

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»
Факультет суспільних і прикладних наук
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на тему: «Аналіз діяльності готелів під час пандемії та удосконалення їх роботи у пост пандемічний період (на прикладі готелів м. Трускавець)

за освітньо-професійною програмою
«**Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу**»
спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

Студента (ки) 4 курсу ГРСс-19 групи
Лучишак Зульфії Геннадіївни
(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник Горішевський П.А.
викладач

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала 4

Кількість балів: 20 оцінка: ECTS C

Члени комісії

<u>[підпис]</u> (підпис)	<u>Дворогов Н.Н.</u> (прізвище та ініціали)
<u>[підпис]</u> (підпис)	<u>Каликська О.В.</u> (прізвище та ініціали)
<u>[підпис]</u> (підпис)	<u>Горішевський П.А.</u> (прізвище та ініціали)
<u>[підпис]</u> (підпис)	<u>Шаштованова Р.</u> (прізвище та ініціали)
<u>[підпис]</u> (підпис)	<u>Остафівська Т.Г.</u> (прізвище та ініціали)

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи


Освітній ступінь: «бакалавр»

Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

завідувач кафедри туризму та

готельно-ресторанної справи


« 8 » 02 2023 року

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ СТУДЕНТУ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Лучищак Зульфії Геннадіївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Аналіз діяльності готелів під час пандемії та удосконалення їх роботи у пост пандемічний період (на прикладі готелів м. Трускавець »

Керівник роботи Горішевський Павло Анатолійович

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом закладу вищої освіти від « 11 » 11 2023 року № 155/1-НВ

2. Строк подання студентом роботи 25.05.2023 року

3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити) _____

1. охарактеризувати готельне господарство як складову індустрії гостинності;

охарактеризувати різні види та типи готелів у сучасному бізнесі; визначити сучасні тенденції розвитку лікувально – оздоровчого та медичного туризму

2. провести аналіз ресурсної бази курортного міста Трускавець; провести аналіз діяльності готелів та готельної індустрії Трускавця у період пандемії

3. визначити та систематизувати ключові проблеми розвитку готелів у місті Трускавець;

4. надати пропозиції та рекомендації щодо перспектив розвитку готельної індустрії м. Трускавець у пост пандемічний період

4. Дата видачі завдання 08.05. 2023 року

Календарний план виконання роботи

№ н/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строки виконання етапів роботи	Примітка
1	Визначення теми дипломної роботи	14 листопада	виконано
2	Затвердження теми	8 лютого	виконано
3	Визначення плану роботи на погодження з науковим керівником	14 березня	виконано
4	Підбір та аналіз літературних джерел з теми кваліфікаційної роботи	15 березня	виконано
5	Підбір методів проведення дослідження	березень	виконано
6	Написання розділу 1. Теоретичні аспекти готельного бізнесу	березень	виконано
7	Написання розділу 2. Аналіз ресурсної бази та готельної індустрії міста Трускавець	квітень	виконано
8	Написання розділу 3. Пропозиції та рекомендації щодо розвитку готельних підприємств м. Трускавець у пост пандемічний період	травень	виконано
9	Підготовка текстового варіанту роботи для попереднього захисту роботи	25 травня	виконано
10	Обробка зауважень наукового керівника	31 травня	виконано
11	Представлення роботи для перевірки на академічну доброчесність	1 червня	виконано
12	Представлення оформленої роботи на кафедру	10 червня	виконано
13	Написання відгуку наукового керівника	12 червня	виконано
14	Рецензування кваліфікаційної роботи	15 червня	виконано
15	Підготовка доповіді та презентації до роботи	15-20 червня	виконано
16	Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК	21 червня	виконано

Студент


(підпис)

Зульфія ЛУЧИЦАК

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник


(підпис)

Павло ГОРІШЕВСЬКИЙ

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Метою дослідження є виявлення впливу пандемії Ковід - 19 на роботу закладів розміщення готельного типу у місті – курорті Трускавець та розробка пропозицій і рекомендацій щодо запровадження інноваційних форм і методів роботи готельної та курортної індустрії курорт полісу у пост пандемічний період.

В першому розділі розглянуто теоретичні аспекти діяльності готелів.

В другому розділі проведено аналіз ресурсної бази та готельної індустрії міста Трускавець.

В третьому розділі представляє процес пропозицій та рекомендацій щодо розвитку готельних підприємств у місті Трускавець.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ПАНДЕМІЯ, ГОТЕЛЬНА ІНДУСТРІЯ.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛІВ	5
1.1 Готельне господарство як складова індустрії гостинності.....	5
1.2 Види та класифікація сучасних засобів розміщення.....	14
1.3 Тенденції розвитку ринку світового лікувально – оздоровчого та медичного туризму.....	19
Висновки до розділу 1	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕСУРСНОЇ БАЗИ ТА ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ МІСТА ТРУСКАВЕЦЬ	27
2.1 Загальна характеристика ресурсної бази курортотолісу Трускавець.....	27
2.2 Аналіз типів та видів готелів міста – курорту Трускавець.....	32
2.3 Особливості діяльності готелів під час пандемії COVID-19.....	36
Висновки до розділу 2	42
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У МІСТІ ТРУСКАВЕЦЬ	44
3.1 Проблеми розвитку готельного бізнесу у м. Трускавець.....	44
3.2 Пропозиції та рекомендації щодо перспектив розвитку готельної індустрії курорту Трускавець.....	48
Висновки до розділу 3	54
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	63

