).

Окрім цього, через проблеми самої конструкції виникла пліснява, боротися з якою вже неможливо, оскільки деревина прогнила з середини, а відтак загальна вологість і морський клімат просто унеможливають за таких обставин будь-яку боротьбу. Також існує проблема з комунікаціями, які хоч і наявні, однак все ж є застарілими та небезпечними, як і через конструкцію, так і через сам свій стан.

Загалом ситуація з будиночками для туристів є критичною і потребує негайного втручання. При чому це має бути не лише ремонт або ж реконструкція, а зовсім нове будівництво будиночків з більш стійкого та сучасного матеріалу, який усуне небезпеку та підвищить комфорт для туристів. При цьому варто зазначити, що це вигідно і самому підприємцю, оскільки не доведеться щорічно ремонтувати будиночки, тобто це своєрідна інвестиція в «майбутнє».

На території є проблеми з базовими послугами, такими як наявність консьєржу, а також адміністратора, менеджерів, особистого електрика і сантехніка, що унеможливує злагоджену роботу комплексу. Коли турист приїжджає до готельного комплексу, його зустрічає не адміністратор чи хостес, а саме власник, що з однієї сторони добре, адже це символізує зацікавленість підприємця до своїх клієнтів, а з іншої створює певну проблему, адже часом він може бути відсутнім, і тоді гості залишаються без необхідної уваги. Реєстрація і заселення туристів мають бути чітко структурованими і швидкими в своїй процедурі, оскільки саме вони складають перше враження. Також подібна проблема може відволікати власника від більш важливих питань, що по суті буде шкодити в рази більше, ніж приносити користі.

Загалом проблема з персоналом стосується не тільки їх наявністю і кількістю. В першу чергу це має бути розгалужена система команди, яка буде підпорядковуватися директору. Таким чином буде досягнуто більш злагоджена

робота, це питання ми більш детально розглянемо в наступному підрозділі. З іншої сторони існує питання якості послуг, що надаються і загалом стандартів.

На жаль, готельному комплексу «Славутич» не властиві жодні стандарти умов розміщення та якості чи переліку послуг. Все ґрунтується на інстинктивному відчутті. Саме цьому посприяли відсутність менеджера, стандартів і вимог до персоналу, дисципліни, мотивації тощо.

Через високе завантаження роботою, власник не приділяє достатньо часу підбору та навчанню персоналу, не контролює його дії, а часом і якість, що врешті проявляється в скаргах гостей. Звичайно, на ці скарги звертається увага, одна замість того, щоб створити певну систему для уникнення помилок, їх лише частково виправляють.

Розподіл роботи між персоналом відбувається самовільно, відсутність правил надає їм можливість працювати у вільному графіку. Тобто в персонала немає конкретного часу перерв, особливо обідньої перерви, а відтак щогодини ми можемо побачити повну бездіяльність протягом 15-20 хв, що не лише скорочує робочий час, а й безсумнівно впливає на якість роботи.

Що до мотивації, то в багатьох працівників вона просто відсутня. В підприємця відсутня програма лояльності, офіційне працевлаштування, який включив би соціальний пакет. Однак заробітня плата є вищою, ніж в інших готельних комплексах даного курорту. Таким чином можна зробити висновок, що розмір заробітної плати не значно впливає на роботу персоналу. А відтак слід віднайти інші способи мотивувати людей до якісної праці.

Звідси ми можемо говорити як про проблему не тільки організації робочого процесу, а й підбору персоналу, якості послуг, а відтак і роботи самого готельного комплексу, його популярності та рентабельності.

Основна проблема готельного комплексу – це відсутність його прямої спеціалізації. Відтак не має чіткого орієнтування на певну категорію туристів, а тому й відсутня стратегія, план та проект комплексу. І якщо досі існують постійні

клієнти, це зовсім не означає, що варто на цьому зупинитися. Оскільки нині переважають гості пенсійного віку, то існує загроза, що молодь так і не приїде на відпочинок до готелю, а тоді вже не залишиться потенційних туристів, яких привабив би «Славутич».

3.2 Шляхи «реанімації» готельного комплексу «Славутич»

На сьогоднішній день існує проблема великою запущеності курортної справи в Україні. Більшість санаторіїв та баз відпочинку в даній місцевості не відповідають жодним стандартам. Особлива ця проблема актуальна згідно з «Стратегією розвитку курортної справи до 2026 рр», яка спрямована на встановлення і контроль стандартів ЄС. Однак перш за все існує проблема «закинутих» баз відпочинку, що були побудовані у 1980-их рр. Будучи державною власністю їх утримання чи реконструкція стала нерентабельною, а відтак її було виставлено на аукціон. Подальша доля туристичної бази відпочинку «Славутич» та усіх їй подібних, а в глобальному аспекті всієї курортної справи в даному регіоні відтепер в руках підприємців.

Для вирішення даної проблеми ми пропонуємо проект «реанімування» готельного комплексу «Славутич». Оскільки, розглянувши проблеми, з якими зіштовхнувся даний комплекс є доволі глибокими і не підлягають реставрації, адже реконструювати насправді вже не залишилося що, ми спробуємо на базі «Славутича» протягом наступних трьох років провести глобальні зміни і відновити його життєдіяльність завдяки сучасним технологіям і рішенням.

Окрім цього, відновлення таких баз відпочинку покращить стан курортної справи у всьому регіоні, підвищивши його ліквідність та популярність як туристичної дестинації. Також даний проект може стати прикладом для інших підприємців, які досі не ризикують займатися подібними проектами, що в

глобальному аспекті покращить загальну ситуацію в регіоні та відкриє дану дестинацію для широкого кола туристів.

Нами було розроблено план реалізації проекту, який містить в собі декілька етапів: передінвестиційний, інвестиційний, експлуатаційний, ліквідаційний (Табл. 3.1). Надалі по кожному етапу ми запропонуємо конкретні дії, які можуть допомогти у вирішенні наявних проблем.

Головні завдання проекту:

1. Реконструкція готельного комплексу та присадибних ділянок
2. Надання робочих місць
3. Покращення інфраструктури курорту
4. Розвиток туристичного напрямку

Таблиця 3.1.

План реалізації проекту [18]

Назва етапу	Термін реалізації	Результати
передінвестиційний	20.02.2021- 23.03.2021	За результатами робіт, що виконані на даній стадії, приймається попереднє інвестиційне рішення та розробляється попередній план, концепція та стратегія проекту. Він є основою для проведення тендерів, укладання контрактів із розробниками й виконавцями всіх передбачених робіт, складання детального сіткового графіка роботи та оцінки робіт, що заплановані.
інвестиційний	24.03-28.06.2021 01.03-25.05.2022	закінчення будівельно-монтажних і пусканалагоджувальних робіт, проводиться коригування проектної документації, тривалість її залежить від складності проекту та умов його реалізації.
експлуатаційний	3 роки (2022-2024 – передбачений час рентабельності)+ наступний термін використання	Надходження прибутку, що буде вкладений в подальший розвиток проекту для його постійної модернізації згідно з сучасними тенденціями

ліквідаційний	-	Проект не є одноразовим заходом
---------------	---	--

В переінвестиційному етапі ми дійшли висновку, що цільовою аудиторією даного готельного комплексу мають стати сім'ї, тобто «Славутич» пропонує розміщення для сімейного типу відпочинку, де головним ресерсом буде природний рекреаційний: море, лимани, національний парк «Тузловські лимани». Оскільки раніше це був дитячий табір, на його території зберіглося місце для дитячого дозвілля, зокрема спортивні та дитячі майданчики, які після реставрації матимуть великий попит серед туристів, адже на території більшості інших готельних комплексів дані локації відсутні.

