

Державний торговельно-економічний університет
ВСП “Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ”

Відділення харчових технологій та ресторанного бізнесу
Циклова комісія харчових технологій та готельно-ресторанної справи

Блажко Анна Ігорівна

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

«РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОЇ СПРАВИ У ХАРКОВІ»

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
Галузь знань 24 Сфера обслуговування

Подається на здобуття кваліфікації: ступінь вищої освіти бакалавр
Спеціальність” Готельно-ресторанна справа” спеціалізація “Готельно-
Ресторанна справа”

Науковий керівник:
Болотова Тетяна Миколаївна,
кандидат економічних наук, доцент

Харків - 2024 рік

Голова циклової комісії,
кандидат технічних наук



ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ

К.В. Сєдих

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ
рішенням циклової комісії харчових
технологій та готельно-ресторанної
справи, протокол від 30.10.2023 р. № 184-о

Гарант освітньої програми,
кандидат економічних наук, доцент



Ю.Г. Бережна

Науковий керівник,
кандидат економічних наук, доцент



Т.М. Болотова

Робота містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач



А.І. Блажко

Підсумкова оцінка: А, 90 балів (літера / балів)

Секретар екзаменаційної комісії



Н. Л. Аштаєва

Державний торговельно-економічний університет ВСП «Харківський
торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»

Відділення харчових технологій та ресторанного бізнесу Циклова комісія
харчових технологій та готельно-ресторанної справи

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття кваліфікації: ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність
«Готельно-ресторанна справа» спеціалізація «Готельно-ресторанна справа»
студентці групи РОБ-20 Блажко Анни Ігорівни

1. Тема роботи: Розвиток готельної справи у Харкові

Тему затверджено наказом директора від 30.10. 2024 р. № 184-о

2. Термін подання завершеної роботи на циклову комісію – 17.2024р.

3. Графік виконання роботи

Назва етапів або структурних елементів роботи	Дата закінчення
Вступ	20.05.2024
Розділ 1.	21.05.2024
Розділ 2.	25.05.2024
Розділ 3.	01.06.2024
Висновки і список використаних джерел	05.06.2024
Підготовка ілюстративного матеріалу та доповіді	09.06.2024

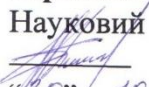
4. Методичні вказівки щодо виконання

В першому розділі проаналізовано аналіз сучасного стану готельної справи у Харкові.

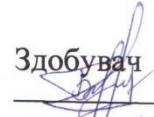
В другому розділі наводиться дослідження функціонування готельної індустрії.

В третьому розділі розроблені стратегії розвитку готельної справи у Харкові .

**Завдання видав
отримав**

Науковий керівник,
 Т.М. Болотова
"30" 10 2024 р.

Завдання

Здобувач
 А.І. Блажко
"30" 10 2024 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
Розділ 1. Теоретичні основи готельної справи	10
1.1. Аналіз сучасного стану готельної справи у Харкові.....	10
1.2. Оцінка перспектив розвитку готельного бізнесу в місті	17
1.2.1 Визначення основних факторів, що впливають на розвиток готельної справи у Харкові.....	22
1.2.2 Роль інноваційних технологій у підвищенні конкурентоспроможності готелів у Харкові	26
Розділ 2. Дослідження функціонування	29
Розділ 3. Розборка стратегій розвитку готельної справи у Харкові	41
Висновки	48
Список використаних джерел	50

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота: 49 с., 5 рис., 6 табл., 45 джерел.

Об'єкт дослідження – готельна індустрія міста Харків

Предмет дослідження – розвиток готельної справи у Харкові та її вплив на економіку та туризм

Мета роботи – теоретично та практично обґрунтувати основні етапи розвитку готельної справи у Харкові та вплив цього процесу на розвиток місцевої економіки та туризму.

Методи дослідження – теоретичні (аналіз наукової літератури, історичні дослідження) та емпіричні (спостереження, анкетування, аналіз статистичних даних).

Практична значимість роботи визначається тим, що розвиток готельної справи у Харкові є важливим аспектом для економічного та туристичного зростання міста. Харків, будучи одним із найбільших культурних, наукових та промислових центрів України, приваблює значну кількість бізнес-туристів, науковців та туристів. Вдосконалення готельної інфраструктури сприяє підвищенню рівня комфорту та якості обслуговування гостей, що, в свою чергу, стимулює подальший розвиток туристичної галузі та позитивно впливає на економіку міста..

Розглянуто, що розвиток готельної інфраструктури у Харкові підвищує туристичну привабливість міста, сприяє економічному зростанню через створення нових робочих місць та стимулювання суміжних галузей, покращує якість обслуговування і комфорт для гостей, підтримує розвиток бізнес-туризму, та сприяє культурному розвитку міста завдяки збільшенню кількості культурних заходів і подій. Проте, є і низка викликів, які потребують уваги. Серед них – війна через яку руйнується інфраструктура, необхідність постійного підвищення якості обслуговування, адаптація до змін у попиті, впровадження сучасних технологій та інновацій, а також підтримка сталого розвитку, що включає екологічні ініціативи та соціальну відповідальність.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: готельна справа, Харків, туризм, бізнес-туризм, економічний розвиток, якість обслуговування

SUMMARY

Qualification work: 49 pages, 5 figures, 6 tables, 45 sources.

The object of the study is the hotel industry of the city of Kharkiv

The subject of the research is the development of the hotel business in Kharkiv and its impact on the economy and tourism

The purpose of the work is to theoretically and practically substantiate the main stages of the development of the hotel business in Kharkiv and the impact of this process on the development of the local economy and tourism.

Research methods are theoretical (analysis of scientific literature, historical research) and empirical (observation, questionnaires, analysis of statistical data).

The practical significance of the work is determined by the fact that the development of the hotel business in Kharkiv is an important aspect for the economic and touristic growth of the city. Kharkiv, being one of the largest cultural, scientific and industrial centers of Ukraine, attracts a significant number of business tourists, scientists and tourists. The improvement of the hotel infrastructure helps to increase the level of comfort and quality of guest service, which, in turn, stimulates the further development of the tourism industry and has a positive effect on the city's economy.

It is considered that the development of the hotel infrastructure in Kharkiv increases the tourist attractiveness of the city, contributes to economic growth through the creation of new jobs and stimulation of related industries, improves the quality of service and comfort for guests, supports the development of business tourism, and contributes to the cultural development of the city due to the increase in the number of cultural events and events. However, there are a number of challenges that need attention. Among them are war that destroys infrastructure, the need for constant improvement of service quality, adaptation to changes in demand, implementation of modern technologies and innovations, as well as support for

sustainable development, which includes environmental initiatives and social responsibility.

KEY WORDS: hotel business, Kharkiv, tourism, business tourism, economic development, service quality

ВСТУП

Актуальність дослідження є надзвичайно важливою для розуміння сучасного стану та перспектив розвитку готельної справи в Харкові. Готельна справа, як один з основних компонентів туристичної індустрії, має величезне значення для економіки будь-якого регіону, зокрема для Харкова. Харків є містом з багатою історією, культурними та архітектурними пам'ятками, розвиненою інфраструктурою, що робить його привабливим для численних туристів, бізнесменів та інших відвідувачів. Вивчення сучасного стану готельного бізнесу в Харкові дозволяє не тільки глибше зрозуміти специфіку розвитку місцевого туризму та гостинності, а й визначити основні тенденції та виклики, з якими стикається ця галузь.

Аналіз розвитку готельної справи включає в себе вивчення багатьох аспектів, таких як кількість та якість наявних готельних закладів, рівень сервісу, цінова політика, маркетингові стратегії, які застосовуються для залучення гостей, а також вплив зовнішніх факторів, таких як економічна ситуація, політична стабільність та глобальні тенденції в туристичній індустрії.

Одним з ключових аспектів цього дослідження є визначення потенціалу для подальшого розвитку готельної галузі в Харкові. Це включає в себе оцінку можливостей для розширення існуючих готельних закладів, відкриття нових, впровадження сучасних технологій та підходів до управління, а також розробку нових туристичних продуктів та послуг, які можуть залучити більше відвідувачів до міста. Крім того, важливо враховувати значення готельної індустрії для економіки регіону в цілому, оскільки розвиток цієї галузі сприяє створенню нових робочих місць, збільшенню податкових надходжень до місцевого бюджету та підвищенню рівня життя населення.

Теоретичним підґрунтям для вивчення послужили численні праці відомих дослідників, таких як Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова, В.А. Антонова, В.В. Архипов, Т.І. Іванникова, А.В. Архіпова, В.Г. Банько, О.С., які

займалися вивченням історії та тенденцій розвитку готельної індустрії в Україні, зокрема у Харкові. Їхні дослідження дозволяють не тільки краще зрозуміти історичні аспекти розвитку готельної справи, але й визначити основні напрями та підходи, які можуть бути застосовані для покращення ситуації в цій галузі сьогодні. Використання цих теоретичних напрацювань є важливим для побудови науково обґрунтованих рекомендацій та стратегій розвитку готельного бізнесу в Харкові, що може мати позитивний вплив на розвиток туризму та гостинності в місті та регіоні в цілому.

Мета дослідження – теоретично та практично обґрунтувати основні етапи розвитку готельної справи у Харкові та вплив цього процесу на розвиток місцевої економіки та туризму.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити низку завдань:

- провести аналіз сучасного стану готельної справи у Харкові;
- вивчити особливості та тенденції розвитку готельної індустрії у місті;
- проаналізувати вплив готельного бізнесу на розвиток туристичної інфраструктури та економіки Харкова;
- розробити рекомендації щодо подальшого розвитку готельної справи в регіоні.

Об’єкт дослідження – готельна індустрія міста Харків.

Предмет дослідження – розвиток готельної справи у Харкові та її вплив на економіку та туризм.

Методи дослідження. У процесі роботи використовувалися різні методи, включаючи теоретичні (аналіз наукової літератури, історичні дослідження) та емпіричні (спостереження, анкетування, аналіз статистичних даних), які дозволили комплексно підійти до аналізу розвитку готельної справи в Харкові.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку та списку літератури українською мовою.

Розділ 1. Теоретичні основи готельної справи

1.1. Аналіз сучасного стану готельної справи у Харкові

Готельний сектор Харкова, як і багато інших секторів економіки міста, зазнав значних змін протягом останніх років. Це обумовлено кількома основними факторами, включаючи зростання туризму, зміну економічної ситуації та розвиток інфраструктури. Розглянемо детальніше основні аспекти та тенденції, що впливають на розвиток цього сектора [13, с. 10].

По-перше, варто зазначити, що зростання туризму в Харкові є однією з ключових причин збільшення попиту на готельні номери. Туризм у місті підвищується завдяки проведенню різноманітних культурних заходів, фестивалів, виставок та конференцій. Ці події залучають як місцевих, так і міжнародних туристів, що, в свою чергу, сприяє розвитку готельної індустрії. Крім того, діловий туризм також відіграє важливу роль. Харків є значним центром бізнесу та науки, що приваблює бізнесменів, науковців та дослідників, які потребують відповідних умов для проживання.

