

УДК 338.2:640.4

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4(3)-19

ГАПОНЕНКО С. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

У кожній країні світу різною мірою функціонує готельний бізнес. Немає жодної держави, яка б не мала готелів чи інших засобів розміщення. У цілому світовий сучасний ринок готельних послуг можна вважати розвиненим, існують різні категорії засобів розміщення та, зокрема, готелів, які забезпечують потреби у проживанні як населення даної країни, так і іноземних гостей. Готельний бізнес нерозривно пов'язаний із туристичною сферою, тому якщо відбувається зниження туристичної активності, ефективність готельного господарства також знижується. На основі періодизації глобального економічного циклу розвитку готельного бізнесу сформовано концепцію сучасного етапу його розвитку, запропоновано змістову секторальну схему концептуальної сутності поняття «готель».

Ключові слова: підприємства готельного бізнесу, глобальний економічний цикл, трансформації готельного бізнесу, бінарний самотнісно-глобалізаційний етап розвитку готельного бізнесу, концептуальної сутності поняття «готель».

SVITLANA HAPONENKO

Oles Honchar Dnipro National Universiti, Dnipro, Ukraine

FEATURES OF TRANSFORMATION OF HOTEL BUSINESS ENTERPRISES

The hotel business operates in different countries in each country of the world. There is no state that does not have hotels or other accommodation. In general, the modern world market of hotel services can be considered developed, there are different categories of accommodation and in particular hotels that meet the accommodation needs of both the population of the country and foreign guests. The hotel business is inextricably linked to the tourism sector, so if there is a decrease in tourism activity, the efficiency of the hotel industry is also reduced. Based on the periodization of the global economic cycle of hotel business development, the concept of the current stage of its development is formed, the semantic sectoral scheme of the conceptual essence of the concept of "hotel" is offered.

The hotel business is an independent business entity, whose activities are subject to the Commercial Code of Ukraine and specific (in the hotel and restaurant and tourism sector) regulations, operates in the field of hospitality and is a collective means of temporary accommodation, which in addition, provides additional household, beauty, wellness, entertainment, sports, tourism, information, business and other services to meet the needs of consumers in accordance with national and international standards of hotel services, maintaining the brand of the national center and making a profit on this basis.

Hotel business is an important area of socio-economic activity, developing in all countries of the world. Having gone through a number of stages of formation, this sector of the economy is currently in the phase of beginning a new cycle of development, because under the influence of the crown virus pandemic hotel business needs radically new levers of operation and development, as well as effective corporate and marketing strategy.

Keywords: hotel business enterprises, global economic cycle, hotel business transformations, binary identity-globalization stage of hotel business development, conceptual essence of hotel concept.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Готельний бізнес є динамічною сферою розвитку сучасної національної економіки України, однак вплив світової пандемії коронавірусної хвороби (COVID-19) та інші чинники, мають стримуючий характер на трансформацію вітчизняної та світової гостинності. Вивчення світового та історичного досвіду допоможе підприємствам даної сфери впроваджувати адекватні до ситуації маркетингові стратегії розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Науковці по-різному визначають періоди розвитку готельного бізнесу. Зокрема, науковці Л.Г. Агафонова, О. С. Агафонова [1], В. К. Федорченко; Л. Г. Лук'янова, Т. Т. Дорошенко, І.М. Мініч [2] пропонують 4 періоди еволюційного розвитку цієї сфери: «давній – IV тис. до н.е. – V ст. до н.е., Середньовіччя, Новий час, сучасний період». С. І. Байлик [3] розглядає 5 періодів: «I період – від давніх віків до XIII ст.; II період – від XIII – XIV ст. до половини XIX ст.; III період – доба раннього капіталізму (від другої половини XVIII ст. до початку XX ст.); IV період – перша половина XX ст.; V період – друга половина XX ст. О.О. Лупич [4] розглядає 6 періодів розвитку індустрії гостинності, детально їх характеризує і виділяє характерні риси розвитку саме готельного бізнесу: «I етап – IV тис. до н. е. – V ст. н.е.; II етап – V – XV ст.; III етап – XV – I-а пол. XVIII ст.; IV етап – 2-а пол. XVIII – кін. XIX ст.; V етап – поч. XX ст. – кін. XX ст.; VI етап поч. XXI ст. – до сьогоднішніх днів.

Формулювання цілі статті

На основі періодизації глобального економічного циклу розвитку готельного бізнесу сформулювати концепцію сучасного етапу його розвитку, запропонувати змістову секторальну схему концептуальної сутності поняття «готель».

Виклад основного матеріалу дослідження

Взявши за основу градацію періодів, запропоновану О.О. Лупич [4], пропонуємо деякі уточнення. Якщо розглядати життєвий цикл розвитку готельного бізнесу глобально, то, на нашу думку, – це глобальний лаг, який об'єднує класичні фази (становлення, розвитку, стабілізації, занепаду, реструктуризації) та

охоплює часовий проміжок від IV тис. до н.е. і закінчується серединою 2020 р., у цей період відбулася криза, зумовлена пандемією коронавірусу, значна частина готелів збанкрутіла і припинила свою діяльність, нині відбувається поступове відновлення готельної справи, підприємства даної галузі розробляють нові стратегії розвитку, у яких буде закладено механізм реагування на подібні зміни у зовнішньому середовищі. Такі умови вказують на початок нового соціально-економічного циклу у готельному бізнесі (рис.1).

