

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра Готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Давиденко І.В.

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2022 р.

**РЕФЕРАТ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності 241 «готельно-ресторанна справа»

за темою:

***Моніторинг світового ринку готельних послуг***

**Виконавець**

студентка IV курсу ФМЕ, гр. 40

**Ковтун Наталія Олександрівна**

**Науковий керівник**

**к.е.н, доцент Михайлюк О.Л.**

**Одеса 2022**

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Міжнародний готельний бізнес - особливий сегмент готельної промисловості, який характеризується високим рівнем інтернаціоналізації капіталу, а також міжнародним характером своїх операцій, коли готельна корпорація розглядає в якості сфери своєї діяльності весь світ. До міжнародного готельного бізнесу прийнято відносити як готелі в будь-якій країні, що надають послуги іноземним клієнтам, так і готельні компанії, що мають філії у двох або кількох країнах та здійснюють управління і координацію діяльності низки готелів у різних країнах.

Готельний бізнес, як невід'ємна частина ринку туризму, займає важливе місце в сучасній світовій економіці майже всіх, і не тільки розвинених країн світу. Туризм, ставши глибоким соціальним і політичним явищем, сьогодні робить істотний внесок в економічний розвиток як окремої країни, так і підвищення якості життя сучасної людини, яка в умовах глобалізації стає все більш мобільною. Україна в цьому процесі не є винятком - останнє десятиліття вітчизняний ринок туристичних послуг, індустрія гостинності розвиваються швидкими темпами особливо у великих промислових і фінансових центрах. У цьому розвитку на український готельний бізнес покладено відповідальну роль - постачати на ринок якісний готельний продукт, що відповідає світовим стандартам, без якого розвиток вітчизняної індустрії туризму в принципі неможливий.

Останні десятиліття ринок готельних послуг став активно освоюватися приватним бізнесом: сформувався верхній ціновий сегмент, представлений висококласними готелями, в якому вже існує реальна і досить гостра конкуренція; будуються та реконструюються готелі середнього класу; освоюються нові ніші, наприклад, ніша малих готелів високого класу; робляться спроби створення вітчизняних готельних ланцюгів. Ключову роль в цих процесах відіграє менеджмент, забезпечуючи у готельному бізнесі реалізацію інвестиційних проєктів, ефективне поточне управління,

включаючи його аспекти: операції, персонал, фінанси, маркетинг тощо. Готельне господарство становить матеріально-технічну основу промисловості туризму, а без торгівлі готельними послугами, повноцінний розвиток торгівлі туристичними послугами неможливий. Крім того, розвиток ринку готельних послуг, як і туризму в цілому, має не тільки економічне, а й соціальне значення, забезпечуючи основу задоволення рекреаційних потреб населення.

Сьогодні торгівля туристичними послугами найбільш динамічно розвивається, саме цей фактор визначає інтерес до даної галузі як з наукової, так і з практичної точки зору. До останнього часу аналізування досвіду та інноваційних процесів розвитку світового ринку готельних послуг здебільшого виявилися недостатньо дослідженими. Ця робота покликана певною мірою заповнити таку прогалину.

**Мета** – дослідження досвіду та інноваційного розвитку світового ринку готельних послуг.

Поставлена мета обумовила необхідність вирішення низки взаємопов'язаних **завдань**, серед яких основними є:

- надати характеристику основних понять: основні і додаткові готельні послуги, готельний бізнес, маркетинг готельних послуг;
- дослідити нормативно-правову базу сфери готельних послуг;
- проаналізувати сучасний ринок основних і додаткових готельних послуг;
- дослідити мережі і кластери у готельному бізнесі світу;
- проаналізувати таймшер туризм як новий напрямок використання готельних послуг;
- розглянути основні тенденції та переваги використання інноваційних технологій у готельному господарстві;
- дослідити закономірності розвитку готельного бізнесу в Україні;
- визначити напрямки використання світового досвіду розвитку готельних послуг для готельного бізнесу України.