Станом на 2024 рік у Харкові налічується більше 40 готелів, які пропонують широкий спектр послуг та зручностей. Більшість готелів належать до категорії 3 та 4 зірки, що свідчить про те, що місто орієнтується на середній ціновий сегмент. Проте, в місті також є кілька п'ятизіркових готелів, які пропонують високий рівень комфорту та ексклюзивні послуги для вимогливих клієнтів. З іншого боку, доступні бюджетні варіанти, такі як хостели та гостьові будинки, дозволяють задовольнити потреби туристів з різним рівнем доходів.

Рівень заповнюваності готелів у Харкові протягом року коливається. Найвищий рівень заповнюваності спостерігається в літні місяці, коли до міста приїжджають туристи, щоб відвідати фестивалі та інші культурні події. В цей період готелі заповнені на 80-90%, а в окремі дні, коли проводяться масштабні заходи, можуть бути заповнені на 100%. Взимку рівень заповнюваності дещо нижчий, але все ще залишається на досить високому рівні, завдяки діловим

подорожам та гостям, які відвідують родичів. В цей період заповнюваність готелів коливається в межах 60-70%.

Існує ряд факторів, які впливають на ринок готельних послуг у Харкові. Перш за все, це економічна ситуація. Зростання економіки міста призводить до збільшення попиту на готельні номери, як з боку ділових мандрівників, так і з боку туристів. Економічне зростання сприяє збільшенню кількості бізнес-зустрічей, конференцій та інших заходів, що вимагають розміщення великої кількості гостей у місті [15].

Політична ситуація також відіграє важливу роль у розвитку готельного сектора. Політична стабільність сприяє зростанню туристичного потоку, оскільки туристи відчують себе безпечно, подорожуючи до таких регіонів. Водночас, політична нестабільність може призвести до зниження попиту на готельні номери, оскільки туристи можуть уникати подорожей до небезпечних регіонів. В останні роки Харків демонструє певний рівень політичної стабільності, що позитивно впливає на розвиток готельного бізнесу.

Сезонність є ще одним важливим фактором, який впливає на ринок готельних послуг у Харкові. Попит на готельні номери в Харкові значно вищий влітку, ніж взимку. Це пов'язано з тим, що в літні місяці проводиться багато фестивалів, концертів та інших культурних заходів, які приваблюють велику кількість туристів. Взимку попит на готельні послуги дещо знижується, але все ще залишається на стабільному рівні завдяки діловим подорожам та святковим періодам, коли люди відвідують своїх родичів.

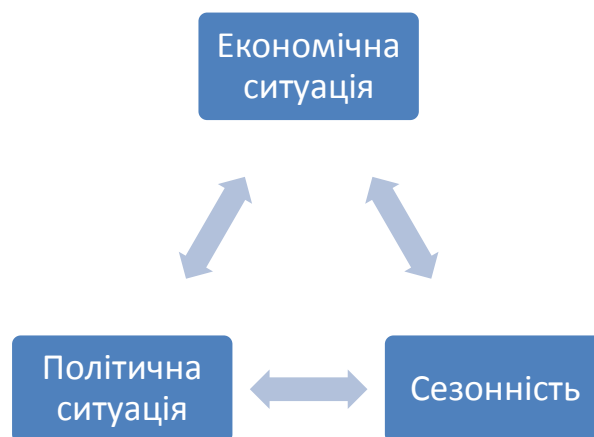


Рис. 1.1 Фактори, які впливають на ринок готельних послуг у Харкові [3].

Конкуренція на ринку готельних послуг у Харкові також є важливим чинником. Зростання кількості готелів у місті може призвести до посилення конкуренції та зниження цін на номери. Конкуренція стимулює готелі покращувати якість своїх послуг, впроваджувати нові технології та пропонувати додаткові зручності для гостей. Це, в свою чергу, сприяє підвищенню загального рівня сервісу та привабливості міста для туристів.

Розвиток інфраструктури є ще одним ключовим фактором, що впливає на ринок готельних послуг у Харкові. Розвиток транспортної інфраструктури, такої як аеропорти, залізничні та автобусні станції, сприяє зручному доступу до міста та збільшує його привабливість для туристів. Крім того, розвиток громадського транспорту, доріг та інших зручностей робить місто більш комфортним для проживання, що сприяє зростанню попиту на готельні номери [23, с. 5].

Готельна справа Харкова, як і вся економіка міста, зазнала значних змін внаслідок російської агресії. Війна спричинила різке падіння попиту на готельні послуги, руйнування інфраструктури та значні втрати персоналу. Проте, навіть у цих складних умовах, готельний бізнес Харкова намагається вижити та адаптуватися до нових реалій.

Сезонність попиту на готельні послуги в Харкові завжди була чітко виражена. Пік сезону припадав на літні місяці, коли до міста приїжджали туристи з України та інших країн. Взимку попит зазвичай падав, але все ж таки залишався на певному рівні за рахунок ділових поїздок та конференцій. Війна значно вплинула на сезонність попиту. З початком бойових дій у лютому 2022 року попит на готельні послуги в Харкові різко впав. Багато людей покинули місто, а ті, хто залишився, не мали потреби в готельних послугах. Влітку 2022 року попит дещо відновився, але все ж таки залишався значно нижчим, ніж до війни.

Харків завжди був одним з найпопулярніших туристичних центрів України. Місто славалося своєю багатою історією, культурою та архітектурою. До Харкова щороку приїжджали мільйони туристів з України

та інших країн. Війна призвела до практичного припинення туристичних потоків до Харкова. Більшість країн світу рекомендували своїм громадянам не відвідувати Україну, а авіакомпанії скасували рейси до Харкова. Це створило додаткові труднощі для готельного бізнесу, який втратив значну частину своїх клієнтів.

Харків був одним з основних центрів проведення ділових та культурних заходів в Україні. В місті щорічно проходило безліч конференцій, виставок, фестивалів та інших подій. Війна призвела до скасування більшості запланованих заходів. Це негативно вплинуло на готельний бізнес, адже ділові та культурні події традиційно є одними з основних джерел попиту на готельні послуги. Без них готелі втратили значну частину свого доходу. Крім того, через обстріли та руйнування інфраструктури багато заходів просто неможливо було провести [24].

Війна завдала значної шкоди готельній інфраструктурі Харкова. В результаті обстрілів було пошкоджено або зруйновано багато готелів. Також постраждали інші об'єкти туристичної інфраструктури, такі як ресторани, кафе, музеї та театри. Руйнування інфраструктури зробило місто менш привабливим для туристів та ділових мандрівників, що додатково погіршило ситуацію в готельному бізнесі. Відновлення пошкоджених та зруйнованих об'єктів потребує значних інвестицій та часу.

Таблиця 1.1

Вплив війни на готельну справу Харкова [10].

Фактор	Вплив
Сезонні коливання попиту	Різке падіння попиту взимку та навесні, часткове відновлення влітку
Туристичні потоки	Практичне припинення туристичних потоків
Проведення великих заходів	Скасування більшості запланованих заходів
Готельна інфраструктура	Значні пошкодження та руйнування

Війна призвела до значних втрат персоналу в готельному бізнесі Харкова. Багато працівників готелів покинули місто або були мобілізовані до армії. Це ускладнило роботу готелів, які залишилися функціонувати. Відсутність кваліфікованого персоналу вплинула на якість обслуговування гостей, що, в свою чергу, вплинуло на репутацію готелів. Крім того, деякі готелі були змушені скоротити свої послуги або взагалі закритися через брак персоналу.

З іншого боку, війна змусила готельний бізнес Харкова шукати нові шляхи для виживання та адаптації до нових умов. Деякі готелі почали надавати свої приміщення для тимчасового проживання внутрішньо переміщених осіб. Це допомогло частково компенсувати втрати від зниження попиту на традиційні готельні послуги. Крім того, деякі готелі переорієнтувалися на надання послуг для військових та волонтерів. Ще однією стратегією адаптації стало підвищення рівня безпеки для гостей. Готелі встановлювали додаткові засоби захисту, такі як бомбосховища, системи відеоспостереження та охоронні системи. Це допомогло залучити тих клієнтів, які все ж таки вирішили залишитися в Харкові або приїхати до міста з робочими цілями [26, с. 9].

Готельна справа Харкова зазнала значних змін внаслідок російської агресії. Війна спричинила різке падіння попиту на готельні послуги, руйнування інфраструктури та значні втрати персоналу. Проте, навіть у цих складних умовах, готельний бізнес Харкова намагається вижити та адаптуватися до нових реалій.

Отож, готельна справа Харкова зазнала значних змін через військові дії. Незважаючи на всі труднощі, бізнес намагається вижити, адаптуючи свої стратегії до нових реалій. Залучення внутрішньо переміщених осіб, орієнтація на обслуговування військових і волонтерів, а також підвищення рівня безпеки є основними напрямками адаптації. Відновлення міста та повернення до довоєнного рівня економічної активності потребуватиме значних зусиль,

інвестицій і часу. Проте, досвід виживання в умовах кризи може зробити готельний бізнес Харкова більш стійким і гнучким у майбутньому.

У сучасному динамічному середовищі готельної індустрії, де попит постійно змінюється, а пропозиція стає дедалі ширшою, конкурентоспроможність стає ключовим фактором виживання та успіху. Для готелів різного розміру та категорії розуміння та вдосконалення власної конкурентоспроможності є життєво необхідним для залучення та утримання клієнтів, максимізації прибутку та забезпечення стійкого розвитку.

Поняття конкурентоспроможності готельного підприємства визначається як його здатність ефективно та результативно функціонувати на ринку, пропонуючи послуги, які відповідають або перевершують очікування цільової аудиторії, порівняно з конкурентами. Це багатогранне поняття, що охоплює різні аспекти діяльності готелю, включаючи якість послуг, цінову політику, маркетинг та просування, управління персоналом, матеріально-технічну базу та управління репутацією [33].

Якість послуг є одним з найважливіших компонентів конкурентоспроможності готелю. Вона охоплює рівень обслуговування, комфорт номерів, різноманіття додаткових послуг та відповідність очікуванням певного сегмента ринку. Готелі, які забезпечують високий рівень обслуговування та комфорт, можуть залучити більше клієнтів та отримати позитивні відгуки, що сприяє їхній конкурентоспроможності. Важливо також враховувати специфічні потреби та очікування різних категорій клієнтів, таких як бізнес-туристи, сім'ї з дітьми, молодіжні групи або іноземні туристи, і пропонувати послуги, які задовольняють ці потреби.

Цінова політика є іншим важливим аспектом конкурентоспроможності. Вона включає встановлення конкурентних цін на номери та послуги, гнучкі системи знижок та акцій, а також відповідність ціни сприйнятій цінності готелю. В умовах високої конкуренції готелі повинні знаходити баланс між забезпеченням високої якості послуг та утриманням доступних цін. Це може бути досягнуто шляхом оптимізації витрат, впровадження ефективних методів

управління та використання нових технологій для зниження операційних витрат.