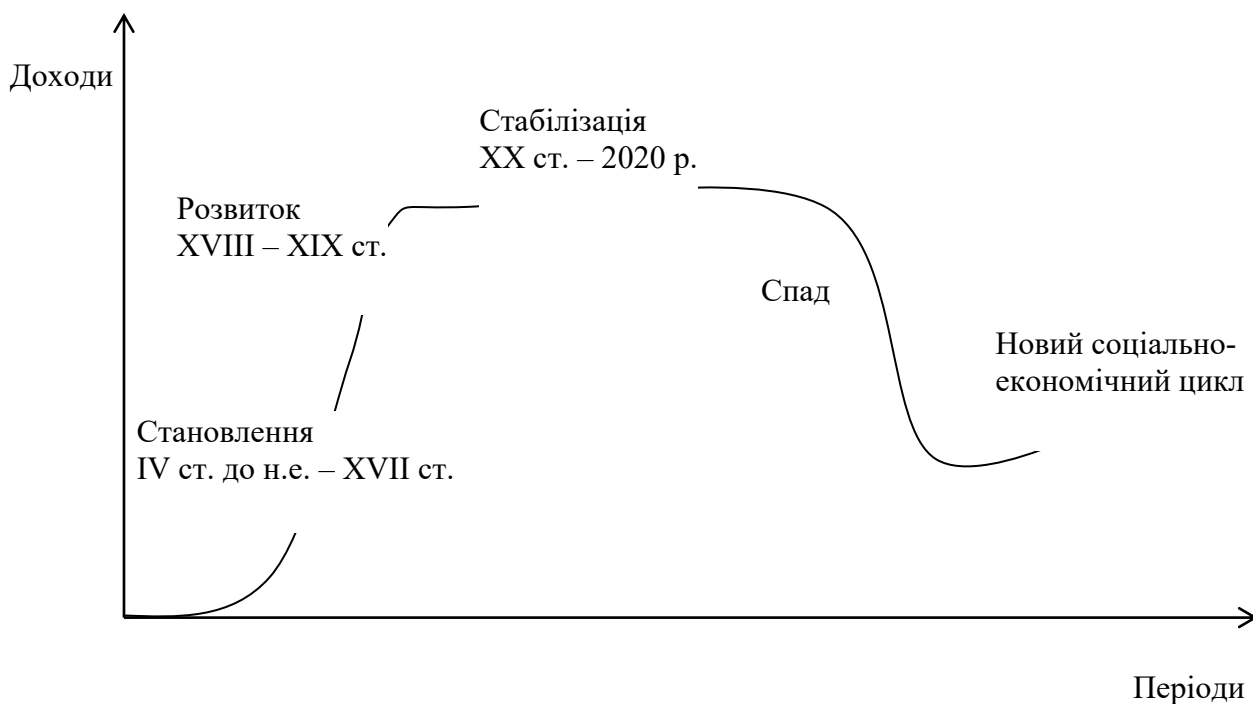


Рис.1. Періодизація глобального економічного циклу розвитку готельного бізнесу

Джерело: узагальнено автором

Представлена на рис. 1. періодизація глобального економічного циклу характеризує розвиток готельного бізнесу в цілому. Протягом зазначеного періоду (від IV тис. до н.е. до початку 2020 р. готельна індустрія розвивалась і трансформувалась, кардинальної ліквідації тих чи інших форм готельних підприємств не відбувалось, вони видозмінювались і набували сучасних, актуальних на той час рис. Наприклад, гостинні двори еволюціонували у сучасні міні-готелі або хостели. Кожен із періодів, в свою чергу складається із менших соціально-економічних циклів та поділяється на етапи. Наприклад, у межах фази становлення можна виділити три етапи (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика етапів трансформації готельного бізнесу у світі протягом фази становлення (IV тис. до н.е. – XVII ст.)