Раціональність обраної аудиторії обумовлюється тим, що більшість туристів даного курорту приїжджає саме на сімейний відпочинок, оскільки це бюджетно та наявні природні рекреаційні ресурси. Море є чистим, а пляжі в даному курорті не є перенасиченими та мають пологий спуск до водойми. При цьому молодь абсолютно не приїжджає на відпочинок до курорту Росейка, оскільки там відсутня для їхнього попиту інфраструктура. Звідси найбільш вигідним, особливо зважаючи на особливості готельного комплексу «Славутич», є не залучення нових категорій туристів, а розвиток вже наявного, оскільки для залучення останнього потрібно вкласти значно більше ресурсів та фінансів, що на жаль, не є рентабельним.

Таким чином концепція закладу полягає у затишному сімейному комплексі, де велику увагу буде приділено дітям. Відтак будуть проводитися розважальні вечори для дітей та їх батьків, дискотеки, тематичні вечірки та перегляди сімейних фільм. Окрім цього на території закладу будуть працювати аніматори та інструктори, які не тільки розважатимуть відвідувачів, а й допоможуть навчити дітей плавати, пірнати, веслувати тощо. На нашу думку,

ця стратегія є виграшною, оскільки жодних конкурентів, які запровадили б подібні послуги на даному ринку не існує.

Будиночки для туристів будуть реалізовані так, аби бути цілком безпечними для дітей. Це в першу чергу одноповерхові споруди, які будуть повністю відокремлені один від одного, таким чином створюючи відчуття індивідуальності. Окрім цього біля кожного будиночка буде розташована бесідка, мангал та газон. Майданчики знаходитимуться в закритому просторі, що також неабияк впливає на безпеку, оскільки не залежно де розміщується будиночок, батьки завжди зможуть наглядати за своїми дітьми.

Умови для реалізації задуму цілком комфортні. Завдяки великій території готельного комплексу можна надати кожному будиночку відчуття затишку та замкненості, адже відгороджені вони будуть один від одного виноградниками, що будуть створювати візуалізацію лабіринту чи коридорів. Навяність великої кількості дерев сформує прохолодний простір для дозвілля. Окрім цього, буде влаштовано лаунж зону, де вечорами туристи можуть збиратися і разом проводити час. Все це створює атмосферу скоріше сімейного клубу, ніж готельного комплексу, де кожен зможе обрати потрібний для нього спосіб дозвілля.

Питання дозвілля в курорті Росейка є доволі актуальним, адже у вечірній час курорт не надає варіативних можливостей для відпочинку, що залишилося проблемою, розв'язання якої лягло на плечі підприємців. Відтак замкненість і перелік послуг, що надаватиме готельний комплекс, є актуальними і потрібними для туристів.

Таким чином, якщо правильно використати базові ресурси готельного комплексу, зокрема територію, розташування, положення та інші особливості початкового будівництва, можна створити рентабельний бізнес, концепцією якого буде сімейний клуб відпочинку, де акцентуватиметься увага на індивідуальності, замкненості, дозвіллі та дітях.

Даний проект є самостійною ініціативою підприємця та немає додаткової підтримки зі сторони держави чи спонсорів. Учасниками проекту є 2 фізичні особи, що роблять однаковий вклад в реалізацію проекту. Без урахування вартості самої бази відпочинку, на втілення проекту було виділено по 570 тисяч гривень з кожної сторони, що потрібні на витрати по будівельним, ремонтним роботам, а також закупівлю необхідних меблів, інвентарю тощо.

Пропонуємо до розгляду проектний аналіз (Табл. 3.2.) та аналіз конкурентного середовища(Табл.3.3.):

Таблиця 3.2.

Проектний аналіз

	Технічний аналіз	Фінансовий аналіз	Організаційний аналіз
Сутність	Аналіз умов виробництва, джерел отримання ресурсів. Масштаб проекту.	Потреби у фінансуванні.	Оцінка інституціональних умов.
	Проект було виконано на власному обладнанні, що попередньо бул закуплено	Потреба у фінансуванні потрібна, однак не є вирішальною	Для виконання проекту були створенні всі умови: наявне необхідне обладнання, матеріали і ресурси, виділена достатня кількість часу.
Питання	Чи обґрунтований проект технічно?	Чи життєздатний інноваційний проект у фінансовому відношенні?	Чи зможе організація створити інноваційний проект?
	Так, обґрунтований.	Життєздатний, оскільки його прибутковість розглядається через довгострокове відбиття затрачених коштів і надходження прибутків.	Так, зможе.

Аналіз конкурентного середовища

Критерій	Готель «Морський рай» [48]		Готель «Славутич»	
	переваги	недоліки	переваги	недоліки
Різноманітність послуг	Середній спектр послуг	Якість послуг	Вузкий спектр послуг	Швидко набридає, великі часові відрізки без можливості виходу за територію
Ціна	Ціна доступна	Вище середньої	Невелика ціна	Не є прибутковою
Місцерозташування	Поруч є магазин	Незручне: віддалено від центра і моря	Знаходиться в центрі, поруч багато різних готелів та барів	-
Реклама	Достатня кількість реклами в мережі інтернет, а також агітбригади	Значні витрати на рекламу	-	Взагалі немає реклами.
Якість обслуговування	Якість послуг на невисокому рівні.	Дуже мало персоналу	Дуже низький рівень	Мало персоналу

Згідно з проведеним аналізом, в якому ми порівняли дореконструкційний готель «Славутич» та новий «Морський рай», ми можемо дійти висновку, що незважаючи на всі переваги першого, новий готель приваблює туристів значно більше, навіть при дорожчій ціні послуг. Вирішальну роль виконує саме показник якості послуг, оскільки саме він диктує ціноутворення закладу. Такі базові послуги як безпосереднє розміщення в готелі «Морський рай» набагато якісніші, адже готель було побудовано за сучасними технологіями, а туристам було надано більш комфортні умови для проживання.

Звідси ми можемо зробити висновок, що готель «Славутич» хоч і має низку таких переваг як місце розташування, ціна, не може конкурувати з іншими готельними комплексами до реконструкції просто не може. Звідси впливає завдання покращити якість послуг, збільшити їх різноманітність та набрати команду працівників, які будуть якісно та надійно виконувати свою роботу.

Таким чином проблема надання послуг та їх якості прямим чином залежить не тільки від умов розміщення туристів, а й від персоналу. Кількість та якісне надання послуг можливе при правильній структурі управління проектом, а надалі під час експлуатації від правильної організації структури персоналу.