**Об'єкт дослідження** – світовий ринок готельних послуг.

**Предмет дослідження** – теоретичні і практичні аспекти розвитку ринку готельних послуг.

**Питання розвитку ринку готельних послуг висвітлюються у працях таких вчених, як:** Поплавська І. В.[57], Свіда І. В. [60], Сегеда І. В. [61]; інвестиційні можливості і якість послуг висвітлюють Бовш Л. І. [6], Босовська М. В. [10]; маркетинг готельних послуг вивчають Даниленко М. І. [16], Завідна Л. Д. [22], Ладиченко Л. І. [38], Магалецький А. В. [40], Янковська Г. В. [73]; регіональні особливості ринку готельних послуг висвітлюються у працях Нездоймінова С.Г.[37], Кузнецової Н.М. [37], Льясова М. К. [31]; питання конкурентоспроможності готельного бізнесу піднімаються у працях Лупич О. О. [39], Скорина Т. М. [64].

**Практичне значення** кваліфікаційної роботи полягає у наступному:

- надано характеристику основних понять: основні і додаткові готельні послуги, готельний бізнес, маркетинг готельних послуг;
- досліджено нормативно-правову базу сфери готельних послуг;
- проаналізовано сучасний ринок основних і додаткових готельних послуг;
- досліджено мережі і кластери у готельному бізнесі світу;
- проаналізовано таймшер туризм як новий напрямок використання готельних послуг;
- запропоновано інноваційні технології у сфері готельних послуг;
- розглянуто основні тенденції та переваги використання інноваційних технологій у готельному господарстві;
- досліджено закономірності розвитку готельного бізнесу в Україні;
- запропоновано напрями в галузі державної політики щодо формування та розвитку готельних ланцюгів на ринку туристських послуг:забезпечення виконання державних замовлень при будівництві об'єктів інфраструктури у сфері туризму на основі розробки принципів створення сучасної туристичної інфраструктури, аналізу методів збільшення

інвестиційної привабливості проектів будівництва та модернізації сучасної мережі; забезпечення сприятливого середовища для формування та розвитку готельних ланцюгів на ринку туристичних послуг; стимулювання використання підприємцями у керуванні готельними підприємствами комплексних підходів, стандартних бізнес-процесів, сучасних технологій якості послуг;

- визначено напрямки використання світового досвіду розвитку готельних послуг для готельного бізнесу України.

**Методи дослідження:** у процесі дослідження було використано такі загальнонаукові методи, як аналіз, синтез, систематизація, узагальнення, аналогія (порівняльна характеристика процесів безперервного вдосконалення діяльності світового ринку готельних послуг, використання нових підходів до формування ринку готельних послуг в Україні); порівняльний, історичний, статистичний аналіз (аналізу процесів та тенденцій розвитку у сфері готельних послуг).

**Інформаційна база дослідження.** Дослідження по темі кваліфікаційної роботи проводилися за допомогою аналізу законодавчих актів; ДСТУ; літературних джерел, матеріалів офіційних сайтів об'єктів ресторанного бізнесу; сайту Державної служби статистики України.

**Структура та обсяг роботи.** Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 68 сторінок. Робота містить 3 малюнки. Список використаних джерел включає 76 найменувань.

#### **Публікації за темою дослідження.**

1.Ковтун Н. О. СКЛАДОВІ ІНТЕР'ЄРУ ПРИМІЩЕНЬ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.- Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції студентів, аспірантів та вчених, 15 квітня 2020 р.: у 3-х томах. – Т. 1. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2020. – 513 с. (С. 340-343).

2. Ковтун Н. О. ЗНАЧЕННЯ СТИЛЮ ЕКЛЕТИКИ У ДИЗАЙНІ РЕСТОРАНІВ ТА ГОТЕЛІВ .- Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції студентів, аспірантів та вчених, 15 квітня 2020 р.: у 3-х томах. – Т. 1. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2020. – 513 с. (С. 345-348).

3. Ковтун Н. О. МІЖНАРОДНІ ГОТЕЛЬНІ БРЕНДИ КЛАСУ «ЛЮКС» Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції студентів, аспірантів та вчених, 15 квітня 2020 р.: у 3-х томах. – Т. 2. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2020. – 459 с.(С. 390-394).

4. Ковтун Н. О. ЕКОЛОГІЧНІ РИЗИКИ КОМПЮТЕРИЗАЦІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ ТА РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науковопрактичної конференції студентів, аспірантів та вчених, 15 квітня 2020 р.: у 3-х томах. – Т. 3. – Одеса: Одеський національний економічний університет, 2020. – 459 с.(С. 292-296).