Етапи	Характеристика історичного етапу	Характеристика засобів розміщення	Особливості готелів
I етап (IV тис. до н.е. – V ст. н.е.)	цей період характеризується кочівницьким способом життя, становленням перших імперій, зокрема Римської Імперії, Імперії Цінь та ін., побудова перших торговельних відносин і шляхів – «Шовковий Шлях»	були створені перші таверни та постоялі двори для тимчасового розміщення подорожуючих і харчування	створення перших готелів у вигляді постоялих дворів поблизу торговельних шляхів, відсутність методів регулювання готельної справи
II етап (V-XIV ст.)	розпад Імперій, зокрема Римської Імперії, створення нових – наприклад, Візантійської, поширення Ісламу, створення слов'янських держав, підвищення ролі релігії, зародження та поширення Християнства, відкриття нових торговельних шляхів, зокрема «Шляху прянощів»	були створені місця для відпочинку при монастирях. Гостьові двори перетворились в комерційні підприємства	В Італії засновано Асоціацію власників постоялих дворів, що здійснювали ліцензування готельних установ (постоялих дворів). Готельні підприємства орієнтуються на прибуток, формується конкурентне середовище на готельному сегменті
III етап (XV-XVII ст.)	період географічних відкриттів – Американський континент, проведено дослідження Азії та Океанії, відкрито нові острови в різних регіонах світу, створено нові торговельні маршрути, здійснено спроби логістичної оптимізації маршрутів, епоха відродження – розвиток науки і техніки, культури і мистецтва, гуманізму. Поширення глобалізаційних процесів, виникають країни – колонізатори.	кількість гостьових і постоялих дворів активно збільшується, відбувається диференціація за якістю послуг, інтер'єром, з'являються елементи додаткових послуг	З'являється перше поняття готель, яке характеризувало житловий будинок аристократичного типу, що мав парадний і службовий двори

Джерело: узагальнено автором

Розвиток готельного бізнесу протягом першого етапу фази становлення характеризується виникненням так званих готелів які будуються за власних потреб можновладців і не мають комерційної мети. Згодом більш поширеними стають таверни, тобто громадське харчування є першочерговою послугою, а надання нічлігу – другорядною. Другий етап характеризується активізацією руху з державотворення, виникають, перші імперії розпадаються, утворюються нові, підвищуються потреби у фізичному переміщенні у просторі, все більшого значення набуває релігія і, відповідно будуються монастирі та церкви. Готельний бізнес набуває вираженого комерційного напрямку. У цей період зароджується держава Київська Русь (IX ст.), яка також розвиває готельну справу. Зокрема у XII–XIII ст. створюються «ями», які були прототипами готелів і були схожими на постоялі двори. Ями були розташовані одна від однієї на відстані кінного переходу. Ями функціонували як місця для нічлігу, а гостинні двори надавали ще додаткові послуги (наприклад, харчування), тобто були зорієнтовані на здійснення комерційних операцій.

Третій етап фази становлення є динамічним, що пов'язано як з географічними і мистецькими відкриттями, так і з розвитком споживчого попиту. У цей період з'являються різні види готелів, здебільшого диференційовані за бюджетом споживачів, відчувається глобалізаційні впливи, формуються перші стандартизовані готельні послуги. Отже, можна вважати, що на початку XVII ст. вже відбулось становлення готельного бізнесу та почалась наступна його фаза – розвиток (табл. 2).

Періоди XVII–XIX ст. у всьому світі характеризується стрімким розвитком усіх сфер – промисловості, транспорту, культури і мистецтва, з'являються перші елементи туристичних подорожей. Зокрема, виникають бюро подорожей, пілотний проект туристичної подорожі належить Томасу Куку, який організував груповий тур в Англію у 1841 р. Цей тур передбачав поїздки залізницею протяжністю 20 миль, клієнтам запропонували булочки, чай, оркестр у залізниці. Метою Т. Кука було привернення уваги до культурно-пізнавальної форми відпочинку.

Таблиця 2

Характеристика етапів трансформації готельного бізнесу у світі протягом фази розвитку (кінець XVII ст. – XIX ст.)

Етапи	Характеристика історичного етапу	Характеристика засобів розміщення	Особливості готелів
IV етап (кінець XVII – початок XVIII ст.)	виникнення нових військових конфліктів, поява нових мистецьких напрямів, зростання потреб у вивченні досвіду інших країн та активізація переміщення між людей не лише з цілями торгівлі	відбувається активний розвиток готельного бізнесу, готелі розвиваються переважно в приватному секторі за підтримки держав, зокрема в Англії, Іспанії	до готелів почали відноситись будинки різного типу: будівлі палатного типу з кількома номерами, будинки для однієї родини, готелі формують свою унікальність, розвивають додаткові послуги, зароджується ресторанний бізнес, зокрема при готелях
V етап (кінець XVIII – XIX ст.)	розвиток промисловості, активний видобуток нафти, промислова революція, розвиток науки і техніки, будівництво транспортних шляхів, зокрема побудовано Суецький канал, побудовано Першу трансконтинентальну залізницю (1869 р.); активний розвиток культурного сектору, поширення європейських цінностей, створено Єллоустонський національний парк (1872 р.), виникнення нових мистецьких течій, пам'яток архітектури, музеїв, культурних заходів, що спонукало до переміщення людей з метою бізнесу та культурного розвитку. У Європі з'явилась практика оплачуваних відпусток. Існування колоніальних держав зумовлювало переміщення людей з метою роботи, відпочинку, відвідування курортів	розвиток залізничного транспорту посприяв активному переміщенню населення, що сприяло розвитку готельної справи. З'явилися бюро подорожей. Виникла певна класифікація готелів, виокремлено елітні та бюджетні готелі, курортні пансіонати, розвиваються готельні мережі	Створюється класифікація та спеціалізація підприємств готельного бізнесу. Підвищуються вимоги до якості та сервісу. Готельний, ресторанний, туристичний бізнес починають розглядати як складову економіки