ВСТУП

Актуальність теми. Готельний бізнес на території курортополісу Трускавець є одним із найперспективніших напрямів розвитку бізнесу у цьому регіоні. Особливого значення та перспектив розвитку на території курортополісу у нас час набуватимуть спеціалізовані заклади розміщення, які можуть надавати повний комплекс відновлювальних, оздоровчих, лікувальних та медичних послуг. Саме цей сегмент готелів за оцінками фахівців у найближчому майбутньому стане найбільш популярним та затребуваним у потенційних відпочиваючих як з України, так і з низки країн Близького Сходу та Європейського Союзу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичними та практичними дослідженнями щодо специфіки функціонування підприємств готельного бізнесу на курортних територіях України займалися такі науковці і практики, як: М. Бойко, О. Бордун, С. Галасюк, О. Гаталяк, В. Гуменюк, Л. Дубіс, Ю. Зінько, М. Мальська, І. Мункачій, Г. Пандяк, А. Мацелюх, Г. Філь та інші

Мета і завдання дослідження – виявлення впливу пандемії Ковід - 19 на роботу закладів розміщення готельного типу у місті – курорті Трускавець та розробка пропозицій і рекомендацій щодо запровадження інноваційних форм і методів роботи готельної та курортної індустрії курортополісу у пост пандемічний період.

Завдання дослідження:

- проаналізувати сучасні тенденції та стратегії розвитку готельного бізнесу;
- проаналізувати особливості діяльності суб'єктів готельного та курортного бізнесу у місті Трускавець;
- проаналізувати можливості розвитку лікувально – оздоровчого та медичного туризму на базі діючих закладів розміщування туристів на території курортополісу Трускавець

- проаналізувати сучасний стан роботи готельної та курортної індустрії у місті Трускавець
- розробити пропозиції та рекомендації щодо впровадження інноваційних оздоровчих, курортних та лікувальних послуг для закладів розміщення туристів у Трускавці

Об'єкт дослідження – діяльність готельного бізнесу курортного міста Трускавець під час пандемії

Предмет дослідження – особливості роботи закладів розміщення курорту Трускавець у період пандемії

Методи дослідження – системно-аналітичний, статистичного аналізу, проблемно-орієнтовний, компаративний, системного аналізу.

Наукова цінність одержаних результатів. Розроблено пропозиції та рекомендації щодо покращення використання курортних ресурсів міста Трускавець у готельних підприємствах, які розміщені на його території, а також необхідність створення та виведення на ринок інноваційних додаткових послуг у готельному бізнесі, які напряму пов'язані з оздоровленням, профілактикою та лікуванням. Результати дослідження, викладені у кваліфікаційній роботі, можуть бути використані у господарській діяльності, як уже діючих, так і нових готельних та не готельних закладів розміщення на території курортного міста Трускавець.

Практичне значення одержаних результатів: результати кваліфікаційної роботи можуть бути використані у практичній діяльності підприємств індустрії гостинності курортних регіонів України у пандемічний та пост пандемічний періоди.

Структура.. Робота містить вступ, три розділи, висновок, список використаних джерел 39 позицій та 5 додатків. Загальна кількість сторінок – 65 , з них основного тексту 54.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛІВ

1.1. Готельне господарство як складова індустрії гостинності

Обставини за останні кілька років спровокували трансформацію в індустрії гостинності. Багато з готельних підприємств, в основному, це індивідуальні немережеві готелі, не вижили, інші ж швидко пристосувалися та закріпилися на частково звільненому ринку, а деякі увійшли на ринок внаслідок хаосу, що виник, але із інноваційними концепціями, адаптованими до наших нових норм та реалій ведення цього виду бізнесу. Технології розвиваються з шаленою швидкістю, тому індустрія гостинності використовуватиме технології багатьма новими способами у 2023 році. Споживчі тенденції показують, що подорожі знову займають перше місце у списку бажань для більшості людей у 2023 році, але скорочення сімейного бюджету означатиме відпустку. Тобто, зменшуються витрати на харчування поза домом, відвідини ресторанів та витрати на дозвіллену складову життя. Усі вони знову відходять на другий план. Але одне можна сказати напевно: підприємства індустрії гостинності повинні бути відкритими до аналізу та сприйняття останніх галузевих тенденцій, щоб оптимізувати свої витрати та збільшити прибутковість.

Які останні тенденції у світовій індустрії гостинності?

Отже, які нові тенденції з'являються? Підвищена обізнаність споживачів щодо всього, що є стійким, цілеспрямованим, пов'язаним напряму із здоров'ям та морально – психологічним благополуччям, встановило нові стандарти для підприємств гостинності.

Експерти з дослідницьких інститутів Швейцарії та Австрії, які займаються дослідженням процесів розвитку індустрії гостинності в цілому та готельного бізнесу зокрема, виділяють актуальні 10 трендів, які, на їх думку, формуватимуть індустрію гостинності у 2023 році. [11, с.24]

Перший тренд – це поєднання відпустки з роботою, що передбачає наявність робочих місць в готелях.

Починаючи з кінця 2019 року дистанційна робота у світі поступово стає звичною для співробітників багатьох компаній і, за прогнозами соціологів, стане

тенденцією, яка зростатиме кожного року. Зрушення, прискорене глобальною кризою в галузі охорони здоров'я, безпрецедентна кількість відомих компаній, серед яких такі провідні технологічні компанії, як Twitter, Facebook і Amazon, які оголосили, що вони приймуть гібридний або гнучкий підхід до віддаленої роботи. Дослідження, проведене платформою фрілансерів Upwork, показало, що до 2025 року 22% фахівців у Сполучених Штатах Америки, Канаді, країнах Європейського Союзу працюватимуть віддалено.