Маркетинг та просування відіграють ключову роль у залученні клієнтів та створенні впізнаваного бренду. Ефективна комунікація з цільовою аудиторією, чітке позиціонування на ринку, використання різних каналів маркетингу, таких як соціальні медіа, інтернет-реклама, партнерські програми та традиційні засоби масової інформації, сприяють підвищенню видимості та популярності готелю. Важливо також створювати унікальні пропозиції та маркетингові кампанії, які виділяють готель серед конкурентів і привертають увагу потенційних клієнтів.

Управління персоналом є важливим аспектом, який впливає на якість обслуговування та загальну атмосферу в готелі. Кваліфіковані та мотивовані співробітники забезпечують високий рівень обслуговування, що сприяє задоволеності клієнтів та позитивним відгукам. Ефективне управління персоналом включає підбір кваліфікованих кадрів, проведення тренінгів та навчань, створення сприятливих умов праці та розвиток корпоративної культури, що стимулює співробітників до досягнення високих результатів.

Матеріально-технічна база готелю, включаючи сучасний номерний фонд та відповідність інфраструктури потребам гостей, є важливим фактором конкурентоспроможності. Впровадження нових технологій, таких як системи автоматизації управління готелем, сучасні засоби безпеки, високошвидкісний інтернет та інші технологічні рішення, сприяють підвищенню ефективності роботи готелю та задоволеності клієнтів [36].

Управління репутацією є ще одним важливим аспектом конкурентоспроможності готелю. Позитивні відгуки клієнтів, активна присутність в онлайн-просторі, ефективне управління негативними відгуками та створення позитивного іміджу готелю сприяють підвищенню довіри клієнтів та їхньому залученню. Важливо не лише реагувати на відгуки клієнтів, але й активно працювати над покращенням якості послуг та

обслуговування, щоб запобігти виникненню негативних ситуацій у майбутньому.

На конкурентоспроможність готельного підприємства впливає широкий спектр факторів, як внутрішніх, так і зовнішніх. До внутрішніх факторів належать стратегія розвитку, ефективність управління, фінансовий стан та інновації. Стратегія розвитку готелю повинна відповідати ринковим тенденціям та потребам цільової аудиторії, а також включати наявність конкурентних переваг, таких як унікальні послуги, високий рівень обслуговування або ексклюзивні пропозиції. Ефективне управління включає чітку структуру управління, кваліфікований менеджмент, прийняття вчасних та обґрунтованих управлінських рішень, що сприяють досягненню стратегічних цілей.

1.2. Оцінка перспектив розвитку готельного бізнесу в місті

Прогнозування зростання ринку готельних послуг у Харкові є складним завданням через значну невизначеність, пов'язану з війною в Україні. Проте, на основі аналізу економічних, соціальних та туристичних факторів, можна зробити певні припущення щодо потенційного розвитку готельного бізнесу в місті [34, с. 5].

Одним із головних економічних факторів, що впливають на розвиток ринку готельних послуг, є відновлення економіки. Очікується, що після закінчення війни економіка України почне поступово відновлюватися, що призведе до зростання ділової активності та попиту на готельні послуги з боку бізнес-туристів. Згідно з прогнозами, ВВП України зростатиме в середньому на 4,2% на рік протягом наступних п'яти років. Це сприятиме збільшенню доходів населення та підвищенню купівельної спроможності, що також позитивно вплине на попит на готельні послуги.

Іншим важливим економічним фактором є інвестиції в інфраструктуру. Уряд України планує виділити значні кошти на відновлення інфраструктури Харкова, що може призвести до зростання інвестицій у готельний бізнес.

Інвестори будуть зацікавлені у будівництві нових готелів та реконструкції існуючих, що створить нові робочі місця та сприятиме економічному розвитку міста.

Соціальні фактори також відіграють важливу роль у прогнозуванні зростання ринку готельних послуг. Очікується, що населення Харкова зростатиме в середньому на 0,5% на рік протягом наступних п'яти років. Це призведе до збільшення попиту на готельні послуги, оскільки більше людей потребуватимуть місць для проживання під час своїх подорожей. Зростання частки молодих людей у структурі населення Харкова також є важливим фактором. Молоді люди, як правило, більш схильні до подорожей, що також може сприяти зростанню попиту на готельні послуги.

Підвищення рівня життя населення також є важливим соціальним фактором. Очікується, що рівень життя в Україні поступово зростатиме, що призведе до того, що люди зможуть більше витратити на подорожі та проживання в готелях. Це, у свою чергу, сприятиме зростанню попиту на готельні послуги.

Туристичні фактори є ключовими у прогнозуванні зростання ринку готельних послуг у Харкові. Очікується, що після закінчення війни туризм до України почне відновлюватися. Харків, як одне з найпопулярніших туристичних міст України, має значний потенціал для зростання туристичного потоку. Влада Харкова планує розвивати нові туристичні продукти, такі як медичний туризм, екотуризм та конгресний туризм, що може призвести до залучення нових груп туристів до міста [45].

Зростання популярності онлайн-бронювання також може сприяти зростанню попиту на готельні послуги. Все більше туристів використовують онлайн-платформи для планування своїх поїздок, що полегшує процес бронювання готелів та збільшує їх доступність. Це може сприяти зростанню кількості туристів, які відвідують Харків, та, відповідно, попиту на готельні послуги.

На основі аналізу економічних, соціальних та туристичних факторів, можна зробити певні припущення щодо потенційного розвитку готельного бізнесу у Харкові. Очікується, що після закінчення війни економіка України почне поступово відновлюватися, що призведе до зростання ділової активності та попиту на готельні послуги з боку бізнес-туристів. Важливим економічним фактором є інвестиції в інфраструктуру, які сприятимуть зростанню інвестицій у готельний бізнес. Соціальні фактори, такі як зростання населення, зміна його структури та підвищення рівня життя, також сприятимуть зростанню попиту на готельні послуги.

Туристичні фактори є ключовими у прогнозуванні зростання ринку готельних послуг у Харкові. Очікується, що після закінчення війни туризм до України почне відновлюватися, що створить значний потенціал для зростання туристичного потоку до Харкова. Розвиток нових туристичних продуктів, таких як медичний туризм, екотуризм та конгресний туризм, може залучити нові групи туристів до міста. Зростання популярності онлайн-бронювання також сприятиме зростанню попиту на готельні послуги, оскільки полегшить туристам планування поїздок до Харкова [37, с. 21].

Потенціал зростання ринку готельних послуг у Харкові значною мірою залежить від економічної ситуації в країні та місті. Очікується, що після закінчення війни та відновлення економіки України попит на готельні послуги в Харкові зростатиме. Цьому сприятимуть такі фактори.

Зростання валового внутрішнього продукту (ВВП) є одним із ключових факторів, що впливатиме на розвиток ринку готельних послуг у Харкові. За прогнозами, ВВП України зростатиме в середньому на 4-5% щорічно протягом наступних п'яти років. Це зростання буде результатом економічного відновлення після війни, структурних реформ та залучення іноземних інвестицій. Збільшення ВВП призведе до зростання доходів домогосподарств, що, в свою чергу, стимулюватиме попит на туризм та готельні послуги. Збільшення доходів дасть змогу більшій кількості людей подорожувати як

всередині країни, так і за її межами, що створить додатковий попит на готельні послуги [43, с. 15].

Інвестиції є важливим чинником, який сприятиме зростанню ринку готельних послуг у Харкові. Після війни очікується залучення значних інвестицій для відновлення інфраструктури та розвитку економіки. Ці інвестиції можуть надходити як від іноземних донорів та організацій, так і від приватного сектору. Зростання ділової активності внаслідок інвестицій створить додатковий попит на готельні послуги з боку бізнес-туристів, які приїжджатимуть до Харкова для участі у бізнес-зустрічах, конференціях та інших заходах.

Зовнішня торгівля також відіграватиме важливу роль у зростанні ринку готельних послуг. Очікується, що Україна збільшить обсяги зовнішньої торгівлі, що призведе до зростання попиту на готельні послуги з боку іноземних туристів. Розширення торговельних зв'язків з іншими країнами та регіонами світу створить додаткові можливості для бізнесу та туризму, а це, в свою чергу, збільшить попит на готельні послуги.

Соціальні фактори також впливатимуть на зростання ринку готельних послуг у Харкові. Очікується, що населення Харкова буде зростати протягом наступних п'яти років. Це зростання може бути пов'язане з поверненням мешканців, які були змушені виїхати через війну, а також з притоком нових мешканців, які приїдуть для участі у відновленні міста та економіки. Збільшення населення призведе до зростання попиту на готельні послуги, особливо з боку внутрішніх туристів та бізнес-туристів [2, с. 57].

Зміна структури населення також сприятиме зростанню попиту на готельні послуги. Зокрема, зростання частки молоді та людей середнього віку, які більш схильні до подорожей та користування готельними послугами, створить додатковий попит на цей ринок. Молоді люди та люди середнього віку частіше подорожують як для відпочинку, так і для участі у різних заходах, що створює потребу у готельних послугах.

Підвищення рівня життя також відіграватиме важливу роль у зростанні ринку готельних послуг. Зростання доходів домогосподарств призведе до того, що люди більше витратять на туризм та готельні послуги. Це збільшення витрат на туризм може бути пов'язане з бажанням людей проводити більше часу на відпочинку, а також з потребою у бізнес-подорожах. У будь-якому випадку, зростання доходів домогосподарств створить додатковий попит на готельні послуги.

Туристичні фактори також матимуть значний вплив на потенціал зростання ринку готельних послуг у Харкові. Після закінчення війни буде відновлена туристична інфраструктура Харкова, що призведе до зростання попиту на готельні послуги. Відновлення туристичної інфраструктури може включати реконструкцію та модернізацію існуючих готелів, а також будівництво нових готелів, що відповідатимуть сучасним стандартам якості та комфорту. Це створить додаткові можливості для розвитку ринку готельних послуг та залучення нових клієнтів [8, с. 45].

Розвиток нових туристичних продуктів також сприятиме зростанню ринку готельних послуг у Харкові. Зокрема, розробка нових туристичних продуктів, таких як культурні, історичні, гастрономічні та інші тури, призведе до залучення нових туристів до Харкова. Ці туристичні продукти можуть включати екскурсії по історичних місцях, відвідування музеїв та галерей, участь у культурних заходах та фестивалях, а також дегустації місцевої кухні.

Таблиця 1.2

Стратегічні напрямки розвитку готельного бізнесу в Харкові [21].

Напрямок	Опис
Розширення інфраструктури	Будівництво нових готелів, реконструкція та модернізація існуючих
Підвищення рівня сервісу	Надання якісних послуг, що відповідають міжнародним стандартам
Залучення інвестицій	Державні та приватні інвестиції

Розвиток таких туристичних продуктів створить додатковий попит на готельні послуги та сприятиме зростанню ринку.

Збільшення транспортної доступності Харкова також відіграватиме важливу роль у зростанні ринку готельних послуг. Розвиток авіаційного сполучення та інших видів транспорту призведе до збільшення кількості туристів з інших міст та країн. Це може включати збільшення кількості прямих авіарейсів до Харкова, покращення залізничного сполучення та розвиток автомобільних доріг. Збільшення транспортної доступності зробить Харків більш привабливим для туристів та бізнес-туристів, що створить додатковий попит на готельні послуги [18, с. 50].