Джерело: узагальнено автором

Найпершою туристичною компанією США є Ask Mr. Foster. Заснована у 1888 р. у Флориді, через 100 років ця компанія мала філії у 46 країнах світу та налічувала понад 750 підрозділів. Перший довідник про готелі було надруковано у Великобританії у 1854 році, через шість років з'явився і перший каталог можливих туристичних подорожей та цікавих для відпочинку місць. У XIX ст. важливого значення набувають релігійні християнські мандрівки, що також сприяло розвитку готельного бізнесу. У цей час активно розвивається транспорт: винайдено пароплава (1807 р.), паровоз (1814 р.), відкрито Суецький канал (1869 р.).

Щодо України, то у цей час вона входила до складу Російської Імперії і відіграла важливу стратегічну роль. Першим готелем України вважається львівський готель «Під римським цезарем», збудований у 1785 р. У 1803–1805 рр. було відкрито «Зелений готель» на території Печерської Лаври. В Україні активний розвиток готельного бізнесу починається з другої половини XIX ст. Перші готелі в класичному розумінні створюються в Києві та інших великих містах. Київ займав положення важливого залізничного вузла у Російській імперії, а саме - забезпечувало ефективне сполучення з Варшавою, Московією, Петербургом та іншими містами і це додатково збільшувало чисельність гостей міста. У 1890 р. у м.Київ збудовано готель «Франсуа», у 1908 р. – готель «Палас», готелі «Марсель», «Пале-Рояль», «Національ», які

вважались елітними. Наприклад, у готелі «Марсель» (пізніше «Дніпро»), споруджено перший ліфт у місті. Найкращі готелі відкривали на Хрещатику який був діловим центром міста.

У той період було створено значну кількість мебльованих номерів і кімнат, які утримували кияни. Сервіс у таких будинках був високим, а вартість суттєво дешевшою, порівняно з готелями. У той час готельний бізнес в Україні, зокрема у Києві, був досить розвиненим. «Підприємства готельного господарства в XIX ст. умовно поділялися на такі типи: готелі, розміщені поруч із вокзалами; фешенебельні готелі («Європейський», «Гранд-Отель», «Континенталь», «Отель-Савой»); готелі другого класу (для осіб із середнім достатком); мебльовані кімнати («у Льїнської», «у Іваницького», «у Діякова», «у Лознякова», подвір'я, заїжджі та постоялі двори) [5]. Початок XX ст. став досить складним періодом для всього світу через Першу і Другу світові війни, що також вплинуло і на розвиток готельного бізнесу (табл. 3).

Початок XX ст. характеризується активним розвитком морських подорожей, великі переселення людей до Американського континенту тривають, судноплавство розвивалось у різних напрямках, створювались каюти різних класів. Після закінчення Другої світової війни активно почало розвиватись авіаперевезення. У зв'язку із підвищенням рівня життя та культури відпочинку активно почалась розбудова інфраструктури курортних міст, зокрема найбільшої популярності набули готелі типу «All inclusive», зростає конкуренція між ними. З'явилась чітка класифікація готелів згідно стандартів, розширилась сегментація та напрями діяльності. Готелі перетворились у диверсифіковані підприємства, у яких додаткові послуги (SPA, wellness, перукарня, пральня, секретар, прокат авто, трансфер і т.п.) приносять близько 50 % прибутків, порівняно із основним видом діяльності (розміщення гостей).

У 2008 р. починається новий VIII етап у трансформації готельного бізнесу. У цей період відбулась світова фінансово-економічна криза, яка охопила всі сфери господарської діяльності. Цей чинник підкреслив значення глобалізації та її вплив на соціально-економічні процеси. На наше переконання, саме в цей час готельний бізнес виходить на новий етап розвитку – «бінарний самобутнісно-глобалізацій» (рис. 2).

Таблиця 3

Характеристика етапів трансформації готельного бізнесу у світі протягом фази стабілізації (XX ст. – початок 2020 р.)

