

Міністерство освіти і науки України
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет»
імені академіка Степана Дем'янчука
Природничо-географічний факультет
Кафедра географії і туризму

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ БАКАЛАВР**

**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ
ІНДУСТРІЇ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Виконала:

Студентка природничо-географічного
факультету

спеціальності 242 Туризм

Кушнір Аліна Юріївна

Науковий керівник:

к. геогр. н., доцент

Яроменко Оксана Володимирівна

Рецензент:

к. екон. н., доцент

Конарівська Оксана Богданівна

Національний університет водного
господарства та природокористування

Рівне-2021

КУШНІР А. Ю.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У роботі проаналізовано готельне господарство Рівненської області. Розглянуто проблеми статистичного обстеження підприємств готельної індустрії, динаміку номерного фонду готелів та кількості відвідувачів, територіальні особливості розвитку готельної мережі регіону. На підставі різноманітних критеріїв визначено конкурентоспроможність готелів та проведено їх сегментацію. Запропоновано заходи підвищення конкурентоспроможності готелів.

Ключові слова: бази відпочинку, готельна мережа, заклади розміщення, статистичне обстеження, територіальна структура, конкурентоспроможність, медіація.

KUSHNIR A. Yu.

CURRENT STATE AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF THE HOTEL INDUSTRY OF RIVNE REGION

The scientific work analyses the hotel industry of Rivne region. The problems of statistical survey of enterprises of the hotel industry, the dynamics of the number of hotels and the number of visitors, the territorial features of the hotel chain. On the basis of various criteria the competitiveness of hotels is determined and their segmentation is carried out. Measures to increase the competitiveness of hotels are proposed.

Key words: recreation centers, hotel chain, accommodation facilities, statistical survey, territorial structure, competitiveness, mediation.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	7
1.1 Основи функціонування готельного бізнесу та типізація підприємств готельного господарства	7
1.2. Сучасні тенденції розвитку підприємств готельного бізнесу.....	11
1.3. Методи дослідження конкурентоспроможності готелів регіону	15
Висновки до розділу 1	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛІВ РІВНЕНЩИНИ.....	19
2.1. Розвиток готельної сфери у Рівненській області	19
2.2. Конкурентоспроможність готелів Рівненської області	30
Висновки до розділу 2	43
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ТА ЗАХОДИ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛІВ	44
3.1. PEST і SWOT-аналіз готелів Рівненської області	44
3.2. Ідентифікація бізнес-конфліктів у готельній сфері Рівненської області	51
3.3. Пропозиції щодо оптимізації взаємодії між підприємствами у Рівненській області в умовах конкуренції	51
Висновки до розділу 3	59
ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	64
ДОДАТКИ	68

ВСТУП

Актуальність дослідження. Готельне господарство – важливий сектор в складі економіки Рівненської області, що представляє собою матеріально-технічну базу туризму і визначає структуру, особливість і якість турпродукту.

Елементом готельного господарства як системи є підприємство, що надає послуги розміщення та низку додаткових послуг тимчасовим відвідувачам за заздалегідь визначену плату. Ці послуги сприяють безпечному та комфортному перебуванню людини поза постійним місцем проживання. Підприємства готельного господарства пов'язані між собою речовими, інформаційними та організаційно-управлінськими зв'язками.

Основою для віднесення різних типів готельних підприємств є прийняті українським законодавством такі кількісні критерії, як чисельність працюючих, обсяг валового доходу за рік. У сфері готельного бізнесу існують свої критерії. Залежно від місткості номерного фонду (кількість місць) підприємства готельного господарства поділяють на: великі (понад 300 номерів, більше 400 місць); середні (до 300 номерів від 150 до 400 місць); малі (до 100 номерів, 150 місць).

Важливою характеристикою готельних господарств є також якісні та кількісні параметри що забезпечують їх конкурентоспроможність на туристичному ринку. Наявність в регіоні засобів розміщення вищих категорій, що відповідають міжнародним стандартам позитивно впливає як на туристичну діяльність, так і на ділову активність в регіоні в цілому.

Готельне господарство Рівненщини розглядалося як елемент туристського-рекреаційного потенціалу регіону у праці О. Романів із співавторами. Але як самостійний об'єкт дослідження готельне господарство Рівненської області вивчене недостатньо, що і зумовило вибір теми даного дослідження. І. Поплавська встановила, що Рівненська область характеризується доволі низьким рівнем як за потужністю мережі готелів, так

і за обсягами споживання готельних послуг. А за інтегральним індексом розвитку готельного господарства область займає 19-ту позицію серед усіх регіонів України. Отже, в області існує нагальна потреба в покращенні готельного господарства.

Мета роботи полягає в проведенні аналізу діяльності готельного господарства Рівненської області, та обґрунтування способів покращення конкурентоспроможності готелів на ринку туристичних послуг.

Для досягнення цілі були виконані наступні **завдання**:

- проаналізувати теоретичні аспекти дослідження закладів розміщення готельного типу;

- підібрати методи дослідження готельних підприємств на регіональному готельному ринку та методи оцінки їх конкурентоспроможності;

- охарактеризувати рівень розвитку готельного господарства Рівненської області в цілому;

- узагальнити сучасні тенденції функціонування, визначити пріоритетні стратегічні напрямки розвитку готельних підприємств Рівненської області на прикладі обраних готелів;

- оцінити конкурентоспроможність готельних підприємств Рівненської області, провести сегментування ринку;

- обґрунтувати заходи щодо підвищення конкурентоспроможності бізнесу в готельній сфері регіону.

Об'єктом дослідження є готельне господарство Рівненської області.

Предметом дослідження якісні та кількісні параметри послуг готельного господарства регіону та їх конкурентоспроможність на туристичному ринку.

Готельне господарство досліджується багатьма науками (історичними, географічними та економічними), особливо в останні десятиріччя, коли його почали розглядати як структурну компоненту індустрії туризму. Регіональні аспекти розвитку готельного господарства України розглядалися у роботах

В. Бабарицької, О. Любіцевої, О. Малиновської, М. Мальської, І. Пандяка, І. Поплавської, О. Романів, І. Смирнова та інших.

Публікації вказаних авторів послужили теоретичною і методичною основою дипломної роботи.

Інформаційною базою дослідження є статистична інформація Головного управління статистики України в Рівненській області, матеріали звітності підприємств, дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених, опубліковані в наукових періодичних виданнях, монографіях, а також результати власних авторських маркетингових досліджень.

Практичне значення. Матеріали роботи можуть використовуватися органами державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні, підприємствами готельного господарства регіону при розробці стратегій розвитку, суб'єктами туристичного ринку, що організовують туристично-рекреаційну діяльність.

Апробація результатів. За результатами роботи опубліковано тези Яроменко О., Шкіринець В., Кушнір А. «Сучасні тенденції розвитку підприємств готельної індустрії Рівненської області». X Міжнародна науково-практична конференція: «Priority directions of science and technology development». К., 2021

Структура та обсяг роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОЇ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

1.1. Основи функціонування готельного бізнесу та типізація підприємств готельного господарства

Готельне господарство – сукупність готельних підприємств різних типів, що приймають та надають послуги з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг [12].

Готельна послуга – це дія (операція) підприємства з розміщення споживача через пропозицію номера (місця) для тимчасового проживання у готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим перебуванням. Готельна послуга складається з основних і додаткових послуг, які пропонують споживачеві під час розміщення та проживання в готелі. Зокрема:

- основні послуги – це обсяг послуг готелю (проживання, харчування), що введені у ціну номера (місця) і надаються споживачу згідно з укладеним договором;

- додаткові послуги – послуги, які не належать до основних послуг готелю, їх замовляють і оплачують споживачі додатково згідно з окремим договором (наприклад, послуги автостоянки, пральні, сауни і под.).

У готельному підприємстві послуги розміщення, харчування, додаткові послуги доповнюють одна одну і сприймаються клієнтом як одне ціле. З огляду на поєднання і оформлення послуг у готельному бізнесі формується певний тип готельного підприємства.

Система класифікації закладів розміщення передбачає їхній поділ на категорії згідно певних критеріїв. Мета будь якої класифікації – визначити відповідність конкретного готелю, а також номерів прийнятим стандартам

або встановленому порядку на обслуговування. Категорія готелю – одна з основних його характеристик, згідно якої визначаються його ринкові позиції, управління, обсяг послуг, тариф на основні та додаткові послуги. У світовій практиці до цього часу не існує загальноприйнятої класифікації організацій готельного господарства, тому ця проблема є доволі актуальною. Основа класифікації полягає у визначенні відповідності того чи іншого готелю до загальноприйнятого стандарту.

Готель – це засіб розміщення, що надає особам, які перебувають поза місцем постійного проживання комплекс послуг, головними серед яких є послуги розміщення та харчування [12].

Стандарти, що діють сьогодні у світі, є умовними, оскільки кожна країна має свої національні особливості, свою специфіку культурно-історичного розвитку, своє розуміння визначення відповідності того чи іншого готелю до прийнятого стандарту або встановленого порядку обслуговування. У зв'язку з цим на цьому етапі у світі діє приблизно 30 типів систем класифікації готельних підприємств за рівнем комфорту. Більшість країн користуються системою "зірок", яка визначається як європейська система. В основу цієї системи покладено французьку систему класифікації, за якою готелі поділяються на категорії від 1 до 5 зірок. Європейська система застосовується в таких країнах, як: Австралія, Єгипет, Франція, Україна, Росія, Польща, ОАЕ, Норвегія та інші. Хоча вказані країни і мають однакову систему класифікації готельних організацій та все одно відмінності в класифікації готелів існують. В Україні класифікація готелів за категоріями або так званими зірками здійснюється відповідно до національних стандартів України, а саме ДСТУ4269:2003 «Послуги туристичні» [19].

Відповідно до цих нормативно-правових документів кожній категорії (зірці) повинен відповідати певний стандартний набір вимог до споруд, оснащення номерів готелів різних категорій, інфраструктури, охорони

довкілля, комунікацій, рівня комфорту, послуг, що надаються, кваліфікації персоналу, безпеки тощо [19,12].

Спроби створення єдиної міжнародної класифікації готелів були неодноразовими, але й до сьогодні стандартної загальноприйнятої класифікації не утворено.

Прикладом позитивного узгодження різних типів класифікації готелів діє у Європі. Європейський союз готельєрів, рестораторів та власників кафе – HOTREC (Hotels, Restaurants & Cafés in Europe), з 2004 року почав втілювати єдину узгоджену систему класифікації готелів. Так у 2007 році було узгоджено єдині вимоги до якості послуг гостинності у Європі (European Hospitality Quality – EHQ), а на з'їзді у Празі схвалено єдину Європейську систему класифікації готелів. З 2010 року, дану систему запровадила Австрія, Чехія, Німеччина, Угорщина, Швеція, Швейцарія та деякі інші країни.

Не має і єдиного підходу на міжнародному рівні у класифікації готелів за їх обсягом. У працях українських вчених зустрічаються різні підходи до класифікації (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Підходи до класифікації готелів за кількістю місць

Автори та джерело	Класифікація готелів
Мальська М. П., Пандяк І.Г. [12]. Бойко М.Г., Гопкало Л.М.[5]	великі (понад 300 номерів, більше 400 місць); середні (до 300 номерів від 150 до 400 місць); малі (до 100 номерів, менше 150 місць).
Мусакин А.А. [16, с. 16]	гіганти (понад 600 номерів) великі (від 301 до 600 номерів) середні (від 151 до 300 номерів), малі (до 150 номерів),

Як свідчить світовий досвід, з практичної точки зору суттєвим критерієм для малих готелів є місткість номерного фонду, під якою розуміється кількість одночасно пропонованих клієнтам місць або номерів.

Водночас у кожній країні до цього підходять по-різному. Так, за класифікацією UNWTO під малим готелем рекомендовано розуміти підприємство з кількістю номерів до 30.

Класифікація готелів за місткістю здійснюється згідно кількості постійних спальних місць (номерів) і визначається національними стандартами у кожній державі. Наприклад, у США готелі до 100 номерів вважаються малими, 100-500 – середніми, понад 500 – великими; Австрії та Швейцарії готелі до 100 місць – малі, 100-200 - середні, понад 200 місць – великі.

Структура готельного господарства України характеризується тим, що типи підприємств, які належать до різних форм малого підприємництва (мотелі, кемпінги, молодіжні бази тощо) і надзвичайно в поширені в світовій готельній індустрії, у вітчизняному готельному бізнесі не розвинені. [5]

Основою для віднесення до типу малих вітчизняних готельних підприємств є прийняті українським законодавством такі кількісні критерії, як чисельність працюючих, обсяг виручки від реалізації продукції за рік. Для готельного господарства вони є відносними, оскільки не характеризують усієї специфіки функціонування готельних підприємств цього типу.

В контексті розгляду проблеми, варто навести думку Г. Папіряна, який вказує, що розмір готелю – це не проста змінна. Його можна визначати за допомогою кількості номерів у співвідношенні з чисельністю персоналу або кількістю додаткового сервісу, що пропонується. Наприклад, готель може мати невеликий номерний фонд, але пропонувати велику територію для прогулянок, мати велику кількість спортивних майданчиків тощо. Тому серед наведених вище критеріїв щодо визначення малих готельних підприємств, існуючих у законодавчій нормативній документації України, слід використовувати показник кількості місць у засобах розміщення, керуючись при цьому рекомендаціями UNWTO. [5]

1.2. Сучасні тенденції розвитку підприємств готельного бізнесу

Готельна індустрія є однією із найдинамічніших у світі. Тільки протягом другої половини ХХ ст. у цій царині відбулися кардинальні зрушення, що змінили розуміння готелю як тільки місця для ночівлі та вивели готельний сегмент на провідні позиції серед складових туристичної галузі [1].

Водночас, туристична індустрія найбільш гостро реагує на різноманітні потрясіння в економіках країн світу. Демонструючи тенденції значного зростання починаючи ще з 90-х років ХХ століття, готелі зазнали певного спаду після фінансової кризи 2008 року. Ще більш гостро відбилася на готельній індустрії пандемія коронавірусу, яка практично заморозила туристичні подорожі на кілька місяців, а тривалість і остаточні наслідки цієї кризи важко спрогнозувати.

Швидкий розвиток технологій будівництва, поява нових будівельних та оздоблювальних матеріалів, запровадження електроніки і комп'ютерної техніки, інтерактивних технологій, з одного боку, та зростання всесвітніх подорожей та туризму різного рівня, урізноманітнення туристичного попиту, загострення конкуренції між готелями і пошук нових сегментів ринку, зміна власне філософії обслуговування – з другого, викликали до життя сучасні тенденції розвитку всесвітнього готельного господарства, серед яких:

- поширення інтересів готельного бізнесу на продукти і послуги, що раніше надавалися підприємствами інших галузей;
- екологізація готельних послуг;
- посилення спеціалізації готельного бізнесу, що дозволяє чіткіше орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак;
- глобалізація та концентрація готельного бізнесу;
- персоніфікація обслуговування й повна концентрація на запитах і потребах клієнтів;

- широке впровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, що дозволяє проводити глибоку і системну економічну діагностику;

- концептуалізація діяльності;

- упровадження нових технологій у ділову стратегію готельних підприємств, зокрема широке використання мережі Інтернет з метою просування готельних продуктів та послуг [17].

- активний розвиток готельних ланцюгів ;

- поширення франчайзингу у готельному бізнесі.

У світі постійно відбувається процес модернізації готельного бізнесу. Під дією глобалізаційних процесів формуються корпорації готельних мереж. Таким чином готельні підприємства знаходять можливість залучення додаткових ресурсів. Готелі утворюють союзи чи асоціації, що не порушують їх юридичну і господарську самостійність, але це дозволяє запроваджувати спільні маркетингові програми та систему підготовки кадрів, проводити дослідницьку діяльність тощо.

Особливе значення має застосування інтерактивних технологій у ході впровадження складних інженерних систем. Рівень інтерактивних систем у готелі – це показник його якості й рівня кваліфікації.

Готелі запровадили низку послуг, що надаються різноманітними закладами харчування та побуту, салонами краси, велнес-, фітнес- і спа-центрами. У готелях існують конференс-зали, зали для ділових переговорів, музичні та тематичні салони, тренажерні зали, спортивні майданчики, виставкові та універсальні зали, бізнес-центри, торговельні заклади різних напрямів та інше.

Поширюється тенденція індивідуалізації обслуговування клієнта. Персонал запам'ятовує його ім'я, улюблені напої, намагається створити у нього враження, що він є бажаним гостем. Тенденція «гедонізації» сервісу – персонал намагається зробити перебування гостя в готелі максимально радісним не тільки завдяки люб'язному обслуговуванню, послужливості,

«компліментарності» послуги, а й за допомогою організації низки приємних традицій. У старій Європі існують навіть асоціації тематичних та історичних люкс-готелів, які обмінюються інформацією про своїх клієнтів, створюють єдину систему і формують індивідуальні запрошення гостей. Таким чином, готель стає не тільки місцем для тимчасового перебування, а клубом та сенсом подорожі.

Екологізація готельного продукту нині набуває великого значення у зв'язку з необхідністю збереження довкілля, зростанням попиту туристів на екологічно безпечні послуги і товари. Готелі намагаються використовувати екологічно безпечні матеріали в інтер'єрі та обладнанні, практикувати «безвідходні» технології, пропонувати гостям спеціальну білизну «для алергіків», екологічно чисті продукти і напої в ресторані. Для деяких готелів екологія перетворилася на концепцію їх діяльності.

Останнім часом, поряд із традиційними повносервісними готелями й ресторанами, усе більше стали з'являтися спеціалізовані підприємства зі скороченим набором пропонованих послуг. Спеціалізація підприємств буває найрізноманітнішою. Готелі можуть орієнтуватися на обслуговування представників певного сегмента туристичного ринку: наприклад, на клієнтів, які присвячують свою відпустку грі в гольф, катанню на лижах, кінним турам, або на туристів, котрі виїжджають на конгреси, виставки, ярмарки [20].

Важлива роль у розвитку сучасної світової готельної індустрії належить готельним ланцюгам, які просувають на туристичний ринок високі стандарти обслуговування, сприяють поширенню та значному підвищенню рівня організації виробництва.

Готельний ринок України є привабливим для інвесторів та міжнародних готельних операторів. Попит на готельні послуги в нашій країні в декілька разів перевищує пропозицію на ринку. Водночас якість пропонованих послуг залишається багатьох готелів залишається на низькому рівні. На готельний ринок України вийшли та планують вийти такі міжнародні бренди, як

Radisson, Inter Continental, Accor Group, Hilton, Hyatt International, Kempinski Hotels&Resorts, Sheraton Hotels & Resorts,Marriott International, Rixos, Inter Continental, ContinentHotels & Resort [31].