Це означає, що заклади гостинності, а в першу чергу це готелі, перетворюються на віддалені робочі точки, як для місцевих жителів, так і для мандрівників. Це нова можливість для готелів і закладів харчування скористатися цією тенденцією та адаптувати свої пропозиції відповідно до потреб і запитів цього сегменту ринку своїх потенційних клієнтів, що має тенденцію до пришвидшеного розвитку. Збільшена кількість електричних розеток, безкоштовний високошвидкісний Wi Fi, кімнати для проведення переговорів і обслуговування напоями та десертами є початковою відправною точкою. [8, с.31]

Другий тренд передбачає комплексну гостинність, увагу до здоров'я та психологічного благополуччя.

Профілактична медицина та самообслуговування зараз беззаперечно в тренді. Індустрія оздоровлення перетворюється на бурхливо зростаючий ринок з обігом у трильйони доларів, і заклади гостинності мають хороші можливості, щоб взяти великий сегмент цього ринку, особливо ті, у яких наявні спа - послуги.

Як доповнення до традиційних пропозицій від спа – комплексів для догляду, перш за все, за шкірою та релаксації для організму в цілому, останнім часом пришвидшеними темпами зростає споживчий попит на інноваційні технології, які забезпечують профілактичну діагностику загального стану організму та персональні плани лікування, розроблені експертами, які проводять індивідуальні або групові сеанси для розвитку та підтримки тону бадьорості, лікування, управління стресом, емоційної рівноваги, концентрації уважності та покращення сну.

Третій тренд – це цифровий досвід клієнтів

Мобільні додатки набувають все більшого і ширшого застосування в управлінні послугами, тобто, менеджери готелів в он лайн режимі управляють послугами, які вони надають своїм клієнтам. За допомогою використовуваних мобільних за стосунків вони можуть контролювати практично усі етапи циклу надання послуг та навіть окремі аспекти досвіду відвідувачів. Тенденція щодо широкого використання цифрових і безконтактних послуг набула нових обертів. Традиційно вже послуги для клієнтів зазнають оперативного та конструктивного перегляду у плані підвищення якості завдяки більш широкому використанню технологічних опцій, таких як мобільна реєстрація як на стійці приймання готелю, так і на окремі послуги чи процедури, безконтактні електронні платежі, голосове управління та використання біометричних даних.

Споживачі, які вже давно звикли до отримання доступу до своїх гаджетів шляхом розблокування за допомогою опцій розпізнавання обличчя та відбитків пальців, починають очікувати таких самих зручностей і під час доступу до своїх готельних номерів, користування обмеженими для загального доступу оздоровчими центрами при готелях. На даний час для багатьох закладів розміщування, які бажають прийняти і обслуговувати такі категорії відвідувачів, сучасні заходи щодо оновлення технологічних процесів можуть бути на сьогодні занадто дорогими, як для встановлення, так і для подальшого сервісного обслуговування. Якщо готельєри хочуть залишатися в тренді та зіграти на випередження конкурентів, то починати робити такі інвестиції саме в ці технології їм необхідно розпочинати вже зараз. [3, с.45]

Четвертим трендом дослідники визначають гіпер персоналізацію

Сучасні гості почали очікувати, що їх визнають і ставитимуться як особистості. Результати одного з досліджень показали, що 71% покупців готельного продукту очікують індивідуальної взаємодії з ними зі сторони обслуговуючого персоналу закладу розміщення. Проблема більшості компаній полягає в тому, що вони все ще персоналізують на рівні сегмента, а очікування потенційних клієнтів у 2023 році перевищили рівень гіпер персоналізації.

Підприємства готельного та ресторанного бізнесу можуть реалізувати гіпер персоналізацію, використовуючи такі технологічні платформи, як CRM і SEM, які використовують великі обсяги даних для створення високоспеціалізованої індивідуальної взаємодії між гостем і представниками готельного сервісу у великому масштабі. Працівники готелів, надавачі туристичних послуг і закладів харчування можуть опиратися на синтезовані дані, щоб використовувати аналітичну інформацію про минулі звички клієнтів під час перегляду веб-сторінок або покупок, дозволяючи готелям адаптувати свої пропозиції та рекламні акції та автоматично надавати послуги, які люди шукають.

В цілому діяльність кожного сучасного закладу розміщення туристів з кожним роком все більше відзначається посиленням використанням автоматизованих систем управління для проведення постійного контролю та оптимізації доходів, взаємовідносин з гостями, моніторингом каналів просування та репутаційних викликів. Не кажучи вже про зростаючу важливість інтегрованого обміну повідомленнями, прогнозу аналітики, профілювання клієнтів і програмного забезпечення, яке може поєднати та оптимізувати взаємодію будь-яких різнорідних систем. Навіть якщо у готельному закладі є певні технічні обмеження, але завжди необхідно розуміти, що при потребі один із членів команди, яка працює в закладі, має бути готовим до того, щоб персонально зустріти гостя в офлайн режимі за стійкою реєстрації, у вестибюлі тощо, щоб гості мали чітке розуміння, що при будь-якій потребі в режимі 24 години на добу представники готелю готові надати їм необхідну допомогу.