Етапи	Характеристика історичного етапу	Характеристика засобів розміщення	Особливості готелів
VI етап (XX ст.)	Перша і друга світові війни, необхідність відновлення економіки, перерозподіл світового впливу, посилення ролі країні-лідерів, пришвидшення етапів НТП, виникнення інновацій, збільшення чисельності населення, перевиробництво товарів, виникнення економічних криз, зростання духовних потреб, розвиток туризму	Розвиток готельно-ресторанного бізнесу, суттєве збільшення кількості готелів у всьому світі, поява відомих готельних операторів, заснування сервісу booking (1996 р.)	Створення світових та локальних стандартів функціонування готелів, поява ознак уніфікації в обслуговуванні, зростання споживчих вимог, розвиток супутніх послуг при готелях, інтернаціоналізація готельної справи
VII етап (2000-початок 2008 рр.)	Активний розвиток економіки, створення економічних союзів, введення в готівковий обіг валюти євро (2002 р.), поступове стирання кордонів, розвиток авіаперевезень, поява авіаліній «low cost», активізація ділових та туристичних поїздок	Диверсифікація засобів розміщення, зростання вимог споживачів до якості обслуговування та додаткових сервісів, розвиток готельно-розважальних та релакс-комплексів, посилення конкуренції, зростання ролі маркетингу у сфері готельних послуг	Поява різних видів готелів для диференційованих сегментів, зростання ролі сегментації ринку готельних послуг, суттєве збільшення кількості і якості додаткових послуг, що надаються при готелях, що враховується при визначенні його класу, активізація будівництва готельних комплексів у різних регіонах
VIII етап (кінець 2008 р. – початок 2020 р.)	Світова фінансово-економічна криза (2008 р.), яка вплинула на всі соціально-економічні сфери, падіння економічних показників та поступове відновлення економіки, посилення глобалізаційних процесів	Посилення глобалізаційних впливів, автоматизація процесу замовлення та вибору засобу розміщення, поява засобів розміщення, що задовольняє будь-яку вимогу та на будь-який бюджет, створення культу туризму, створення нових культурних пам'яток з метою залучення туристів, зростання кількості бізнес-подорожей	бінарний самобутнісно-глобалізаційний етап розвитку готельного бізнесу: посилення ролі мережевих готелів та їх присутності у всіх регіонах світу, зростання ролі франчайзингу в готельному бізнесі, при цьому, наділення будь-якого готелю (навіть того, що не входить до готельної мережі) глобалізаційними цінностями, у той же час надання готелю елементів самобутності, що підкреслюють традиції країни
Початок нового соціально-економічного циклу розвитку готельного бізнесу			
I етап (з 2020 р.)	пандемія, викликана COVID-19	масове закриття готелів, їх банкрутство, зниження ефективності,	Діяльність готелів в умовах економії ресурсів, перепрофілювання на роботу в умовах карантинних обмежень, гнучкий менеджмент тощо

Джерело: узагальнено автором

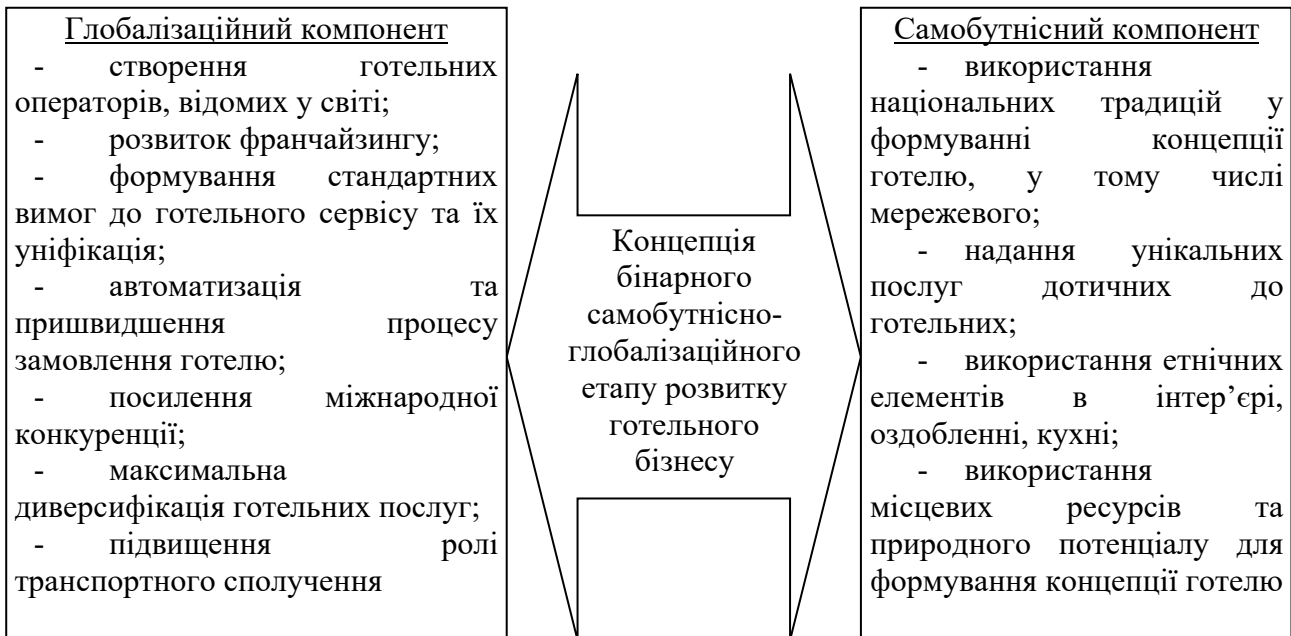


Рис. 2. Концептуальний базис самобутнісно-глобалізаційного етапу розвитку готельного бізнесу
Джерело: розроблено автором

Таким чином, сутність сучасної концепції бінарного самобутнісно-глобалізаційного етапу розвитку готельного бізнесу в цілому полягає в інтеграції двох протилежних тенденцій – глобалізаційної, що передбачає проникнення уніфікованих стандартів у готельну справу всього світу, та самобутнісної – підкреслення національних традицій у формуванні концепції готелів. Суть такої концепції зводиться до того, що готель будь-якого типу поєднує в собі глобалізаційні уніфіковані стандарти, впізнавані у всьому світі, наділяється самобутнісними особливостями, притаманними конкретній країні чи регіону.