Ринок готельних послуг є достатньо перспективним для інвестування. Але перед інвесторами завжди постає питання вибору форм організації та управління роботою готелю. Існує декілька варіантів експлуатації готелю: залучення найманого професіонала – генерального менеджера; залучення девелоперської компанії для управління готелем; самостійне управління або ж підписання договору франчайзингу з відомою готельною мережею. [27].

Франчайзинг пропонує сучасні відпрацьовані технології ведення бізнесу, що дозволяє уникнути помилок організаційно-технічного характеру. Франчайзинг як організаційно-економічний інструмент вимагає стабільної законодавчої бази, якої в Україні поки що немає.

Практика ведення бізнесу свідчить, що готелі, які входять у мережу, мають на 60% більше прибутку, ніж незалежні готелі. Така форма організації і роботи готелю стає дедалі популярнішою, позаяк має низку переваг, основними серед яких є використання відомого бренду та його позитивного іміджу, збільшення заповнюваності, а також забезпечення високих стандартів обслуговування [20]. Оскільки український готельний ринок є одним із перспективних в Європі, прихід іноземних франчайзерів є неминучим. Проте транснаціональні компанії очікують від української влади створення і забезпечення сприятливих інвестиційних умов, удосконалення чинного законодавства та розвитку сучасної туристичної інфраструктури.

Головна мета діяльності сучасних підприємств готельного господарства – надавати бездоганне обслуговування, перевершуючи очікування споживачів; бути визнаним лідером в своєму сегменті на своєму ринку. Основні напрямки діяльності готелів, що сприятимуть підвищенню їх конкурентоспроможність:

- Інноваційність, впровадження новітніх технологій і нестандартних підходів для найкращого задоволення потреб споживачів і ефективнішої роботи персоналу;
- Соціальна відповідальність: турбота про довкілля і її збереження;
- Розвиток внутрішнього туризму за допомогою підтримки регіональної туристичної інфраструктури, історичних і культурних об'єктів; турбота про дітей, пропаганда меценатства і добродійності;
- Прагнення до досконалості;
- Відповідальність перед споживачами і відповідність стандартам якості;
- Орієнтація на гостя, створення атмосфери гостинності.

1.3. Методи дослідження конкурентоспроможності готелів регіону

В процесі дослідження використані методи: монографічний – для виявлення підходів до всебічного вивчення предмету дослідження; методи порівняння, аналогії, аналізу, синтезу та узагальнення – для розкриття змісту основних понять та термінів; ретроспективний аналіз – для визначення тенденцій розвитку готельного господарства регіону; таблично-графічний метод – для дослідження динаміки явищ і процесів формування попиту і пропозиції на ринку туристичних послуг регіону, а також такі загальнонаукові методи, як традиційного аналізу, дедукції та індукції, за допомогою яких опрацьовувалася вторинна інформація та результати, отримані за допомогою інших методів.

Методика визначення рівня розвитку готельного господарства в розрізі регіонів включає такі складові: а) визначення рівня розвитку за показником споживання послуг готельного господарства; б) визначення рівня розвитку за чисельністю зайнятих працівників у готельному господарстві; в) визначення рівня розвитку за показником локалізації готелів у районах. Рівень розвитку галузі – це відносна характеристика. Вона може визначатися відносно середньостатистичного рівня по області.

Для визначення конкурентної позиції готелів на регіональному ринку використовувалася методика набору конкурентоспроможних елементів. Об'єктом оцінки виступає готельне господарство Рівненської області.

Метод набору конкурентоспроможних елементів - це синтезований метод визначення конкурентної позиції готелів, побудований на посилці, що конкурентоспроможність готелів є головною характеристикою.

Алгоритм методу складається з таких етапів:

1.Формується перелік індикаторів (IND_j , де $j=1\dots m$), які слугують базою оцінки конкурентоспроможності готелів.

2.Експертним шляхом для кожного індикатора встановлюється його вага ($Vaga_j$, де $j=1\dots m$) в загальній оцінці при умові, що $\sum Vaga_j = 1$.

3.Підбирається перелік готелів для аналізу.

4.За отриманою інформацією по обраних готелях будується матриця показників конкурентоспроможності.

5. За допомогою абсолютних значень обраних індикаторів визначаються ранги готелів (R_{ij}).

6.Знаходиться зважений на вагу індикатора загальний ранг кожного готелю, що бере участь в масиві оцінки за формулою:

$$Rang_i = \sum R_{ij} * Vaga_j$$

7.Після встановлення загальних рангів знаходиться центр-лідер (L) та центр-аутсайдер (A), а також діапазон відстані аутсайдера від лідера (D_v) за формулою:

$$D_v = Rang_A - Rang_L$$

Діапазон відстані аутсайдера від лідера дає уявлення про розмежування готелів в конкурентному середовищі. Радіус кола лідерів (аутсайдерів) дорівнює чверті від діапазону відстані аутсайдера від лідера (D_v), а саме: $0 - \frac{1}{4} D_v$ - коло лідерів; $\frac{1}{4} D_v - \frac{1}{2} D_v$ - зона очікування нападу; $\frac{1}{2} D_v - \frac{3}{4} D_v$ - зона невикористаних можливостей; $\frac{3}{4} D_v - D_v$ - коло аутсайдерів.

Конкурентоспроможність готелів знаходиться за формулою:

$$KSop_{ia} = (Rang_A - Rang_i) / D_v$$

Серед безлічі інструментів аналізу ринкової позиції підприємства одним з найбільш наочних є SWOT-матриця. SWOT-метод був розроблений американськими економістами і називається так за першими літерами англійських слів, що становлять основний зміст аналізу (Strength - сила, Weakness –недолік, Opportunities – можливість, Threat – загроза).

У роботі планується використання SWOT-аналізу для комплексної оцінки ринкового становища та перспектив діяльності малих, середніх та великих готельних підприємств Рівненської області.

Застосуванню SWOT-аналізу повинен передувати аналіз з використанням методів PEST і PRESTCOM. Одержаною з їх допомогою ринковою інформацією послуговуються для з'ясування шансів і загроз підприємств на ринку.

Аналіз PEST (political, economic, social, technological factors) полягає в ідентифікації й оцінюванні політичних, економічних, соціально-культурних, технологічних чинників.

Метод PRESTCOM (regulatory, competition, organizational market factors) охоплює аналіз регуляційних, конкурентних, організаційних, ринкових чинників. Він дає змогу побачити загальні чинники (як у регіоні, країні, так і на міжнародному ринку), які впливають на діяльність підприємств, встановити основні тенденції, на які потрібно звернути увагу при проектуванні стратегії і в поточній діяльності.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Готельне господарство як структурна компонента туристичної індустрії висвітлено в працях багатьох науковців різних напрямків.

Різні аспекти діяльності готелів розглянуті в В. Герасименка, Ф. Котлера, О. Любіцевої, М. Мальської, І.Мініч, І. Пандяка, Г. Папіряна Т. Сокол, Т. Ткаченко, Дж. Уокера, В. Федорченка та багатьох інших вітчизняних та зарубіжних вчених. Регіональні аспекти розвитку готельного господарства Рівненщини висвітлені у працях І. Поплавської, О.Романів, Т.Трусової.

В світі не має одностайного підходу, щодо класифікації та критеріїв їх диференціації на категорії, розподілу за величиною тощо. На теренах України важливою є проблема законодавчого врегулювання діяльності, насамперед, малих готельних господарств.

З метою підвищення конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг, готелі втілюють низку заходів, що дозволяють здобути ряд конкурентних переваг. До таких заходів належать: об'єднання готелів в готельні мережі, впровадження інноваційних технологій, посилення спеціалізації, орієнтація на клієнта, екологізація готелів та ін.

Для дослідження конкурентоспроможності готелів Рівненщини нами використано ряд показників, що дозволяють провести їх рейтингування та сегментацію на ринку. З метою розробки заходів, щодо оптимізації готельної мережі регіону та посилення її конкурентних позицій використано методи SWOT- та PEST-аналізу

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛІВ РІВНЕНЩИНИ

2.1. Розвиток готельної сфери у Рівненській області

Запорукою розвитку туристичної галузі регіону є його готельне господарство, яке служить основою для розвитку туризму та формування мережі туристичних маршрутів, визначає структуру і якість турпродуктів та є важливим сектором економіки, що створює робочі місця та наповнює місцеві бюджети. Наявність, готельних комплексів, особливо тих, що розраховані на більш тривалий відпочинок в межах певної території, є вагомим чинником та каталізатором розвитку суміжних та допоміжних до туристичної індустрії галузей. Крім того, дослідження динаміки показників функціонування готелів, дозволяють прослідкувати процеси розвитку туристичної сфери загалом. Проте, такий аналіз є неможливим без дослідження масиву даних статистичної інформації, яка через недосконалість законодавства не є достатньо репрезентативною. Проведення обстеження готельної мережі Рівненщини дозволили нам виявити наступні проблеми пов'язані із статистичним даними Державної служби статистики:

- під статистичні обстеження попадають не всі підприємства готельного господарства та аналогічних засобів розміщення області;

- з 2018 року Державна служба статистики проводить збір статистичної інформації тільки засобів розміщення, що мають статус юридичних осіб, в той час як значна кількість готельних комплексів, що знаходиться у власності фізичних осіб-підприємців випадає з поля зору офіційної статистики;

- в законодавчому полі відсутні чіткі розмежування, щодо готельних комплексів різної місткості, функціонального призначення, що дозволяє їх власникам частково ухилитися від надання тієї чи іншої статистичної інформації.

Зміна в підходах до статистичного обстеження готельних підприємств з 2018 року не дозволяє в динаміці порівняти сучасні показники із попереднім періодом, тому їх аналіз ми проводимо поетапно.

Дослідження кількості готелів, їх номерного фонду місткості, динаміки кількості відвідувачів в період 2000-2017 року дозволило виявити ряд закономірностей. Так в період 2010-2015 років відбулося зростання кількості готелів при відносно стабільній кількості номерного фонду, та навіть незначному спаду (див. Рис. 2.1). Таку тенденцію на теренах області можна пояснити наступним чином: з однієї сторони розбудовою мережі готелів та транспортного сполучення в період підготовки до Євро-2012 (наприклад, суттєва реконструкція траси міжнародного сполучення Київ-Чоп сприяла і появі нових готелів на теренах області); реконструкція старих готелів що функціонували з радянського періоду, підвищення комфортабельності в них номерів, приведення їх у відповідність до міжнародних стандартів призвели до зменшення кількості номерів та їх місткості.

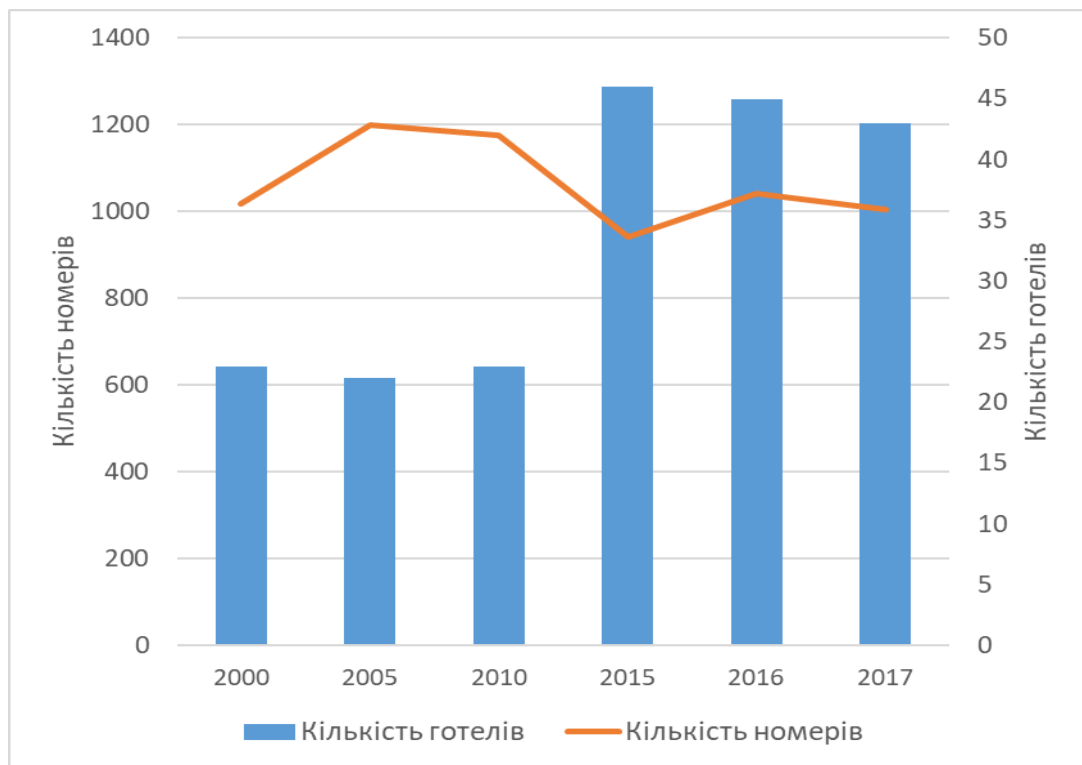


Рис. 2.1 Динаміка кількості готелів та аналогічних засобів розміщення Рівненщини та динаміка номерного фонду готелів (за даними Головного управління статистики у Рівненській області)

Рисунок 2.2 показує динаміку місткості номерного фонду готелів та кількості відвідувачів на протязі року. По зазначеним вище причинам місткість номерного фонду в період до 2010 року зростала, а пізніше знизилась. В той же час кількість відвідувачів на протязі 2010-2017 років залежала більше від стабільності фінансово-економічної та політичної ситуації. Спад кількості відвідувачів в 2010 році був наслідком економічної кризи 2008-2009 років та інфляційних процесів в економіці України які вона спричинила, в той час як спад після 2015 року пояснюється, насамперед ескалацію конфлікту між Україною та Росією на Сході та Півдні держави

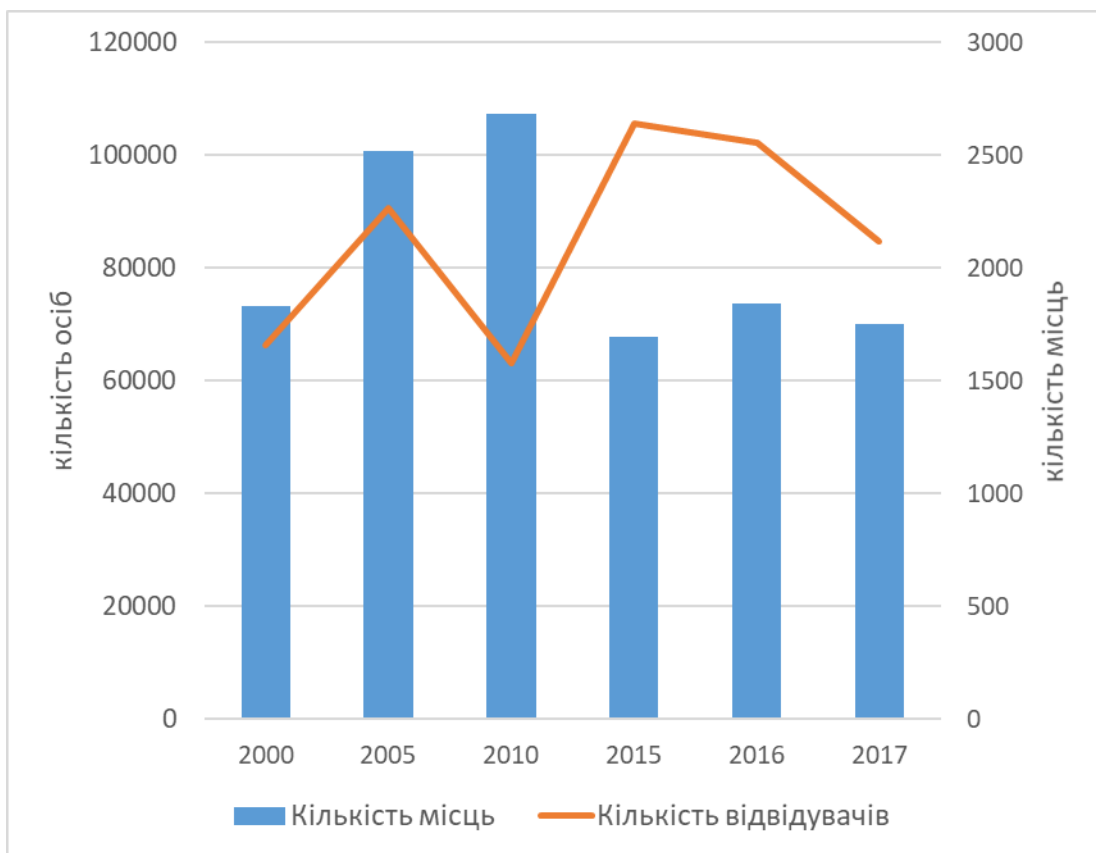


Рис. 2.2 Динаміка місткості номерного фонду готелів Рівненщини та кількості туристів що в них проживала (за даними Головного управління статистики у Рівненській області)

Детальніший аналіз місткості колективних засобів розміщення в цілому та відвідувачів в період 2011-2017 років чітко показує тенденцію зростання кількості відвідувань закладів в період до 2013 року, що пов'язано як з

проведенням Євро-2012, так і з ростом популярності України як туристичної держави на протязі наступного року (див. Рис. 2.3). Проте, військовий конфлікт на Сході негативно відбився як на тенденції в'їзного міжнародного туризму, так і на відвідуванні колективних засобів розміщення.