Розглянувши різні структури управління ми обрали найбільш вдалу для нашого проекту, а саме проектну команду. Вона дозволяє зберегти авторитет проектного менеджера (в даному випадку власника), якому будуть підпорядковуватися менеджери різних напрямків, кожен з яких матиме власну команду. Таким чином команди будуть діяти самостійно, в кожного будуть чіткі завдання, що надзвичайно полегшує і систематизує весь потік робіт.

Загальне керівництво здійснює менеджер проекту, який підпорядковується безпосередньо генеральному директору. Команда фізично відокремлена від організації і має чітку орієнтацію на досягнення цілей проекту. Всього у нас буде діяти 5 команд, серед них: будівельна, садова, фінансово-правова, господарницька, організаційна.

Будівельна команда є найчисельнішою і відповідатиме за всі будівельно-монтажні роботи, які включають у себе: побудову нових будиночків, ремонт приміщень їдальні, кухні та ангару, дитячого майданчика. Також дана команда відповідатиме за повне технологічне оснащення будиночків, його інтер'єру та екстер'єру. Окрім цього, менеджер даної команди разом з менеджером команди садово-дизайнерської будуть наповнювати будиночки всіма необхідними елементами побуту.

Садово-дизайнерська команда займається організування території готельного комплексу, озеленням, доглядом за рослинами та іншими стандартними садовими обов'язками, а також розробкою інтер'єрів та екстер'єрів, ландшафтного дизайну.

Фінансово-правова команда регулює потік фінансів, розподіляє бюджет, подає бухгалтерську звітність, займається оподаткуванням, а також правовим врегулюванням, ліцензіями та санітарно - епідемологічними перевітками, контролю тощо.

Організаційна команда буде створювати стратегію та відповідні завдання для всіх підрозділів системи та відповідати за комунікацію як між командами, так і з туристами, розробляти чи організовувати тренінги для персоналу. Надалі команда буде організовувати концептуальні вечори для туристів.

До господарницької команди належить персонал, який буде надавати послуги безпосередньо туристам: господарочки, адміністратор, офіціанти, кухарі, сантехнік та електрик. Менеджер відповідно буде займатися навчанням, підготовкою персоналу, окрім цього надаючи їм мотивацію та загальну підтримку. Також даний відділ відповідає за закупку продуктів харчування, кухонного та санітарного інвентарю.

Як вже згадувалося раніше, найбільшою проблемою ринку готельних послуг в Одеському регіоні є саме якість надання послуг. Тому звернемо нашу

вагу на проблему правильного підбору персоналу, в загальному значенні цього слова, що включає в себе цілу систему роботи з персоналом.

В першу чергу зауважу, що модель взаємовідносин між усіма причетними членами команди побудована не на розумінні «керівник-підлеглий», а скоріше як «друзі», де кожен є особистістю, яка прагне найвищої цілі в цьому бізнесі – зробити так, аби готельний комплекс «Славутич» приносив прибуток. Відтак формат праці, де кожен один одного підтримує, має прямі заохочення, а отже й мотивацію робити свою роботу якнайкраще, стимулюватиме розвиток даного готельного комплексу.

Саме для досягнення формату «друзі» варто правильно підбирати персонал, щоб всім членам команди було комфортно один з одним працювати. Для цього слід провести детальний відбір людей не тільки за їхніми вміннями, а й за поглядами, хобі, манерою спілкування тощо.

Щоб здійснити задумане, доведеться проводити відбір в декілька етапів. Перший буде складатися з анкетування, що якраз допоможе виділити спільні риси у різних людей. Надалі варто запросити на співбесіду, яку буде проводити менеджер тієї команди, до якої згодом мав би долучитися працівник. Третій етап включає два дні стажування і наприкінці зустріч з безпосереднім директором проекту (власником). Саме на цьому етапі можна побачити як саме людина працює, як комунікує з іншими і чи готова вона пройти навчання. Врешті, якщо все складеться позитивно, наступлять два дні навчання, що будуть поєднуватися з роботою. Це стосується виключно при підборі персоналу господарницької команди.

Навчання є необхідним незалежно від умінь і навичок спеціаліста, оскільки саме завдяки ньому можна встановити та описати правила, обов'язки і стандарти. Таким чином навчання систематизує всю необхідну інформацію для працівника, надаючи при цьому чіткі рамки його діяльності, а відтак і можливі наслідки неефективної діяльності.

До навчальної програми належать такі модулі: зовнішній вигляд, поведінка, правила користування майном, технічний процес, стресові ситуації, стандарти та цінності компанії, права та обов'язки членів компанії. Загалом кожен модуль не є складним для освоєння, але при цьому максимально розкриває суть та цілі компанії. Завдяки розумінням цінностей компанії, які в нашому випадку полягають в тому, що люди – це найвища цінність, кожен член команди та туристи, будуть почуватися особливими та розуміти, що їх цінують не тільки за виконану роботу. Головною ціллю компанії є створення комфортного простору для кожної людини, що приноситиме задоволення від відпочинку туристу і відповідно прибуток компанії.

Окрім базового навчання кожен працівник, залежно від його спеціалізації, повинен проходити принаймні один тренінг впродовж кварталу, який буде оплачувати компанія. Це покращить спеціалізацію працівників та надасть можливість отримати нові знання у своїй сфері. Оскільки тренінги – це зовнішні події, персонал зможе отримати досвід від своїх колег не тільки в Одеській області, а на всеукраїнському рівні. Більше того, є ймовірність отримати і світовий досвід, що допоможе покращити якість надання послуг і загальну систему ведення готельного бізнесу.

Звичайно, що окрім зовнішніх тренінгів, варто приділяти увагу внутрішнім. Тобто це будуть заняття, сформовані на конкретних потребах компанії, її власному досвіді і проблемах.

Також невід'ємною частиною навчання має бути англійська мова. Більшість місцевих жителів не володіють іноземними мовами, що в свою чергу ускладнює обслуговування потенційних іноземних туристів. Для цього варто створити базовий курс вивчення англійської мовою за професійним спрямуванням. Таким чином надавши людям можливість для її оволодінням та подальшим використанням в робочому процесі.

Сам курс буде реалізований на волонтерських умовах, оскільки його мета не отримати додаткові фінанси за рахунок співробітників, а надання всіх умов для праці та саморозвитку. Тривалість курсу складатиме три місяці, два заняття на тиждень. При цьому одне заняття буде дистанційне, а друге в денному форматі, що є більш оптимальним при великому робочому навантаженні.

Зацікавленість компанії у розвитку своїх працівників є одним із способів мотивації персоналу, адже надаючи можливість безкоштовного різностороннього навчання, компанія створює якісні умови співпраці, що є вигідним для обох сторін. В такому випадку люди, які прийшли без досвіду можуть не тільки його здобути, а й покращити свої знання, а керівництво отримає кваліфікованих працівників, яких на жаль, в даному регіоні, зовсім мало, оскільки найближчі села знаходяться віддалено від великих міст, а загальний рівень заробітної плати в Одеському регіоні нижчий, ніж всеукраїнський [53].