Разом з еволюцією готельного бізнесу змінювалось і значення поняття «готель». У сучасній науці і практиці сформовано різні підходи щодо трактування цієї дефініції. Наприклад, Т. М. Федоренко узагальнює підходи щодо трактування сутності поняття «готель» за трьома напрямками: за економічним змістом діяльності (орієнтація на прибуток); за напрямом діяльності (надання базових послуг); за напрямом діяльності (надання додаткових послуг, окрім базових); і виокремлює низку характеристик даного терміну: «1) готель є візитною карткою будь-якого міста, адже саме від вражень приїжджих та створеної атмосфери для відпочинку в готелі залежить загальна оцінка туристичної привабливості місця тимчасового перебування; 2) відповідно до сертифікаційного типу готельного підприємства залежить можливість надання пакету послуг (основних і додаткових); 3) до основних послуг слід віднести перелік послуг готелю (проживання, харчування), що входять у базову ціну номера (місця) і надаються споживачу відповідно з укладеним договором; 4) додаткові послуги – послуги, яких немає в переліку основних послуг готелю, їх оплачують та отримують споживачі додатково (до їх переліку можна віднести: пральні, салони краси, сауни, фітнес-центри, послуги автостоянки і тд.)» [6]. Такий підхід є цілком обґрунтованим і відображає сучасне розуміння щодо призначення і головних функцій готелю. Разом з тим, враховуючи сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу, доцільно розширити трактування цих термінів (табл. 4). Найбільш поширеним є таке розуміння поняття «готель»: «будинок з мебльованими кімнатами для короткочасного проживання приїжджих, залежно від рівня готелю, в ньому можуть бути додаткові послуги – ресторани, кафе, бари, бібліотеки, спортзали, сауни та ін.» [7].

Поняття «готель» сформульоване у багатьох нормативно-правових актах України: Законі України «Про туризм»; Національних стандартах України від 1 липня 2004 року, № 4268:200 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги», від 1 липня 2004 року, № 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» : Національний стандарт України; від 1 жовтня 2006 року, № 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення; Форма 1-КЗР Державного комітету статистики України «Коллективні засоби розміщення». У кожному із зазначених нормативно-правових актів простежується чітко регламентований підхід щодо визначення поняття «готель». Досить загальним є визначення, сформульоване в Наказі № 19 від 16.03.2004 р. «Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг»: «Готель – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається із шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням» [8]. Таке визначення є базовим для формулювання наукових концепцій щодо сутності готелю та його діяльності.

Концептуальні підходи щодо розуміння сутності поняття «готель»