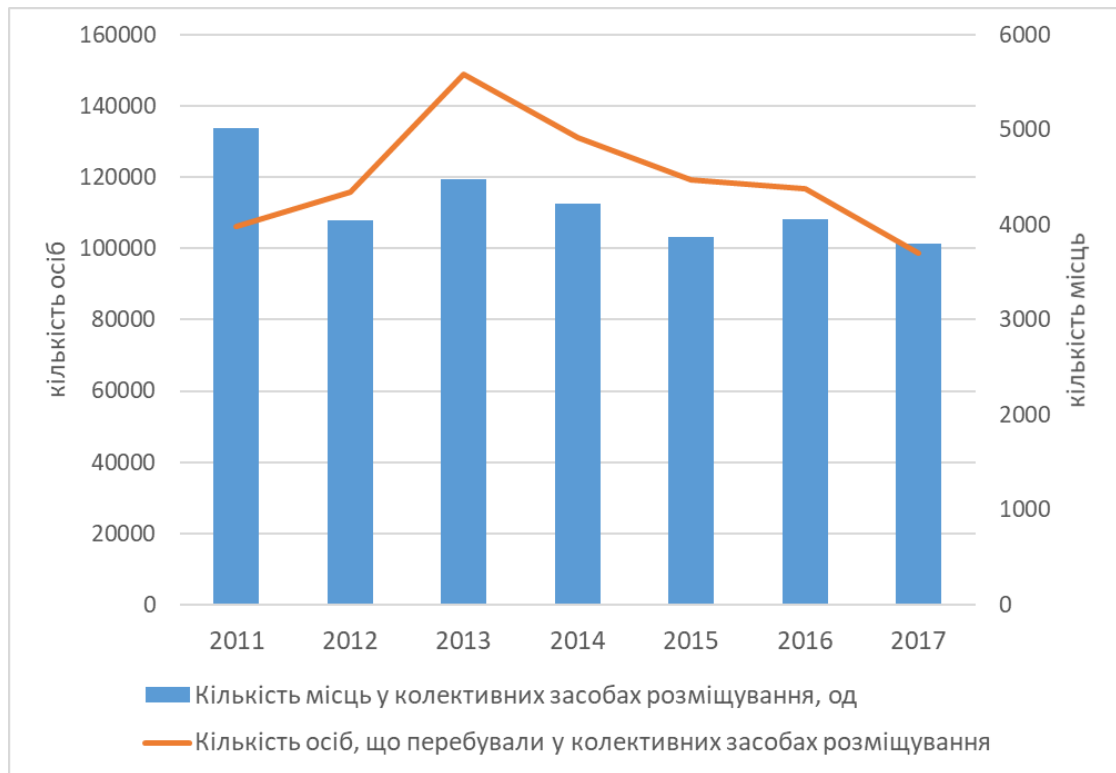


Рис. 2.3 Динаміка кількості місць та кількості осіб в них перебували в колективних засобах розміщення в цілому (за даними Головного управління статистики у Рівненській області)

Колективні засоби розміщення Рівненщини представлені закладами різного типу. До них відносять готелі, мотелі, заклади відпочинку, санаторії, дитячі заклади відпочинку цілорічної дії. Натомість в дану категорію офіційна статистика не включає туристичні бази, літні дитячі табори, оскільки вони працюють сезонно. Досліджуючи місце готельного господарства в структурі колективних засобів розміщення області, варто відмітити, що на готелі та мотелі в 2017 році в сукупності припадало 82% кількості закладів та 84% кількості відвідувачів на протязі року, в той час як кількість лішко-місць становила 46% (див. Рис. 2.4). Це пояснюється тим, що

кількість санаторіїв, закладів відпочинку та дитячих санаторії цілорічної дії в області незначна, а кількість відвідувачів в них зазнає значних сезонних коливань. Серед такої категорії закладів переважають великі за місткістю комплекси. В той час в області є значна кількість міні-готелів, а динаміка відвідувачів на протязі року є більш стабільною.

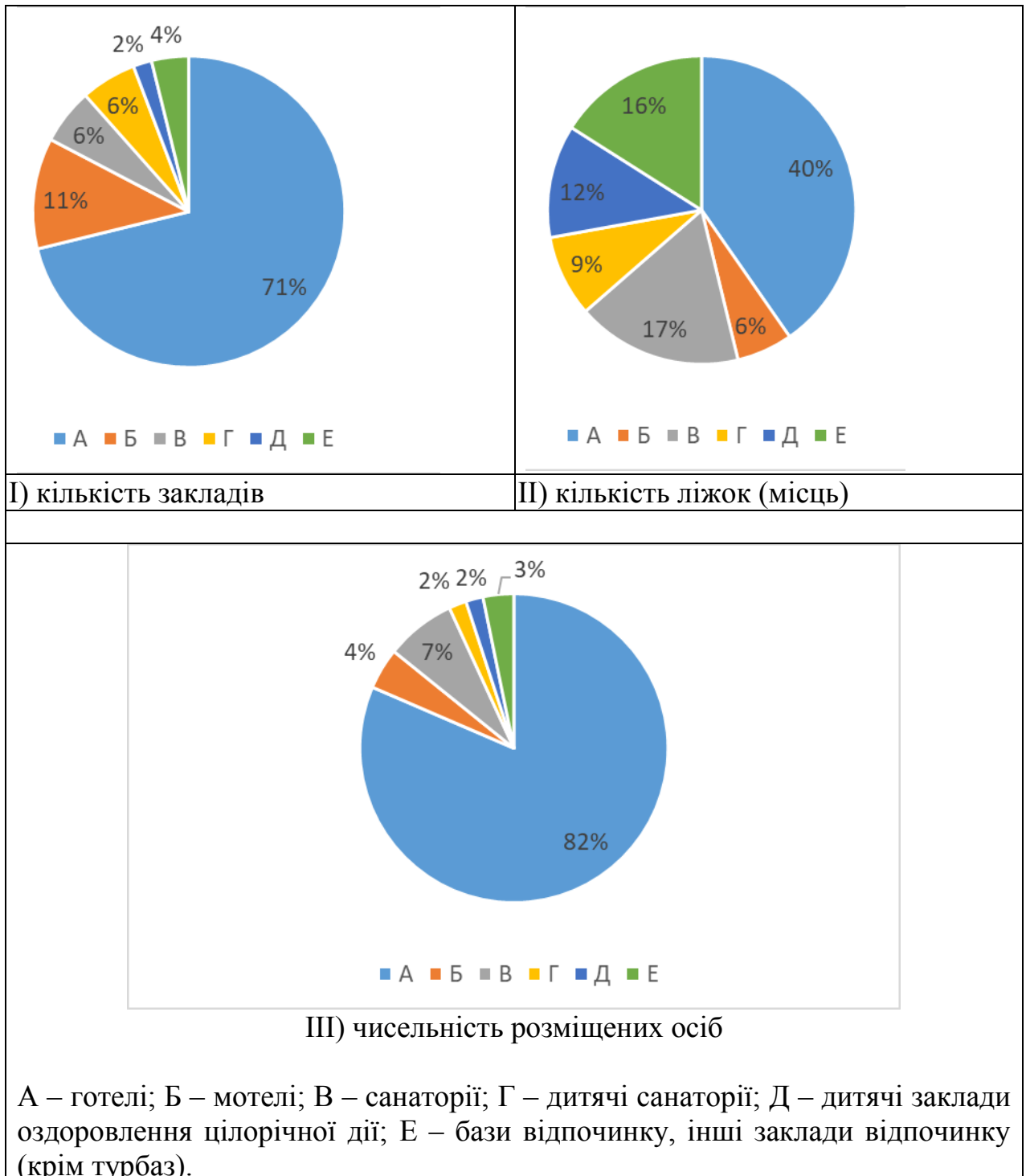


Рис. 2.4 Місце готельного господарства Рівненської області у структурі засобів розміщення туристів за окремими показниками у 2017

році (побудовано за даними Головного управління статистики у Рівненській області).

Цікавим, на нашу думку є і рівень забезпеченості готелями (кількість готельних місць на 1 тис. населення) у Рівненській області (Рис. 2.5. Спочатку із зростанням кількості готелів та номерного фонду він зріс до 2,3 і був близький до середнього показника по Україні, проте після реконструкції окремих готелів і зменшення місткості номерного фонду цей показник понизився до 1,5 на кінець 2017 року.

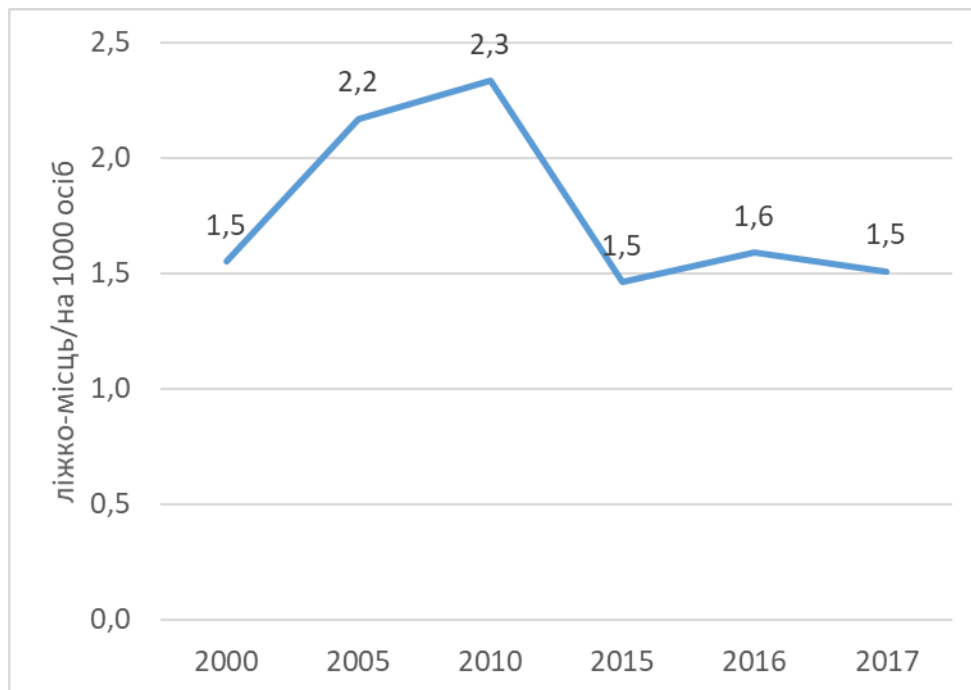


Рис 2.5 Рівень забезпеченості населення Рівненської області готелями (розраховано і побудовано за даними Головного управління статистики у Рівненській області)

Зміна підходів до статистичного обстеження готелів з 2018 року, вимагає окремого розгляду показників діяльності області з цього періоду, оскільки кількість закладів, що підлягали статистичному обстеженню скоротилася з 52 до 17. Основні показники діяльності готелів та аналогічних засобів розміщення області наведено в Таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Показники діяльності колективних засобів розміщення (юридичні особи) Рівненської області в 2019 році

(складено за даними Державного управління статистики України)

Характеристика показника, одиниці вимірювання	Значення показника в Рівненській обл.	Окремі середні значення в Україні
Кількість засобів розміщення, одиниць	18	
Кількість готелів, одиниць	15	
Мають номери для інвалідів, одиниць	5	
Кількість місць в засобах розміщення, ліжко-місць	1588	
Кількість місць в готелях, ліжко-місць	910	
Середня місткість в засобах розміщення, ліжко-місць	88	115
Середня місткість в готелях, ліжко-місць	61	96
Кількість номерів в готелях, одиниць	541	
Середня кількість номерів в готелях, одиниць	36	50
Кількість осіб в засобах розміщення за рік	35530	
Кількість осіб в готелях за рік	30327	
Кількість відвідувачів іноземців за рік	2171	
Кількість ночівель в засобах розміщення, ночей	102845	
Кількість ночівель в готелях, ночей	75766	
Середня тривалість перебування в засобах розміщення, ночей	2,9	2,7
Середня тривалість перебування в готелях, ночей	2,5	1,9
Кількість ночівель іноземців в готелях, ночей	4466	
Загальна кількість днів роботи засобів розміщення в році	5935	
Загальна кількість днів роботи готелів в році	5115	
Середня кількість днів роботи засобів розміщення в році	330	232
Середня кількість днів роботи готелів в році	341	322
Коефіцієнт використання колективних засобів розміщення протягом року	0,19	0,3
Коефіцієнт використання готелів протягом року	0,24	0,27

Аналіз показників діяльності готелів та аналогічних засобів розміщення, що мають статус юридичних осіб – 15 із 18 колективних засобів розміщення. За кількістю таких закладів Рівненщина значно поступається областям України, що є лідерами на туристичному ринку, таким як Львівська, Одеська, Івано-Франківська, Дніпропетровська, Київська та м. Київ та деяким іншим. На Рівненщині переважають середні та дрібні готелі. Середня кількість номерів в готелях становить 36, а місткість – 61 ліжко-місце, в той час як середні аналогічні показники по Україні – 50 номерів та 96 ліжко-місце. Однак, область мала вищу середню тривалість роботи готелів на протязі року та коефіцієнт середньої завантаженості готелів ідентичний середньому показнику по Україні.

Проте статичні обстеження що проводились Державною службою статистики області в період до 2017 року, і тим більше сучасні не відображають повної картини діяльності готелів і аналогічних засобів розміщення. Управлінням культури та туризму Рівненської ОДА проводиться власний незалежний моніторинг кількості готелів області та їх місткості. Результати їх дослідження та наші особисті спостереження вказують на суттєві відмінності в показниках. В Таблиці 2.2 нами представлено результати такого моніторингу та власних досліджень станом на початок 2020 року.

Таблиця 2.2

Кількість закладів розміщення та їх місткість в розрізі адміністративних районів Рівненщини та міст обласного підпорядкування (за даними моніторингу Управління культури та туризму Рівненської ОДА)

	Кількість готелів та аналогічних закладів розміщення	Орієнтовна кількість ліжко-місце	Середня місткість готелів та аналогічних закладів розміщення
м.Рівне	19	831	44
м.Дубно	4	97	24
м.Вараш	2	237	119
м.Острог	3	49	16
Березнівський	1	29	29
Володимирецький			
Гошанський	2	56	28

Демидівський			
Дубенський	4	111	28
Дубровицький	1	37	37
Зарічненський	4	72	18
Здолбунівський	1	50	50
Корецький	2	24	12
Костопільський	7	237	34
Млинівський			
Острозький	2	27	14
Радивилівський	1	72	72
Рівненський	18	588	33
Рокитнівський	2	88	44
Сарненський	10	297	30
Разом по області	83	2902	37

Представлені дані демонструють, що загальна кількість засобів розміщення в межах області складає 83, а кількість місць в них сягає 2902 ліжко-місця. Лівову частку серед них складають власне готелі та аналогічні засоби розміщення. Незначну частку становлять заклади відпочинкового типу. В територіальному аспекті 49% потужностей місткості номерного фонду готелів припадає на Рівне та Рівненський район. Ще близько 34% номерного фонду готелів припадає на Сарненський, Дубенський, Костопільський райони та місто Вараш. В таких районах як Демидівський та Млинівський немає жодного готелю навіть в районному центрі. Це пояснюється дещо периферійним положенням районів по відношенню до основних транспортних шляхів, близькістю обласного центру та «відтягуванням» ним частини туристів, а також спеціалізацією районів (особливо Демидівського) на літньому відпочинковому туризмі, що використовує агросадиби та туристичні бази Хрінницького водосховища. Туристичні бази та агросадиби не відносяться до готелів та аналогічних засобів, тому їх місткість не ввійшла до зазначеного переліку.

Загалом на теренах області простежується не тільки тяжіння готельної мережі до обласного центру, але й до основних шляхів сполучення, насамперед до міжнародних трас Київ-Чоп та Київ – Варшава, а також автомагістралі, що перетинає область з півночі на південь пролягаючи від кордону Хмельниччини до державного кордону з Республікою Білорусь.

Важливу роль як транспортного вузла, відіграє і місто Сарни та його готельна мережа. За показником щільності безперечним лідером є Рівненський район з обласним центром, де показник кількості готелів на 1000 км² складає 30, вищі за середні показники щільності готельної мережі має Острозький (7,1), Сарненський (5,1), Дубенський (6,5), Костопільський (4,7) райони.

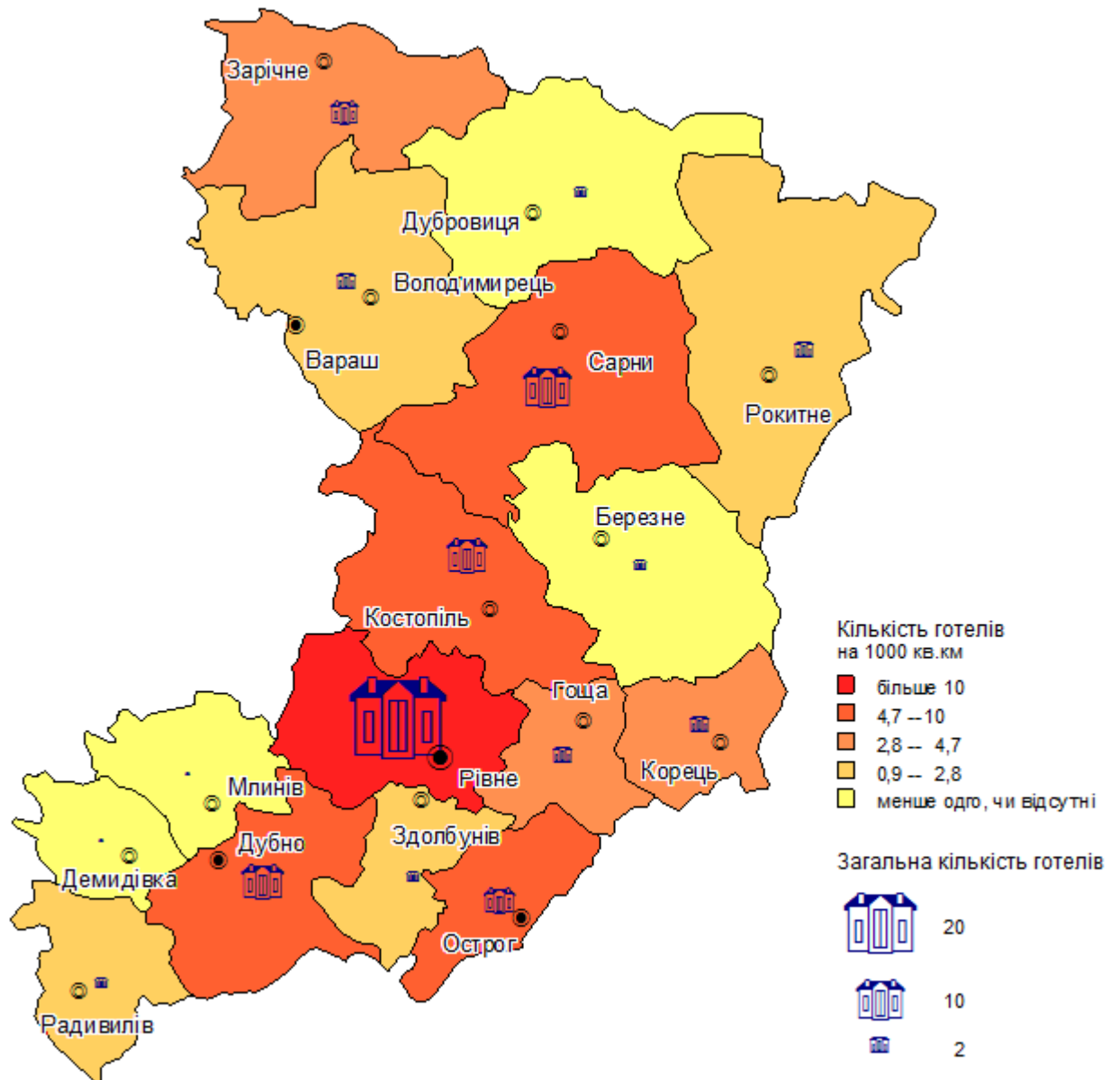


Рис. 2.6 Кількість готелів та аналогічних засобів розміщення (за даними моніторингу управління культури і туризму Рівненської ОДА)

Якщо порівнювати кількість ліжко-місць що припадає на 10 тисяч населення, то найвищі показники забезпечення характерні для Рівненського району (63) та м. Вараш (56). Дещо нижчі показники характерні для Костопільського району (37), власне міста Рівне (34) та м. Острог (32). Висока частка номерного фонду готелів Костопільщини пов'язана з його розташуванням в межах транспортної автомагістралі, а також з наявністю промислових підприємств, що мають тісну міжнародну співпрацю та власні відомчі готелі.