Загалом, потенціал зростання ринку готельних послуг у Харкові є значним і залежить від багатьох факторів. Економічні фактори, такі як зростання ВВП, інвестиції та зовнішня торгівля, створять умови для збільшення попиту на готельні послуги. Соціальні фактори, такі як зростання населення, зміна структури населення та підвищення рівня життя, також сприятимуть зростанню ринку. Туристичні фактори, такі як відновлення туристичної інфраструктури, розвиток нових туристичних продуктів та збільшення транспортної доступності, створять додаткові можливості для зростання ринку готельних послуг у Харкові.

1.2.1 Визначення основних факторів, що впливають на розвиток готельної справи у Харкові

Готельний бізнес Харкова має значний потенціал для зростання в післявоєнний період, завдяки багатому історико-культурному надбанню, стратегічному розташуванню та наявності добре розвиненої транспортної інфраструктури. Харків, як одне з найбільших міст України, відоме своєю багатою архітектурою, культурними пам'ятками та активним діловим середовищем. Відновлення економіки, зростання ділового та внутрішнього туризму, а також розвиток туристичної інфраструктури сприятимуть розвитку готельного бізнесу в місті [35, с. 120].

Одним із ключових факторів, що сприятимуть зростанню готельного бізнесу в Харкові, є відновлення економіки. Після закінчення війни економіка України поступово відновлюватиметься, що сприятиме зростанню доходів населення. Це, в свою чергу, стимулюватиме попит на готельні послуги, оскільки люди зможуть дозволити собі більше подорожувати як у межах країни, так і за її межами. Відновлення економіки також залучить інвестиції в різні галузі, включаючи готельний бізнес, що створить сприятливі умови для відкриття нових готелів та розширення вже існуючих.

Зростання ділового туризму є ще одним важливим фактором, що сприятиме розвитку готельного бізнесу в Харкові. Місто є важливим діловим центром України, і очікується, що після закінчення війни діловий туризм відновиться і навіть зросте. Це пов'язано з тим, що для відновлення інфраструктури та економіки України будуть потрібні значні інвестиції, а Харків, як одне з найбільших міст, відіграватиме ключову роль у цьому процесі. Проведення бізнес-конференцій, виставок та інших заходів залучатиме до міста велику кількість ділових туристів, що позитивно вплине на готельний бізнес [17, с. 297].

Зростання внутрішнього туризму також матиме позитивний вплив на готельний бізнес Харкова. Війна в Україні спричинила зростання патріотизму серед українців, що може призвести до збільшення популярності внутрішнього туризму. Українці будуть більше подорожувати всередині країни, відкриваючи для себе нові місця та культурні пам'ятки. Харків, зі своєю багатою історією, культурою та архітектурою, стане привабливим напрямком для внутрішніх туристів. Зростання кількості туристів сприятиме розвитку готельної інфраструктури, створюючи нові можливості для бізнесу.

Відновлення туристичної інфраструктури також буде важливим фактором для зростання готельного бізнесу в Харкові. Уряд України планує виділити значні кошти на відновлення туристичної інфраструктури після закінчення війни. Це включатиме будівництво нових готелів, ресторанів, кафе, музеїв та інших об'єктів, що залучатимуть туристів. Покращення туристичної

інфраструктури зробить місто більш привабливим для туристів, сприяючи збільшенню кількості відвідувачів та, відповідно, попиту на готельні послуги.

Таблиця 1.3

Фактори, що впливають на зростання ринку готельних послуг у Харкові [8].

Фактор	Вплив
Відновлення економіки	Зростання рівня доходів населення, стимулювання попиту на готельні послуги
Зростання ділового туризму	Потреба в інвестиціях для відновлення інфраструктури та економіки
Зростання внутрішнього туризму	Зростання патріотизму серед українців, популярність внутрішнього туризму
Відновлення туристичної інфраструктури	Будівництво нових готелів, ресторанів, кафе, музеїв
Зростання популярності України	Зростання популярності України як туристичного напрямку
Зниження цін	Доступність міста для туристів



Рис. 1.2 Фактори впливу на зростання готельного бізнесу в Харкові [13].

Зростання популярності України на міжнародній арені також може позитивно вплинути на готельний бізнес Харкова. Війна привернула до країни увагу всього світу, що може призвести до збільшення кількості туристів, які хочуть відвідати Україну та її міста. Харків, як друге за величиною місто

України, має багато чого запропонувати туристам, включаючи багату культурну спадщину, музеї, театри, парки та багато іншого. Зростання популярності України як туристичного напрямку сприятиме розвитку готельного бізнесу в Харкові, залучаючи більше туристів та створюючи нові можливості для бізнесу [21, с. 70].

Важливим аспектом є зниження цін на готельні послуги в Харкові. Внаслідок війни ціни на готельні послуги значно знизилися, що робить місто більш доступним для туристів. Це може залучити до Харкова більше відвідувачів, особливо тих, хто шукає бюджетні варіанти для проживання. Зниження цін також створює можливості для розвитку економ-сегменту готельного бізнесу, що може стати привабливим для великої кількості туристів.

Незважаючи на значний потенціал для зростання, готельний бізнес Харкова стикається з певними ризиками. Одним з основних ризиків є тривалість війни. Чим довше триватиме війна, тим більше шкоди буде завдано економіці та інфраструктурі міста, що може негативно вплинути на попит на готельні послуги. Війна також може спричинити нестачу кваліфікованих кадрів у готельному бізнесі, оскільки багато людей були змушені залишити свої місця проживання та роботу. Відновлення кадрового потенціалу вимагатиме значних зусиль та часу [20, с. 60].

Геополітична нестабільність в регіоні також може бути серйозним ризиком для готельного бізнесу Харкова. Нестабільність може відлякувати туристів від відвідування України, що негативно вплине на кількість відвідувачів та, відповідно, на попит на готельні послуги. Для мінімізації цього ризику необхідно створювати умови для забезпечення безпеки туристів та активно просувати Харків як безпечний та привабливий туристичний напрямок.

1.2.2 Роль інноваційних технологій у підвищенні конкурентоспроможності готелів у Харкові

Готельна індустрія Харкова, як і багато інших галузей, зазнала значних змін внаслідок російської агресії. Війна спричинила різке падіння попиту на готельні послуги, руйнування інфраструктури та значні втрати персоналу. Ці виклики змусили готелі міста переглянути свої стратегії та шукати нові шляхи для підвищення конкурентоспроможності. Одним із ключових напрямів розвитку стала впровадження інноваційних технологій, що дозволяє не лише оптимізувати процеси, але й покращити клієнтський досвід [9, с. 12].

Впровадження сучасних технологій стало невід'ємною частиною процесу модернізації готельного бізнесу в Харкові. Одним із основних аспектів є автоматизація процесів, що дозволяє значно підвищити ефективність роботи. Автоматизація може допомогти зменшити витрати на персонал, покращити точність та швидкість обробки інформації, а також звільнити час працівників для більш важливих завдань, таких як спілкування з гостями. Наприклад, використання автоматизованих систем реєстрації та бронювання, систем управління ключами, управління запасами та систем управління зв'язком з клієнтами дозволяє значно полегшити роботу адміністрації готелю.

Онлайн-бронювання стало ще однією невід'ємною складовою готельного бізнесу. Воно дозволяє гостям легко та швидко забронювати номер без необхідності телефонувати до готелю. Це не лише зручно для клієнтів, але й може призвести до значного збільшення доходів готелю. Завдяки використанню різних онлайн-платформ бронювання, таких як Booking.com, Expedia та Airbnb, готелі можуть охопити ширшу аудиторію потенційних клієнтів, що особливо важливо в умовах кризи.

Цифровий маркетинг став ще одним важливим інструментом для підвищення конкурентоспроможності готелів Харкова. Використання цифрового маркетингу дозволяє досягти ширшої аудиторії потенційних клієнтів, покращити впізнаваність бренду та збільшити кількість прямих

бронювань. Завдяки різним каналам цифрового маркетингу, таким як веб-сайти, соціальні мережі, пошукова оптимізація (SEO) та маркетинг електронною поштою, готелі можуть ефективно комунікувати з потенційними клієнтами та підвищувати свою популярність [11, с. 30].

Покращення клієнтського досвіду також є ключовим фактором для підвищення конкурентоспроможності готелів. Персоналізація послуг стала важливим аспектом цього процесу. Готелі мають прагнути максимально персоналізувати перебування кожного гостя, пропонуючи персоналізовані рекомендації щодо ресторанів, барів та інших розваг, запам'ятовуючи вподобання гостей та пропонуючи їм відповідні послуги, а також надаючи персоналізовані привітання та пропозиції.

Використання мобільних додатків також може значно покращити клієнтський досвід. Мобільні додатки дозволяють гостям забронювати номер, зареєструватися та виїхати з готелю, замовити їжу та напої, а також звернутися до служби підтримки клієнтів. Готелі можуть розробити власні мобільні додатки або використовувати мобільні додатки третіх сторін, що дозволяє зробити процес обслуговування більш зручним та ефективним.

Впровадження систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) також має велике значення для покращення клієнтського досвіду. CRM-системи дозволяють готелям збирати та зберігати інформацію про клієнтів, що дає можливість краще розуміти їхні потреби та вподобання. Це, у свою чергу, дозволяє готелям пропонувати більш персоналізовані послуги та покращувати взаємодію з клієнтами. Завдяки CRM-системам готелі можуть також аналізувати відгуки клієнтів та впроваджувати зміни на основі отриманих даних, що сприяє постійному покращенню якості обслуговування.

Важливо зазначити, що впровадження інноваційних технологій та покращення клієнтського досвіду є лише частиною стратегії для відновлення та розвитку готельної індустрії Харкова. Важливу роль також відіграють питання безпеки, відновлення інфраструктури та підтримка персоналу. Однак,

саме інноваційні підходи дозволяють готелям адаптуватися до нових умов та залишатися конкурентоспроможними навіть у складних обставинах [10, с. 36].

Загалом, впровадження сучасних технологій та покращення клієнтського досвіду є ключовими факторами для відновлення та розвитку готельної індустрії Харкова. Автоматизація процесів дозволяє значно підвищити ефективність роботи, зменшити витрати на персонал та покращити точність обробки інформації. Онлайн-бронювання та цифровий маркетинг сприяють залученню нових клієнтів та підвищенню впізнаваності бренду. Персоналізація послуг, використання мобільних додатків та впровадження CRM-систем дозволяють покращити клієнтський досвід та забезпечити високу якість обслуговування.

Незважаючи на виклики, що постали перед готельною індустрією Харкова внаслідок російської агресії, впровадження інноваційних технологій та покращення клієнтського досвіду відкривають нові можливості для розвитку. Завдяки адаптації до нових умов та використанню сучасних технологій, готелі можуть не лише зберегти свої позиції на ринку, але й значно покращити свою конкурентоспроможність. Це, у свою чергу, сприятиме відновленню готельної індустрії Харкова та забезпечить її стабільний розвиток у майбутньому [16, с. 40].

