

4. Мартиненко В. О. Удосконалення системи державного управління охороною природного середовища в регіоні. *Теорія та практика державного управління*. 2005. Вип. 1 (10). С. 18-23.
5. Про охорону навколишнього природного середовища: Закон України від 25 червня 1991 року // Відомості Верховної Ради України. 1991. № 41. Ст. 546.

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА**

***Олійник О. С.***

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи*

*Кам'янець-Подільського національного університету*

*імені Івана Огієнка*

*м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька область, Україна*

Готельно-ресторанна діяльність є ключовою складовою української туристичної індустрії. Розвиток внутрішнього та міжнародного туризму значною мірою залежить від рівня матеріально – технічної бази туристичних компаній, їх галузі, різноманітності мережі та якості послуг, що надаються готелями [1].

В сучасних умовах розвитку туризму розвиток готельного та ресторанного господарств є особливо важливим питанням, яке є одним із основних завдань туристичної послуги – наданням житла та побутовими послугами під час мандрівки. Важливість готельно-ресторанного бізнесу полягає в тому, що він охоплює широкий спектр видів діяльності у сферах туризму, транспорту, роздрібно́ї торгівлі, харчування, страхування, культури, мистецтва, архітектури, дизайну, туристичних послуг та реклами.

Географічне положення України стимулює розвиток туризму, а отже, і державного готельного господарства. Особливістю географічного положення України є те, що Україна знаходиться на перехресті трафіку з Європи в Азію. Як європейська держава, вона межує з країнами Центральної та Західної Європи на заході, з якими відкриваються великі можливості для розширення всебічних зв'язків. Близькість країни до Казахстану, Кавказу, Середньої Азії та Близького Сходу також дає великі можливості для економічного співробітництва. Положення України серед країн Балтії Північного моря забезпечує зв'язки з країнами цих

регіонів. Сьогодні Україна посідає одне з останніх місць у списку європейських країн за кількістю готелів [2].

Сьогодні в Україні є кілька міжнародних готельних операторів: Rezidor Hotel Group (Бельгія), Hyatt Hotels (США) та турецька мережа Rixos. Міжнародні готельні мережі, такі як Marriott, Hilton, Hyatt, Sheraton, Holiday Inn, Accor тощо, також хочуть вийти на український готельний ринок. В Україні існує мережа готелів Premier Premier, якою керує Premier International Ltd. До списку готелів преміум-класу входять сім готелів: Лондон в Одесі, Космополітен, Аврора в Харкові, Прем'єр-палац у Києві, тощо. Окрім створення першої в Україні національної мережі готелів за останні роки, було подано більше заявок на управління кількома готельними групами або на створення фірмових компаній з готельного бренду. Провідні готелі світу пропонують учасникам асоціації глобальну мережу: ринок міжнародних продажів брендів та інфраструктури. Готелі-учасники асоціації зберігають свою унікальну особистість і мають усі переваги приєднання до провідного бренду. Захід має великі плани щодо виходу іноземних готельних операторів на український ринок. Він передбачає, що оператор не буде безпосередньо брати участь у будівництві готелю, але підпише договір з забудовником на управління об'єктом протягом двадцяти років. Головною перевагою такої співпраці для українського розробника є використання всесвітньо відомого бренду, який символізує високий рівень якості для кінцевих споживачів та потенційних інвесторів. Перевагою оператора у співпраці з українською компанією є використання його відомих функцій на місцевому ринку. Це дозволяє впроваджувати проєкт у короткі терміни з меншими витратами та ризиком [3].

Деякі сприятливі фактори сприяють розвитку готельного та туристичного бізнесу, так прийняття Національної програми розвитку туризму, вдосконалення законодавчої бази у сфері туризму та гостинності, численні розробки урядових рішень сприяють розширенню даної галузі [4].

В Україні в середньому на тисячу мешканців припадає два готельні номери, а в Європі – не менше 14-18. Кількість готелів в Україні незначна порівняно з туристичними центрами світу. Наприклад, у Великобританії близько 26 000 готелів. За даними Державного комітету статистики України, у 2017 році кількість готельних компаній становила 7420 осіб [5]. Ця кількість почала зростати на початку ХХІ століття. Подібна ситуація склалася і щодо місткості готелів і спостерігається чітка тенденція збільшення кількості готельних номерів та місць громадського харчування. Таке збільшення кількості готелів та готельних номерів пояснюється зростанням імпортного туризму та значним збільшенням існуючих готелів. Слід зазначити, що наразі ніхто не може гарантувати повної точності даних про кількість готельних номерів в Україні. Це