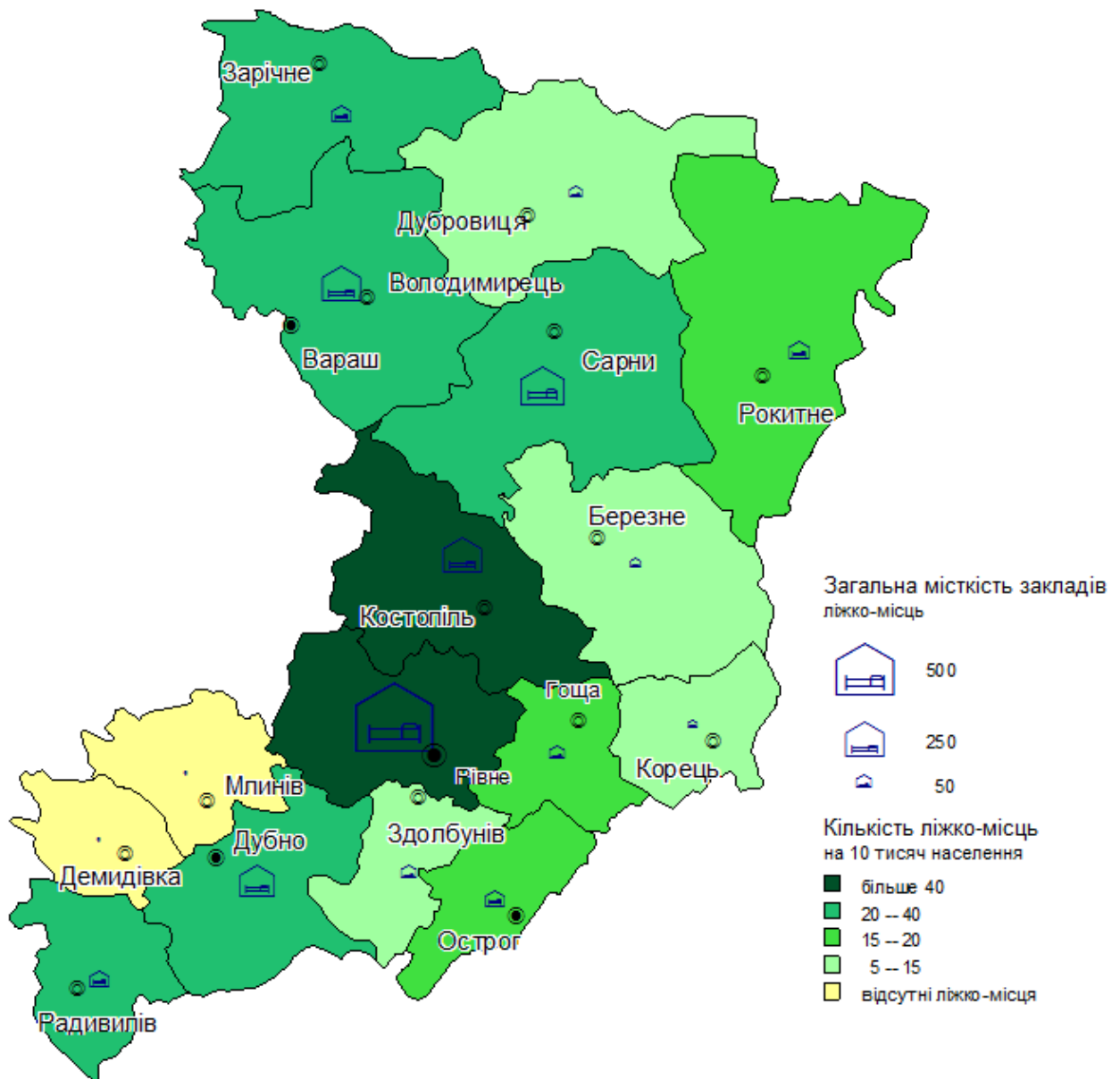


Рис. 2.7 Місткість готелів та аналогічних засобів розміщення (за даними моніторингу управління культури і туризму Рівненської ОДА)

Територіальний аналіз готельної мережі області вказує на значні диспропорції у розвитку готельної мережі. Готельна мережа області формується як під впливом транспортних магістралей області, а також суттєво залежить від розвитку туризму в регіоні в цілому, соціально-економічного розвитку районів, тощо.

Слід зазначити, що незважаючи на досить низьку активність готельного господарства області, йому властиві й сучасні тенденції розвитку: використання новітніх комп'ютерних технологій; диверсифікація готельних послуг; індивідуалізація обслуговування; спеціалізація пропозиції; концептуалізація діяльності. Проте більшість готелів зосереджені на наданні лише основних послуг проживання, удосконалюючи номерний фонд, але мало використовують сучасний асортимент компліментарних та додаткових послуг.

2.2. Конкурентоспроможність готелів Рівненської області

Існують різноманітні критерії та оцінки за якими можна оцінити конкурентоспроможність готелів регіону як на внутрішньому регіональному, так і на загальнодержавному рівні. Охарактеризуємо найбільш відомі готелі Рівненщини за даними мережі Інтернет та за результатами власних спостережень, а також спробуємо визначити їх певні конкурентні переваги, чи недоліки. Нашим спостереженням охоплено значну кількість готелів Рівненської області. Саме про ці готелі є згадування в мережі Інтернет, є відгуки відвідувачів.

В першу чергу на внутрішньому ринку є доцільним порівняння готелів, що знаходяться в рівному та його околицях, де є значна концентрація готелів та певна конкуренція. В містах, чи районах де є 1-2 невеликі готелі, конкуренції як такої не існує. З таблиці 2.3 видно, що більші готелі зосереджені в м. Рівне та в Рівненському районі. Найбільші готелі області

«Турист», «Україна» та «Мир» розміщені у м. Рівне. Їх відносимо до категорії великих готелів, хоча за обсягом номерного фонду та місткістю вони належать до середніх. Разом з тим таке поняття є дещо відносним.

Важливим чинником, що суттєво позначився на розвитку готельної мережі стала і пандемія коронавірусу. Періоди жорсткої ізоляції позначились на мобільності населення, а це в свою чергу спричинило до суттєво скорочення відвідувачів у 2020 році. Так, у Звіті про діяльність ПрАТ «Рівнетурист» у 2020 році зазначено, що власний номерний фонд (готелю «Турист»), був завантажений тільки на 10,2% на протязі року. Намагаючись отримати певний дохід, готелі міста Рівного частину номерного фонду активно переводили у офіси, та здавали їх в оренду. Більша частина площі готелю «Турист» передана у довгострокову оренду. Аналогічно був створений «Офісний центр» на базі готелю «Мир», де в оренду здавались офіси на 3 та 5-му поверхах, організовано окремий боковий вхід для офісних працівників. Такі заходи знижують потенційну частку можливого прибутку готелю, оскільки вартість довгострокової оренди є набагато нижчою (4-5 тис. грн. за номер площею 17 м² в місяць) ніж плата проживання в номері, проте гарантують постійні доходи на утримання споруди, зменшують витрати на утримання штатних працівників, тощо. Зокрема найбільшим готелем міста за кількістю номерного фонду та кількістю ліжко-місць є готель «Турист», однак за результатами оприлюдненого звіту на кінець 2020 року готель здавав для туристичних послуг тільки 19 номерів загальною місткістю 25 ліжко-місць, в той час коли 184 номери загальною місткістю 322 ліжко-місця були передані в більш довгострокову оренду іншим компаніям, чи приватним підприємцям.

З точки зору споживача, важливими є цінові характеристики готельних послуг. Розглянувши цінові пропозиції на прикладі 15 готелів області було встановлено що ціни коливаються в першу чергу від категорії номерів і в меншій мірі залежать від якості послуг в готелі в комплексі (див. Додаток А). Зокрема, в готелі «Мир» вартість номерів на травень-червень цього року

коливається від 850 грн. за одномісний стандарт до 3100 грн. за суперлюкс. В готелі України від 1350 грн. до 4400 грн. Разом з тим, якщо порівнювати номери приблизно однієї категорії, то коливання буде менш суттєвим. Так двомісний номер в готелі «Турист» становить 730-860 грн., в готелі «Мир» - 1100 грн., в «Оптімі» - 1092-1219 грн., в готелі «Україна» - 1400-1600грн., в «Айвенго» - 600-720 грн. В районних центрах віддалених від Рівного ціни на готелі є дещо нижчими і становлять в середньому 600-750 грн. за двомісний стандартний номер. найдешевшим житлом в межах міста Рівне є заклади хостельного типу. Так в межах Full House Hotel&Capsule Hostel можна зняти місце в 8-місному номері капсульного типу від 170 грн. за місце.

Цінова політика готелю перебуває в прямій залежності не тільки від якісних і кількісних характеристик номерного фонду та розташування, але і його популярності серед споживачів. Цікавим на нашу думку є рейтингування сайту <http://www.booking.com/>. Готелі оцінюються відвідувачами за критеріями, а саме: чистота, комфорт, місце розташування, зручності, персонал, співвідношення ціна/якість, Wi-Fi. За середнім значенням усіх отриманих оцінок для готелів Рівного та його околиць представлених на слайді будемо діаграму. Цікавим є що найвищі оцінки отримали: Full House Hotel&Capsule Hostel (9,5), Geography (9,3), Boutique Hotel Central (9,2). Високо оцінили споживачі і готелі «Україна», «4*4», «Оптіма». Найгірші рейтинги в місті, серед оцінених закладів, мають готелі «Турист» та «Форсаж». Найбільшу кількість відгуків розміщено про готель «Айвенго» (Рис. 2.8).

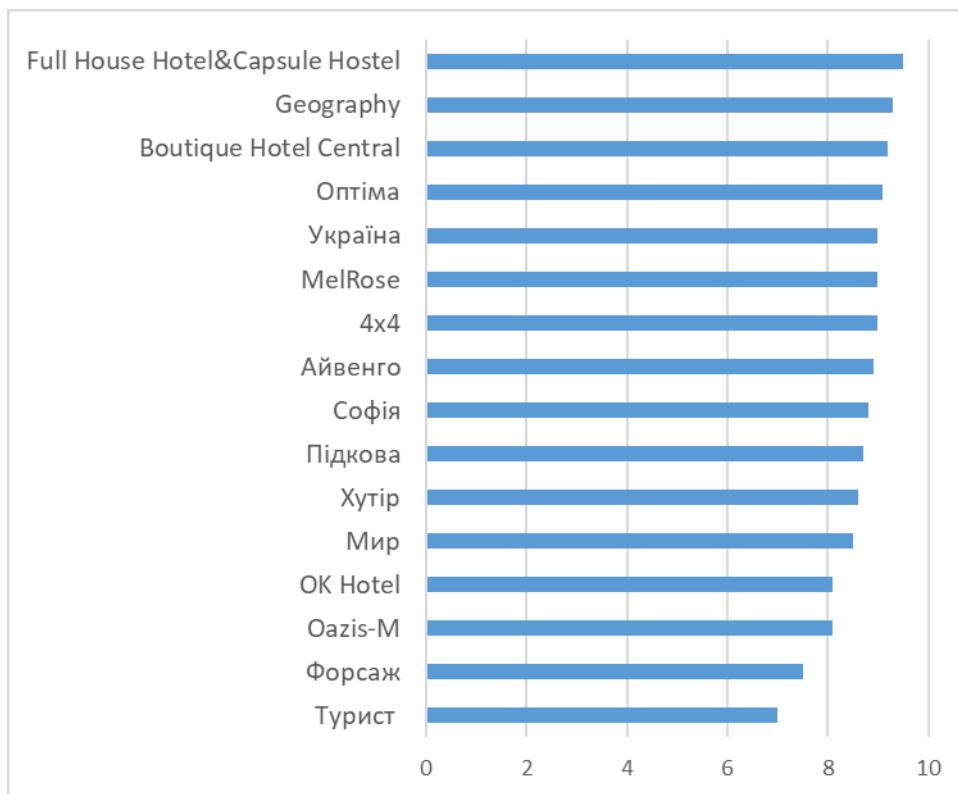


Рис. 2.8. Рейтингова оцінка готелів за результатами опитування відвідувачів сайту <http://www.booking.com/> станом на травень 2021 року

Для більшої об'єктивності такого рейтингування використаємо і інший сайт <https://hotels24.ua/>, який містить дещо меншу кількість відгуків загалом, але є також досить популярний (Рис. 2.9.). Побудована за рейтинговими даними діаграма показує що перші три позиції займають готелі «Geography», «Оптіма» та «Україна». На останніх позиціях також готелі «Турист», «Марлен» та ОК Hotel. Full House Hotel&Capsule Hostel – хостел, що є лідером при попередньому рейтингуванні отримав позицію нижче середньої серед готелів міста Рівне. Але варто зазначити, що це заклад є досить відмінний за класом і особливостями обслуговування, тому його оцінки не дуже доцільно порівнювати з іншими готелями.

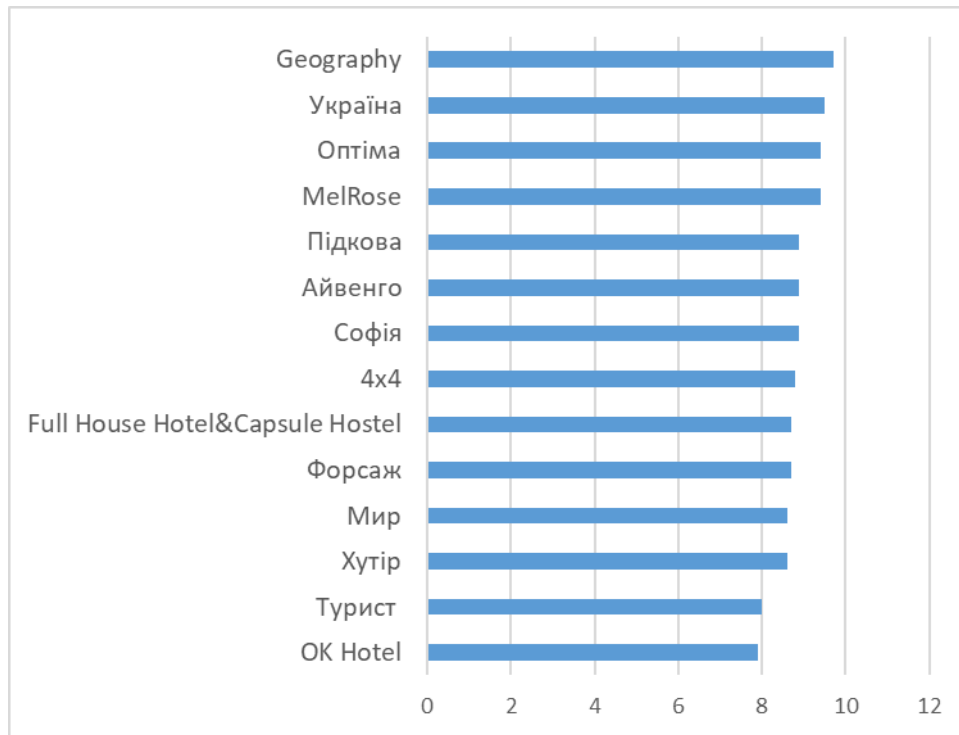


Рис. 2.9 Рейтингова оцінка готелів за результатами опитування відвідувачів сайту <https://hotels24.ua/> станом на травень 2021 року

Про те така оцінка не охоплює всіх аспектів діяльності готелів. Тому за методикою набору конкурентноспроможних елементів проведемо визначення рейтингу готелів за зібраними нами даними. Наведемо коротку характеристику найбільш відомих готелів міста Рівне та його околиць.

Коротко охарактеризуємо послуги найбільших готелів (див Додатки Б.1-Б.17)

Готель «4x4», розташований за 6 км від міста Рівне, має безкоштовну приватну автостоянку. До послуг гостей відкритий басейн та номери з безкоштовним Wi-Fi. Кожний номер готелю «4x4» обставлений дерев'яними меблями і оснащений телевізором. Ванні кімнати укомплектовані капцями і феном. У стильному ресторані Offroad з каміном подають страви української та європейської кухонь. У барі готелю можна замовити напої. Серед зручностей для відпочинку у готелі «4x4» варто відзначити російську лазню з глибоким басейном, більярд та критий басейн. За 10 хвилин подорожі автомобілем від готелю «4x4» проходить автомагістраль М06, яка веде до

міста Львів. Номерний фонд, яким забезпечений готель: «Номер Твін», «Комфорт», «Стандартний одномісний номер», «Стандартний двомісний номер», «Одномісний номер Комфорт», «Тримісний номер Комфорт», «Покращений двомісний номер», «Стандартний номер Твін», «Котедж».

Готель «Україна» - це єдиний 4-зірковий готель розташований в центрі Рівного. Готель розташований поблизу основних історико-культурних об'єктів: драматичного театру та пам'ятнику Уласу Самчуку, Рівненського краєзнавчого музею, Вознесенського собору, Рівненського органного залу, пам'ятнику засновниці міста Марії Несвицькій та ін. Інфраструктура закладу налічує сауну, фітнес-центр та номери з кондиціонером. Класично оформлені помешкання готелю "Україна" забезпечено телевізором із плоским екраном, міні-баром і шафою. Також у готелі облаштовано номери для осіб з обмеженими фізичними можливостями. У ванних кімнатах встановлено душ або ванну. Гості можуть скуштувати страви європейської кухні у ресторані, де також подається сніданок. Поряд розміщена автобусна зупинка «Театральна площа». Відстань від готелю до залізничного вокзалу Рівного становить 2 км, а до аеропорту «Рівне» 5 км. За запитом надаються послуги трансферу. Номерний фонд, яким забезпечений готель: «Двомісний номер», «Номер Твін», «Напівлюкс», «Напівлюкс Комфорт», «Люкс, одномісний номер». Готель має всі умови для організації конференс-сервісу на базі комплексу «Манхеттен».