Розділ 2. Дослідження функціонування

Готельна індустрія Харкова традиційно відрізнялася різноманіттям та динамізмом. До початку російської агресії в місті нараховувалося понад 200 готелів, які пропонували широкий спектр послуг та задовольняли різні потреби клієнтів. Готельна індустрія Харкова розвивалася відповідно до загальносвітових тенденцій, де спостерігалось зростання кількості як великих, так і малих готелів, а також альтернативних варіантів розміщення, таких як апарт-готелі та хостели [29, с. 100].

До 2022 року в Харкові функціонувало близько 20 готелів категорії 4 та 5 зірок. Ці готелі пропонували найвищий рівень комфорту та обслуговування, а також широкий спектр додаткових послуг, таких як спа-центри, ресторани, бари, конференц-зали. Найвідомішими готелями цієї категорії були «Національ», «Міжнародний», «Харків Палац», «Європа» та інші. Ці готелі орієнтувалися на бізнес-клієнтуру, туристів, які віддають перевагу люксовому відпочинку, та іноземних гостей. Високий рівень сервісу, розташування в центрі міста та наявність сучасних зручностей робили ці готелі привабливими для найвибагливіших гостей.



Рис. 2.1 Готелі категорії 4 та 5 зірок у Харкові [17].

Малі готелі (від 2 до 3 зірок) становили більшість готельного фонду Харкова. Ці готелі пропонували більш доступні ціни, але при цьому забезпечували комфортний та затишний відпочинок. Їх часто обирали ділові мандрівники, туристи з обмеженим бюджетом, а також сім'ї з дітьми. Популярними малими готелями були «Аврора», «Астарта», «Уют», «Савой» та інші. Малі готелі зазвичай пропонували основний набір послуг, таких як безкоштовний сніданок, інтернет, паркування, та забезпечували основні потреби гостей без надмірностей [32, с. 110].

Апарт-готелі стали популярними в Харкові протягом останніх років. Ці готелі пропонували номери, обладнані кухнею, що давало можливість гостям готувати їжу самостійно. Апарт-готелі обирали мандрівники, які планували тривалий перебування в місті, а також сім'ї з дітьми. До популярних апарт-готелів належали «City Centre Apartments», «Kharkiv Apartments», «Apartment on Pushkinskaya» та інші. Апарт-готелі пропонували гнучкість у виборі варіантів розміщення та були альтернативою традиційним готелям для тих, хто цінує домашній комфорт.

Хостели - це бюджетний варіант розміщення, який пропонує спільні кімнати з кількома ліжками та загальні санвузли. Хостели користувалися популярністю серед молодих людей, студентів та мандрівників з обмеженим бюджетом. До популярних хостелів у Харкові належали «Atlas Hostel», «Green Hostel», «Hostel Friends» та інші. Хостели часто розташовувалися в центральних районах міста, що робило їх зручними для туристів. Вони забезпечували основні потреби гостей, такі як безкоштовний Wi-Fi, спільні кухні та лаунжі, і були чудовим вибором для тих, хто шукає економні варіанти проживання [31, с. 180].

Війна в Україні суттєво вплинула на готельну індустрію Харкова. Багато готелів були змушені закритися через пошкодження або через відсутність попиту. За даними Kharkiv City Council, станом на травень 2024 року близько 60% готелів Харкова не функціонують. Військові дії та руйнування інфраструктури, що спричинили міграцію населення та зменшення

туристичного потоку, призвели до значного зниження доходів готельного бізнесу. Багато готелів зазнали прямих пошкоджень через обстріли, що унеможливило їх подальшу експлуатацію без проведення капітальних ремонтів.

Таблиця 2.1

Вплив війни на готельну індустрію Харкова [37].

Категорія готелів	Кількість до 2022 року	Основні послуги	Популярні готелі	Вплив війни
4 та 5 зірок	20	Спа-центри, ресторани, конференц-зали	«Національ», «Міжнародний», «Харків Палац»	Більшість зачинено або пошкоджено
2 та 3 зірки	Переважає більшість	Безкоштовний сніданок, інтернет, паркування	«Аврора», «Астарта», «Уют»	Частково функціонують, знижені ціни
Апарт-готелі	Зростаюча кількість	Номери з кухнями	«City Centre Apartments», «Kharkiv Apartments»	Обмежений попит, деякі зачинено
Хостели	Популярні серед молоді	Спільні кімнати, безкоштовний Wi-Fi	«Atlas Hostel», «Green Hostel»	Більшість зачинено, низький попит

Ті готелі, які залишилися відкритими, працюють в умовах зниженого попиту. Ціни на готельні послуги значно знизилися, а заповнюваність готелів залишається низькою. Відсутність стабільності та безпеки в регіоні, а також економічні труднощі, з якими стикаються мешканці та бізнеси, призвели до суттєвого зменшення кількості гостей. Готелі намагаються адаптуватися до нових умов, пропонуючи знижки та спеціальні пропозиції, але це не завжди допомагає компенсувати втрати [38, с. 197].

Готелі змушені скорочувати штат персоналу та оптимізувати операційні витрати. Ті, що залишилися працювати, орієнтуються на місцевих жителів та внутрішніх переселенців, які шукають тимчасове житло. Деякі готелі також

приймають участь у гуманітарних програмах, надаючи житло для волонтерів та людей, що втратили домівки. В таких умовах готелі часто змушені знижувати стандарти обслуговування через недостатнє фінансування та обмежені ресурси.

Завантаженість та заповнюваність готелів – це важливі показники, які характеризують ефективність роботи готельного бізнесу. Ці показники відображають, скільки номерів у готелі зайняті в певний період часу. Завантаженість готелів означає відсоток зайнятих номерів протягом певного часу, а заповнюваність готелів вказує на середню кількість днів, які гості проводять у готелі. Ці параметри допомагають оцінити рівень попиту на готельні послуги, визначити економічну ефективність підприємства та планувати подальшу стратегію розвитку [39, с.-130].

До початку російської агресії середній рівень заповнюваності готелів Харкова становив близько 70%. Сезонні коливання попиту були чітко виражені. Пік сезону припадав на літні місяці, коли до міста приїжджали туристи з України та інших країн. Взимку заповнюваність готелів зазвичай знижувалася до 50-60%. На заповнюваність готелів Харкова впливали такі фактори як сезонність, туристичні потоки, проведення великих заходів, економічна ситуація, цінова політика готелів та рівень сервісу.

Сезонність мала значний вплив на попит на готельні послуги в Харкові. Літні місяці характеризувалися збільшенням туристичного потоку через сприятливі погодні умови та канікулярний період. Туристи з інших регіонів України та закордону приїжджали до Харкова, щоб відвідати його культурні, історичні та природні пам'ятки. Водночас взимку, коли погода ставала менш сприятливою для подорожей, попит на готельні послуги знижувався. Проте під час новорічних свят спостерігався тимчасовий сплеск попиту завдяки святковим заходам та корпоративним вечіркам [40, с. 215].

Туристичні потоки також суттєво впливали на заповнюваність готелів. Харків, як одне з найбільших міст України, мав привабливість для різних категорій туристів: як для тих, хто подорожував з метою відпочинку, так і для

бізнес-мандрівників. Проведення великих заходів, таких як конференції, виставки, фестивалі та спортивні змагання, також сприяло збільшенню попиту на готельні номери. Наприклад, міжнародні виставки та конференції приваблювали до міста численних учасників та відвідувачів, які потребували місця для проживання.

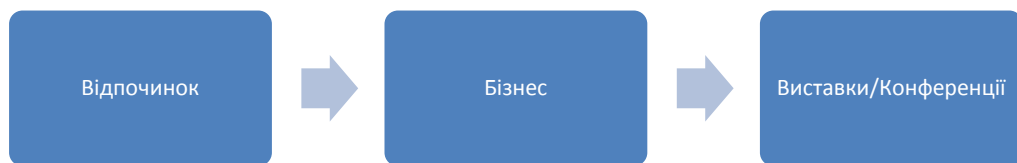


Рис. 2.2 Розподіл туристичних потоків в Харкові [40].

Економічна ситуація в країні та світі також мала значний вплив на завантаженість готелів. Під час економічного зростання попит на готельні послуги з боку ділових мандрівників збільшувався, що сприяло високому рівню заповнюваності готелів. Проте під час економічних криз або рецесій, коли ділова активність знижувалася, попит на готельні послуги також зменшувався [41, с. 140].

Цінова політика готелів відіграла важливу роль у привабленні клієнтів. Готелі, які пропонували конкурентоспроможні ціни та високу якість обслуговування, мали перевагу на ринку та могли забезпечити високу заповнюваність. Водночас надмірно високі ціни могли відлякувати потенційних клієнтів, особливо під час економічних труднощів. Рівень сервісу в готелях також впливав на заповнюваність. Готелі з високим рівнем обслуговування, чистотою та комфортом, які пропонували додаткові послуги, такі як ресторани, спа та тренажерні зали, приваблювали більше клієнтів та мали вищу заповнюваність.

Війна в Україні суттєво вплинула на завантаженість та заповнюваність готелів Харкова. Багато готелів були змушені закритися через пошкодження або через відсутність попиту. За даними Kharkiv City Council, станом на травень 2024 року близько 60% готелів Харкова не функціонують. Ті готелі, які залишилися відкритими, працюють в умовах зниженого попиту. Заповнюваність готелів значно знизилася, особливо в зимові місяці. Ціни на готельні послуги також значно знизилися [42, с. 150].

Таблиця 2.2

Заповнюваність готелів Харкова до та після початку війни [37].

Параметри	До 2022 року (середній показник)	2023-2024 роки (середній показник)
Заповнюваність (%)	70	30
Піковий сезон	Літо	Відсутній
Низький сезон	Зима	Цілий рік
Кількість працюючих готелів	100%	40%
Ціни на готельні послуги	Високі	Знижені
Кількість туристів	Висока	Дуже низька
Кількість ділових мандрівників	Висока	Дуже низька
Рівень сервісу	Високий	Знижений через відсутність попиту

На заповнюваність готелів Харкова в 2023-2024 роках впливають такі фактори як війна, знищення інфраструктури, відсутність туристів та зниження ділової активності. Військові дії в Україні призвели до різкого падіння попиту на готельні послуги. Багато готелів були пошкоджені або зруйновані в результаті обстрілів, що унеможливило їх подальше функціонування. Відсутність туристів стала серйозною проблемою для готельного бізнесу, оскільки більшість країн світу рекомендували своїм громадянам не відвідувати Україну через небезпеку, що призвело до практичного припинення туристичних потоків до Харкова [1, с. 52].

Зниження ділової активності також негативно вплинуло на попит на готельні послуги з боку ділових мандрівників. Війна призвела до зупинки або

зменшення діяльності багатьох підприємств, що знизило потребу у відрядженнях та проживанні у готелях. Умови, в яких працюють відкриті готелі, стали значно складнішими. Підприємства змушені адаптуватися до нових реалій, знижуючи ціни на свої послуги, щоб привабити хоча б незначну кількість клієнтів.