Автори	Сутність поняття «готель»
Нормативний підхід	
Всесвітня туристична організація (UNWTO)	Колективні засоби розміщення, які складаються з певної кількості номерів, мають єдине керівництво, надають певні послуги (заправлення постелі, прибирання номера й санвузла), згруповані у класи й категорії відповідно до надаваних послуг і наявного устаткування
Форма І-КЗР	Колективні засоби розміщення, що складаються більше ніж з шести номерів; мають єдине керівництво; надають готельні послуги, зокрема обслуговування в номерах, щоденне заправлення ліжок та прибирання кімнат і санвузлів; згруповані в класи і категорії відповідно до переліку надаваних послуг та наявного устаткування і не входять до категорії спеціалізованих закладів
ДСТУ 4268:2003	Засіб розміщення, в якому надають готельні послуги, не обмежені щоденним заправленням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів
ДСТУ 4269:2003	Підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що надає готельні послуги, не обмежені щоденним заправленням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів
ДСТУ 4527:2006	Засіб розміщення, який має номерний фонд, службу приймання, інші служби, які забезпечують надавання готельних послуг
Закон України «Про туризм»	Підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням
Науковий підхід	
Журавльова С.М., Біляченко В.Д., Кукліна Т.С., Гурова Д.Д., Зайцева О.Л.	Готель – це комерційне підприємство, яке спеціалізується на наданні комплексу послуг із розміщення, харчування, а також інших додаткових послуг, що забезпечують безпечну й комфортну життєдіяльність людини, яка тимчасово перебуває поза місцем постійного проживання
Бугаєнко В.С., Бречко Г.Т., Манучарова Н.Д.	Підприємство, що надає за заздалегідь встановлену плату місце або кімнату для відпочинку або ночівлі
Семіколенова С.В.	Найпоширеніший тип готельного підприємства, основною функцією якого є надання приїжджим загальних платних послуг щодо короткотермінового проживання та додаткових послуг, залежно від сертифікаційного типу цього підприємства
Мальська М.П., Пандяк І.Г.	Засіб розміщення, що надає особам, які перебувають поза місцем постійного проживання комплекс послуг, головними серед яких є послуги розміщення та харчування
Сапрунова В.Б.	Підприємство, що надає повний комплекс послуг щодо прийому, розміщення, харчування гостей, обслуговування їх перебування в готелі
Зорін І.В., Квартальнов В.О.	Основне підприємство індустрії гостинності, що здійснює прийом і обслуговування відвідувачів
Мельник О.П.	Підприємство, яке призначене для прийому, розміщення на ночівлю або короточасний відпочинок і надання житлово-побутових послуг терміном на 45 днів незалежно від місця постійного проживання
Федорченко В.К., Мініч І.В.	Традиційний тип готельного підприємства, який має великий штаб обслуговуючого персоналу і надає широкий набір додаткових послуг і високий рівень комфорту
Гранільщиків Ю.В.	Установа, призначена для розміщення, харчування, побутового, туристсько-спортивного, екскурсійного і культурно-масового обслуговування
Косій Т.М.	Готель – це візитна картка міста або країни, він може бути як місцем для прихильників відпочинку і подорожей, так і центром активних ділових контактів
Авторське визначення	Готель – це комерційне підприємство, яке, з одного боку, є суб'єктом готельного бізнесу, а з іншого – елементом соціально-економічної інфраструктури міста та держави, і призначене насамперед для тимчасового розміщення людей відповідно до національних та міжнародних стандартів, а також надання додаткових послуг (відпочинку, б'юті, SPA, Wellness, спорту, проведення бізнес- та інших івент-заходів), при цьому, виконує роль носія бренду міста (держави), культурного, інформаційного, туристичного та рекламного осередку.

Джерело: узагальнено автором за [8, 9,10,11]

Узагальнюючи підходи науковців щодо виявлення концептуальної сутності поняття «готель», можемо представити його зміст у вигляді секторальної схеми (рис. 3).

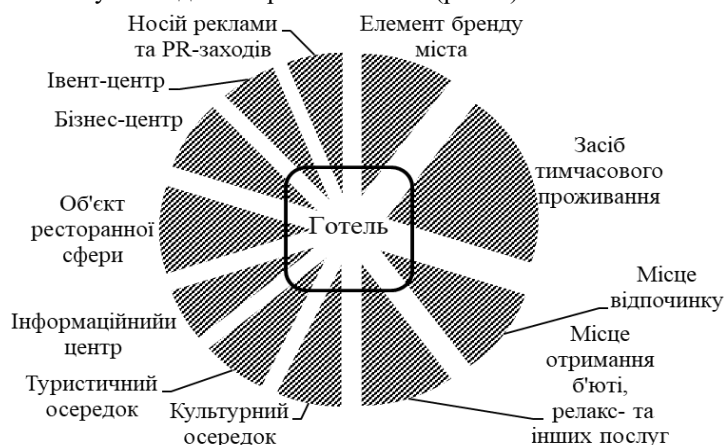


Рис. 3. Змістова секторальна схема концептуальної сутності поняття «готель»

Джерело: розроблено автором

Відповідно до запропонованої схеми, класична складова концепції готелю – засіб тимчасового проживання займає лише п'яту частину. Діяльність сучасного готелю у XXI ст. виходить далеко за межі місця для нічлігу. Від додаткових послуг (б'юті, релакс, проведення конференцій та різних івентів) готель отримує все більші прибутки. Крім того, готель є носієм бренду міста та держави в цілому, оскільки знайомство гостя із новою територією, культурою, цінностями, традиціями починається саме із розміщення та спілкування із персоналом готелю.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Підприємство готельного бізнесу – це самостійний суб'єкт господарювання, діяльність якого підпорядковується Господарському кодексу України та специфічним (діючим у готельно-ресторанній та туристичній сфері) нормативно-правовим актам, функціонує в галузі гостинності і являє собою колективний засіб тимчасового розміщення людей, що крім того, надає додаткові побутові, б'юті, wellness, розважальні, спортивні, туристичні, інформаційні, бізнес та інші послуги з метою задоволення потреб споживачів відповідно до національних та міжнародних стандартів готельного обслуговування, підтримання бренду національного осередку і отримання на цій основі прибутку.

Готельний бізнес є важливим напрямом соціально-економічної діяльності, що розвивається у всіх країнах світу. Пройшовши низку етапів формування, даний сектор економіки в теперішній час перебуває у фазі початку нового циклу розвитку, оскільки під впливом пандемії корона вірусу готельний бізнес потребує кардинально нових важелів функціонування та розвитку, а також ефективної корпоративної та маркетингової стратегії.