Готель «Айвенго» – це готель, розташований в зеленій зоні за 5 км від центру Рівного та за 3 км від автомагістралі М6 "Київ-Чоп". У готелі є критий басейн і тенісний корт, а також сауна і масажний салон. Усі номери готелю оформлені в різних яскравих кольорах. До послуг гостей безкоштовний бездротовий доступ до Інтернету (Wi-Fi), телевізори з супутниковими каналами та окремі ванні кімнати з феном. Гості можуть скуштувати страви української та європейської кухні в ресторані готелю, що розміщений в залі, оформленому в замиському стилі і прикрашеному в дусі Середньовіччя. У готелі гостям безкоштовно надається місце на приватній

автостоянці. Номерний фонд яким забезпечений готель: «Стандартний двомісний номер/номер Твін», «Двомісний напівлюкс», «Сімейний номер», «Стандартний тримісний номер», «Двомісний люкс», «Стандартний одномісний номер».

Готель «Мир», розташований за 15 хвилин пішого руху від залізничного вокзалу міста Рівне. Гостям пропонується сніданок «шведський стіл» та номери, які оснащені телевізором з плоским екраном. Стійка реєстрації заїзду працює цілодобово. Усі номери в готелі «Мир» оформлені в класичному стилі та обладнані письмовим столом. У деяких ванних кімнатах є душ, а в інших - гідромасажна ванна. Гості готелю «Мир» можуть скуштувати страви європейської кухні у власному сучасному ресторані, де також доступний сніданок. Завдяки розміщенню готелю неподалік від центру міста гостям буде легко потрапити до визначних пам'яток та розважальних закладів Рівного. Піша прогулянка до парку Шевченка з розважальними атракціонами та Драматичного театру триватиме 10 хвилин. Готель "Мир" розташований за 10 хвилин їзди від автовокзалу Рівного. Номерний фонд: «Люкс», «Напівлюкс», «Стандартний номер Твін», «Покращений одномісний номер».

Готель «MelRose» – це готель, розміщений у Рівному, за 3,5 км від центру міста. До послуг гостей цілодобова реєстрація заїзду, безкоштовний бездротовий доступ до Інтернету (Wi-Fi), сауна, парова лазня та критий плавальний басейн. Класично оформлені номери готелю MelRose оснащені телевізором з плоским екраном та холодильником. Ванні кімнати забезпечені ванною або душем, а також безкоштовними туалетно-косметичними засобами. Гості спа-готелю MelRose матимуть нагоду скуштувати страви європейської та української кухні у ресторані або розслабитися за коктейлем у барі. Відстань від готелю до Парку відпочинку Рівного становить 3 км, а до Покровського собору - 2 км. Залізничний вокзал Рівного розташований за 4,5 км від готелю MelRose. Номерний фонд яким забезпечений готель: «Апартаменти», «Стандартний двомісний номер», «Стандартний номер Твін».

Готель «Оптiма» – це готель, розташований за 2 хвилини ходьби від Алеї Троянд. Гостям надається безкоштовний Wi-Fi. Номери мають окрему ванну кімнату та оснащені кондиціонером і телевізором з плоским екраном. Гості можуть повечеряти в ресторані готелю. Піша прогулянка від готелю до різноманітних закладів харчування займає 10 хвилин. До послуг гостей цілодобова стійка реєстрації та камера зберігання багажу. Від готелю до річки Устя можна дійти за 12 хвилин. Відстань до залізничного вокзалу Рівне становить 1,3 км. За додаткову плату гості можуть скористатися послугами трансферу. Номерний фонд яким забезпечений готель: «Стандартний номер Твін», «Номер Твін Комфорт», «Стандартний одномісний номер», «Покращений номер Твін», «Люкс».

Готель «Підкова» – це готель, розташований за 3 км від центру міста Рівне та залізничного вокзалу. До послуг гостей безкоштовний Wi-Fi, критий плавальний басейн, сауна та номери з кондиціонером. В індивідуально оформлених номерах готелю "Підкова" є чайник і холодильник. Ванні кімнати укомплектовані феном та капцями. Відвідувачам ресторану готелю «Підкова» запропонують страви місцевої та європейської кухонь. Напої можна замовити в барі. Гості також матимуть можливість пограти в більярд, розслабитися за масажем або відпочити в сауні. Номерний фонд, яким забезпечений готель: «Дворівневий люкс», «Люкс», «Стандартний двомісний номер», «Стандартний тримісний номер», «Двомісний номер Комфорт», «Стандартний одномісний номер», «Покращений двомісний номер».

«Oazis-M» - це готель, розташований посеред соснового лісу на шосе Е40, що сполучає Київ та Львів. Готель "Оазис-М" включає турецьку парову лазню, дитячий ігровий майданчик та цілодобову стійку реєстрації гостей. Світлі готельні номери оформлені в теплих тонах та обставлені дерев'яними меблями. Кожне помешкання у сільському стилі оснащене телевізором з плоским екраном та окремою ванною кімнатою. В кафе на території готелю подаються страви української кухні. Готель "Оазис-М" розміщений за 16 км від Рівного. Відстань до автобусної зупинки "Бабин" становить 200 метрів, а

до аеропорту Львова - 220 км. Номерний фонд, яким забезпечений готель: «Сімейний номер», «Двомісний номер», «Люкс», «Одномісний номер», «Номер Твін», «Напівлюкс», «Покращений двомісний номер».

«*Imperia House Apartments*» – ці апартаменти розташовані у центрі Рівного, за 10 хвилин ходьби від парку імені Шевченка. До послуг гостей безкоштовний Wi-Fi. Апартаменти оснащені телевізором з кабельним телебаченням, пральною машиною та приладдям для прасування. Ванна кімната укомплектована феном. Гості можуть готувати їжу на власній кухні, яка оснащена холодильником, мікрохвильовою піччю, плитою та електричним чайником. Поблизу працюють ресторани і кафе. Драматичний театр розташований за 800 метрів. Залізничний вокзал Рівного розташований за 3 хвилини їзди. Трансфер надається за запитом. Номерний фонд, яким забезпечений готель: «Стандартні апартаменти», «Апартаменти з 2 спальнями та балконом», «Апартаменти з однією спальнею та балконом», «Апартаменти».

Готель «Софія» розташований у селищі Велика Омеляна, за 15 хвилин їзди від залізничного вокзалу міста Рівне. Інфраструктура готелю налічує тенісні корти та відкритий плавальний басейн. До послуг гостей номери і котеджі з кондиціонером і безкоштовним Wi-Fi. Усі номери та котеджі готельно-ресторанного комплексу «Софія» оформлені у класичному стилі та оснащені телевізором. Ванні кімнати укомплектовані безкоштовними туалетно-косметичними засобами. Гості готелю «Софія» можуть розслабитися в сауні або позайматися у фітнес-центрі. В традиційно мебльованому ресторані готелю «Софія» подаються страви української та європейської кухні. Місцеві та міжнародні напої пропонуються в барі. За 300 метрів від готельно-ресторанного комплексу «Софія» розміщена зупинка автобуса, на якому можна дістатися до Рівного. Для гостей організовується трансфер. Номерний фонд, яким забезпечений готель: «Котедж», «Стандартний одномісний номер», «Люкс для молодят», «Напівлюкс», «Стандартний двомісний номер/номер Твін», «Сімейний номер».

Готель «Турист» – це 3-зірковий готель, розташований за 2 км від центру міста Рівне. До послуг гостей безкоштовний Wi-Fi, сніданок та цілодобова стійка реєстрації. Усі номери готелю «Турист» вирізняються затишним декором. Кожен із них забезпечено килимовим покриттям підлоги, телевізором, телефоном та окремою ванною кімнатою з безкоштовними туалетно-косметичними засобами. У деяких номерах також встановлено кондиціонер і холодильник. Гості зможуть повечеряти у готельному ресторані «Сан-Марино», який спеціалізується на стравах італійської кухні. В кафе «Турист» подають традиційні українські наїдки. Сніданок також можна замовити в номер. Серед переліку доступних у готелі «Турист» зручностей варто згадати банкомат, камеру зберігання багажу та послуги масажиста. Окрім того, у готелі працює туристичне бюро та встановлено кілька торгових автоматів. За потреби гості також зможуть скористатися послугами пральні й прасування одягу. Музей бурштину і зоопарк розміщені на відстані 15 хвилин ходьби від готелю, а церква Успіння Пресвятої Богородиці – за 7 км. Номерний фонд, яким забезпечений готель: «Стандартний двомісний номер/номер Твін», «Одномісний номер економ-класу», «Люкс», «Двомісний номер/номер Твін економ-класу», «Стандартний одномісний номер», «Напівлюкс».

Готель «Форсаж» – це готель, розташований за 15 хвилин ходьби від Рівненського залізничного вокзалу. До послуг гостей зручні номери з безкоштовним Wi-Fi. До центру Рівного - 20 хвилин їзди від готелю. Також гостям надається безкоштовна приватна автостоянка. Елегантні номери оформлені в сучасному стилі й обставлені сучасними меблями. У кожному помешканні є супутникове телебачення. Гості користуються окремими або спільними ванними кімнатами. У ресторані готелю "Форсаж" подають страви місцевої кухні. До найближчої автобусної зупинки - 5 хвилин ходьби від готелю. Номерний фонд, яким забезпечений готель: «Одномісний номер економ-класу», «Стандартний номер Твін», «Напівлюкс».

Готель «Хутір» розташований в мальовничому місці – в селі Велика Омеляна, за 8 км від центру міста Рівно і лише за 20 метрів від автобусної зупинки. Всі номери оснащені кондиціонером і кабельним телебаченням. Окрім того, гостям надаються безкоштовні туалетно-косметичні засоби і капці. В ресторані готелю подають страви місцевої та європейської кухні. На території закладу також можна користуватися приладдям для барбекю. Гості можуть порибалити або пограти в боулінг і більярд. Стійка реєстрації гостей працює цілодобово. Послуги трансферу надаються за додаткову плату. Номерний фонд, яким забезпечений готель: «Люкс», «Двомісний номер Комфорт», «Напівлюкс», «Стандартний двомісний номер», «Люкс з сауною», «Стандартний номер Твін».

«Парк-готель «Швейцарія» – це готель, розташований на березі мальовничого озера в селі Обарів. До послуг клієнтів піщаний пляж із шезлонгами, цілодобова стійка реєстрації гостей і безкоштовний Wi-Fi. Вишукані номери готелю оформлені в класичному стилі з використанням теплих кольорів. У кожному з них є телевізор із плоским екраном, міні-бар і балкон або тераса. З більшості номерів відкривається вид на озеро. У готельному ресторані, який працює цілодобово та без вихідних, подають страви європейської, української та японської кухонь. Гості також можуть замовити улюблений напій у барі або помилуватись видом на озеро з тераси. Після риболовлі, піших прогулянок або плавання гості матимуть нагоду відпочити в караоке-клубі «Висоцький». Усього за 200 метрів від парку готелю «Швейцарія» розміщена автобусна зупинка "Ставки". До центру Рівного потрібно подолати 2 км. Відстань до рівненського залізничного вокзалу становить 3,5 км. Номерний фонд, яким забезпечений готель: «Дворівневий люкс», «Стандартний двомісний номер», «Напівлюкс Комфорт», «Двомісний номер Комфорт», «Покращений двомісний номер».

Готель «Золота Підкова» – це готель, розташований в селі Козлин, за 17 км від міста Рівне. До послуг гостей безкоштовний Wi-Fi, критий басейн і номери з кондиціонером. Гості готелю можуть зайнятися верховою їздою або

пройти навчальні курси, а також відвідати готельну сауну. Усі номери готелю «Золота підкова» оформлені в класичному стилі і облаштовані телевізором з плоским екраном і ванною кімнатою з душем. В ресторані готелю подають страви української кухні, а в стильному пабі запропонують різні сорти пива. За 3,5 км від готелю пролягає автомагістраль Р05, по якій можна доїхати до Рівного. Номерний фонд, яким забезпечений готель: «Стандартний номер Твін», «Напівлюкс», «Стандартний двомісний номер».

Мотель «Скольмо» – це мотель, розташований біля автомагістралі Н22, неподалік від селища Клевань. До послуг гостей сауна з глибоким басейном та розважальний центр. Безкоштовно надається Wi-Fi та паркувальні місця на приватній автостоянці. Світлі номери й котеджі в мотелі "Скольмо" оснащені кондиціонером, телевізором і холодильником. Ванні кімнати укомплектовані феном і безкоштовними туалетно-косметичними засобами. У готельному ресторані запропонують меню страв української та європейської кухонь. Сніданок можна замовити в номер. Крім того, до послуг клієнтів устаткування для приготування барбекю, сеанс масажу. Також у мотелі "Скольмо" працює нічний клуб й облаштовано дитячий ігровий майданчик. Замок Чорторийських розміщений за 1 км від мотелю. До церкви, де було створено рукопис Пересопницького Євангеліє, відстань складає 2 км. Перед будівлею мотелю розташована автобусна зупинка «Клевань». До Рівненського залізничного вокзалу - 25 км. Відстань до Луцька становить 48 км. Номерний фонд, яким забезпечений мотель: «Тримісний номер», «Люкс з сауною», «Люкс з сауною», «Сімейний номер з терасою», «Люкс», «Сімейний котедж», «Люкс з спа-ванною», «Чотиримісний номер», «Напівлюкс з балконом», «Люкс з двома спальнями», «Сімейний номер», «Номер Твін».

Використовуючи зібрану інформацію визначимо конкурентну позицію готелів за допомогою описаної вище методики у попередньому розділі роботи.

Вагові характеристики обраних індикаторів такі: місце розташування готелю – 0,16 ; номерний фонд – 0,14; ціна – 0,13; харчування і напої – 0,12;

сервіс- 0,11; автостоянка – 0,1; медіа/технології/ інтернет -0,09; інфраструктура на відкритому повітрі- 0,08; мова спілкування – 0,07 [23].

Варто зазначити, що рейтингування готелів області за описаною методикою проводилося Романів О.Я. та іншими авторами і раніше в період до 2015 року (див. Додатки В-Г). За результатами оцінок в проміжку до 2015 року входили готелі «Мир», «Оптима», «Золота Підкова», «Україна», «MelRose», «Швейцарія», «4X4», «Скольмо», «Oasis-M». Досить вигідне положення в зоні очікування займали «Айвенго», «Софія», «Підква», «Форсаж».

Проведені нами дослідження показують, що ситуація на ринку послуг дещо змінилася. До кола лідерів ввійшов новий введений в дію з 2019 року готельно-ресторанний комплекс «Geography», а також готель Boutique Hotel Central. Перший розташований у селі Вересновому за 2,7 кілометрів від міського аеропорту поблизу міжнародної траси Київ-Чоп, тоді як інший готель розташований в самому центрі міста і має добру пішохідну доступність до багатьох історико-культурних пам'яток міста. Готельно-ресторанний комплекс «Geography» має сучасне оформлення номерів з використанням природних матеріалів та сучасного технічного оснащення та відзначається також своїм лозунгом: «Європейська якість за помірну ціну», що приваблює багато потенційних споживачів. Також в зоні лідерів залишаються такі готелі як «Україна», «Оптима», невеличкий готель «MelRose» (відзначається своїм індивідуальним підходом до клієнтів), а також «4*4», тоді як готель «Мир» та «Форсаж» дещо послабили свої позиції. Останній опустився до зони аутсайдерів. Також не проводилася оцінка готелю «Швейцарія», який на момент карантину практично згорнув свою діяльність. Лідерство готелю «Україна» пов'язане з тим, що це єдиний готель 4*-категорії, має досить широкий спектр супутнього сервісу, особливо в організації ділових заходів, конференц-сервісу.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Дослідження готельного господарства території Рівненської області показало що галузь найбільш чутливо реагує на зміни в економіці, політичному середовищі чи, як показав останній період, під впливом епідеміологічної ситуації.

На території області переважають малі та середні готелі, хоча їх точну кількість встановити важко, через відсутність чітких норм у законодавчому полі, та недосконалість системи статистичних обстежень підприємств. Загалом на території налічується приблизно 83 заклади готельного типу. В територіальному аспекті існують значні диспропорції щодо розміщення готелів та їх місткості. Готельне господарство області відзначається такими рисами як тяжіння до обласного центру та основних транспортних автомагістралей області. В меншій мірі розміщення готелів залежить від туристично-рекреаційних ресурсів тих чи інших адміністративних районів. Найвищі показники концентрації готелів в обласному центрі, а також Рівненському, Сарненському, Костопільському та Дубенському районах.

При проведенні рейтингування готелів нами використані такі параметри як: сервіс, благоустрій номерів, наявність інфраструктури на відкритому повітрі, розташування закладу, особливості харчування, наявність персоналу що володіє іноземними мовами, цінова політика, впровадження сучасних технологій та ін. На підставі визначених критеріїв виділені готелі, що є лідерами на туристичному ринку, аутсайдерами, чи перебувають в зоні очікування.

Оцінка здійснена за критерієм конкурентної позиції готелів, сегментація ринку послуг дозволить окреслити перспективні стратегічні напрямки розвитку готельного господарства області.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ТА ЗАХОДИ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛІВ

3.1. PEST і SWOT-аналіз готелів Рівненської області

Розробити заходи з оптимізації та запропонувати стратегічні напрямки розвитку готельної мережі області, які б сприяли підвищенню конкурентоспроможності готелів, неможливо без детального аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища готелів. Для його проведення використаємо методи PEST і SWOT-аналізу які дозволять сформулювати пропозиції шляхів підвищення ефективності функціонування готельної мережі (див. Табл. 3.1-3.2).

Зовнішнє середовище підприємств готельної сфери області – середовище, яке включає в себе споживачів, конкурентів інших регіонів, постачальників, законодавство, стан економіки і т.д.

Постачальниками в готелів є компанії, які надають свою продукцію (алкогольні, безалкогольні напої, миючі та засоби для прибирання і т.д.). Споживачами є мешканці та гості Рівненської області. Конкурентами є готелі інших областей, в яких створені більш кращі умови для проживання.