П'ятий тренд це економія коштів та мистецтво визначати пріоритети (есенціалізм)

Клієнти вимагають підвищеної, а подекуди навіть екстремальної персоналізації та унікальних вражень. Це цілком може призвести до значного скорочення кількості туристичних агентів та появи нового профілю незалежного мандрівника. Фахівці сервісу бронювання Airbnb роблять ставку на те, що враження їхніх туристів, які самостійно організовують та планують свої

подорожі, стануть великим відкриттям туристичного сезону 2023 року. Мінімалізм, який характерний для теперішніх витрат мандрівників, віродив дещо запилене прислів'я «менше — це краще». Переважна більшість туристів все менше прагнуть демонструвати багатство, натомість надаючи перевагу тому, щоб витратити гроші з розумом, цілеспрямовано та позитивно впливати на світ. Унікальний досвід, який приносить користь місцевим громадам у значущі способи, користується попитом, так само як і нішеві помешкання, авантюрний відпочинок і екологічний відпочинок.

Шостий тренд передбачає оновлення стратегій управління готельними активами

Підхід до активів став поширеним у галузі. Поділ між управлінням операціями та активами нерухомості тепер дозволяє компаніям з індустрії гостинності зосередитися на своїй основній діяльності, таким чином значно підвищуючи ефективність роботи по створенню та наданню комплексу сервісних послуг. [22, с.124]

Однак, у свою чергу, це створює додаткову складність і потенційні агентські проблеми, пояснюючи появу нових типів робочих місць, таких як менеджери активів. Крім того, у зв'язку зі зростанням складності індустрії гостинності з'явилися нові профілі роботи. Паралельно зросла потреба в кількісних компетенціях фахівців, зокрема, для прогнозування, бюджетування тощо.

Сьомою тенденцією визначено посилення використання у готельному бізнесі штучного інтелекту (ШІ)

Чат-боти виявилися затребуваним та корисним активом обслуговування клієнтів, як під час процесу бронювання, так і під час відповідей на повторювані запитання. Це особливо важливо в такій галузі, як готельний бізнес, яка, як очікується, працюватиме 24/7.

ChatGPT, або чат-бот, який використовує мовну модель GPT-3, розроблену компанією Open AI, вправно імітує універсальність людської розмови під час надання відповідей. Думайте про це як про нову розумнішу ітерацію пошукової

системи, яка позбудеться нескінченних синіх посилань, які вимагають від користувача відкривати декілька вкладок і переглядати інформацію, щоб знайти відповідь, а швидше інтерпретувати бажання користувачів і потреби та надати стислу відповідь, яка спирається на всю інформацію, яка розміщена у всесвітній мережі Інтернеті. Наприклад, це може бути пошуковий запит для користувача, який шукає рекомендації щодо подорожей.

Незалежно від того, чи йдеться саме про ChatGPT чи інший чат-бот на основі штучного інтелекту, розширений штучний інтелект невдовзі буде розгорнуто в клієнтських структурах, таких як подорожі та пошук готелів. Отже, 2023 рік – час, щоб почати використовувати наперед цю можливість і тенденцію, яка, безсумнівно, матиме важливе місце в індустрії гостинності майбутнього.

Восьмим трендом визначено використання засобів відновлюваної енергії.
[14, с.16]

Тренд у сфері гостинності, який є актуальним і характерним для останніх років: «стабільність» знову займає свої позиції з акцентом на відновлювані джерела енергії. Останніми роками заклади гостинності робили невеликі кроки, приділяючи пріоритетні зусилля для видалення з процесу обслуговування своїх гостей одноразового пластику, усуваючи надлишкове та не завжди потрібне споживання паперу завдяки квитанціям і зменшуючи харчові відходи, однак більш далекосяжні етичні та екологічні міркування формують рішення, які приймаються керівництвом закладу індустрії гостинності ще на стадії будівництва.

Технології починають відігравати в цьому вирішальну роль, дозволяючи готельним та ресторанним закладам відстежувати та зменшувати споживання енергії та води. Наприклад, керівники готелю у Лондоні Claridges встановили на кухнях у своїх закладах харчування систему вентиляції та витяжки, яка знизил витрати на електроенергію на 30%. Інтелектуальна система, розроблена і встановлена компанією Quintex, здатна самостійно на основі аналізу показників вбудованих датчиків або зменшувати, або ж і взагалі відімкнути на певний час свою потужність залежно від умов на кухні, вже заощадила готелю 10 000 фунтів

стерлінгів (13 200 доларів США) на рік із поверненням початкових інвестицій через 1,8 року.

EnergyLink визначає 5 відновлюваних джерел енергії, придатних для готелів: сонце, вітер, комбіноване опалення та електроенергія, геотермальне та біопаливо. Проблема полягає в тому, що для впровадження багатьох із цих рішень потрібні значні кошти, а часто й простір. Проте менеджери підприємств, що працюють у сфері гостинності, усвідомлюють, що це не тільки правильна дія з точки зору захисту навколишнього середовища, але й з огляду на нестабільний енергетичний ринок, з яким ми зараз стикаємося, економія коштів також є незначною. Тож очікується, що 2023 рік стане роком посиленого використання інноваційних відновлюваних джерел енергії у закладах розміщення та харчування.

Дев'ятим трендом у 2023 році визначена віртуальна та доповнена реальність (VR та AR)

Виходячи з орієнтації на візуально привабливий контент, здається цілком природним, що компанії в індустрії гостинності повинні прагнути отримати вигоду від таких функцій, як віртуальні тури, створюючи цифрове середовище, у якому споживачі можуть уявити себе.