Література:

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.С.. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання [навч. посібник]. К., 2002. 358 с.
2. Уніфіковані технології готельних послуг: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / [Лук'янова Л. Г., Дорошенко Т. Т., Мініч І. М., Федорченко В. К.], Київ. ін-т туризму, економіки і права. Вища шк., 2001. 236 с.
3. Байлик И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание. [монография] / Байлик И. К: ВИРА-Р, 2002. 252 с.
4. Лупич О.О. Формування конкурентноспроможного готельного господарства регіону: дис. канд. економ. : 08.00.05. Ужгород, 2017. 285 с.
5. Бойко М. Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]. К.: Київ. нац. торг.-екон. Ун-т., 2006. 448 с.
6. Федоренко Т. М. Теоретико методологічні аспекти обґрунтування дефініції «готель» як одного з ключових суб'єктів ринку туристичних послуг України. Агровіт. № 12. 2020. С. 95–100
7. Вікіпедія. URL : [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C#:~:text=%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%B5%CC%81%D0%BB%D1%8C%20\(%D0%B2%D1%96%D0%B4%20%D1%84%D1%80.,%2C%20%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B7%D0%B0%D0%BB%D0%B8%2C%20%D1%81%D0%B0%D1%83%D0%BD%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D1%96%D0%BD](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C#:~:text=%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%B5%CC%81%D0%BB%D1%8C%20(%D0%B2%D1%96%D0%B4%20%D1%84%D1%80.,%2C%20%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B7%D0%B0%D0%BB%D0%B8%2C%20%D1%81%D0%B0%D1%83%D0%BD%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D1%96%D0%BD)
8. Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг: Редакція від 2.11.2010. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04#Text>
9. ДСТУ 4268:2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщування: Національний стандарт України. URL : http://ksv.do.am/GOST/DSTY_ALL/DSTY3/dsty_4268-2003.pdf
10. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів»: Національний стандарт України. URL : https://dnaop.com/html/29982/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4269_2003
11. Про туризм : Закон України № 324/95-ВР від 15 вересня 1995 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

References

1. Ahafonova L.H. (2002) Turyzm, hotelnyi ta restorannyi biznes: Tsinoutvorennia, konkurentsia, derzhavne rehuliuвання [navch. posibnyk.] / L.H. Ahafonova, O.Ie. Ahafonova. 358 p.
2. Unifikovani tekhnologii hotelnykh posluh (2001): [navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakl.] / Lukianova L. H., Doroshenko T. T., Minich I. M., Fedorchenko V. K., Kyiv. in-t turizmu, ekonomiky i prava. Vyshcha shk. 236 p.
3. Bailyk Y. (2002) Hostynnychnoe khoziaistvo. Orhanyzatsiia, upravlenye, obsluzhyvanye. [monohrafiia] Bailyk Y. K: VYRA-R. 252 p.
4. Lupych O.O. (2017) Formuvannia konkurentnospromozhnogo hotelnoho hospodarstva rehionu: dys. kand. ekonom. : 08.00.05. Uzhhorod, 285 p.
5. Boiko M.H., Hopkalo L.M. (2006) Orhanizatsiia hotelnoho hospodarstva: pidruch. [dlia stud. vyshch. navch. zakl.]. K.: Kyiv. nats. torh.-ekon. Un-t. 448 p.
6. Fedorenko T. M. (2020) Teoretyko metodolohichni aspekty obgruntuvannia defynitsii «hotel» yak odnogo z kliuchovykh subiektiv rynku turystychnykh posluh Ukrainy. Ahrosvit. № 12. p. 95–100.
7. Wikipedia. URL : [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C#:~:text=%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%B5%CC%81%D0%BB%D1%8C%20\(%D0%B2%D1%96%D0%B4%20%D1%84%D1%80.,%2C%20%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B7%D0%B0%D0%BB%D0%B8%2C%20%D1%81%D0%B0%D1%83%D0%BD%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D1%96%D0%BD](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C#:~:text=%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%B5%CC%81%D0%BB%D1%8C%20(%D0%B2%D1%96%D0%B4%20%D1%84%D1%80.,%2C%20%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B7%D0%B0%D0%BB%D0%B8%2C%20%D1%81%D0%B0%D1%83%D0%BD%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D1%96%D0%BD)

-
8. Pro zatverdzhennia Pravyi korystuvannia hoteliamy y analogichnymy zasobamy rozmishchennia ta nadannia hotelnykh posluh : Redaktsiia vid 2.11.2010. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04#Text>
9. DSTU 4268:2003 «Posluhy turystychni. Zasoby rozmishchuvannia: Natsionalnyi standart Ukrainy. URL : http://ksv.do.am/GOST/DSTY_ALL/DSTY3/dsty_4268-2003.pdf
10. DSTU 4269:2003 «Posluhy turystychni. Klasyfikatsiia hoteliv»: Natsionalnyi standart Ukrainy. URL : https://dnaop.com/html/29982/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4269_2003
11. Pro turyzm : Zakon Ukrainy № 324/95-VR vid 15 veresnia 1995 r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

Надійшла / Paper received : 22.07.2020
Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020