Підсумовуючи, можна сказати, що війна в Україні суттєво вплинула на готельний бізнес у Харкові, призвівши до різкого падіння попиту на готельні послуги. Багато готелів закрилися або функціонують з дуже низькою заповнюваністю. Основні причини цього – військові дії, знищення інфраструктури, відсутність туристів та зниження ділової активності. Перспективи для готельного бізнесу в Харкові залишаються невизначеними до завершення конфлікту та відновлення стабільної ситуації в регіоні [3, с. 20].

Цільова аудиторія готелів Харкова традиційно була досить різноманітною. До 2022 року основними групами клієнтів були туристи, бізнес-туристи, учасники конференцій та сім'ї на відпочинку. Харків завжди мав репутацію популярного туристичного напрямку завдяки своїй багатій історії, культурі та архітектурі. Туристи з різних країн світу приїжджали до міста, щоб насолодитися його визначними пам'ятками, відвідати музеї, театри, історичні місця та архітектурні шедеври. Такий потік туристів сприяв розвитку готельного бізнесу, адже попит на якісні послуги розміщення був стабільно високим.

Бізнес-туристи також склали значну частину клієнтури харківських готелів. Як один з основних ділових центрів України, Харків приваблював фахівців з різних галузей економіки для участі в ділових зустрічах, конференціях, виставках та інших заходах. Ділова активність міста забезпечувала стабільний попит на готельні послуги з боку бізнесменів, що сприяло розвитку інфраструктури готелів, орієнтованих на надання високоякісних послуг для ділових клієнтів.

Однією з важливих складових цільової аудиторії були учасники різноманітних конференцій та виставок. Харків відомий як центр проведення

ділових та культурних заходів, де щорічно проводилися численні конференції, симпозіуми, фестивалі та виставки. Це призводило до значного зростання попиту на готельні послуги, адже учасники цих подій потребували комфортного та зручного розміщення на час свого перебування в місті [4, с. 29].

Сім'ї на відпочинку також складали важливу частину цільової аудиторії готелів Харкова. Місто пропонувало багато можливостей для сімейного відпочинку: парки, зоопарк, дитячі розважальні центри та інші атракції. Сім'ї з дітьми часто обирали Харків для своїх подорожей, і готелі міста відповідно адаптували свої послуги під потреби сімейного відпочинку, пропонуючи зручні номери, спеціальні програми для дітей та інші послуги.

Війна в Україні суттєво вплинула на цільову аудиторію готелів Харкова. З початком війни туристичний потік до Харкова практично припинився. Більшість країн світу рекомендували своїм громадянам не відвідувати Україну, а авіакомпанії скасували рейси до Харкова. Це призвело до того, що готелі втратили значну частину своїх клієнтів з-за кордону. Туристи, які традиційно приїжджали до Харкова, тепер змушені були шукати інші, безпечніші місця для своїх подорожей.

Кількість ділових поїздок також значно скоротилася. Багато компаній призупинили свою діяльність в Україні, а ті, що залишилися, переводили своїх співробітників на дистанційну роботу. Це вплинуло на попит на готельні послуги з боку бізнес-туристів, оскільки більшість ділових зустрічей, конференцій та інших заходів проводилися онлайн. Готелі, орієнтовані на обслуговування бізнес-клієнтів, відчули значне зниження попиту на свої послуги [5, с. 32].

Проведення ділових та культурних заходів у Харкові практично припинилося. Більшість запланованих заходів було скасовано через війну, що призвело до втрати ще одного важливого сегменту цільової аудиторії готелів. Учасники конференцій, виставок та фестивалів більше не приїжджали до Харкова, оскільки більшість подібних заходів були перенесені або скасовані.

Сім'ї з дітьми також покинули місто. Більшість сімей з дітьми виїхали з Харкова в більш безпечні регіони України або за кордон. Це ще більше зменшило попит на готельні послуги, оскільки сім'ї традиційно становили важливу частину клієнтури готелів.

В умовах війни основними групами клієнтів готелів Харкова стали внутрішньо переміщені особи (ВПО), волонтери та працівники гуманітарних організацій, а також журналісти та представники ЗМІ. ВПО - це люди, які були змушені покинути свої домівки внаслідок війни і часто потребують тимчасового житла. Готелі Харкова стали для них одним з основних варіантів розміщення, оскільки вони пропонують зручні умови проживання на тимчасовій основі [6, с. 31].

До Харкова приїжджає багато волонтерів та працівників гуманітарних організацій, які надають допомогу постраждалим від війни. Ці люди також потребують тимчасового житла, тому готелі Харкова стали для них важливим місцем розміщення. Готелі надають волонтерам та працівникам гуманітарних організацій необхідні умови для відпочинку та відновлення сил після виконання своїх завдань.

Журналісти та представники ЗМІ також стали важливою частиною цільової аудиторії готелів Харкова. Багато журналістів приїжджає до міста, щоб висвітлювати події війни, і їм необхідно зручне та безпечне місце для проживання. Готелі Харкова надають їм необхідні умови для роботи та відпочинку, забезпечуючи безпеку та комфорт.

Таким чином, цільова аудиторія готелів Харкова зазнала значних змін через війну. Якщо раніше основними клієнтами були туристи, бізнес-туристи, учасники конференцій та сім'ї на відпочинку, то зараз основними групами клієнтів стали внутрішньо переміщені особи, волонтери та працівники гуманітарних організацій, а також журналісти та представники ЗМІ. Готелі Харкова змушені адаптуватися до нових умов, пропонуючи послуги, які відповідають потребам нової цільової аудиторії.

Цінова політика готелів Харкова традиційно відрізнялася динамізмом та залежністю від сезонних коливань попиту. До початку російської агресії ціни на готельні послуги в місті знаходилися на рівні середніх по Україні. Ситуація змінилася після початку війни, проте базові принципи цінової політики залишилися сталими [7, с. 168].

Бюджетний сегмент готелів Харкова представлений хостелами та апарт-готелями. Ціни на проживання в хостелах починаються від 200 гривень за ніч, а в апарт-готелях - від 500 гривень за ніч. Хостели та апарт-готелі пропонують мінімальний набір послуг, що включає базове житло, іноді спільну кухню та санвузол. Часто такі заклади обирають молоді люди, студенти та туристи, які намагаються зекономити на проживанні. Вони користуються популярністю завдяки доступним цінам та можливості знайти житло в центрі міста за порівняно невеликі гроші. Апарт-готелі, в свою чергу, пропонують трохи вищий рівень комфорту, часто включаючи окрему кухню та санвузол, що робить їх привабливими для сімей та тривалих подорожей.

Середній сегмент готелів Харкова представлений готелями категорії 2-3 зірки. Ціни на проживання в цих готелях починаються від 800 гривень за ніч. Такі готелі пропонують більший набір послуг, включаючи сніданок, щоденне прибирання номерів, наявність конференц-залів та інші зручності. Цей сегмент популярний серед бізнес-мандрівників, сімей з дітьми та туристів, які шукають баланс між ціною та якістю. Готелі середнього сегменту часто розташовані в центральних районах міста або неподалік від основних транспортних вузлів, що робить їх зручними для відвідувачів міста.

Люкс-сегмент готелів Харкова представлений готелями категорії 4-5 зірок. Ціни на проживання в цих готелях починаються від 2000 гривень за ніч. Готелі цього сегменту пропонують найвищий рівень комфорту та обслуговування, включаючи розкішні номери, ресторани з висококласною кухнею, спа-салони, басейни та фітнес-центри. Вони орієнтовані на заможних туристів, бізнесменів та офіційних гостей міста. Такі готелі часто розташовані в історичних будівлях або в сучасних багатоповерхівках з чудовим видом на

місто. Рівень обслуговування та комфорту в таких готелях відповідає міжнародним стандартам, що робить їх привабливими для іноземних гостей.

До початку війни ціни на готельні послуги в Харкові були дещо нижчими, ніж у Києві, але вищими, ніж у Львові та Одесі. Це пояснювалося більшою діловою активністю в місті, порівняно з іншими регіонами. Війна в Україні призвела до значного зниження цін на готельні послуги в Харкові. Станом на травень 2024 року ціни на проживання в готелях міста в середньому на 50% нижчі, ніж до війни. Це пов'язано з різким зниженням попиту через евакуацію населення та зменшення кількості туристів і ділових поїздок. Багато готелів змушені були знизити ціни, щоб утримати хоча б мінімальний потік клієнтів [25, с. 80].

На ціни на готельні послуги в Харкові впливають такі фактори, як сезонність, категорія готелю, розташування та попит. Ціни на проживання в готелях Харкова зазвичай вищі влітку та нижчі взимку. Це пов'язано з більшим туристичним потоком в теплу пору року, коли люди активно подорожують і проводять відпустки. Навпаки, взимку попит на готельні послуги знижується, що змушує готелі коригувати свої ціни, щоб привабити клієнтів.

Категорія готелю також є важливим фактором у формуванні цінової політики. Готелі вищої категорії пропонують більший набір послуг і вищий рівень комфорту, що відображається у вищих цінах на проживання. Наприклад, люкс-готелі надають розкішні умови проживання та персоналізовані послуги, такі як консьєрж-сервіс, приватні трансфери та ексклюзивні екскурсії, що підвищує їх вартість.

Розташування готелю також має велике значення. Ціни на проживання в готелях, розташованих в центрі міста або поблизу популярних туристичних об'єктів, зазвичай вищі, ніж в готелях, розташованих на околицях. Центральні готелі мають вигідне розташування, що забезпечує зручний доступ до основних визначних місць, магазинів, ресторанів та інших важливих об'єктів

інфраструктури. Відповідно, вони можуть встановлювати вищі ціни через вищий попит на свої послуги.

Попит на готельні послуги також є ключовим фактором у визначенні цін. Коли попит на проживання високий, готелі можуть підвищувати ціни, щоб максимально використати цей період. Наприклад, під час проведення великих спортивних заходів, конференцій або фестивалів попит на готелі значно зростає, що призводить до тимчасового підвищення цін. Навпаки, у періоди низького попиту готелі змушені знижувати ціни, щоб привабити клієнтів.

Підсумовуючи, цінова політика готелів Харкова відзначається складною системою взаємозалежностей між різними факторами. Незважаючи на значний вплив війни на ринок готельних послуг, основні принципи ціноутворення залишаються незмінними. Розвиток готельного бізнесу в Харкові продовжується, хоча і з певними труднощами, пов'язаними з економічною та політичною нестабільністю в країні. Готелі змушені адаптуватися до нових умов, знижуючи ціни та розширюючи спектр послуг для залучення клієнтів. У перспективі, стабілізація ситуації в країні може призвести до відновлення попиту та поступового повернення цін на готельні послуги до довоєнного рівня.