Відеоролики з оглядом на 360 градусів ресторанної атмосфери, оточених зеленню терас кафе чи берегів біля пляжних готелів, наприклад, є лише квитком, щоб виділити заклад цього року. Як завжди, підтримання низького порогу доступу, є ключовим для охоплення якомога ширшої аудиторії матеріалами віртуальної реальності: зробити вміст доступним на різноманітних пристроях без необхідності використання гарнітури VR.

Опинившись на місці, гості повинні мати можливість дістати свого вірного помічника – свій смартфон – і просто навести його на артефакти реального світу, щоб отримати додаткову інформацію. Доповнена реальність використовує графічні або інформаційні накладення для покращення середовища на місці.

Завантаживши відповідну програму, гості можуть використовувати цей інструмент, щоб отримати доступ до розкладу роботи ресторану, оглядів чи

інтерактивних туристичних інформаційних карт або навіть створити контент, створений користувачами.

Десята тенденція стосується появи так названих шукачів угод

Мисливці за вигідними угодами вийшли з ладу через кризу вартості життя, з якою стикаються багато країн через глобальні конфлікти, різке зростання цін на енергоносії та рекордні темпи інфляції.

Вулфрік Лайт-Вілкінсон, генеральний директор міжнародної компанії Wunderkind, що розробляє програмне забезпечення для поведінкового маркетингу, сказав: «Споживачі більш чутливі до ціни. «Зрештою, споживачі завжди шукатимуть співвідношення ціна-якість, але триваюча криза вартості життя, безсумнівно, підвищила обізнаність про ціни». Він продовжив: «Це означає, що споживачі, безперечно, перебувають у «режимі пошуку угоди» та будуть особливо сприйнятливі до своєчасних рекомендацій та пропозиції від бізнесу. Особливо це стосується випадків, коли повідомлення релевантне, персоналізоване та ґрунтується на раніше переглянутих продуктах, категоріях і поведінці в кошику...».[31, с.97]

Сьогодні – індустрія гостинності 2.0

Що чекає гостинність у майбутньому? У опитуванні, проведеному фахівцями компанії ENL виявлено шість параметрів:

1. Стандартизація більше не може бути нормою

Персоналізація та пристосування послуг до потреб і вподобань мандрівника стає критично важливою.

2. Щоб створити вартість, зосередьтеся на ринкових нішах

Більше персоналізації та спеціалізації може сприяти створенню цінності для компаній гостинності. Але для цього потрібно щиро подумати про цінність вашої пропозиції, а не «просто брендинг і ребрендинг».

3. Використовуйте технології як прискорювач для бізнесу

Технології стануть основою готельного досвіду як у номері, до та після поїздки. Це призведе до розробки нових концепцій та інновацій у галузі, а також сприятиме появі все більш персоналізованої індивідуальної пропозиції.

4. Соціальна відповідальність є моральним і економічним обов'язком

Вплив глобального потепління сьогодні можна вважати серйозним ризиком як для корпорацій, які можуть втратити доходи та прибутки, так і для суспільства в цілому. Таким чином, для урядів, але ще більше для корпорацій, важливо стати більш стійкими: «не просто зеленими, а справжніми стійкими бізнес-моделями».

Люди стають все більш чутливими до екологічних і соціальних питань. Респондент сказав, що це «потрібно враховувати при брендуванні, але остерігайтеся зелених мийників: споживачі тепер добре знають, що оформлення вітрин існує, і вони не будуть його купувати».

5. Розробляйте більш чутливі та стійкі бізнес-моделі

«Туризм, незважаючи на постійно зростаючі потоки мандрівників, ставатиме більш ризикованим і більш схильним до криз», оскільки кількість мандрівників неухильно продовжує зростати. Це супроводжуватиметься посиленням регулювання у відповідь на непропорційне збільшення туристичних потоків у деяких місцях (наприклад, у Венеції чи Барселоні). [4, с.115].

Пандемія Covid-19, яка вже позаду, змінила графіки роботи та догляду за дітьми та зробила послуги доставки новою частиною нашого повсякденного життя. Більше не задовольняючись (завжди) замовленням звичайної піци, китайської чи індійської їжі на винос, споживачі тепер прагнуть підняти речі на вищий рівень. Не бажаючи відмовлятися від надмірностей вишуканої кухні, вони тепер намагаються наслідувати досвід вдома. Магазини F&V роблять це можливим, об'єднуючи доставку напоїв і пропонуючи додаткові переваги: атмосферні свічки, списки відтворення з QR-кодами та несподівані безкоштовні подарунки. Хоча готелі урізноманітнили свої пропозиції завдяки пандемії, багато тепер пропонують альтернативні робочі місця для тих, хто втомився від роботи вдома.

6. Активно керуйте талантами

Часи тривалого утримання співробітників, а також пасивних, ієрархічних стилів управління точно минули. Залучення, розвиток і утримання потрібних талантів у індустрії гостинності залишається головною проблемою.

1.2. Види та класифікація сучасних засобів розміщення

На сьогодні не існує єдиного визначення типів підприємств готельного господарства та відповідного застосування узагальнених термінів понятійного апарату.

У зв'язку з тенденціями щодо постійної появи на ринку нових видів додаткових готельних послуг і інноваційних форм обслуговування туристів у закладах розміщення, типізація суб'єктів готельного бізнесу є умовною.