За результатами проведеного PEST і SWOT-аналізу найбільшу загрозу для розвитку готельної мережі області становить можливість нових етапів пандемії коронавірусу, що завдає величезних збитків бізнесу, приводить до зменшення ділової активності громадян, падіння їх доходів тощо. Продовження цих подій може спричинити до банкрутства окремих підприємств. Негативним в цій ситуації є і відсутність чітких дій уряду щодо регулювання роботи готельно-ресторанних комплексів в таких умовах, а також підтримки, особливо малого та середнього бізнесу. Іншим важливим питанням є проблеми законодавчого врегулювання діяльності малих готельних підприємств, створення прозорої статистичної звітності, щоб давала змогу аналізувати їх діяльність та розробляти ефективні заходи на державному рівні.

Таблиця 3.1

PEST аналіз готелів в Рівненській області

Р-політика	Е-економіка
<p>В законодавстві України не врегульовано багато питань, що стосуються розвитку малого готельного бізнесу. не врегульовані в законах України. Деякі документи суперечать між собою, або скасовують дію інших. Відсутня система стандартизації та сертифікації послуг, яка орієнтована на малі готелі. У разі збільшення податків та орендної плати, підприємства можуть збанкрутувати, тому вони «процвітають» за рахунок людей що приїжджають відпочити. При цьому можливе зростання цін на послуги, що надалі зменшить кількість клієнтів.</p> <p>Ситуація навколо коронавірусу та невпевненість рішень уряду, в тому числі і щодо роботи готельно-ресторанних комплексів в умовах пандемії, призводять до значних збитків у бізнесовій діяльності, які важко буде надолужити</p>	<p>Економічна ситуація в країні не сприяє розвитку бізнесу. Пандемія посилила економічну кризу та обмежила рух громадян. Зниження купівельної спроможності, споживачів відповідно може призвести до банкрутства, тому немає місць роботи, споживачам не виплачують заробітну плату, вони не зможуть користуватися послугами готелю, що також призведе до банкрутства підприємства.</p> <p>Несприятливий інвестиційний клімат у поєднанні із завищеними макроекономічними показниками, які не дають можливість отримати реальну картину стартових позицій країни на шляху реалізації стратегії відкритості, провокують розгортання фінансової нестабільності, зростання корупції, економічних воєн та політичних шоків, позбавляючи бажання інвестувати навіть у ринково привабливі види діяльності.</p>
S-соціальне середовище	Т-технологія
<p>Скорочення населення є негативним фактором, оскільки зменшується місткість ринку праці та ринку споживачів, це стратегічно важливо для підприємств індустрії гостинності.</p> <p>Міграція населення також впливає. Серед інших соціальних факторів - імідж компанії і впізнаваність бренду, які повинні залучати клієнтів; реклама повинна бути не дорогою і відповідати плину часу.</p>	<p>В регіоні недостатньо розвинута система он-лайн бронювання, особливо в окремих розташованих в районних центрах. Відсутня єдина система бронювання.</p> <p>Малий бізнес не має достатньо коштів для впровадження найновіших технологій готельного господарства.</p> <p>Використання застарілих технологій в готелях призведе до збільшення витрат і цін, а збільшення цін - до скорочення числа споживачів, адже споживачі не стануть користуватися такими послугами.</p>

Таблиця 3.2

SWOT-аналіз готелів Рівненщини

S	W
<ul style="list-style-type: none"> - отримання високого прибутку до етапу пандемії; - можливість задовільнити високий попит з розміщення; - швидка окупність створеної мережі в умовах стабільної економіки; - інтерес інвесторів; - помірний рівень цін в більшості готелів за достатньо високу якість; - індивідуальний підхід до гостей; - стійкі зв'язки з туроператорами; - створення кола постійних клієнтів. 	<ul style="list-style-type: none"> - слабка організація маркетингової інформаційної системи; - недостатня кількість додаткових послуг; - неготовність швидко реагувати на вплив екстремих факторів, зокрема пандемії коронавірусу; - недостатня кількість договорів з посередниками; - проблема сезонності; - невисока міра поширення інформації; - немає встановленої торгової марки, бренду, особливо малих готелів; - не налаштований процес збуту послуг; - неолік фахівців і професіоналів; - уповільнення темпів зростання по всіх цілях подорожей в регіоні; - відсутня можливість надання послуг екскурсійного супроводу гостей;
- О	- Т
<ul style="list-style-type: none"> - розроблена регіональна програма розвитку туризму; - використання переваг входження в мережу; - використання закордонного досвіду; - позиціонування на ринку готельних послуг практично нового продукту; - використання різних систем бронювання, в тому числі і через Internet; - поширення інформації через великі туристичні оператори; - зв'язок з великими компаніями і корпораціями; - впровадження заходів щодо більш активного розвитку ділового туризму; - вихід на новий ринок; - обслуговування додаткових груп споживачів; - вихід на нові туристичні ринки; - розробка нових туристичних 	<ul style="list-style-type: none"> - розвиток наступних етапів пандемії коронавірусу; - світова фінансова криза; - недостатня підтримка держави і несприятлива податкова політика; - недосконала законодавча система країни; - високі податки у сфері туризму; - зміна попиту і потреб клієнтів; - несприятливі зрушення в курсах валют; - інфляційні процеси; - несприятлива зміна податкової політики; - відсутність системи соціального туризму; - форс-мажорні обставини.

продуктів; - продаж супутніх товарів; - розширення асортименту пропозицій; - диверсифікація послуг, вертикальна і горизонтальна інтеграції; - збільшення темпів зростання ринку.	
--	--

Після подолання проблем пандемії необхідно створити умови, які б забезпечили можливість використання підтримки інвесторів, що в свою чергу може допомогти організувати широку рекламну компанію з просування готельних послуг готелями. Об'єднання в мережу сприятиме більш успішному і швидшому створенню відомих ланцюгів. Готелі розширять коло своїх постійних клієнтів і їх рекомендації допоможуть залученню додаткових груп споживачів.

Перевага малих готелів - особливий індивідуальний підхід до кожного з гостей. Можливість налагодження ділових зв'язків з органами державної влади та недержавними асоціаціями. Проблема форс-мажору завжди розглядається за будь-яких обставин. Трансформація даної загрози в перевагу можливе лише у випадку витримки мережі або окремо кожного з малих готелів цього форс-мажору.

Об'єднання готелів і створення власних філій може призвести до створення в майбутньому всесвітньо відомого бренду малих готелів. Об'єднання малих готелів в єдину партнерську мережу дозволило б при збереженні їх господарської незалежності успішно вирішити значну частину гострих господарських питань, таких як, економія на закупівлі малоцінних предметів та швидкозношуваних матеріалів, пошук і набір персоналу, аутсорсинг непрофільних послуг, та ін. У той же час, централізоване просування готелів, які входять в мережу, підвищить впізнаваність кожного з готелів для потенційних клієнтів, розширить взаємодію з туроператорами і великими корпоративними клієнтами, тобто забезпечить додатковий приплив клієнтів в готелі партнерської мережі.

У даній ситуації проведення досліджень, що стосуються з'ясування споживчих переваг і аналізу якості готельних послуг є найбільш актуальним.

Дослідження готельної мережі території Рівненщини дозволила виявити такий ряд проблем та переваг:

- проблеми пандемії та коронавірусу суттєво вплинули на економіку держави та на діяльність готельної мережі. Окремі готелі на сучасному етапі зупинили свою діяльність на період коронавірусу (наприклад, парк-готель «Швейцарія»);

- з метою залучення хоча б частини клієнтів в умовах обмеженого переміщення населення значна частина готелів надає знижки на послуги розміщення (в межах 15-25%, готель «Оптіма», «Україна», «Мир», «Скольмо»);

- більша частина готелів області не має персоналу з достатнім рівнем володіння іноземними мовами, зокрема англійською, німецькою, французькою тощо;

- малим готелям слід звернути увагу на надання та підвищення якості таких послуг, як конференц-зал, банкомат, послуги перекладача, тобто саме ті послуги, які переважно потрібні клієнтам, що відвідують місто в робочій поїздки;

- більшість закладів рекламують себе за допомогою мережі Інтернет, телебачення та друкованих ЗМІ. В основному ці канали інформації відповідають потребам споживачів, проте у більшості випадків клієнти при виборі готелів керуються рекомендаціями, а не рекламними закликами.

- бізнес-туризм готелі визначили найбільш перспективними напрямками розвитку, оскільки більшість клієнтів готелю відвідували дану місцевість саме з діловими візитами;

- за результатами опитування які проводяться як сервісами бронювання (наприклад, booking), так і окремими готелями більшість клієнтів високо оцінюють якість наданих послуг, особливо тих готелів що знаходяться в зоні

міста та його околиць. Задовольняють клієнтів, насамперед, послуги розміщення та харчування, помірний рівень цін на готельні послуги в регіоні;

- першочерговим завданням в короткостроковому періоді є налагодження системи роботи готелів та ресторанних комплексів при них в умовах коронавірусу;

- у середньостроковому періоді необхідно вирішувати певні проблеми технічного оснащення готелів, створення їх бренду та просування на ринку, поглиблювати певну спеціалізацію готелів на окремих напрямках та орієнтацію на певну категорію клієнтів.

3.2. Ідентифікація бізнес-конфліктів у готельній сфері Рівненської області

При сприятливому інвестиційному кліматі та стабільній, взаємовигідній співпраці всіх сторін при укладенні як фінансових, так і бартерних угод в підприємницькому середовищі бізнес-конфлікти не зароджуються. Однак, якщо виникають дестабілізуючі і руйнівні економічні ситуації, які порушують рівновагу нормальної підприємницької діяльності, то причиною їх зародження, як правило, стають різні конфліктні ситуації ринкового середовища. Проаналізуємо особливості ринкового середовища на предмет його конфліктогенності.

В даний час на готельному ринку спостерігається тенденція щодо розвитку малого готельного бізнесу. Популярність даного явища полягає в тому, що малий бізнес пом'якшує наслідки структурних змін в економіці, швидко адаптується до мінливих вимог ринку, вносить істотний внесок в регіональний розвиток, має здатність до генерації та використання технічних і організаційних нововведень. Органічно пов'язаний з великим бізнесом, він є основою сталого розвитку країни та підвищення конкурентоспроможності її економіки. Особлива роль малому бізнесу відводиться у розвитку сфери послуг, яка

служить свого роду індикатором оцінки рівня розвитку економіки кожної країни.

Створенню і функціонуванню малих готелів сприяла низка факторів, який являє собою набір істотних переваг перед більш великими підприємствами готельного господарства (Табл. 3.3).

Однією з причин, згідно якої засоби розміщення малих форм стали активно впроваджуватися на ринку готельних послуг, є можливість облаштування малого готелю в «старому» фонді, в результаті чого відпадає необхідність будувати нову будівлю, що дуже важливо при існуючому дефіциті місць під забудову.

Крім того, головною специфічною рисою малого готелю, його кардинальною відмінністю від великих засобів розміщення, є персоніфікація обслуговування. Саме невелика кількість номерів дозволяє приділяти увагу кожному клієнту індивідуально. Створюється тепло і атмосфера домашнього затишку, бо всіх клієнтів знають і пам'ятають в обличчя, будь-яке прохання приймається до розгляду, будь-який каприз може бути виконаний. На все це не вистачає ресурсів і часу у великих готелях. Саме тому VIP-персони часто селяться в малих готелях [15].

Таблиця 3.3

Сприятливі і перешкоджаючі чинники для розвитку ринку малих готелів

Сприятливі чинники	Перешкоджаючі чинники
Потреба в невеликих фінансових вкладеннях, при відносно високих доходах	Відсутність законодавчої бази в галузі засобів розміщення малої місткості
Більш високий коефіцієнт завантаження навіть у перших роки функціонування, в порівнянні з великими готелями	Відсутність системи навчання та підвищення кваліфікації кадрів у області управління та обслуговування малих засобів розміщення
Рентабельність малих готелів становить близько 18%, в той час як аналогічний показник для великих готелів знаходиться на рівні 8 - 10%	Недосконалість процедури сертифікації
Термін окупності малих готелів коливається від 3 до 5 років, а для готельних комплексів він складає в середньому 7 років	Відсутність недорогої та ефективної системи автоматизованого управління малими засобами розміщення

Можливість облаштування малої готелі у «старому» фондi	Відсутність ефективної системи просування готельних послуг
Персоніфікація обслуговування	
Гнучка система ціноутворення	

Незважаючи на всі переваги створення малих готелів, існує і ряд перешкод в Рівненській області. На першому місці, поза сумнівом, варто відсутність законодавчої бази в галузі засобів розміщення малої місткості. Внаслідок цього відбувається обмеження зростання малих готелів, виникає проблема їх взаємовідносин з контролюючими державними органами.

Важливою проблемою також є відсутність системи навчання та підвищення кваліфікації кадрів у галузі управління та обслуговування малих готелів.

Недосконалість нормативно-правової бази країни призводить до того, що багато малоформатних готелів, зобов'язані проходити процедуру сертифікації послуг розміщення, не можуть цього зробити, тому що не відповідають нормам та правилам, встановлених у державних стандартах виключно для великих засобів розміщення.

В Україні також відсутня недорога ефективна система автоматизованого управління малими засобами розміщення; крім того, обмежена можливість підключення малих готелів до системи online бронювання.

Малим готелям найчастіше складно працювати самостійно. Вони потребують більш високої управлінської майстерності, ніж великі готелі. Керівники самостійних готелів мають слабкі місця, найчастіше це маркетинг та фінанси, вони змушені виконувати функції не тільки лінійного, але також і функціонального керівництва.

Тому незалежні власники вступають в мережі, які суміщають незалежні готелі з метою створення загального готельного продукту, системи обслуговування інформаційних і управлінських систем, корпоративних систем бронювання, закупівель, за оптовими цінами і так далі, щоб набагато швидше реагувати на ті процеси, якими вони не можуть управляти.

3.3. Пропозиції щодо оптимізації взаємодії між готельними підприємствами у Рівненській області в умовах конкуренції

Одним із негативних чинників готельної мережі регіону є відсутність взаємодії між різними типами готельних підприємств. Більшість готелів функціонують як ізольовані заклади розміщення і розглядають аналогічні типи підприємств виключно як конкурентів. Разом з тим налагодження системи взаємодії сприяла б спільному вирішенню окремих проблем, та допомогла посилити конкурентні переваги регіону, враховуючи його вигідне транспортно-географічне положення. В економічному середовищі будь-який конфлікт призводить до збитків і фінансових втрат, як мінімум однієї із сторін і призводить до дестабілізації підприємницької діяльності. Найбільше лякає підприємців, в умовах ринкової економіки, втрата конкурентних переваг. Існує потреба у нових прогресивних методах вирішення суперечок. Таких заходах, які б дозволили вирішити конфлікт, з мінімальними фінансовими витратами, орієнтованих не лише на ліквідацію конфлікту, а й на збереження гарних відносин з бізнес-партнерами.

В багатьох країнах світу в таких випадках використовують медіацію. Проте, в Україні такий метод майже не використовується, для багатьох є незрозумілим поняттям і викликає інколи нерозуміння навіть у колі фахівців.

Медіація – це процес розв'язання конфліктної ситуації з залученням третьої сторони (медіатора) з метою полегшення процесу переговорів, пошуку компромісних рішень та досягнення згоди між конфліктуючими сторонами.

Головна мета медіації – збереження гарних партнерських стосунків між конфліктуючими сторонами та продовження співпраці між ними. Це відрізняє даний метод від інших методик.

На думку Юрченко С.М., процес медіації повинен базуватися на наступних принципах [32]:

- добровільність – конфліктуючі сторони беруть участь у процесі медіації лише з власної згоди і на будь-якому етапі переговорів можуть вийти з нього;

- конфіденційність – інформація, яка стала відомою медіатору і сторонам в процесі медіації є конфіденційною і не підлягає розголошенню. Це особливо важливо при вирішенні бізнес-конфліктів;

- нейтральність – медіатором завжди є особа, яка особисто не зацікавлена у тому чи іншому варіанті вирішення суперечки;

- відповідальність – медіатор несе відповідальність за проведення переговорів таким чином, щоб сторони якнайшвидше дійшли згоди;

- компетентність – медіатори ретельно відбираються відповідно до своїх знань та досвіду.

Результатом вдало проведеної медіації є Угода між сторонами, в якій фіксується взаємне рішення з приводу вирішення конфліктної ситуації, що склалася.

Переваги використання медіації при вирішенні конфліктів в бізнес-середовищі очевидні: по-перше, медіація дає змогу уникнути затяжних судових процедур, дозволяє вирішити конфлікт за кілька тижнів, а не років, а також відповідно до розкладу, вигідного сторонам, а не залежно від дат, призначених судом. По-друге, медіація завжди конфіденційна. По-третє, при конструктивному вирішенні конфлікту відсутня можливість програшу, оскільки учасники самостійно розробляють та узгоджують необхідні їм рішення. По-четверте, медіація дозволяє значно заощадити фінанси, оскільки відпадає необхідність сплачувати послуги адвокатів. По-п'яте, використання медіативних принципів при вирішенні бізнес-конфліктів дозволяє зберегти гарні партнерські стосунки між конфліктуючими сторонами.

Однак, для того, аби звернення громадян та юридичних осіб по допомогу до медіатора стало нормою життя, необхідно законодавчо регламентувати його повноваження та забезпечити певним статусом. Лише в

такому випадку конфліктуючі сторони будуть впевнені, що їх угода матиме таку ж юридичну силу, як і рішення суду.

Доцільним є також залучення іноземних фахівців-консультантів, які б надавали рекомендації щодо покращення діяльності готельної мережі регіону з урахуванням міжнародного досвіду, а також створення належної співпраці між готельними закладами, органами державного управління у сфері туризму, туроператорами та турагентами регіону.

Не менш важливим напрямком розвитку готельної сфери області є підтримка малих готелів. Як показує практика, основними клієнтами малих готелів є бізнесмени, туристи, перебування яких у регіоні не вимагає обстановки престижних і крупних готелів. Саме тому, найбільш перспективним розвитком малих форм організації готельного бізнесу в Україні слід вважати їх розповсюдження на сегменті засобів розміщення «економ» – і «середнього» класу. Забезпечити подальший розвиток малих готелів можливо за рахунок їх об'єднання в готельні ланцюги та вступу до професійних Асоціацій. На даному етапі, в Україні існує лише 3 професійні асоціації: Асоціація готелів та готельних об'єднань міст України, Асоціація малих готелів та апартаментів України, Всеукраїнська молодіжна хостел асоціація. Переваги членства в асоціаціях: - зниження витрат на рекламу і просування, на поставки, на підбір і підготовку персоналу, на консалтингові послуги; - ефективне управління персоналом, професійна перепідготовка та підвищення кваліфікації; - доступ до оперативної ринкової і законодавчої інформації (огляди ринку, рейтинги, інвестиційні проекти, довідкова література, нові законодавчі та нормативні акти, і т.п.); - участь у національних, регіональних та міжнародних виставках за підтримки Асоціації, можливість голосно заявити про себе. Підсумовуючи вищевикладене, слід відзначити, що на сьогодні найбільш затребуваними формами організації готельного бізнесу є бюджетні варіанти малих готелів з невисокими цінами на розміщення – до 500 грн. за добу з людини. Саме цей тип готельних підприємств найбільш затребуваний серед громадян України.