Розділ 3. Розробка стратегій розвитку готельної справи у Харкові

Готельна індустрія Харкова, як і вся економіка міста, зазнала значних змін внаслідок російської агресії. Війна спричинила різке падіння попиту на готельні послуги, руйнування інфраструктури та значні втрати персоналу. Проте, навіть у цих складних умовах, готельний бізнес Харкова має шанс на відродження. Для цього знадобляться не лише значні інвестиції, але й розробка та впровадження нових, інноваційних стратегій розвитку [27, с. 90].

Однією з ключових стратегій є впровадження інноваційних технологій. Це може допомогти готелям Харкова підвищити свою конкурентоспроможність та залучити нових клієнтів. Системи онлайн-бронювання та реєстрації є важливим компонентом сучасної готельної індустрії. Вони дозволяють гостям бронювати номери, реєструватися в готелі та оплачувати проживання онлайн. Це економить час та гроші гостям, а також покращує операційну ефективність готелів. Використання таких систем знижує навантаження на рецепцію та мінімізує людський фактор, що може призводити до помилок. Крім того, такі системи часто включають в себе можливість управління відгуками гостей, що дозволяє готелям оперативно реагувати на коментарі та покращувати якість обслуговування.

Мобільні додатки стають незамінним інструментом для готелів. Вони можуть використовуватися для надання гостям інформації про готель, послуги, ресторани, а також для бронювання номерів, замовлення їжі та інших послуг. Завдяки мобільним додаткам гості можуть отримувати персоналізовані пропозиції, що підвищує їх лояльність та задоволеність. Додатково, мобільні додатки можуть включати в себе інтеграцію з іншими сервісами, такими як таксі або туристичні екскурсії, що робить перебування гостей у готелі більш зручним та комфортним.

Системи управління персоналом також відіграють важливу роль у підвищенні ефективності готелів. Ці системи допомагають готелям планувати роботу персоналу, відстежувати години роботи та оплату праці, а також

покращувати комунікацію між співробітниками. Автоматизація процесів управління персоналом дозволяє знизити витрати на адміністрування та підвищити продуктивність праці. Крім того, системи управління персоналом можуть включати модулі для навчання та розвитку співробітників, що сприяє підвищенню їх кваліфікації та мотивації [30, с. 78].

Системи управління енергоспоживанням є ще однією важливою складовою сучасних готелів. Вони допомагають готелям економити енергію та воду, що може суттєво знизити їхні витрати. Використання енергоефективних технологій дозволяє не лише знизити операційні витрати, але й зробити готелі більш екологічно дружніми, що є важливим фактором для багатьох сучасних мандрівників. Наприклад, впровадження автоматизованих систем контролю освітлення та клімату може знизити споживання електроенергії на 20-30%.

Запровадження нових сервісів є ще одним важливим кроком для залучення нових клієнтів. Спа-центри та оздоровчі послуги стають все більш популярними серед мандрівників, які шукають можливості розслабитися та відпочити. Такі послуги можуть включати масажі, сауни, басейни, фітнес-зали та інші оздоровчі процедури. Це дозволяє готелям не лише підвищити задоволеність гостей, але й збільшити свої доходи за рахунок додаткових послуг.

Бізнес-центри та конференц-зали можуть бути затребувані діловими мандрівниками, які проводять зустрічі або конференції. Наявність сучасних конференц-залів, обладнаних всією необхідною технікою, робить готелі привабливими для корпоративних клієнтів. Крім того, надання послуг з організації заходів, таких як бізнес-семінари, тренінги або корпоративні вечірки, може стати додатковим джерелом доходу для готелів. Сімейні послуги також можуть стати важливою конкурентною перевагою для готелів. Наприклад, готелі можуть запропонувати послуги з догляду за дітьми, дитячі кімнати та інші зручності для сімей з дітьми. Це дозволяє залучити більшу

кількість сімейних мандрівників та підвищити їх задоволеність перебуванням у готелі [28, с. 62].

Екскурсії та розваги є ще одним важливим аспектом для готелів. Вони можуть допомогти гостям організувати екскурсії по місту, а також інші розваги, такі як тури до місцевих пам'яток, театральні вистави або спортивні події. Це не лише додає варіативності до пропозиції готелю, але й робить перебування гостей більш цікавим та насиченим.

Розробка ефективних маркетингових стратегій є необхідною умовою для залучення нових клієнтів. Ці стратегії повинні враховувати цільову аудиторію готелю, його конкурентні переваги та бюджет маркетингу. Цифровий маркетинг є одним з найбільш ефективних інструментів сучасного маркетингу. Це включає в себе рекламу в Інтернеті, маркетинг в соціальних мережах, пошукову оптимізацію та електронний маркетинг. Використання цифрових каналів дозволяє готелям досягати широкої аудиторії, а також точно вимірювати ефективність маркетингових кампаній.

Традиційний маркетинг також залишається важливим інструментом для просування готелів. Це включає в себе рекламу в друкованих ЗМІ, на телебаченні та радіо, а також прямий маркетинг. Використання традиційних каналів дозволяє досягати аудиторії, яка менш активно користується Інтернетом, а також створює додаткові точки контакту з потенційними клієнтами.

Участь у туристичних виставках та ярмарках є ще одним важливим інструментом для просування готелів. Це може допомогти готелям познайомитися з потенційними клієнтами з України та інших країн, а також налагодити партнерські відносини з туроператорами та турагентами. Участь у таких заходах дозволяє готелям демонструвати свої переваги та залучати нових клієнтів.

Співпраця з туроператорами та турагентами є ще одним ефективним способом збільшення кількості бронювань. Туроператори та турагенти можуть пропонувати пакети послуг, що включають проживання в готелі, що

дозволяє залучити більше клієнтів. Крім того, співпраця з туроператорами дозволяє готелям отримувати додаткові замовлення від туристичних груп.

Розвиток інфраструктури готелів є одним з ключових факторів, що впливають на конкурентоспроможність готельного бізнесу. В умовах сучасних викликів, готелям Харкова необхідно впроваджувати інноваційні рішення, щоб відповідати потребам вибагливих клієнтів та створювати унікальний досвід для гостей. Розвиток інфраструктури охоплює кілька важливих аспектів, серед яких модернізація готельних приміщень, впровадження екологічних практик та розвиток транспортної інфраструктури [44, с. 416].

Модернізація готельних приміщень є першочерговим завданням для підвищення привабливості готелів. Оновлення інтер'єрів, ремонт номерів та санвузлів, заміна меблів та техніки дозволяють підвищити комфортність проживання, зробити номери більш функціональними та відповідати сучасним стандартам. Впровадження розумних технологій, таких як системи управління освітленням, кліматом та іншими системами в номері за допомогою смартфона або планшета, робить проживання більш зручним та технологічно просунутим. Розумні системи дозволяють гостям налаштовувати освітлення та температуру в номері відповідно до їхніх вподобань, що створює відчуття комфорту та затишку.

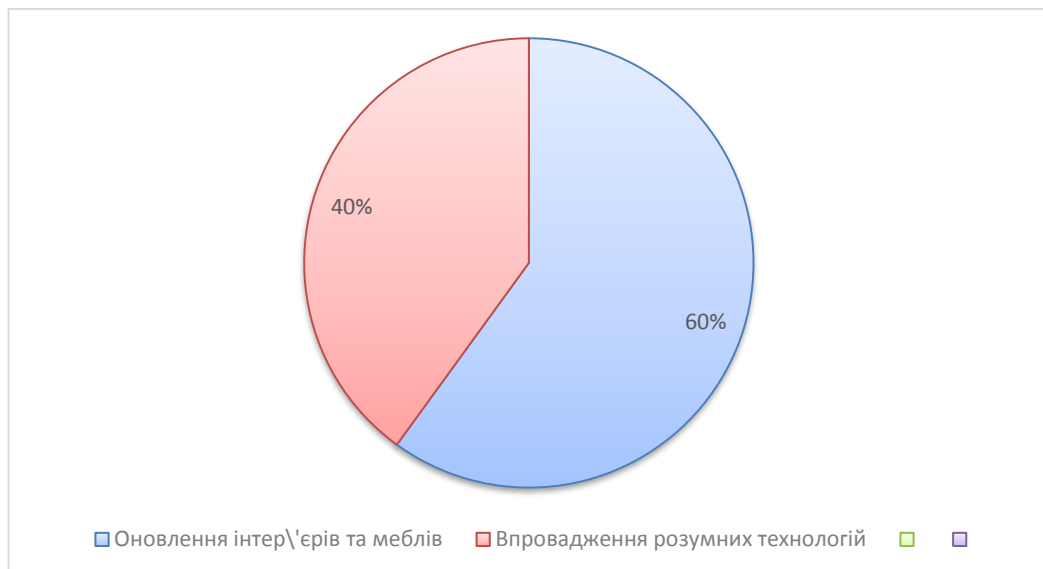


Рис. 3.1 Модернізація готельних приміщень [43].

Створення тематичних номерів є ще одним напрямком модернізації. Оформлення номерів у певному стилі або з урахуванням інтересів певних категорій гостей допомагає створити унікальний досвід проживання. Наприклад, номер, оформлений у стилі ретро, або номер з тематикою національної культури може стати привабливим для гостей, які цінують індивідуальність та оригінальність. Тематичні номери також можуть бути оформлені з урахуванням інтересів сімей з дітьми, ділових мандрівників або молодят.

Забезпечення доступності готелів для людей з обмеженими можливостями є важливим аспектом соціальної відповідальності. Обладнання номерів та спільних приміщень таким чином, щоб вони були зручні для людей з інвалідністю, є обов'язковою умовою для готелів, які прагнуть бути доступними для всіх категорій гостей. Це включає в себе встановлення пандусів, широких дверей, спеціальних санвузлів та інших зручностей.

Впровадження екологічних практик та стійких технологій у готелях стає все більш важливим фактором для клієнтів, які обирають місце проживання. Використання енергоефективних ламп та приладів дозволяє зменшити споживання електроенергії та знизити витрати на комунальні послуги. Встановлення систем збору та збереження дощової води є ще одним ефективним способом зниження витрат на водопостачання та водовідведення. Використання екологічно чистих миючих засобів дозволяє зменшити забруднення довкілля та забезпечити безпечне проживання для гостей.

Сортування та переробка відходів є невід'ємною частиною екологічної політики готелів. Встановлення контейнерів для роздільного збору сміття та організація його переробки дозволяють зменшити кількість відходів, що потрапляють на звалища, та сприяти збереженню природних ресурсів. Пропаганда екологічної свідомості серед гостей через інформаційні матеріали та просвітницькі заходи допомагає підвищити обізнаність щодо екологічних проблем та сприяти сталому розвитку.

Таблиця 3.1

Напрямки розвитку інфраструктури готелів Харкова [41].