При цьому варто зазначити, що Придунав'я, до якого належить Татарбунарський район відстає в економічному розвитку від інших районів Одеської області, а відтак рівень заробітної плати в даному районі є ще нижчим, ніж по всій області [43]. Таким чином відбувається процес депопуляції, зріст міграції, що негативно впливає на роботу готельних комплексів, оскільки зменшується кількість людських ресурсів [43]. Звідси ми можемо зробити висновок, що надавши можливість комфортного працевлаштування, навчання та отримання прибутку, можна розв'язати дві проблеми, що виникають як зі сторони підприємців, так зі сторони місцевого населення.

Умови праці в готельному комплексі «Славутич» відповідають офіційному працевлаштування, яке гарантує соціальний пакет та захист. Окрім цього варто звернути увагу на робочий графік працівників, який полягає в позмінному характері роботи. Таким чином працівники матимуть можливість у вихідні дні повернутися додому або ж відпочити на морі завдяки безкоштовному помешканню від готельного комплексу. Окрім цього позмінний графік роботи

стимулює до цілковитого відновлення ресурсів, адже характер праці є доволі виснажливим, оскільки в сезонний час кількість туристів є достатньо високою.

Також важливим аспектом є забезпечення харчуванням працівників. Воно буде здійснювати за пільговими знижками, тобто по собівартості, що зробить перебування працівників на роботі більш зручним, оскільки не доведеться самостійно готувати та купувати продукти, що є доволі важким процесом в межах даного курорту.

Згадані перспективи співпраці не обмежуються лише сприятливими умовами роботи. Основну частину мотиваційної програми становить формат відносин «друзі», які ми описували раніше. Звідси витікає постійний зв'язок менеджерів зі своєю командою, яка по суті є маленьким соціумом всередині великої системи.

Менеджер має застосовувати прогресивну методологію роботи з командою. В першу чергу має бути налагоджена комунікація. Наприклад, можна створити певну традицію, яка полягає в тому, що щовечора, після закінчення робочої зміни, кожен з працівників може поговорити віч-на-віч з менеджером та описати, з якими проблемами він зіштовхнувся протягом дня. Це може бути проблема, яка пов'язана безпосередньо з робочим процесом або ж особиста. При цьому варто зауважити, що особисті негаразди часто впливають на роботу працівника, в цьому якраз і полягає людський фактор. Тому деколи варто проговорити будь-яку проблему та знайти спільне рішення її. Окрім цього можна створити електронну скриньку, яка дозволить присилати анонімні листи, що можуть виконувати таку ж функцію. Таким чином можна налагодити взаєморозуміння між працівниками, що буде будуватися на довірі.

Ще одним цікавими методом налагодити комунікацію є поширені у всьому світі тім-білдінги, яким можуть реалізовуватися як в більш формальному так і неформальному характері. Ми є прихильниками останнього, адже якщо взяти до уваги той факт, що колеги часто після роботи зустрічаються і можуть

обговорювати різноманітні процеси в роботі, то він і є нагодою корисно використати цей час, при цьому не забираючи останній в працівників, адже протягом дня недостатньо вільного часу для їх проведення.

Започаткувавши процес згуртування команди надалі він буде працювати більш самостійно, оскільки кожен працівник буде добре знати один одного, вони матимуть спільні інтереси та погляди, а відтак взаємодопомога стане одним із правил всередині компанії.

Ще одним прикладом мотивації є можливість користування послугами готелю працівниками протягом одного тижня на рік безкоштовно, таким чином надаючи можливість отримати відпустку та провести її більш заощадливо. Це не є затратним для компанії, оскільки дана пропозиція діє на травень або вересень місяць, що вважають несезонними, однак при цьому не менш рекреаційно привабливими.

Звідси ми можемо говорити про цінність компанії – людей, адже ми створюємо простір, де приділяється увага особистим потребам, розвитку, зростанню, а також власному просторі та часу кожного працівника. Власне тому даний проект має свої претензії на успішність, оскільки створюючи комфортні умови для туристів та працівників, готельний комплекс «Славутич» безпосередньо приваблює кожного відпочити чи працювати в межах свого простору.

3.3 Перспективи розвитку готельного комплексу «Славутич»

Проект по реставрації готельного комплексу «Славутич» буде впроваджено протягом 2021-2023 років, що зумовлює прокрокові зміни як і в зовнішньому вигляді комплексу, так і системи управління, якості та кількості послуг, внутрішнього механізму роботи тощо.

Таким чином пропонуємо розглянути етапи реконструкції готелю «Славутич» та результати проведених робіт (Табл.3.4).

Таблиця 3.4

Етапи реконструкції готелю Славутич

Етап	Ремонтні роботи	Присадибна територія	Послуги
2021 рік	Проведення зовнішнього ремонту будиночків Косметичний ремонт всередині будиночків Встановлення нових меблів, сантехіки	Озелення території Висадка полуничних садів Прибирання території та садові роботи	Розміщення Харчування Оптимізація роботи персоналу
2022 рік	Будівництво 16 нових будиночків Косметичний ремонт Будівництво альтанок Закупівля мангалів	Висадка виноградників Конструювання «живих» лабіринтів Інші садові роботи	Розміщення Харчування Екскурсії Риболовля Інструкторство Навчання персоналу
2023 рік	Будівництво ще 16 будиночків Будівництво альтанок Закупівля мангалів	Висадка виноградників Конструювання «живих» лабіринтів Інші садові роботи	Розміщення Харчування Екскурсії Інструкторство Навчання персоналу Риболовля

Описавши кожен з етапів проекту, прошу звернути увагу, що на момент дослідження було реалізовано лише перший етап. Згідно з ним було виконано всі завдання. В свою чергу це вже дало позитивні результати проведеної роботи. Хоч до повної реалізації концепції готельного комплексу ще варто виконати безліч процесів, однак динаміка приросту відвідувань туристами готелю «Славутич» зростає. Для того, щоб зрозуміти, які нововведення та покращення стали для туристів найбільш показовими, ми провели опитування відвідувачів. Таким чином звертаємо увагу на результати дослідження (Рис. 3.1).