Основні ознаки, що характеризують готель:

- місткість;
- площа номерів;
- функціональне призначення;
- рівень комфорту, стан номерного фонду;
- наявність закладів харчування;
- стан будівлі, під'їзних шляхів;
- інформативно-технічне забезпечення;
- надання додаткових послуг.

Згідно з ДСТУ 4268:2003. «ПОСЛУГИ ТУРИСТИЧНІ. ЗАСОБИ РОЗМІЩУВАННЯ» тип підприємства готельного господарства – це одиниця його класифікації за функціональним призначенням, уточнена і доповнена іншими характерними ознаками.

У світовій практиці готельний фонд групують за різними ознаками. Основними класифікаційними ознаками, що впливають на тип готелю, були визначені такі:

- 1) за місцем розташування (міські, приміські, сільські, придорожні, в аеропортах, плавучі готелі і т.д.);

2) за призначенням (готелі для постійного проживання, транзитні готелі, ділового призначення);

3) за часом функціонування (сезонні або цілорічні);

4) за функціональним призначенням (транзитні, цільові – бізнес-готелі, курортні та туристичні);

5) за розміром (місткістю) готелі поділяються на:

- малі (до 100-150 номерів);
- середні (від 100 до 300-400 номерів);
- великі (від 300- до 600-1000 номерів);
- гігантські (понад 1000 номерів) – як правило, функціонують у

активних курортних зонах;

б) за рівнем цін на готельні номери у світовій практиці прийнято класифікувати на:

- бюджетні готелі;
- готелі економічного класу;
- середній клас;
- першокласні готелі;
- готелі-люкс.

Відповідно до міжнародної класифікації *Smith Travel Research (STR)*, готелі *luxury* - сегменту поділяються на категорії за показником середнього тарифу продажів номерів (*ADR*). До категорій готельних брендів сегменту люкс відносять:

- ***Luxury*** – середній тариф продажів номерів зазвичай перевищує 210 дол. США.

- ***Upper Upscale*** – середній тариф продажів номерів становить від 145 до 210 дол. США.

- ***Upscale*** – середній тариф продажів номерів становить від 110 до 145 дол. США.

- ***Upper Midscale*** – середній тариф продажів номерів становить від 90 до 110 дол. США.

- **Midscale** – середній тариф продажів номерів становить від 65 до 90 дол. США.
- **Economy** – із значенням показника продажів номера нижче 65 дол. США.

Така сегментація є важливою не тільки відносно специфіки функціонування кожного типу готельного закладу розміщення туристів, але і для того, щоб як кінцевим споживачам готельних послуг, так і туристичним агентствам і туристичним операторам було легше прийняти рішення щодо бронювання того чи іншого закладу розміщення та спрощення визначення наперед очікуваного рівня комфорту та асортименту основних та додаткових послуг та сервісного обслуговування.

Найбільш поширеним типом у сфері гостинності є готель, саме з цим типом засобу розміщення і уособлюється вся сфера готельного господарства.

Готель – традиційний тип готельного підприємства, що розташовується, як правило, у великому місті, або у курортній зоні, і має великий штат обслуговуючого персоналу, який надає широкий набір додаткових послуг і високий рівень комфорту.

У Національному стандарті України ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» наводиться визначення декількох десятків типів закладів розміщення за різними характеристиками.

- курортний готель Готель, розташований на території курорту, який має умови для відпочинку та оздоровлення

- пансіонат Аналогічний готелю засіб розміщення оздоровчого призначення, розташований у замській або у рекреаційній зоні з регламентованим режимом харчування та відпочинку.

Примітка. Пансіонат із лікуванням — пансіонат, який має умови для надавання медичних і профілактичних послуг та лікування

- профілакторій Аналогічний готелю засіб розміщення, як правило, відомчого підпорядкування, призначений для організування відпочинку та

загального оздоровлювання, який має умови для надавання послуг профілактичного лікування професійних хвороб

- санаторій Готель, розташований на території курорту або рекреаційної зони, який забезпечує надавання послуг лікування у регламентованому режимі.

Примітка. Види санаторіїв дитячий — для дітей від 6 до 18 років для дітей з батьками (3); однопрофільний; багатoproфільний; спеціалізований

Не зважаючи на різноманіття типів засобів розміщення, вони усі повинні дотримуватися загальноприйнятих стандартів сервісу та правил користування готелями. [22, с.44]

Класифікація готелів за зірками набула найбільшої популярності у європейському та світовому готельному бізнесі і, можна стверджувати, що саме ця система виступає своєрідним еталоном при порівнянні з іншими системами. Проте, норми та процедурні стандарти присвоєння зірок за категоріями можуть сильно відрізнятись у різних країнах світу. Наприклад, готель категорії 4 * в одній країні може не відповідати готелю, якому присвоєна категорія 3 * в іншій.

У Національному стандарті ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» сформульовано вимоги до готелів різних категорій у вигляді таблиці. У ній наводяться показники, які формують перелік вимог до навколишньої території, будівлі самого готелю, вимоги щодо технічного облаштування номерного фонду, переліку та якості надання сервісних послуг, організації харчування гостей у готелях усіх категорій, вимоги до кваліфікації, зовнішнього вигляду та поведінки персоналу. У стандарті розписано 134 параметри щодо вимог, які необхідні для діяльності готельного закладу розміщення туристів. У такий спосіб перевіряється відповідність готелю певній категорії, особливо, коли готель має намір пройти сертифікацію та одержати офіційне підтвердження своєї зірковості або підвищити категорію.