5. Ковтун Н. О. ДОСЛІДЖЕННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ ДИЗАЙН-ГОТЕЛІВ М. ОДЕСИ Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 14 квітня 2021 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2021. – 625 с. (с. 266-269).

## **ОСНОВНА ЧАСТИНА**

### **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.**

Містить характеристику основних понять: основні і додаткові готельні послуги, готельний бізнес, маркетинг готельних послуг. Аналізується нормативно-правова база сфери готельних послуг.

Таким чином, в економічних і правових умовах доцільно розвивати нормативно-правовий аспект управління якістю готельних послуг в Україні у напрямі розробки стандартів підприємства, так як, стандартизація технологічних процесів сприяє вдосконаленню якості послуг, а також підвищення ефективності керування виробництвом. Однак не варто забувати, що постійне застосування тільки стандартизованих технологій не може забезпечити технологічний прорив, а отже, і передові позиції не лише на світовому, але й внутрішньому ринку. Тобто, навіть успішно «працюючі» стандарти мають своєчасно вдосконалюватися або замінюватися більш актуальними.

**РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СВІТОВОГО РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ.** Аналізується сучасний ринок готельних послуг, прийоми використання інформаційних технологій у готельному бізнесі, мережі і кластери у готельному бізнесі світу, таймшер туризм як новий напрямок використання готельних послуг.

Готельна індустрія сьогодні - це одна з найперспективніших галузей туризму, що швидко розвивається та є однією з найбільш високоприбуткових галузей економіки. В Україні спостерігається значне зростання готельного бізнесу протягом останніх десяти років, коли почали активно розвиватися малі готелі. З'явилися іноземні інвестори, які мають готельний бізнес за кордоном. Почали з'являтися і міні-готелі, і подорожна оренда квартир у найм, і хостели. У сучасному готельному бізнесі велика кількість супутніх послуг. До цих послуг відносяться не тільки послуги проживання та харчування, а й спортивні послуги, транспортні, послуги салонів краси,

розваг та зв'язку, медичне та екскурсійне обслуговування. І оскільки готельні підприємства надають комплексний готельний продукт, вони стали виконувати ключові функції індустрії туризму і гостинності. Таким чином, готельний бізнес можна назвати найбільшою складовою індустрії туризму.

**РОЗДІЛ 3. СВІТОВИЙ РИНОК ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ І ЙОГО ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ.** Пропонуються інноваційні технології у сфері готельних послуг і напрямки використання світового досвіду розвитку готельних послуг для готельного бізнесу України.

Необхідність діяльності готельних ланцюгів на ринку туристичних послуг вимагає вирішення існуючих проблем формування готельних ланцюгів в Україні, визначення шляхів, якими ці проблеми можна вирішити. Тут необхідно приділити увагу міжнародному досвіду формування готельних ланцюгів та прогнозам їх подальшого розвитку.

Використання державними органами влади запропонованих напрямків дозволить підвищити в Україні активність та ефективність державної політики у сфері формування та розвитку готельних ланцюгів на ринку туристичних послуг.



## ВИСНОВКИ

1. Процеси, що відбуваються на світовому ринку, формують сучасне середовище розвитку міжнародного готельного бізнесу. Світові тенденції останніх років свідчать, що готельний ринок у міру його розвитку та насичення стає все більш диференційованим, різноманітним і визначає появу нових форматів засобів розміщення. Якщо на сучасному етапі в Україні усі готелі поділяються на категорійні, безкатегорійні та інші засоби розміщення, то в міру розвитку ринку відбуватиметься подальший поділ та поява нових форматів готелів.

2. Конкуренція готельних послуг, зміна споживчих переваг і розширення ринкових кордонів сприяють розвитку ринку, формуванню нових підходів до управління готельним бізнесом та диференціації як послуг, так і готелів. Усі ці тренди поступово виникають у сфері гостинності України і диктують нові підходи до формування ринку готельних послуг.