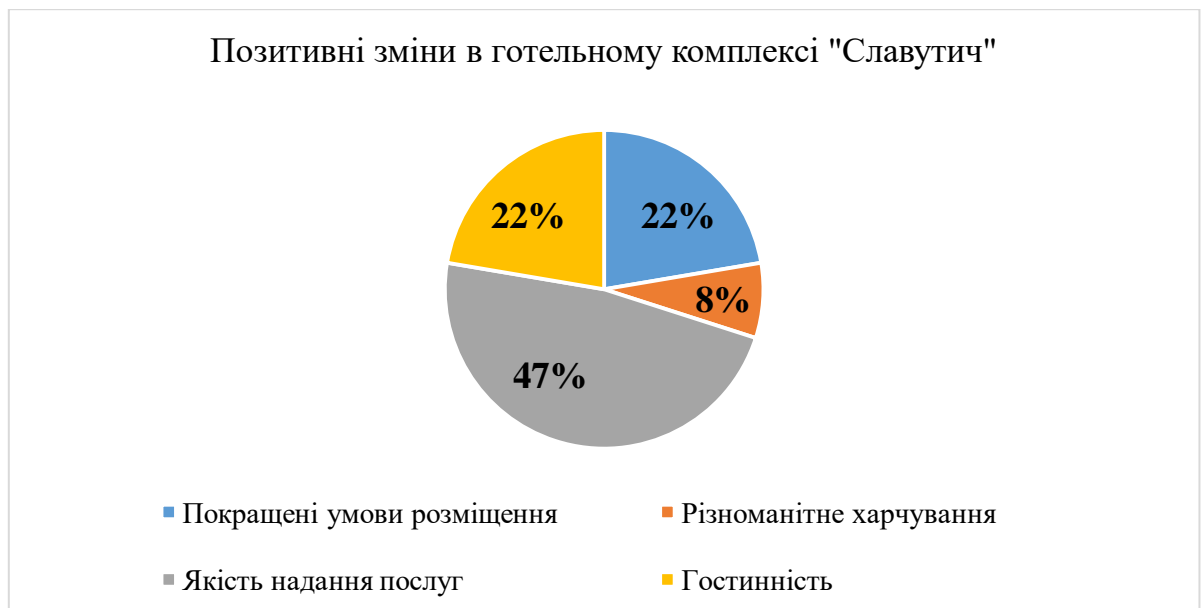


Рис. 3.1. Опитування про позитивні зміни в готельному комплексі «Славутич» у 2021 році.

Проаналізувавши результати опитування ми можемо дійти висновку, що найбільш вражаючих змін зазнала якість надання послуг. Туристи оцінили рівень гостинності закладу, однак залишилися не задоволеними умовами розміщення. Однак ця проблема буде вирішуватися протягом наступних двох років. Окрім цього, завдяки опитуванню ми змогли зрозуміти на що в першу чергу люди звертають увагу, таким чином виділивши для себе оптимізування роботи персоналу як одне із головних завдань.

Загалом бажаного результату нам вдалося досягнути завдяки проведенню експерименту. Нами були розроблені специфічні умови для праці і зовнішній вплив, який має змотивувати персонал досягати певних цілей. Таким чином експеримент було поділено на 2 частини проведення.

Першій частині було характерно об'єднання всіх працівників в єдину команду, яка пройшовши короткий інструктаж, приступила до виконання своїх обов'язків. В даному випадку перед командою стояли конкретні задачі, але без

чіткого розподілу роботи, дедлайнів та правил. При цьому власник самостійно контролював якість робіт, які продовжувалися 2 тижні.

В результаті даного процесу, кількість виконаних робіт не відповідала першопочатковим планам, які на жаль, були відомі лише керівнику, який провів обговорення даної теми зі своїми співробітниками. Відтак, для того, щоб пришвидшити працівників, керівництво вирішило оштрафувати останніх, що потягнуло за собою занепокоєння та скарги. Якість робіт при цьому почала страждати, оскільки звикши працювати в одному темпі, людям було важко його змінити. Окрім цього не змінився порядок перерв та відпочинку. Цей процес залишився без контролю, а тому інтенсивність виконання робіт також не збільшилася. Також існувала проблема розуміння кінцевого результату робіт. Наприклад будівельники та маляри не розуміли, як врешті має виглядати об'єк, над яким вони працювали, що також викликало непорозуміння між керівництвом і підлеглими.

В другій частині експерименту, всіх працівників було поділено на команди, проведено коротке навчання, де керівництво розповіла головні правила, обов'язки, стандарти та цінності компанії. Чітко визначивши завдання і візуалізуючи результат, нам вдалося донести до працівників головний концепт, етапи та потрібні результати роботи. Окрім цього було запропоновано чіткий графік роботи, який визначав кількість перерв та їх тривалість. Для підвищення інтенсивності роботи також було запропоновано можливість скоротити робочий день, якщо працівники встигатимуть зробити задане завдання завчасно. Таким чином вони могли отримати додатковий вільний час.

Для здруження команди було організовано щовечора спільне дозвілля, яке полягало в дружній бесіді біля вогнища чи обідніми прогулянками до моря. Таким чином вдалося налагодити загальну атмосферу та комунікацію серед членів команд. Також щотижня власник влаштовував спільну вечерю разом з усім персоналом.

Було запроваджено заохочення для найпродуктивніших працівників у вигляді можливості безкоштовного відпочинку в готельному комплексі «Славутич» протягом одного тижня у вересні. Окрім цього для працівників, котрі мають складні сімейні обставини, дозволили на період роботи поселити в будиночках для персоналу їх сім'ю, що неабияк стимулювало останніх цінувати умови праці та зосередитись на робочому процесі.

Якщо порівняти інтенсивність, якість та продуктивність праці одних і тих же людей, але за різних умов та вдалому менеджменті, ми можемо побачити цілковиту різницю між двома частинами експерименту. Перша досвід виявився абсолютно невдалим як для власника, так і для працівників. В іншому випадку відбулося цілковите згуртування, виникло відчуття цінності та комфорту, що стимулювало працівників до якісного виконання своєї роботи. Таким чином ми бачимо, що якість послуг та виконання обов'язків прямим чином залежить від правильного менеджменту та індивідуального підходу, що і стало головною концепцією нашого проекту.

Для того, щоб оцінити перспективи розвитку готельного комплексу «Славутич» після реставрації, варто звернутися до SWOT-аналізу.

Таблиця 3.5

SWOT-аналіз проекту по реконструкції готельного комплексу «Славутич»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Вигідне місцерозташування; 2. Велика озеленена територія; 3. Рекреаційні ресурси; 4. Власне транспортування; 5. Різноманітне харчування; 6. Додаткові послуги; 7. Індивідуальний концепт; 8. Цільова аудиторія; 9. Умови розміщення. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність розвиненої інфраструктури поруч; 2. Непопулярність напрямку; 3. Нерозвинутий курорт; 4. Висока конкуренція

Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Збільшення обсягів надання послуг 2. Покращення якості надання послуг 3. Лідерство на ринку 4. Унікальний концепт 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Пандемія (карантинний режим) 6. Сезонність 7. Складна політично-економічна ситуація в Україні

Джерело: власна розробка

Завдяки SWOT-аналізу ми можемо зробити висновок, що сильних сторін в готельному комплексі «Славутич» значно більше, ніж слабких. При цьому сильні сторони проекту надають можливість покращити проблеми, які відображають слабкі сторони. Таким чином проект реставрації готельного комплексу «Славутич» може стати прикладом для наслідування іншими готельними комплексами, а відтак покращиться інфраструктура, збільшаться потоки туристів, зросте конкуренція між підприємцями, що стимулюватиме в свою чергу до покращення умов розміщення, введенб інновацію та інвестицій. Врешті такий хід подій покращить ситуацію на загальному ринку курорту, а потім і на регіональному.

Отже, в третьому розділі нашого дослідження ми визначили стан курорту Росейка, визначили його переваги та недоліки та дійшли висновку, що даний курорт потребує фінансової допомоги, адже є привабливим для туристів та належить до таких, що розвивається. Важливим аспектом для майбутнього вирішення ряду проблем є втручання місцевої влади, яка мусить бути зацікавленою в розвитку даного курорту. Однак нині допомога зі сторони влади є мінімальною, так само як і контроль надання послуг, адже більшість закладів не відповідають сучасними вимогам розуміння якості та стандартів.