У системі класифікації готелів European Hospitality Quality, яка широко використовується операторами готельного ринку Європейського Союзу, до звичних категорій зірковості додаються назви. Наприклад, готелям 4* присвоюється категорія First Class. Крім цього, додаються проміжні категорії з

маркером Superior, які присвоюється у випадку, якщо готель пропонує більш розширений асортимент додаткових послуг. Необхідно зазначити, що розширення тільки асортименту додаткових послуг навіть найвищого рівня недостатньо для переходу на наступний рівень, тобто, для отримання готелем більш високої категорії.

Superior Luxury присвоюється у випадку, якщо готель має позитивний міжнародний імідж і приймає більшу частину іноземних гостей.

Світова практика класифікації готельних підприємств має широкий спектр позначень категорій готелів від літерного, бального до символічного у вигляді корон, ключів, діамантів. Узгодження принципів класифікації засобів розміщення на міжнародному рівні давно привертало увагу спеціалістів. Але на сьогодні існує лише «Проект єдиної міжнародної класифікації готелів», який пропонує поділяти готелі на 5 категорій за такими критеріями:

- стан номерів;
- технічне оснащення;
- види і обладнання приміщень громадського призначення (басейнів, конференц-залів);
- набору послуги;
- рівень якості обслуговування.

Надто багато факторів, особливо крос-культурного характеру, сформованих традицій, впливає на відсутність єдиної думки у цьому питанні. Тому і далі продовжується практика гармонізації інших систем позначень до звичної нам зіркової [20, с.56]

1.3. Тенденції розвитку ринку світового лікувально – оздоровчого та медичного туризму

Світовий ринок лікувально - оздоровчого та медичного туризму останнім часом дуже стрімко набирає обертів, перш за все, у високорозвинених країнах Європейського Союзу, США, Канаді, Японії та інших.

Зрештою, позитивні тенденції сталого зростання у цьому сегменті спостерігаються у всьому світі. За оцінками фахівців спеціалізованих маркетингових організацій, обсяг ринку санаторних, курортних та медичних послуг становить понад 40 мільярдів доларів США, які витрачаються виключно у дестинаціях прийому цього сегменту туристів, тобто, без урахування витрат на транспорт. До 2030 року прогнозується, що темпи його зростання становитимуть понад 10% щороку. Передумови такому зростанню є наступними: загальне старіння людства, висока смертність у багатьох регіонах світу, несприятлива екологічна ситуація, кліматичні зміни, які пов'язані з надмірним забрудненням довкілля та збільшенням викидів вуглекислих газів. Також прослідковується значне збільшення кількості онкологічних та серцево-судинних захворювань. Сукупність усіх цих факторів призводить до того, що замість традиційного відпочинку за формулою « море – сонце – пляж» та екскурсійно – пізнавальних подорожей, споживачі все частіше надають перевагу медичному та оздоровчому туризму з метою лікування та профілактичних заходів щодо покращення свого здоров'я. Також лікарями все частіше рекомендується проходити відновлювальний курс реабілітації після хірургічних втручань тощо.

Медичний та оздоровчий туризм представляє значний інтерес і для власників та менеджерів готельних та не готельних засобів розміщення, особливо, тих, які розташовуються на території курортних зон та поблизу об'єктів природно – заповідного фонду. На думку експертів з медичного та санаторно – оздоровчого туризму, саме заклади розміщення являються основними партнерами для поступального розвитку цих напрямків туризму. Адже значна частина пацієнтів клінічних закладів, які приїжджають з метою лікування та реабілітації, є стаціонарними хворими, які потребують спеціалізованого медичного догляду. Переважна більшість відвідувачів приїжджає для проведення діагностики органів та систем організму, амбулаторного та профілактичного лікування. У таких випадках пріоритетом для них є проживання та харчування в спеціалізованих готелях санаторно – курортного типу. З такими відвідувачами, як правило, приїжджають

супроводжуючі особи, які також мають у пріоритеті розміщення у готелях, які мають у своєму складі санаторно – курортні, профілактичні та діагностичні центри. Окрім того, у світовому туризмі все більшої і стабільної популярності набирає напрям оздоровчого туризму, коли готелі пропонують своїм відвідувачам широкий асортимент SPA послуг. Також спостерігається і тенденція, коли відомі лікувальні комплекси та медичні клініки відкривають на своїй території власні спеціалізовані готелі, або викупувають готелі, що знаходяться поруч, створюючи таким чином брендові лікувальні, оздоровчі та профілактичні комплекси.

Виділення із визначення загального туризму тих видів діяльності, основною мотивацією яких є покращення фізичного, психічного та духовного здоров'я за допомогою медичних і оздоровчих заходів, що підвищують здатність людей задовольняти свої потреби, краще функціонувати як індивіди у їхньому оточенні та суспільстві, призвело до формулювання поняття оздоровчого туризму.

У зв'язку з відмінностями, заснованими на географічних та мовних характеристиках, з великою різноманітністю споріднених, культурних, оздоровчих традицій та нормативно-естетичних підходів відбувається становлення базового поняття "оздоровчий туризм", який часто підмінюється поняттям "медичний туризм". Таким чином, поняття оздоровчого туризму все ще чітко не визначено та має дискусійний характер. 22-а сесія Генеральної Асамблеї Всесвітньої Туристичної організації, яка проходила у Китаї у вересні 2017 р., прийняла як Рекомендацію визначення та класифікацію оздоровчого туризму.