3. В економічних і правових умовах доцільно розвивати нормативноправовий аспект управління якістю готельних послуг в Україні у напрямі розробки стандартів підприємства, тому що стандартизація технологічних процесів сприяє вдосконаленню якості послуг, а також підвищенню ефективності управління виробництвом. Однак, не варто забувати, що постійне застосування тільки стандартизованих технологій не може забезпечити технологічний прорив, а отже, і передові позиції не лише на світовому, але й внутрішньому ринку. Тобто, навіть успішно «працюючі» стандарти мають своєчасно вдосконалюватися або замінюватися більш актуальними.

4. Індустрія туризму та гостинності є одним із найперспективніших напрямів розвитку вітчизняної економіки. Для ефективного розвитку галузі необхідно надавати туристам високоякісні послуги та впроваджувати нові інформаційні технології, які суттєво змінюють та підвищують результативність маркетингової діяльності готельних підприємств. Використання інформаційних технологій у маркетинговій

діяльності готельних підприємств дозволяє суттєво знизити витрати на залучення нових туристів та на підвищення споживчої лояльності існуючих.

5. Інтеграція бізнес-процесів за всіма логістичними ланцюгами не настає в повному обсязі - фактори інтегрування є ситуаційними, у зв'язку з чим залишається певний рівень свободи дій для учасників мережі. Як наслідок, для фокусної компанії відкривається перспектива організації управління, обумовлена типами зв'язків між бізнес-процесами з поділом їх на керовані, відстежувані, некеровані та зв'язки з об'єктами, що не входять до ланцюга поставок, тобто зовнішніми. Керовані зв'язки між бізнес-процесами фокусна компанія виділяє як необхідні для інтегрування в мережеву структуру. Як правило, це «прилеглі» ділянки логістичного ланцюга, що визначають взаємодію підприємства готельного господарства з постачальниками та споживачами у режимі надання готельних послуг. До категорії керованих повинні бути також віднесені «віддалені» ділянки, що визначають, наприклад, постачання товарів для виробництва, товарів повсякденного попиту з фірмовими товарними знаками мережі. Відстежувані зв'язки відокремлені від керованих через те, що вони можуть бути делеговані під управління іншим учасникам мережі, для яких вони є досить критичними, наприклад поставки сировини для товарів господарсько-побутового призначення. Некеровані зв'язки виходять за рамки інтересів фокусної компанії, і, більш того, вони можуть бути інтерпретовані як зв'язки, що відстежуються, для безпосередніх партнерів фокусної компанії, наприклад господарські зв'язки з постачальниками тарних і пакувальних матеріалів. За межами компетенцій фокусної компанії залишаються зв'язки, зокрема що входять не тільки в її логістичні ланцюги, а й до ланцюга конкурентів. Слід розуміти, що рішення, прийняті в ланцюгах конкурентів, так чи інакше можуть впливати на параметри поставок на адресу фокусної компанії та порушувати її інтереси у розширенні та (або) диверсифікації готельного бізнесу, диференціації послуг. У цілому вирішення питання щодо розрізнення зв'язків бізнес-процесів мережевих структур готельного бізнесу

виводить на постановку завдання управління постачальниками у світлі традиційної концепції маркетингу послуг та концепції маркетингу взаємин.

6. Для України є актуальною задача вибудовування сфери володіння та обміну таймшерами, що дозволило б підвищити впевненість громадян країни в якісному відпочинку для себе та своїх сімей, гарантувало б можливість обміну таймшерами, як наслідок – поява можливості якісного відпочинку у різних дестинаціях. Це дозволить позбутися послуг, що нав'язуються туроператорами, не завжди, на жаль, тієї якості та змісту, на які розраховують клієнти. Також дуже важливе питання формування правової бази, яка має регулювати відпочинок цього типу. Важливим завданням є інформування потенційних власників про можливості таймшерінгової моделі організації свого відпочинку – в Україні дуже мало хто знає про її сутність, ще менше людей, які реально коли-небудь бачили таймшерні домоволодіння, і розуміють сутність клубного відпочинку.

7. На даний час український ринок готельних послуг складно назвати насиченим за показником створення інноваційного середовища у готельних підприємствах. Готелі, що активно впроваджують у свою роботу різні інновації, здебільшого відносяться до мережевих готелів з міжнародним управлінням, що тестують інновації на українському ринку, тому у готельєрів є можливість на досвіді передових готелів удосконалити свої готельні підприємства та визначити необхідність і масштаб впровадження інновацій.