Окрім цього було проаналізовано стан та розвиток готельного комплексу «Славутич», де було визначено його основні проблеми. Для вирішення ситуації було запропоновано проект по реставрації даного готельного комплексу, в якому було описано конкретні методи боротьби з проблемами та способи оптимізації

роботи як готельного комплексу, так і його персоналу завдяки експериментальним нововведенням. Також було проведено опитування гостей готельного комплексу у липні 2021 року, яке показало, які саме зміни є найнеобхіднішими для сучасного туриста.

Оновлений готельний комплекс «Славутич» має безсумнівний потенціал та може стати прикладом для наслідування іншим готельним комплексом, що врешті може змінити статус курорту та збільшити його привабливість.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеної роботи було виконано всі поставлені завдання. Було визначено, що Одеський регіон є лідером на українському ринку в сфері готельної індустрії, має значну кількість природних рекреаційних ресурсів та туристичний потенціал. При цьому готельна індустрія Одеського регіону потребує інновацій та інвестиції, що можуть позитивно вплинути на розвиток в Україні загалом.

В першому розділі дослідження було розглянуто теоретичні засади дослідження, описано та проаналізували наукові праці наших попередників та виокремили проблеми, які потребують подальшого дослідження. Серед них потреба з'ясування стану та динаміки розвитку готельного підприємства Одеського регіону, що є тяглим процесом, а відтак потребує постійного дослідження, особливо при зміні політичної, економічної ситуацій та при явищі пандемії. Ще одним недослідженим питанням залишаються сучасні проблеми готельної індустрії України та методи їх вирішення, оскільки кожна проблема залежно від закладу розміщення потребує індивідуального підходу та комплексного рішення.

Окрім цього ми проаналізували роль природних рекреаційних ресурсів у розвитку готельних підприємств, де дійшли висновку, що природні ресурси зумовлюють появу готельних комплексів, які будуть використовувати їх задля розвитку туристичного потенціалу даного регіону. Вияснили, що для успішного застосування природних ресурсів, потрібно також зважати на правильне та раціональне їх використання. Також ми систематизували інформацію про природний потенціал Одеської області, таким чином визнавши регіон перспективним ареалом для розвитку готельної, оскільки наявні такі основні ресурси як море, лимани, озера, що є надзвичайно багатими на рекреаційні властивості, унікальні природні парки та різноманітна біосфера.

Було проведено аналіз статистичних показників, що продемонстрували стан та розвиток готельного господарства в Одеському регіоні та прийшли до висновку, що Одеська область має найбільший показник за кількістю колективних засобів розміщення в Україні, при цьому маючи середню кількість робочих днів готельних комплексів лише 91 днів. Це свідчить про сезонність та популярність даного туристичного напрямку. При цьому Одеський регіон є лідером серед інших на українському ринку. Порівнюючи розвиток готельних комплексів Одеської області протягом 2018-2019 років, можемо відзначити позитивну динаміку, однак в період пандемії, особливо у 2020 році, вона сповільнила свої темпи. Загалом ситуація в регіоні свідчить про сприятливу атмосферу проведення готельної справи в даній області.

Нам вдалося виявити такі проблеми готельних комплексів в Одеському регіоні: сезонність, застаріле оснащення як технічне, так і матеріальне, виняткова сертифікація, низький рівень запровадження інновацій та цифрових технологій, а також проблеми, що пов'язані з гостинністю, тобто безпосереднім обслуговуванням.

Нам вдалося висвілити світовий досвід ведення господарства та виявили, яким чином найуспішніші готельні комплекси світу досягли визнання та чим приваблюють туристів. Таким чином ми окреслили шляхи досягнення успіху в готельній справі, що в подальшому знадобилися як приклад для наслідування підприємцями Одеського регіону.

Для подолання сезонності ми запропонували використати досвід братів Лартізьєн, котрі почали використовувати готель для проведення урочистих подій і свят, що для готельних комплексів Одеського регіону може стати оптимальною можливістю використовувати співпрацю з івент-агенствами в цілях боротьби з сезонністю. Також ми звернули увагу на потребі індивідуального підходу до кожного туриста та покращення якості послуг завдяки вдалому сучасному менеджменті.

Було визначено стан курорту Росейка. Таким чином ми можемо охарактеризувати його як такого, що розвивається, однак при цьому має суттєві та глибинні проблеми, наприклад такі як: відсутність технічної прісної води, асфальтованість, нестача фінансування, аварійний стан мостів, відсутність інфраструктури, конкурентного ринку тощо. Важливим аспектом для майбутнього вирішення ряду проблем є втручання місцевої влади, яка мусить бути зацікавленою в розвитку даного курорту. Однак нині допомога зі сторони влади є мінімальною, так само як і контроль надання послуг, адже більшість закладів не відповідають сучасними вимогам розуміння якості та стандартів.

Окрім цього було проаналізовано стан та розвиток готельного комплексу «Славутич», де було визначено його основні проблеми, які полягають у аварійному стані приміщень, відсутності додаткових послуг та можливості проводити дозвілля поза номером, невизначеній концепції та стратегії розвитку готельного комплексу.

Зважаючи на виявлені проблеми даного курорту, та зокрема готельного комплексу «Славутич», ми запропонували комплексний підхід вирішення проблем, таким чином продемонструвавши індивідуальний підхід, що зумовлює не загальне усунення недоліків в кожному закладі, альтернативний варіант вирішення будь-якої проблеми, а саме потребу у ретельному підході до кожного окремого готельного комплексу.

Таким чином було представлено проект по реставрації готельного комплексу «Славутич», в якому було описано конкретні методи боротьби з проблемами та способи оптимізації роботи як готельного комплексу, так і його персоналу завдяки експериментальним нововведенням. Також було проведено опитування гостей готельного комплексу у липні 2021 року, яке показало, що якість надання послуг стала найнеобхіднішим аспектом для сучасного туриста, зважаючи, що стан готельної інфраструктури в майбутньому буде оптимізований.

Концепція готельного комплексу «Славутич» створеного проекту головним чином була висвітлена через призму цільової та переважаючої в своїй кількості цільовій аудиторії, яка обирає в даному курорті здебільшого сімейний тим відпочинку. Таким чином ми запропонували створити закритий сімейний клуб, який надавав би різноманітні комплекси незалежно від наявності інфраструктури в курорті.