Тому приєднання готелів категорії 1 – 2 зірки до готельних ланцюгів та вступ до професійних асоціацій сприятиме підвищенню якості їх послуг, а також посиленню конкурентних позицій підприємств на ринку готельної індустрії України. [6]

Роль держави у сфері розвитку підприємництва полягає в тому, щоб створювати зрозумілі та рівні для всіх правила поведінки на ринку. Підтримка малого підприємництва пов'язана з необхідністю компенсації нерівних умов, в яких перебувають суб'єкти малого підприємництва порівняно з великими підприємствами. З метою підтримання розвитку підприємницьких структур на етапі їх становлення у багатьох країнах створюють бізнес-інкубатори.

Як приклад успішного розвитку такої інфраструктури можна навести досвід розвитку таких програм в різних країнах. Розглянемо приклад Фінляндії, який можна було би застосувати у Рівненській області для розвитку малого і середнього бізнесу у готельній сфері саме в тих районах, де готелі представлені дуже мало. Також цей досвід був би корисним для розвитку сільського зеленого туризму.

У Фінляндії створення муніципалітетами Агенцій економічного розвитку і бізнес-інкубаторів є досить поширеною та ефективною практикою. У Фінляндії діє 25 таких Агенцій. Наведемо приклад роботи Агенції економічного розвитку АТ «Форум» (місто Керава), утвореної 1998 року. Засновники: 6 муніципалітетів і публічні навчальні заклади (50% акцій), приватні підприємства (50% акцій). Фінансування: муніципальні бюджети (90% коштів), державні програми, проекти ЄС. Оточення: на території дії Агенції проживають 160 тис. людей, працює 8 тис. підприємств. Головне завдання Агенції – не отримання прибутку, а розвиток бізнесу на території муніципалітетів, створення нових робочих місць, промоушен міст. Завдання АТ «Форум»: розвиток підприємництва, координування економічної стратегії шести міст, регіональний розвиток і підготовка проектів, маркетинг

територій, міжнародне співробітництво, розвиток мережевої інформаційної інтеграції.

Напрями діяльності Агенції економічного розвитку: Координування стратегії, Маркетинг, Надання комерційних послуг (економічні розрахунки, зв'язки з інвесторами, дотації запуску нових проектів), Інформаційні послуги, Консультування (програма розвитку молодого підприємця – 6 місяців), Надання послуг бізнес-інкубатора, Координація проектів, Адресний розвиток галузей (логістика, металообробка, туризм тощо).

Маркетингова діяльність Агенції:

- замовлення маркетингових досліджень територій;
- реклама муніципалітетів;
- друк буклетів з інвестиційними пропозиціями (наприклад, продаж чи оренда обладнаних земельних ділянок або житла), їх поширення;
- видання журналу муніципалітетів (200 тис. примірників).

Агенція може мати свій бізнес-інкубатор, опікуватися технологічним кластером і логістичним центром, іншими елементами регіональної системи інновацій, створеними на території муніципалітетів.

Мета бізнес-інкубатора – щорічно створювати 20 нових підприємств і збільшувати кількість підприємств у бізнес-інкубаторах. Критерій відбору – молоді перспективні підприємства (існують 1-3 роки).

Контракт укладається на 2 роки. Підприємство сплачує за перебування в бізнес-інкубаторі 170 євро на рік, а також окремо – за оренду приміщення.

Послуги бізнес-інкубатора:

- допомога в розробці бізнес-плану і відповідних фінансових розрахунків;
- інформаційна підтримка та сприяння в одержанні інвестиції;
- необхідне бухгалтерське, правове та управлінське навчання;
- консультації менторів із вузькоспеціалізованих питань.

Головні клієнти бізнес-інкубаторів – підприємства з галузей:

- промислових послуг;

- інформаційних технологій;
- консалтингу;
- туризму;
- культурного відпочинку;
- інших професійних послуг.

Бізнес-інкубатор Агенції керується віртуально – підприємства не обов'язково мають знаходитися під одним дахом. Використовується спеціально розроблена комп'ютерна інтернет-система управління клієнтами. Протягом року клієнтська база Агенції поповнюється на 200 нових підприємств. Послуги Центру розвитку нових підприємств і консультаційного цілодобового телефонного центру для бізнесу є безкоштовними. Такий досвід корисно було б використати при формуванні моделі створення бізнес-інкубатору в Рівненській області.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Незважаючи на не надто високу активність готельного господарства області, для нього характерні й сучасні тенденції розвитку: підвищення якості обслуговування і орієнтація на клієнта, використання новітніх комп'ютерних технологій; концептуалізація діяльності; диверсифікація готельних послуг; формування пакетних пропозицій тощо. Основна частина готелів орієнтується на надання послуг з розміщення підвищуючи комфортність номерного фонду, якість обслуговування, при невеликій реалізації додаткових послуг.

Пандемія коронавірусу, спад в економіці, зменшення ділової активності суттєво вплинуло на готельну мережу регіону. Більшість закладів виявились неготовими вносити швидкі організаційні зміни в свою діяльність. Негативно відобразилася в умовах карантину і відсутність цілеспрямованих дій уряду з метою запобігання зменшення втрат у цій чутливій до економічних потрясінь сфері. Існує необхідність суттєвої підтримки з боку держави діяльності малого готельного бізнесу, а також законодавчого врегулювання норм діяльності тих чи інших готельних закладів, їх статистичного обстеження тощо.

Наступним етапом діяльності є створення сприятливого інвестиційного клімату в регіоні, залучення готелів області до відомих готельних мереж світу, підвищення туристичної атрактивності області, яка б в тому числі активізувала готельну діяльність, створення бізнес-інкубаторів з надання різноманітних послуг малим готельним господарствам.

ВИСНОВКИ

Готельне господарство регіону є важливою галуззю, що визначає розвиток туризму в цілому, служить основою для формування мережі туристичних маршрутів, визначає структуру і якість турпродуктів, є каталізатором розвитку ділового туризму та ділової активності в регіоні, впливає на розвиток. Дослідження готельної мережі дозволило зробити наступні висновки:

1. Готельні підприємства бувають різних типів в залежності від розмірів, категорійності, певної спеціалізації. У світі не існує єдиного підходу щодо класифікації готелів за різним критеріями, хоча є певні спроби виробити єдиний підхід в межах Європейського союзу. В Україні в сфері готельного господарства критеріями є низка запроваджених міжнародних стандартів. Основою для класифікації готельного підприємства, як мале здійснюється на підставі визначених в Україні критеріїв, таких як кількість персоналу, обсяг річного валового доходу. Тим не менш, для готельних підприємств, ці критерії відносні, так як вони не характеризують особливість функціонування готельних підприємств цього типу повністю. Нагальною потребою є законодавчого врегулювання, насамперед, діяльності малих готелів.

2. В роботі застосовані методи, та використано показники, що дозволяють проаналізувати готельні послуги за показником їх споживання, якісними параметрами, територіальною локалізацією, а також зосереджено значну увагу на оцінці конкурентоспроможності готелів.

3. Зміна в законодавчому полі в обстеженні готельних підприємств з 2018 року не дозволяє повноцінно прослідкувати окремі процеси розвитку готельної сфери в динаміці. Крім аналізу показників, що наводить Державна служба статистики України, використано альтернативні дані, зокрема результати моніторингу Управління культури туризму Рівненської ОДА, деяку інформацію он-лайн ресурсів та власних спостережень. Це дозволило

дослідити ті підприємства готельного господарства, що опинились поза полем зору офіційної статистики. Проведені обстеження вказують на суттєвий вплив багатьох економічних та інших чинників на діяльність готелів. Так позитивний вплив на зростання кількісних і якісних параметрів готелів мало проведення Євро-2012 та покращення якості транспортного сполучення, в той час як серед негативних чинників – фінансова світова криза 2008 року, ескалація конфлікту на Сході та Півдні України, пандемія коронавірусу на сучасному етапі.

Заклади готельного типу регіону займають вагому частку серед засобів розміщення як по кількості самих закладів (71%), так і по кількості обслужених осіб (82%). На сучасному етапі в області функціонує 83 заклади готельного типу, що мають в сукупності до 3 тисяч ліжко-місць. В територіальному відношенні лєвова частка готельних закладів розташована в місті Рівне та вздовж під'їзних шляхів до нього. В той же час, жодного готелю не має в Млинівському та Демидівському районах області. Найвищі показники з забезпечення ліжко-місцями на 10 тисяч населення в Рівненському районі, місті Вараш, Костопільському районі, місті Рівне та в Острозі.

4. На підставі зібраної інформації, нами визначено конкурентні позиції готелів за методом конкурентоспроможних елементів. До кола лідерів увійшли готельно-ресторанний комплекс «Geography», «Boutique Hotel Central», «Україна», «Оптіма», «Мелроуз», «4x4», «Скольмо». В цілому, залежність між розміром підприємства та рівня його конкурентоспроможності не був знайдений. Але малі та готелі середнього розміру легко адаптувалися до кожного клієнта, створюють атмосферу «будинку далеко від дому», який вносить в перебуванням гостей регіональний смак. Слід зазначити, що, незважаючи на відносно низьку активність в готельній індустрії, вона все-таки відзначається сучасним тенденціям розвитку: використання нових комп'ютерних технологій; диверсифікація готельних послуг; персоналізація обслуговування;

спеціалізація пропозицій; концептуалізація діяльності. Тим не менше, більшість готелів зосереджені на забезпеченні тільки основних послуг розміщення, підвищення кількості кімнат, але не тільки, деякі використовують сучасний модельний ряд взаємодоповнюючих додаткових послуг.

Оцінка конкурентної позиції готелів за критеріями, сегментація ринку послуг дозволила намітити перспективні стратегічні напрямки готельної індустрії розвитку регіону.

Так, SWOT-аналіз конкурентоспроможності готелів в Рівненській області показав значні проблеми, що зумовлені пандемією в нашій державі та світі. Існує необхідність створення належних умов для інвестиційної підтримки, особливо малих готелів. Це допоможе створити широку рекламну компанію, запровадити системи он-лайн бронювання та інше. Важливим напрямком є формування готельних мереж відомих ланцюгів, які сприятимуть більш успішному і швидкому веденню бізнесу, формуванню комплексних пакетів послуг. Готелі розширять коло своїх постійних клієнтів а їх рекомендації будуть сприяти залученню додаткових груп споживачів.

Важливою проблемою є відсутність підготовки та підвищення кваліфікації розвитку персоналу в галузі управління та обслуговування малими готелями. Для невеликих готелів, часто важко працювати незалежно. Таким чином, незалежні власники приходять в мережі, які об'єднують незалежні готелі з метою створення загального готельного продукту, системи обслуговування інформаційних і управлінських систем, корпоративних систем бронювання, покупки за оптовими цінами і так далі, сприяють більш швидкому реагуванню на процеси, якими вони не в змозі управляти.

У короткостроковій перспективі серед проблем в галузі розвитку готелів ми визначили вплив пандемії, економічної кризи та платоспроможності клієнтів. Середньостроковими завданнями є підвищення рівня технічного, оснащення готелів, формування певного бренду та поглиблення спеціалізації та ін. У вирішенні конфліктів, що інколи виникають між закладами, кращі

результати бізнесу можуть бути досягнуті при використанні допомоги медіатора-економіста. Використовуючи принципи медіації у вирішенні бізнес конфліктів, можна зберегти хороші партнерські відносини між конфліктуючими сторонами.

Підтримка малого бізнесу пов'язана з необхідністю в подоланні наслідків дії пандемії та з метою компенсації нерівних умов, в яких знаходяться малі підприємства в порівнянні з великими підприємствами. Для того щоб підтримувати розвиток мало бізнесу варто вдатися до досвіду деяких розвинутих країн у створенні бізнес-інкубаторів, що допомагають дрібним підприємствам складати бізнес-плани, вести бухгалтерській облік, допомагають отримати інвестиції, надають інформаційну підтримку, забезпечують управлінське і юридичне навчання. Досвід створення бізнес-інкубатору з розвитку малого бізнесу доцільно впровадити і на теренах Рівненської області. Це дозволить підвищити конкурентоспроможність дрібних готелів, так і готельної мережі в області загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київський ун-т туризму, економіки і права. Київ : Знання України, 2002. 352 с.
2. Алексеев Г.В., Бобрышев А.Д., Боханова Е. Н. Корпоративные конфликты: причины их возникновения и способы преодоления. Москва: Едиториал, 2002. 298 с.
3. Аналітичний звіт про стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. *Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва*. URL: www.dkrp.gov.ua/files/8cd09.docx.
4. Беліков О. Конфлікти у підприємницькій діяльності та можливості їх врегулювання URL: <http://justinian.com.ua/article.php?id=2664>.
5. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Підручник. Київ: Київський нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с.
6. Влащенко Н. М., Носко С. О. Розвиток малих готелів в готельному бізнесі України. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/29603/1/40.pdf>
7. Господарський кодекс України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)* 2003. № 18, 19-20, 21-22. С. 144.
8. Гостиничный бизнес. Как правильно назвать: МИНИ-отель или МАЛЫЙ отель? URL: <http://www.prohotel.ru/articles-3869/0/>
9. Іванова Л. О. Маркетинг готельного і ресторанного господарства: навч. посіб. Укоопспілка, Львів. комерц. акад. Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2012. 215 с.
10. Капітоненко М.Г. Міжнародні конфлікти: Навч. посіб. Київ: Либідь, 2009. 352 с.

11. Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування: навч. посіб. Ін-т економіки та упр. - 2-ге вид., переробл. і допов. Київ: Кондор, 2012. 344 с.
12. Мальська М. П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
13. Марцин Т.О., Бурак Т.В. Сучасні тенденції розвитку ринку готельних послуг України. URL: <http://www.sworld.com.ua/simpoz2/141.pdf>
14. Мини-отели на пике популярности. URL: <http://www.kanzas.ua/go/ru/article>
15. Мусакин А. Мини-отели это не просто маленькие гостиницы. *Гостиничный & Ресторанный бизнес*. 2007. №1. С. 56-57.
16. Мусакин А.А. Малый отель: с чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим. Санкт-Петербург.: Питер, 2007. 320 с.
17. Нечаюк Л. І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. Центр навчальної літератури, Київський національний ун-т культури і мистецтв. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 346 с.
18. Поплавська І. В. Територіальна диференціація рівня розвитку готельного господарства України. *Наукові записки Тернопільського нац. пед. ун-ту. Серія: Географія*. Тернопіль : СПМ «Тайп», 2010. № 2 (вип. 28). С. 95 – 100.
19. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги: ДСТУ4268:2003. Київ: Держспоживстандарт України, 2004.
20. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2007. 344 с.
21. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: підручник. Київ: Кондор, 2009. 408 с..
22. Романів О.Я. Розвиток індустрії засобів розміщення в контексті раціонального використання туристсько-рекреаційних ресурсів Рівненської області. *Ученые записки Таврического нац. унив. им. В.И. Вернадского*.

2011. Серія: Географія Т.24 (63). № 2. С. 257-261.

23. Романів О.Я., Трусова Т.С., Бричка Р.П. Розвиток готельного господарства у ринкових умовах. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку.* 2015. № 819. С. 427-433. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2015_819_56

24. Романів О.Я. Тенденції в готельному господарстві Рівненської області. Туризм та гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції та перспективи. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції. Черкаси: Видавництво "Брама", 2014. С.314-319.

25. Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны): учеб. пособ. СПб.: Питер, 2008. 432 с.

26. Скрипко Т.О., Ланда О.О.; Менеджмент готельно-ресторанного господарства: навч. посіб. Укоопспілка, Львів. комерц. акад. Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2012. 299 с.

27. Спілка менеджерів України. URL: <http://www.management.com.ua> с. 118–119

28. Статистичний щорічник Рівненської області за 2018 рік / за ред. Мороза Ю.В. Рівне, 2019. 466 с.

29. Тимошенко, З. І. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу: навч. посіб. для студ. ВНЗ; Європейський ун-т. Київ: Видавництво Європейського ун-ту, 2007. 245 с.

30. Федосова К.С., Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі: монографія. Одес. нац. акад. харч. технологій. Одеса : ТЕС, 2010. 264 с.

31. Франчайзинг у готельному бізнесі України URL: http://www.maygerconsulting.com/archive/Franchise%20in%20Hotel%20Industry%20of%20Ukraine_ukr.pdf

32. Юрченко С.М. Методи вирішення бізнес-конфліктів конкуруючих підприємств URL: http://rusnauka.com./14.NTP_2007/Economics/21411.doc.htm.

33. Green Key URL: <http://www.greenkey.org/Menu/Criteria/Hotels>

ДОДАТКИ

Додаток А

Заклади готельного господарства Рівненської області

№	Готелі	Місце розташування	Кількість номерів	Ціновий діапазон, в гривнях (на травень-червень 2021 року)
1.	Турист	м.Рівне, вул.Київська, 36	105	590-1090
2.	Мир	м.Рівне, вул.Міцкевича, 32	69	850-3100
3.	Айвенго	Рівненський район, с. Колоденка, вул. Зелена, 53	67	600-1600
4.	Хутір	Рівненський район, с. Велика Омеляна, вул. Дубнівська, 11/б	30	500 -600
5.	Україна	м. Рівне, вул. Соборна, 112	69	1350-4400
6.	Оптіма	м. Рівне, вул. Словацького, 9	51	814-1947
7.	Сколько	м.Клевань, вул.Хмельницького 1 Рівненська область,	41	450-1600
8.	4x4	Рівненський район, с. Колоденка, вул. Ровненская, 1а	42	650-2000
9.	Софія	Рівненський район, с. Велика Омеляна, вул. Дубнівська, 4а	40	750-1900
10.	Підкова	м. Рівне, вул. Івана Підкови, 17а	17	760-2000
11.	MelRose	м. Рівне, вул. Костромская, 59	16	750-2400
12.	Далос	м. Сарни, вул. Варшавська, 2	22	640-1000
13.	Форсаж	м. Рівне, вул. Князя Володимира, 109	10	550-795
14.	Full House Hotel&Capsule Hostel	м. Рівне, вул. Київська, 10	8	160-600
15.	Бутік-готель «Централь»	м. Рівне, вул. 16 липня, 7а	27	860-1500

Додаток Б

Характеристика готельних турпродуктів

Б.1 Характеристика готельного продукту готелю «4x4»

Інфраструктура на відкритому повітрі	Відкритий басейн (працює сезонно), сад, тераса для засмаги.
Спорт і відпочинок	Більярд, сауна, критий басейн (працює цілий рік).
Медіа/Технології	Кабельні канали.
Харчування і напої	Ресторан (блюда по меню), снєк-бар.
Інтернет	Безкоштовно. Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Безкоштовна приватна автостоянка розміщена на території готелю (попереднє резервування місця не потрібне).
Сервіс	Обслуговування номерів, цілодобова стійка реєстрації гостей, пральня, послуги по прасуванню одягу, номери для некурців, опалення, кондиціонер, килимове покриття
Мова спілкування	Українською, російською, англійською.