Напрямок розвитку	Опис
Модернізація готельних приміщень	Впровадження розумних технологій, створення тематичних номерів, забезпечення доступності
Екологічні практики	Використання енергоефективних ламп та приладів, встановлення систем збору та збереження дощової води, використання екологічно чистих миючих засобів, сортування та переробка відходів, пропаганда екологічної свідомості серед гостей
Розвиток транспортної інфраструктури	Будівництво швидкісного трамваю, створення мережі велосипедних доріжок, розвиток системи Park&Ride

Покращення доступності готелів через розвиток транспортної інфраструктури є важливим фактором для залучення туристів. Будівництво нових доріг, мостів та метро, а також покращення роботи громадського транспорту дозволяють гостям легко та швидко дістатися до готелю. Наприклад, будівництво швидкісного трамваю, який з'єднає центр міста з аеропортом, значно полегшить пересування для туристів, які прибувають повітряним транспортом. Створення мережі велосипедних доріжок сприятиме розвитку екологічно чистого транспорту та залученню гостей, які віддають перевагу активному відпочинку [22, с. 204].

Розвиток системи Park&Ride, яка дозволяє гостям залишати свої автомобілі на спеціальних стоянках біля станцій метро або зупинок громадського транспорту, сприяє зменшенню завантаженості міських доріг та покращенню екологічної ситуації в місті. Ця система також дозволяє зменшити витрати гостей на паркування та забезпечити зручний доступ до громадського транспорту.

Підсумовуючи, розвиток інфраструктури готелів у Харкові є багатогранним процесом, що включає модернізацію готельних приміщень,

впровадження екологічних практик та покращення транспортної доступності. Модернізація приміщень, зокрема впровадження розумних технологій, створення тематичних номерів та забезпечення доступності для людей з обмеженими можливостями, дозволяє підвищити комфортність проживання та привабливість готелів для різних категорій гостей.

Висновки

Дослідження розвитку готельної справи у Харкові дозволило розкрити комплексний та багатогранний процес трансформацій, які відбуваються в цьому секторі економіки протягом останніх десятиліть. Харків, як один з найбільших мегаполісів України, завдяки своєму географічному положенню, розвиненій інфраструктурі та культурно-історичній спадщині, має значний потенціал для розвитку готельної індустрії. Висновки дослідження можуть бути корисними як для теоретиків у галузі економіки та туризму, так і для практиків, що займаються плануванням та управлінням готельними підприємствами.

По-перше, дослідження підтвердило, що готельна індустрія Харкова значно зросла з моменту здобуття Україною незалежності у 1991 році. Після періоду економічної нестабільності 1990-х років, коли багато готелів закривалися або змінювали власників, 2000-ні роки стали періодом активного розвитку. Цьому сприяли зростаючі інвестиції, як внутрішні, так і зовнішні, та збільшення туристичних потоків завдяки покращенню транспортної інфраструктури та активній рекламі міста як туристичного центру.

Друге, що варто зазначити, це значне розширення типів і класів готелів, які з'явилися в Харкові. Якщо раніше місто було відоме переважно своїми радянськими готелями середнього класу, то сьогодні тут можна знайти розкішні п'ятизіркові готелі, бізнес-готелі, бутік-готелі, а також бюджетні хостели та апартаменти. Такий різновид пропозицій дозволяє задовольнити потреби різних категорій туристів, від бізнесменів і дипломатів до студентів та мандрівників з обмеженим бюджетом.

Аналіз ринку готельних послуг у Харкові також показав, що ключовими факторами, які впливають на успіх готельного бізнесу, є якість обслуговування та рівень комфорту. Сучасний готельний бізнес не обмежується лише наданням місця для ночівлі. Важливими аспектами є надання додаткових послуг, таких як конференц-зали, ресторани високого

класу, фітнес-центри, спа-комплекси та інші зручності, які роблять перебування гостей максимально комфортним і привабливим.

Велике значення для розвитку готельного бізнесу у Харкові має і співпраця з міжнародними туристичними агенціями та платформами онлайн-бронювання. Завдяки інтернет-технологіям і глобалізації, харківські готелі отримали можливість виходити на міжнародний ринок, що сприяє збільшенню кількості іноземних туристів. Водночас, цифровізація бізнесу дозволяє оптимізувати процеси управління, покращувати якість обслуговування клієнтів та знижувати операційні витрати.

Окремо слід виділити роль державної підтримки у розвитку готельної індустрії Харкова. Органи місцевого самоврядування активно сприяють залученню інвестицій, спрощують процедури отримання дозволів на будівництво нових готелів та реконструкцію існуючих. Крім того, в місті проводяться численні культурні, спортивні та наукові заходи міжнародного рівня, що приваблюють туристів та сприяють розвитку готельного бізнесу.

Висновки дослідження свідчать про те, що розвиток готельної справи у Харкові є динамічним та перспективним напрямом. Проте, є і низка викликів, які потребують уваги. Серед них – війна через яку руйнується інфраструктура, необхідність постійного підвищення якості обслуговування, адаптація до змін у попиті, впровадження сучасних технологій та інновацій, а також підтримка сталого розвитку, що включає екологічні ініціативи та соціальну відповідальність.

Список використаних джерел

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес. Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання.. Київ. Знання України, 2006. 352 с.
2. Антонова В.А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства в умовах становлення ринку. Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. 2007. № 1(21). С. 54–57.
3. Архипов В.В. Організація ресторанного господарства. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 280 с.
4. Архипов В.В. Організація ресторанного господарства. Навчальний посібник. 2-е вид., перероб. і доп. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 279 с.
5. Архипов В.В. Ресторанна справа. Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані. Навч. посіб. Київ: Фірма «ІНККОС»; ЦУЛ, 2007. 382 с.
6. Архипов В.В., Іванникова Т.І., Архіпова А.В. Ресторанна справа. Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані. Навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 381 с.
7. Банько В.Г. Будівлі, споруди, обладнання туристських комплексів та їх експлуатація. Київ, 2006. 168 с.
8. Белоусова О.С., Афанас'єва О.С. Актуальні проблеми готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах підготовки до Євро-2012. Вісник Волинського університету економіки та менеджменту. 2012. №2. С. 38–45.
9. Білозубенко В.С., Поляков М.П., Шаблій С.Є. Перспективи розвитку глобальної готельної індустрії. Економічний простір. 2022. Випуск 165. С. 18-22.
10. Гінда М.І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні

проблеми економіки та управління в умовах системної кризи» (Львів, 29 листопада 2016 р.). Львів: МАУП, 2016. Ч. 1. С. 301–306.

11. Головченко О.М. «Організація і технологія обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Навчальний посібник». Київ: КНУТД, 2022, 25-30 с.

12. Городня Т.А. Економіка туризму. Теорія і практика. Київ. Кондор-Видавництво, 2012. 436 с.

13. Готельні справи – Харків URL: <https://commercialproperty.ua/analytics/gotelni-spravi-kharkiv/> (дата звернення: 03.06.2024)

14. Грищенко І.М., Кравчук Н.М. Дієтичне та харчування. Київ: КНТЕУ, 2013. 288 с.

15. Державна служба туризму і курортів України. Веб-сайт. URL: <http://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 03.06.2024)

16. Житник С.В. «Технологія обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Навчальний посібник». Київ: НУБіП України, 2021, 35-40 с.

17. Збірник наукових статей магістрів. Факультет товарознавства, торгівлі та маркетингу. Факультет харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Полтава. 297 с.

18. Квітка О.В. «Технологія обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Навчальний посібник». Київ. КНУТД, 2020, 45-50 с.

19. Кравець О.М., Байлик С.І. Організація анімаційних послуг в туризмі. Навчальний посібник. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. 335 с.

20. Кульчицький О.М. «Організація і технологія обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Навчальний посібник». Київ: НУБіП України, 2019, 55-60 с.

21. Лисенко О.В. «Технологія обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Навчальний посібник». Київ: КНУТД, 2018, 65-70 с.

22. Литвиненко Т.Є. Організація ресторанного господарства. Опор. конспект лекц. Київ: КНТЕУ, 2010. 204 с.
23. Мазур С. А., Прилуцький А. М. Стан та перспективи розвитку готельно-ресторанної справи в Україні. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2019/33.pdf (дата звернення: 03.06.2024)
24. Мазур С.А., Прилуцький А.М. Стан та перспективи розвитку готельно-ресторанної справи в Україні. Ефективна економіка. 2019. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6881> (дата звернення: 03.06.2024)
25. Мельник О.С. «Організація і технологія обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Навчальний посібник». Київ: КНУТД, 2017, 75-80 с.
26. Михайличенко Г.І. Туроперейтинг. Підручник. Київ. КНТЕУ, 2018.
27. Морозова Н.В. «Технологія обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Навчальний посібник». Київ. КНУТД, 2016, 85-90 с.
28. А. А. Мазаракі, Н. П. Благополучна. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства. Київ. КНТЕУ, 2005. 632 с.
29. Остапенко О.В. «Організація і технологія обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Навчальний посібник». Київ: КНУТД, 2015, 95-100 с.
30. П'ятницька Г.Т. Тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. Вісник КНТЕУ. 2014. № 2. С. 67–78.
31. Покоłodна М.М. Організація екскурсійної діяльності. Підручник. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. 180 с.
32. Пономарьова О.В. «Технологія обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Навчальний посібник». Київ. КНУТД, 2014, 105-110 с.

33. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства. Офіц. сайт ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02> (дата звернення: 03.06.2024)
34. Проблеми розвитку готельного господарства. URL: <https://www.internauka.com/uploads/public/16311099746294.pdf#page=11> (дата звернення: 03.06.2024)
35. Прокопенко О.В. «Організація і технологія обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Навчальний посібник». Київ: КНУТД, 2013, 115-120 с.
36. Рейтинг діючих готелів за зірками. URL: <https://logincasino.ua/news/skilki-gotelivukraiyni-mayt-pidtvordjeni-zirki65440>. (дата звернення: 03.06.2024)
37. Ринок готелів в Україні після карантину: ринок тільки починає відновлюватися URL: <https://100realty.ua/uk/articles/rinok-goteliv-v-ukraini-pislakarantynu-rinok-tilki-pocinae-vidnovluvatisa> (дата звернення: 03.06.2024)
38. Ростовский В.С. Теоретичні основи технології громадського харчування. Загальна частина. Київ. Кондор, 2006. 197 с.
39. Сидоренко О.В. «Технологія обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Навчальний посібник». Київ. КНУТД, 2012, 125-130 с.
40. Смагіна І.М. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу. Підручник. Київ: Знання, 2011. 215 с.
41. Степаненко О.В. «Організація і технологія обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Навчальний посібник». Київ: КНУТД, 2011, 135-140 с.
42. Тарасова О.В. «Технологія обслуговування в готелях і туристичних комплексах: Навчальний посібник». Київ. КНУТД, 2010, 145-150 с.

43. Топ 5 найкращих готелів в Україні. URL: <https://travel.tochka.net/ua/9732-top-5-luchshikh-oteley-ukrainy/> (дата звернення: 03.06.2024)

44. Фролова Н.Є., Гаркуша В.І. Перспективи розвитку підприємств готельного господарства України. Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. «Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти» (м. Херсон, 17-18 жовтня 2019 р.). Херсон: Видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2019. С. 415-416.

45. Хумарова Н.І., Михайлюк О.Л. Маркетингова політика просування послуг у готельному бізнесі України. URL: http://journals.uran.ua/vsed_oneu/article/view/170132/170182 (дата звернення: 03.06.2024)