Отже, оновлений готельний комплекс «Славутич» має безсумнівний потенціал та може стати прикладом для наслідування іншими готельними комплексами, що в свою чергу спричинить розвиток конкурентноспроможності на даному ринку, а відтак зможе змінити статус курорту та збільшити привабливість Одеського регіону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Білецька, І. М. Національні особливості організації готельної справи у світовій індустрії гостинності / І. М. Білецька, // Ефективна економіка. – 2015. – №1. – 10 с.
2. Білявський Г.О. Екологічна безпека мешканців прибережних зон Чорного [Електронний ресурс] / Г. О. Білявський, А. В. Голод // Вісник НАУ. – 2012. – № 1. – С. 189-195/ URL: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/visnik/article/view/131/125>.
3. Велике будівництво. Програма президента України URL: <https://bigbud.kmu.gov.ua/#map>
4. Вилкове – місто на воді. URL: <https://kpi.ua/vylkove>
5. Галасюк К. А. Інновації як інструмент подолання кризових явищ на підприємствах готельного господарства / К. А. Галасюк // Науковий вісник Одеський національний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. - Одеса, 2013. - №2(181). - С.13-21.
6. Галасюк К.А. Сучасний стан та діяльність готельних підприємств Одеського регіону / Галасюк К.А. // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 2(12). – 8 с.
7. Галасюк С.С. Сучасні проблеми розвитку готельної індустрії України / Галасюк С.С. // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2014. – № 2(2). – С. 9-13. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/galasjuk18.htm
8. Герасименко В.Г. Ключові індикатори розвитку підприємств готельного господарства в Одеській області / Герасименко В.Г. // Класичний приватний інститут. – 2017. – № 2(02). – С. 42-46. URL: <http://rev.kpu.zp.ua>
9. Грязелікування. URL: <https://xn--90aw5c.xn--c1avg/index.php>
10. Дерев'яненко І. Грязьова тяганина / Чорноморські новини. – 2013. URL: <https://web.archive.org>

11. Десять краших курортів Одеської області. URL: <https://tsikaviy-svit.com>
12. Дудник І.М Територіальна система туристичних послуг як об'єкт суспільної географії/ І.М.Дудник. - Освітньо-професійна підготовка фахівців з туризму/ за ред. Г.В.Балабанова.- К.: НАУ, 2016. – с.40-53.
13. Дудник І.М. Вступ до загальної теорії систем: навч. посібник / І.М. Дудник. – К.: Кондор, 2009. – 205 с.
14. Дятлов С. Е., Лещинский А. О. Одесские лиманы: Краеведческие очерки. — Одесса: Маяк, 1980. — 72 с.
15. Єдині в світі «сім рок» дістались міланському готелі «Seven Stars Galleria». URL: <https://www.milanweek.ru/seven-stars-galleria>
16. Желізняк О. Владі байдуже. Як приходить в занепад українське «Мертве море» / Народна правда. – 2018. URL: <https://narodna-pravda.ua>
17. Іващук І. О. Світовий досвід та вітчизняна практика класифікації та стандартизації готельних послуг / І. О. Іващук, І. М. Білецька // Інноваційна економіка. - 2013. - № 1. - С. 174-180.
18. Інвестиційний проект. URL: <http://xn----dtbjmwegiok9b3mho.xn--j1amh/>
19. Карлові Вари. URL:<https://mandry.club/kurorty/karlovi-vari/#i-6>
20. Класифікація готельних підприємств в Україні / URL: https://pidru4niki.com/12980108/turizm/klasifikatsiya_gotelnih_pidpriyemstv_ukrayini
21. Клінічний санаторій імені Пирогова. Історія. URL: <https://kuyalnik.com/about/>
22. Книгу скарг скасовано: кули тепер скажитися / Міністерство юстиції України. URL:<https://minjust.gov.ua/m/knigu-skarg-skasovano-kudi-teper-skarjitisya>

23. Колективні засоби розміщення. Архів 2019 / Держстат України. URL: <https://ukrstat.org>
24. Колективні засоби розміщень в Україні. Архів 2020 / Держстат України. URL: <https://ukrstat.org>
25. Куяльницький лиман. URL: <http://bse.sci-lib.com/article067948.html>
26. Лебедівка / Booking. URL: <https://www.booking.com>
27. Лиман в Затоці. URL: <https://bazadacha.com/ua/liman-v-zatoke/>
28. Малюга Л.М. Формування конкурентноспроможності підприємств готельного господарства / Малюга Л.М. // Економіка і управління підприємствами. – 2016. – № 5. – С. 216-219.
29. Науковці досліджують стан води в Куяльницькому лимані після курортного сезону / Суспільне Одеса. URL: <https://www.youtube.com>
30. Національний атлас. Моря та їхні ресурси. URL: <http://www.wdc.kpi.ua/atlas/4140100.html>
31. Національний стандарт України. URL: ДСТУ 4269:2003 (kzv.biz.ua)
32. Новикова В.І. Класифікація засобів розміщення та їх виокристання у туристській діяльності / Збірник тез Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції "Актуальні проблеми розвитку підприємств в умовах нестабільної економіки" // Новикова В.І., Фролова К.В. – Крипівницький, 2015. – С. 120-122. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/novykova5.htm
33. Новикова В.І. Санаторно-курортна сфера: інфраструктура складова, стан розвитку в Україні / Новикова В.І. // Географія та туризм. – 2011. – №16. – С.93-101.
34. Одеська область – Регіони України. URL: <http://old.mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/info/regions/18-odesa>
35. Офіційний сайт Kapsimalis Architects. URL: <https://kapsimalisarchitects.com>

36. Офіційний сайт Національного природного парку «Тузлівські лимани». URL:<https://nnationalnaturepar.wixsite.com/tuzlovskilymany/pro-park>
37. Офіційний сайт приватної виноробні «V.Petrov». URL:
<https://vporganicwine.com/>
38. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. — Одеса : ОНЕУ, 2016. — 262 с.
39. Польова Л.В. Проблема персоналу в готельній індустрії в Україні / Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання / Польова Л.В. – Черкаси, 2013. – С. 224-227. URL:
<https://chdtu.edu.ua/media/k2/attachments/>
40. Природні умови та ресурси Чорного моря. URL:
<https://uahistory.co/compendium/geography-ukraine-in-world-reference-notes-8-class-kobernik/40.php>
41. Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) / Постанова КМУ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>
42. Про затвердження правил користування готелями та надання готельних послуг в Україні / Державний комітет України по житлово-комунальному господарству, Державний комітет України по туризму. URL:
<https://zakon.rada.gov.ua>
43. Про схвалення Концепції Державної цільової регіональної програми розвитку Українського Придунав'я на 2014-2017 роки / Розпорядження КМУ URL: <https://zakon.rada.gov.ua>
44. Прокоф'єв О.М. Статистичні характеристики добових сум атмосферних опадів на території Одеської області в умовах глобальних змін клімату / О.М. Прокоф'єв, Л.Д. Гончарова // Вісник ОНУ. Сер.: Географічні та

геологічні науки. – 2021. – №1(38). – С. 67-77. URL: <http://eprints.library.odku.edu.ua>

45. Реєстр свідоцтв про встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), виданих Мінекономрозвитку / Департамент туризму та курортів. URL: <https://www.me.gov.ua>

46. Роз'яснення щодо форми державного статистичного спостереження N 1-КЗР (річна) "Звіт про діяльність колективного засобу розміщування" / Державна служба статистики України. URL: <https://ips.ligazakon.net>

47. Росейка, база відпочинку «Славутич». URL: <https://budjak.com.ua/ua/kurort-rassejka/bo-slavutich.html>

48. Росейка, готель «Морський рай». URL: <http://litomore.com.ua/hotels/divine-gift>

49. Росейка: бази відпочинку. URL: <http://litomore.com.ua/resorts/rasseyka>

50. Росейка: що подивитись. URL: <https://omore.city>

51. Рябенька М. О. Актуальність розвитку ноу-хау в готельному господарстві в кризовій Україні / М. О. Рябенька, А. Л. Когут, Т. Р. Пірус. // Науковий огляд. – 2014. – №10. – 11 с.