пов'язано зі стрімким зростанням приватного готельного бізнесу з виникненням ринкових відносин в економіці. Готелі з різними зручностями, різним рівнем комфорту, пансіонами, мотелями розташовані як на курортах, так і в історико-культурних центрах, а також паралельно на автомагістралях. Кількість готельно-ресторанних засобів змінюється майже щомісяця [6]. Для того, щоб захопити туристів до певного регіону чи міста України, необхідно створити позитивний імідж туризму. Цілі міського маркетингу на ринку міського туризму полягають у збільшенні кількості іноземних туристів з однієї країни чи регіону. Зростання внутрішнього туризму, що обумовлено проблемою коронавірусу на сьогоднішній день стало майже єдиним способом до виживання даної галузі. Потрібна послідовна маркетингова політика місцевої, центральної влади для координації маркетингових зусиль у сфері гостинності та туризму на новий рівень якості. [7]. Швидка інтеграція України у світову готельну індустрію пов'язана з її виходом на національний ринок міжнародних готельних мереж. Основним фактором залучення іноземних готельних компаній до України є низький рівень насиченості ринку на готельні послуги.

Розвиток готельно-ресторанного господарства значною мірою залежить від організаційно-економічного механізму управління: гнучкості, швидкого реагування на зміни чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, які активно впливають на діяльність готельних підприємств. Дослідження стану готельного господарства в Україні вкотре доводить, що готельні послуги, які надають у країні, не відповідають світовому рівню та сучасним вимогам споживачів. Низька якість готельного продукту, а також відсутність сприятливого інвестиційного клімату зумовлюють необхідність створення в Україні нових конкурентоспроможних готельних підприємств.

### Література:

1. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент [Текст] навчальний посібник / Л.І. Нечаюк , Н. О.Нечаюк – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 348 с.
2. Опанащук, Ю.Я. Развития гостиничного хозяйства в Украине: тенденции и перспективы [Текст] / Ю.Я. Опанащук // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2004. – №3. – С. 70-72
3. Исакова, Д. Пришествие звезд [Текст] / Д. Исакова // Инвестгазета. – 2008. – № 15. – С. 34-36
4. Гостиничная индустрия Украины. Прошлое. Настоящее. Будущее. [Текст] // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2018. – №3. – С. 10–20.

5. Державний комітет статистики України: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Тупкало, В.М., Вітавська Г.П. Стратегія розвитку готельного бізнесу в Україні // Економіка та держава. – 20017. – №4.– С. 43-44.
7. Маркетинг городов как туристических центров и их инвестиционный имидж [Текст] // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 20018. – № 4. – С. 18-25. Гончаров В.М., Горова О.А.

## МІСЦЕ ТА РОЛЬ ЛЮДСЬКОГО ФАКТОРУ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

*Остропольська З. М.*

*кандидат філософських наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту культури та соціальних технологій  
Харківської державної академії культури  
м. Харків, Україна*

Однією з характерних ознак сучасного світового розвитку є трансформація національних культур як результат інтенсивного впливу світових глобалізаційних процесів. Трансформація – це певна стратегія буття культури: змінення власного усталеного способу існування як відповідь на виклики цивілізації і водночас засіб самозбереження, самоідентифікації. Збереження життєздатного – того, що випробуване часом, відмова від застарілого, віджитого й оновлення, упровадження новаційного – така «технологія» соціокультурного розвитку окремих спільнот, етносів, державних утворень як суб'єктів глобалізованого цивілізаційного поступу людства. Сутність означеного діалектичного процесу полягає не тільки в самозбереженні, а й в саморозвитку, самоконструюванні окремих, відносно локальних культур.

Україні як незалежній, молодій державі притаманні всі перелічені вище ознаки соціокультурної трансформації. Зі світового ансамблю культур, націй і держав, їй необхідно бути постійно мобілізованою, трансформуватися, так би мовити, «на марші», оперативнo оновлювати буття свого соціуму. Однією зі складових, поряд зі збереженням національних традицій і позбавлення негативних, гальмуючих поступ нації явищ, є інноваційна діяльність як чинник, необхідний для її соціально-економічного та соціокультурного розвитку. Але означена діяльність, як відомо, є функцією соціального суб'єкта, людини. Тобто проблему розробки й упровадження інновацій слід розглядати передусім з позицій людиновимірних критеріїв.