8. Перспективними напрямками в галузі державної політики України, щодо формування та розвитку готельних ланцюгів на ринку туристичних послуг відповідно до поточних економічних тенденцій та очікувань дослідників є наступні:

- 1) забезпечення виконання державних замовлень під час будівництва об'єктів інфраструктури у сфері туризму на основі розробки принципів створення сучасної туристичної інфраструктури, аналізу методів

збільшення інвестиційної привабливості проектів будівництва та модернізації сучасної мережі;

2) забезпечення сприятливого середовища для формування та розвитку готельних ланцюгів на ринку туристичних послуг (створення умов для розвитку інформаційних систем управління, що дозволяють підвищити прозорість готельного бізнесу, розвитку ЗМІ, які здійснюють рекламу готельних послуг та висвітлення проблем розвитку готельного бізнесу, розвитку ринку капіталів; законодавче підвищення вимог до вірогідності інформації франчайзера);

3) стимулювання використання підприємцями в управлінні готельними підприємствами комплексних підходів, в основі яких - якість, ефективний менеджмент та унікальність готельного продукту стандартних бізнес-процесів, сучасних технологій якості послуг, принципів управління готельним господарством, стратегії формування та розвитку готельних ланцюгів, актуальних концепцій побудови комплексних систем управління;

4) використання державними органами влади запропонованих напрямків дозволить підвищити в Україні активність та ефективність державної політики у сфері формування та розвитку готельних ланцюгів на ринку туристичних послуг.

## АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу студентки ФМЕ Ковтун Н.О.

на тему:

### *Моніторинг світового ринку готельних послуг*

на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 готельно-ресторанна справа

Одеський національний економічний університет, м. Одеса, 2022 рік

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 68 сторінок. Робота містить 3 малюнки. Список використаних джерел включає 76 найменувань.

**Об'єкт дослідження** – світовий ринок готельних послуг.

**Предмет дослідження** – теоретичні і практичні аспекти розвитку ринку готельних послуг.

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.** Містить характеристику основних понять: основні і додаткові готельні послуги, готельний бізнес, маркетинг готельних послуг. Аналізується нормативно-правова база сфери готельних послуг.

**РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СВІТОВОГО РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ.** Аналізується сучасний ринок готельних послуг, прийоми використання інформаційних технологій у готельному бізнесі, мережі і кластери у готельному бізнесі світу, таймшер туризм як новий напрямок використання готельних послуг.

**РОЗДІЛ 3. СВІТОВИЙ РИНОК ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ І ЙОГО ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ.** Пропонуються інноваційні технології у сфері готельних послуг і напрямки використання світового досвіду розвитку готельних послуг для готельного бізнесу України

**Ключові слова:** інноваційні технології у сфері готельних послуг, напрямки використання світового досвіду розвитку готельних послуг, нормативно-правова база сфери готельних послуг.

## ANNOTATION

for the qualification work of FME student Kovtun NO

on the topic:

Monitoring of the world hotel services market

for a bachelor's degree in 241 hotel business

Odessa National University of Economics, Odessa, 2022

Qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of sources used. The total volume of qualification work is 68 pages. The work contains 3 drawings. The list of used sources includes 76 names.

**The object of study** - the world market of hotel services.

**The subject of research** - theoretical and practical aspects of the development of the market of hotel services.

**SECTION 1. THEORETICAL FUNDAMENTALS OF HOTEL BUSINESS.** Contains a description of the basic concepts: basic and additional hotel services, hotel business, marketing of hotel services. The normative-legal base of the sphere of hotel services is analyzed.

**SECTION 2. ANALYSIS OF THE WORLD MARKET OF HOTEL SERVICES.** The modern market of hotel services, methods of using information technologies in the hotel business, networks and clusters in the hotel business of the world, timeshare tourism as a new direction in the use of hotel services are analyzed.

**SECTION 3. WORLD MARKET OF HOTEL SERVICES AND ITS EXPERIENCE FOR UKRAINE.** Innovative technologies in the field of hotel services and directions of use of world experience of development of hotel services for hotel business of Ukraine are offered

**Key words:** innovative technologies in the field of hotel services, directions of using the world experience of development of hotel services, normative-legal base of the sphere of hotel services.