52. Сафранов Т.А. Кількісна оцінка гідромінеральної і пелоїдної складових природно-рекреаційного потенціалу Одеської області / Сафранов Т.А., Волков А.І., Катеруша О.В. // Український гідрометереологічний журнал. – 2010. – № 7. – 15 с. URL: <http://eprints.library.odku.edu.ua>

53. Середня заробітна плата за останні роки / Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua>

54. Скільки в світі готелей. URL: <https://nat-geo.ru>

55. Тварини. П'ять найнебезпечніших мешканців Чорного моря. URL: <http://mapme.club/poradi/3408-5-najnebezpechnishix-meshkanciv-chornogo-morya.html>

56. Топ 10 кращих готелів 2020 року. URL: <https://life.nv.ua/ukr/travel/nazvano-naykrashchi-goteli-svitu-2020-roku-foto-ostanni-novini-50128033.html>

57. Українське мертве море – Куяльник страждає від вандалів / Факти ICTV. URL: <https://www.youtube.com>

58. Уніят А. Перспективи розвитку ринку готельних послуг в Україні: світовий досвід та вітчизняна практика / Уніят А., Альховіцька О. // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2005. – № 5-2. – С. 257-265. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua>

59. Устриці Скіфії. Устрична ферма. URL: <https://koblevo-info.com>

60. Фокін С.П. Міжкультурна вербальна комунікація у туризмі / С.П. Фокін // країна і світ: теоретичні та практичні аспекти діяльності у сфері міжнародних відносин: Мат. Між нар. наук.-практ. конф. – 2019. – С. 335-339.

61. Фокін С.П. Личностные и деловые качества управленческой команды как источник конкурентных преимуществ туристского предприятия / С.П. Фокін // Наука, образование, культура: Международная научно-практическая конференция, посвященная 26-ой годовщине Комратского государственного университета: сборник тезисов. – 2017. – С. 95-97.

62. Фокін С.П. Туризм: питання термінологічного апарату / Фокін С.П. // Матеріали всеукраїнського «круглого столу». – 2007. – С.127-134.

63. Хмельовська Вікторія Михайлівна : кваліф. р. магістр : Спеціальність 8. 03050301 / . – Івано-Франківськ, 2012. – 136 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua>

64. Чорне море. URL: <http://blacksea-education.ru>

65. Чорноморка. Вилов риби. URL: <https://omore.city>

66. Шикіна О.В. Аналіз стану розвитку готельного господарства Одеського регіону / Шикіна О.В., Дьяченко Д.В. // Young Scientist. – 2016. – № 11 (38). – С. 693-697. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/11/162.pdf>

67. Шикіна О.В. Сучасний стан розвитку готельного бізнесу Одеської області / Шикіна О.В. // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 13. – С. 413-420.
68. Щорічні відпустки, порядок і умови їх надання / Міністерство юстиції України. URL:<https://minjust.gov.ua>
69. Historie a současnost Karlových Varů. URL: <http://www.karlovy-vary.cz>
70. Lartisien: our story. URL:<https://www.lartisien.com>
71. The Chemical composition of seawater. URL: <http://www.seafriends.org>
72. The Saint Hotel, Санторини, Южные Эгейские острова, Греция URL: <https://ru.hotels.com>

ДОДАТКИ

Додаток А

Класифікація готелів

Категорія	Набір послуг
 (Tourist)	<ul style="list-style-type: none"> - 100% номерів, обладтованих санвузлом (душ / WC або ванна/ WC); щоденне прибирання номера; - 100% номерів з кольоровим ТВ; - стіл і стілець; - мило; - послуги рецепції; - факс на рецепції і послуга «залишити номер телефону для гостей»; - сніданок; бар у готелі; - послуга «сейф»
 (Superior Tourist)	Superior присвоюється у випадку, якщо готель пропонує ще якісь додаткові послуги (як правило, харчування). Проте, вони недостатні для переходу до наступного рівня. Різниця між наступним рівнем полягає у дешевшому сантехнічному обладдуванні
 (Standard)	Додатково до однієї зірки: <ul style="list-style-type: none"> - шведський стіл для сніданку; - нічна лампа для читання коло ліжка; - гель для душу; рушники; - лляні простирадла; - засоби гігієни (зубна паста, зубна щітка тощо); - розрахунок кредитною картою
 (Superior Standard)	Superior присвоюється у випадку, якщо готель пропонує ще якісь додаткові послуги (як правило, харчування). Проте, вони недостатні для переходу до наступного рівня. Різниця між наступним рівнем полягає у менших розмірах номера та дешевшому інтер'єрі.
 (Comfort)	Додатково до двох зірок: <ul style="list-style-type: none"> - рецепція працює 14 годин та 24 години у добу доступна у телефонному режимі; - рецепція складається з трьох зон, послуга носія багажу; - послуга «напої в номері»; - телефон у номері, Інтернет у номері і у холах; - зручності у ванній – фен, сушка; - велике дзеркало, місце для багажу; - засоби для чистки взуття, послуги пральні та прасувальні; - система «управління скаргами» – усунення незручностей відповідальною особою на вимогу гостя
 (Superior Comfort)	Superior присвоюється у випадку, якщо готель пропонує ще якісь додаткові послуги. Проте, вони недостатні для переходу до наступного рівня. Різниця між попереднім рівнем полягає у необхідності постійно підтримувати сучасний рівень технологічних досягнень у сфері інтер'єру та обладнання.
 (First Class)	Додатково до трьох зірок: <ul style="list-style-type: none"> - рецепція працює 18 годин та 24 години у добу доступна у телефонному режимі; - рецепція з диванами та м'якими кріслами, послуги бару; - шведський стіл або меню, в тому числі в номер; - халат банний; набір косметичних засобів; - ресторан «À la carte»
 (First Class Superior)	Superior присвоюється у випадку, якщо готель пропонує високу якість не тільки номерного фонду, але й додаткові послуги типу сауна, конференц-зал тощо.
 (Luxury)	Додатково до чотирьох зірок: <ul style="list-style-type: none"> - рецепція працює 24 години, персонал володіє кількома мовами; - швейцар, паркування авто; - просторий хол з кількома відділеннями та напоями; - персональна зустріч кожного гостя живими квітами або подарунок в номері; - мінібар в номері, послуги «у номер» ресторану/бару цілодобово; - персональні засоби гігієни у флаконах; - комп'ютер і Інтернет у номері; - сейф у номері; - послуги прасування та чищення взуття протягом години
 (Superior Luxury)	Superior присвоюється у випадку, якщо готель має позитивний міжнародний імідж і приймає більшу частину іноземних гостей.

Джерело: [1]

Пляж курорту Росейка



Приміщення кухні «Славутич»



Ангарне приміщення «Славутич»



Будиночки для туристів «Славутич»



Інтер'єр будиночків «Славутич»