Б.2 Характеристика готельного продукту готелю «Україна»

Інфраструктура на відкритому повітрі	–
Спорт і відпочинок	Сауна, фітнес-центр.
Медіа/Технології	Кабельні канали, телевізор з плоским екраном, телефон.
Харчування і напої	Ресторан, міні-бар.
Інтернет	Безкоштовно. Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	–
Сервіс	Обслуговування номерів, запаковані ланчі, послуги трансферу (за додаткову плату), трансфер з/до аеропорту (за додаткову плату), цілодобова реєстрація гостей, експрес-реєстрація заїзду/виїзду, камера зберігання багажу, банкомат на території готелю, індивідуальна реєстрація заїзду/виїзду, пральня, послуги по прасуванню одягу, чистка взуття, факс/ксерокопіювання, сувенірний магазин, люкс для молодят. Сейф, номери/зручності для осіб з обмеженими фізичними можливостями, ліфт, опалення, на всій території готелю і в номерах заборонено тютюнопаління, кондиціонер.
Мова спілкування	Українською, російською, англійською.

Б.3 Характеристика готельного продукту готелю «Айвенго»

Інфраструктура на відкритому повітрі	Тенісний корт
Спорт і відпочинок	Більярд, сауна, масаж, критий плавальний басейн, риболовля.
Медіа/Технології	Супутникові канали, телевізор.
Харчування і напої	Ресторан, бар, сніданок у номері.
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Безкоштовна автостоянка розміщена на території готелю (попереднє резервування місця не потрібне).
Сервіс	Обслуговування номерів, запаковані ланчі, цілодобова реєстрація гостей, експрес-реєстрація заїзду/виїзду, пункт обміну валют, туристичне бюро, банкомат на території готелю, пральня, послуги по прасуванню одягу, конференц-зал/бенкетний зал, бізнес-центр, факс/ксерокопіювання, люкс для молодят, послуга дзвінок-"будильник".
Загальні	Доставка преси, сейф, номери для некурців, опалення, кондиціонер, місця для тютюнопаління.
Мова спілкування	Українською, російською.

Б.4 Характеристика готельного продукту готелю « Мир»

Інфраструктура на відкритому повітрі	-
Спорт і відпочинок	-
Медіа/Технології	Супутникові канали, телевізор.
Харчування і напої	Ресторан, бар, сніданок у номері.
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Безкоштовна автостоянка розміщена на території готелю (попереднє резервування місця не потрібне).
Сервіс	Обслуговування номерів, цілодобова реєстрація гостей, послуги по прасуванню одягу, конференц-зал/бенкетний зал, факс/ксерокопіювання, сувенірний магазин, люкс для молодят. Сейф, номери для некурців, ліфт, на всій території готелю і в номерах заборонено курити, кондиціонер, місця для куріння.
Мова спілкування	Українською, російською, англійською

А.5 Характеристика готельного продукту готелю «MelRose»

Інфраструктура на відкритому повітрі	-
Спорт і відпочинок	Сауна, масаж, турецька/парова лазня, критий плавальний басейн.
Медіа/Технології	Супутникові канали, телевізор.
Харчування і напої	Бар, сніданок у номері, ресторан .
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Безкоштовна приватна автостоянка розміщена на території готелю (попереднє резервування місця не потрібне).
Сервіс	Обслуговування номерів, запаковані ланчі, послуги трансферу (за додаткову плату), цілодобова стійка реєстрації гостей, камера зберігання багажу, пральня, послуги по прасуванню одягу, конференц-зал/бенкетний зал, факс/ксерокопіювання, люкс для молодят
	Сейф, номери для некурців, сімейні номери, опалення, кондиціонер, місця для куріння.
Мова спілкування	Українською, російською.

Б.6. Характеристика готельного продукту готелю «Оптіма»

Інфраструктура на відкритому повітрі	-
Спорт і відпочинок	-
Медіа/Технології	Супутникові канали, телевізор.
Харчування і напої	Ресторан.
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	-
Сервіс	Обслуговування номерів, послуги трансферу (за додаткову плату), цілодобова стійка реєстрації гостей, камера зберігання багажу, пральня, послуги по прасуванню одягу, щоденне прибирання, конференц-зал/бенкетний зал, факс/ксерокопіювання. Сейф, номери для некурців, сімейні номери, опалення, кондиціонер.
Мова спілкування	Українською, російською, англійською

Б.7. Характеристика готельного продукту готелю «Підкова»

Інфраструктура на відкритому повітрі	Тераса.
Спорт і відпочинок	Більярд, сауна, масаж, критий басейн (працює цілий рік).
Медіа/Технології	Супутникові канали, телевізор.
Харчування і напої	Ресторан.
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Безкоштовна приватна автостоянка розміщена на території готелю (попереднє резервування місця не потрібне).
Сервіс	Обслуговування номерів, цілодобова стійка реєстрації гостей, камера зберігання багажу, пральня, послуги по прасуванню одягу. Сейф, номери для некурців, сімейні номери, опалення, кондиціонер, місця для куріння
Мова спілкування	Українською, російською, англійською.

Б.8. Характеристика готельного продукту готелю «Oazis-M »

Інфраструктура на відкритому повітрі	Барбекю.
Спорт і відпочинок	Піші прогулянки, сауна, дитячий майданчик.
Медіа/Технології	Супутникові канали, телевізор.
Харчування і напої	Ресторан, бар.
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Безкоштовна приватна автостоянка розміщена на території готелю (попереднє резервування місця не потрібне).
Сервіс	Обслуговування номерів, цілодобова стійка реєстрації гостей, факс/ксерокопіювання, люкс для молодят. Номери для некурців, місця для куріння.
Мова спілкування	Українською, російською.

Б.9. Характеристика готельного продукту «Imperia House Apartments»

Інфраструктура на відкритому повітрі	-
Спорт і відпочинок	-
Медіа/Технології	Супутникові канали, телевізор.
Харчування і напої	-
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Безкоштовно. Безкоштовна приватна автостоянка розміщена на території готелю (попереднє резервування місця не потрібне).
Сервіс	Послуги трансферу (за додаткову плату), трансфер з/до аеропорту (за додаткову плату). Номери для некурців, сімейні номери, опалення
Мова спілкування	Українською, російською.

Б.10. Характеристика готельного продукту готелю «Софія»

Інфраструктура на відкритому повітрі	Сад
Спорт і відпочинок	Тенісний корт, більярд, настільний теніс, сауна, фітнес-центр, масаж, гідромасажна ванна, турецька/парова лазня, вечірня розважальна програма.
Медіа/Технології	Супутникові канали, телевізор.
Харчування і напої	Бар, сніданок у номері, ресторан (страви по меню), спеціальне дієтичне меню (за запитом).
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Безкоштовна приватна автостоянка розміщена на території готелю (попереднє резервування місця не потрібне).
Сервіс	Обслуговування номерів, запаковані ланчі, послуги трансферу (за додаткову плату), цілодобова стійка реєстрації гостей, експрес-реєстрація заїзду/виїзду, пункт обміну валют, туристичне бюро, послуги квиткової каси, камера зберігання багажу, спільна зона відпочинку з телевізором, пральня, послуги по прасуванню одягу, прес для штанів, щоденне прибирання, конференц-зал/бенкетний зал, бізнес-центр, факс/ксерокопіювання, люкс для молодят, Доставка преси, сейф, номери для некурців, номери/зручності для осіб з обмеженими фізичними можливостями, опалення, на всій території готелю і в номерах заборонено курити, місця для куріння.
Мова спілкування	Українською, російською, англійською.

Б.11. Характеристика готельного продукту готелю «Турист»

Інфраструктура на відкритому повітрі	-
Спорт і відпочинок	Сауна, фітнес-центр, масаж.
Медіа/Технології	-
Харчування і напої	Ресторан, сніданок у номері.
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Приватна автостоянка доступна на території готелю (попереднє резервування місця не потрібне) і коштує 20 UAH за день.
Сервіс	Обслуговування номерів, запаковані ланчі, автомат з напоями, цілодобова стійка реєстрації гостей, пункт обміну валют, туристичне бюро, камера зберігання багажу, банкомат на території готелю, пральня, послуги по прасуванню одягу, чистка взуття, конференц-зал/бенкетний зал, факс/ксерокопіювання, перукарня/салон краси. Номери для некурців, номери/зручності для осіб з

	обмеженими фізичними можливостями, ліфт, опалення, місця для куріння
Мова спілкування	Українською, російською.

Б.12. Характеристика готельного продукту «Форсаж»

Інфраструктура на відкритому повітрі	-
Спорт і відпочинок	
Медіа/Технології	-
Харчування і напої	Бар, Ресторан (блюда по меню), ("шведський стіл").
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Приватна автостоянка доступна на території готелю .
Сервіс	Обслуговування номерів, цілодобова стійка реєстрації гостей, пральня, послуги по прасуванню одягу, щоденне прибирання. Номери для некурців, опалення, на всій території готелю і в номерах заборонено курити.
Мова спілкування	Українською, російською, англійською, німецькою.

Б.13. Характеристика готельного продукту готелю «Хутір»

Інфраструктура на відкритому повітрі	Барбекю, тераса.
Спорт і відпочинок	Тенісний корт, риболовля, більярд, боулінг, міні-гольф, сауна, турецька/парова лазня, дитячий майданчик.
Медіа/Технології	-
Харчування і напої	Ресторан.
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Приватна автостоянка доступна на території готелю .
Сервіс	Обслуговування номерів, цілодобова стійка реєстрації гостей, пральня, послуги по прасуванню одягу, конференц-зал/бенкетний зал. Сейф, номери для некурців, опалення, на всій території готелю і в номерах заборонено курити, кондиціонер, місця для куріння.
Мова спілкування	Українською, російською.

Б.14. Характеристика готельного продукту парк-готелю «Швейцарія»

Інфраструктура на відкритому повітрі	Барбекю, тераса.
Спорт і відпочинок	Тенісний корт, риболовля, більярд, боулінг, міні-гольф, сауна, турецька/парова лазня, дитячий майданчик.
Медіа/Технології	-
Харчування і напої	Ресторан.
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Безкоштовна приватна автостоянка розміщена на території готелю (попереднє резервування місця не потрібне).
Сервіс	Обслуговування номерів, цілодобова стійка реєстрації гостей, пральня, послуги по прасуванню одягу, конференц-зал/бенкетний зал Доставка преси, сейф, номери для некурців, опалення, на всій території готелю і в номерах заборонено курити, кондиціонер, місця для куріння.
Мова спілкування	Українською, російською, польською, англійською, німецькою.

Б.15. Характеристика готельного продукту готелю «Золота Підкова»

Інфраструктура на відкритому повітрі	Тераса.
Спорт і відпочинок	Настільний теніс, велоспорт, верхова їзда, сауна, критий басейн (працює цілий рік), прокат велосипедів, дитячий майданчик.
Медіа/Технології	-
Харчування і напої	Ресторан (блюда по меню), Спеціальне дієтичне меню (за запитом).
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Безкоштовна приватна автостоянка розміщена на території готелю (попереднє резервування місця не потрібне).
Сервіс	Запаковані ланчі, пральня, послуги по прасуванню одягу, конференц-зал/бенкетний зал, факс/ксерокопіювання. Опалення, на всій території готелю і в номерах заборонено курити, кондиціонер, місця для куріння.
Мова спілкування	Українською, російською.

Б.16. Характеристика готельного продукту мотелю «Скольмо»

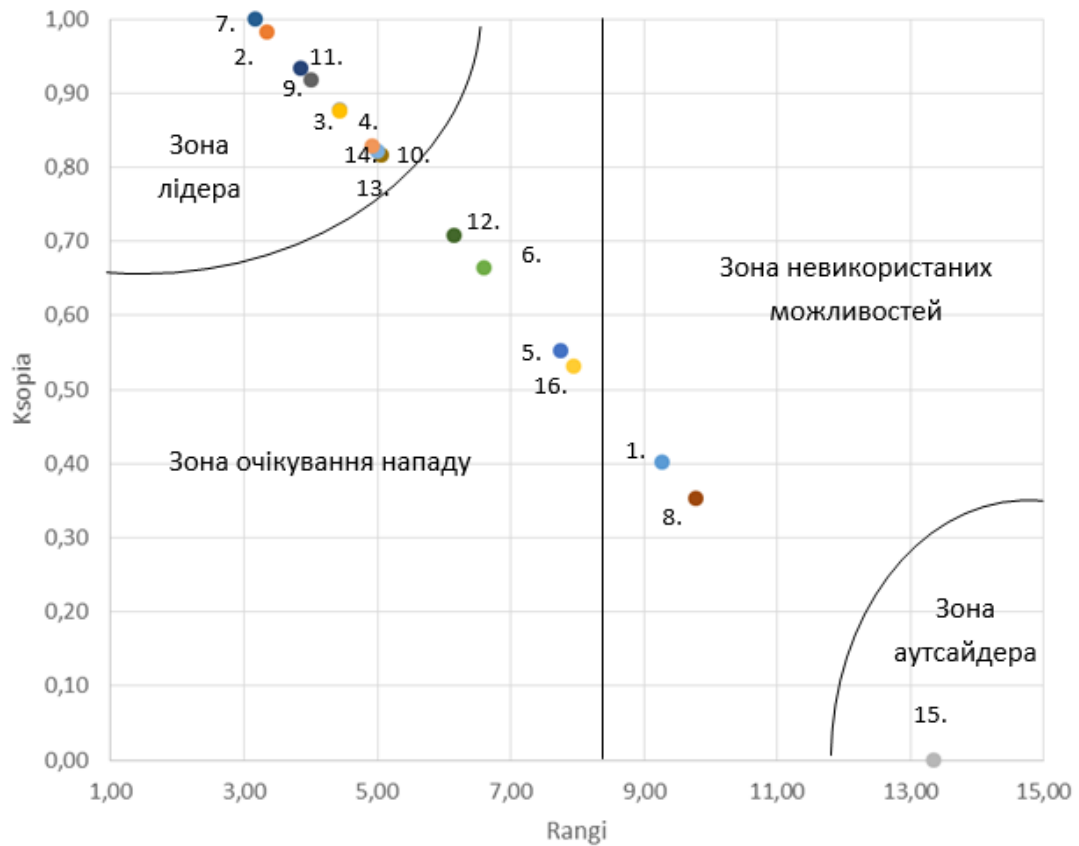
Інфраструктура На відкритому повітрі	Барбекю, відкритий басейн (працює цілий рік), сад, тераса.
Спорт і відпочинок	Сауна, солярій, оздоровчий спа-центр, масаж, гідромасажна ванна, турецька/парова лазня, критий басейн (працює цілий рік), дитячий майданчик, нічний клуб / діджей.
Медіа/Технології	-
Харчування і напої	Бар, сніданок у номері, ресторан (блюда по меню), спеціальне дієтичне меню (за запитом).
Інтернет	Бездротовий доступ до Інтернету надається на всій території готелю безкоштовно.
Автостоянка	Безкоштовна приватна автостоянка розміщена на території готелю (попереднє резервування місця не потрібне).
Сервіс	Обслуговування номерів, доставка продуктів, послуги трансферу (за додаткову плату), трансфер з/до аеропорту (за додаткову плату), Цілодобова стійка реєстрації гостей, експрес-реєстрація заїзду/виїзду, банкомат на території готелю, індивідуальна реєстрація заїзду/виїзду, пральня, послуги по прасуванню одягу, щоденне прибирання, конференц-зал/бенкетний зал, факс/ксерокопіювання, перукарня/салон краси, VIP послуги, люкс для молодят. Магазини в готелі, міні-маркет на території, номери для некурців, номери/зручності для осіб з обмеженими фізичними можливостями, сімейні номери, звуконепроникні номери, опалення, кондиціонер, місця для куріння
Мова спілкування	Українською, російською, англійською.

Додаток В

**Визначення рангів та конкурентної позиції готелів
(станом на початок 2015 року за матеріалами [23])**

№ п/п	Готелі	Інфраструктура на відкритому повітрі	Харчування і напої	Сервіс	Медіа/Технології/ Інтернет	Автостоянка	Місце знаходження	Мова спілкування	Ціна	Благоустрій номерів	Rang	Ksoria
1.	Турист	13	14	14	5	13	10	2	1	10	9,28	0,40
2.	Мир	1	1	1	5	8	2	2	6	4	3,36	0,98
3.	Оптіма	1	1	1	1	14	2	2	6	10	4,44	0,88
4.	Золота Підкова	3	1	1	10	5	2	2	12	4	4,45	0,88
5.	Підкова	3	1	9	10	8	10	2	12	10	7,75	0,55
6.	Софія	3	1	9	10	5	10	2	12	4	6,61	0,66
7.	Україна	3	1	1	1	14	1	2	6	1	3,18	1,00
8.	Хутір	13	13	14	16	8	10	2	2	10	9,78	0,35
9.	MelRose	3	1	5	5	1	10	2	2	4	4,02	0,92
10.	4X4	12	1	9	5	1	6	2	6	4	5,06	0,82
11.	Швейцарія	3	1	5	10	1	6	1	6	1	3,86	0,93
12.	Айвенго	3	1	9	1	8	10	2	6	10	6,16	0,71
13.	Oazis-M	3	1	5	1	12	6	2	12	1	5,00	0,82
14.	Скольмо	3	1	9	10	1	2	2	12	4	4,93	0,83
15.	Imperia House Apartments	15	16	16	10	14	16	16	2	16	13,36	0,00
16.	Форсаж	15	15	5	5	5	6	2	2	15	7,96	0,53

Сегментація ринку готельних послуг Рівненської області
(станом на початок 2015 року за матеріалами [23])



Цифрами позначено: 1.-Турист, 2.-Мир, 3.-Оптіма, 4.-Золота Підкова, 5.-Підква, 6.-Софія, 7.-Україна, 8.-Хутір, 9.-MelRose, 10.-4X4, 11.-Швейцарія, 12.-Айвенго, 13.-Oasis-M, 14.-Скольмо, 15.-Imperia House Apartments, 16.-Форсаж