На даний час оздоровчий туризм вважається глобальним, складним і швидко мінливим сегментом, який необхідно зрозуміти більшою мірою, щоб використовувати можливості і краще вирішувати проблеми.

Поняття «Оздоровчий туризм» (Health Tourism) в Україні.

«Лікувально-оздоровчий туризм» рекомендовано використовувати як загальне, яке охоплює два великих під поняття:

- власне оздоровчий туризм (wellness tourism)

- медичний туризм (medical tourism),

таким чином підпорядковуючи медичний туризм оздоровчому, як більш широкому за суттєвим значенням

Оздоровчий туризм - це вид туристичної діяльності, мета якого покращити та збалансувати всі основні галузі людського життя, включаючи фізичний, розумовий, емоційний, професійний, інтелектуальний та духовний аспекти. Основна мотивація оздоровчого туриста полягає у профілактичних, та випереджувальних заходах, тобто заходах, що покращують спосіб і якість життя, такі як фітнес, здорове харчування, релаксація, догляд за тілом та профілактичне лікування.

Медичний туризм - це вид туристичної діяльності, що передбачає використання науково обґрунтованих медичних лікувальних ресурсів та послуг (як інвазивних, так і не інвазивних). Це може включати діагностику, лікування, профілактику та реабілітацію.

Розглянемо чинники, які постають передумовами для глобального поширення оздоровчого туризму.

Перший чинник - процес урбанізації - серйозна проблема для людства, і як наслідок, для охорони здоров'я. За статистичними даними ООН, понад 56 відсотків населення світу проживає у містах, і очікується, що до 2050 року ця частка збільшиться до 68 відсотків. Стан здоров'я, пов'язаний з міським життям, призводить до значних показників стресу, зростанню хронічних та гострих патологій, а значить до зростаючих потреб у підтримці нормального стану життєдіяльності організму. Це суттєво та цілеспрямовано підвищує попит на здоровий спосіб життя, здорові поїздки та подорожі як природні альтернативи перевантаженому міському життю.

Другий чинник – зростаючі вимоги до покращення якості життя.

Незважаючи на інтенсивний сучасний стиль життя, у світі спостерігається тенденція збільшення часу, який витрачається на дозвілля, включаючи догляд за здоров'ям та профілактику захворювань. Більше вільного часу і збільшення наявного доходу присвячують дозвільним заходам, таким як подорож, фітнес-

розваги, гармонізації здоров'я новими оздоровчими технологіями, підвищення особистого добробуту, і загальної мотивації до здорового способу життя.

Третій чинник – збільшення тривалості життя

За останні кілька десятиліть у багатьох розвинених країнах йде процес старіння населення, що потребує розвитку та розширення медичної і соціальної сфери з метою покращення життєво важливих показників стану здоров'я та буття, що стимулює розвиток медичного та оздоровчого туризму.

Четвертий чинник - швидкі технологічні розробки у медичній сфері

Медичні технології та медичні винаходи, які швидко розвиваються і дають більш високі показники успішності медичних заходів щодо збереження або поліпшення здоров'я, також впливають на зростання поїздок з медичною метою і стимулювання розвитку оздоровчого та медичного туризму, як наприклад більш швидка та менш інвазивна, неінвазивна, або мінімально інвазивна технологія як лапароскопія у косметичних та медичних процедурах. Технологічні та інноваційні компанії з глобальним охопленням можуть впливати на розвиток медичного туризму на місцевому, регіональному та міжрегіональному рівнях.

П'ятий чинник - транскордонна мобільність та мобільна охорона здоров'я.

Інтелектуальні рішення в галузі електронної охорони здоров'я і мобільної інформації в режимі реального часу прискорюють процес надання медичних та оздоровчих послуг, даючи можливість постачальникам медичних послуг скласти індивідуальні плани лікування. Мобільні технології можуть принести нові рішення та можливості для здоров'я, включаючи моніторинг життєво важливих функцій пацієнта в режимі реального часу та мобільну телемедицину, а також те, як постачальники туристичних послуг спілкуються та ставляться до своїх гостей. На користь розвитку оздоровчого та медичного туризму працюють і сучасні правові директиви.

Так, наприклад, Директива № 2011/24 / EU Європейського Союзу (ЄС) про транскордонну мобільність є Директивою з прав пацієнтів на міжнародну медичну допомогу, яка надає роз'яснення, що «пацієнти мають право звертатися

за медичною допомогою за кордоном, у тому числі на планове лікування, і отримати компенсацію за це, у принципі, без потреби шукати щось інше".

Шостий чинник – законодавча міжнародна правова регламентуюча база розвитку медичного туризму.

Дуже важливим, першорядним аспектом, що стимулює розвиток оздоровчого та медичного туризму, є сформоване чинне міжнародне законодавство про захист (конфіденційність) особистих медичних даних, електронної інформації, та про протистояння протизаконності дій в оздоровчому, особливо медичному туризмі.

Сьомий чинник – легкодоступна інформація в Інтернет просторі, можливість сформулювати свої запитання, побажання щодо медичної або оздоровчої послуги з урахуванням свого платіжного балансу.

Восьмий чинник - все сезонність медичного та оздоровчого туризму на відміну від традиційних видів туризму. Оздоровчий та медичний туризм може допомогти впоратися з сезонністю, оскільки він не обов'язково слідує сезонному графіку в порівнянні з іншими сегментами туризму. Він має тенденцію бути менш сезонним і може бути інтегрований у стратегію 365-денного призначення. Оздоровчий туризм також може сприяти поширенню туризму, оскільки багато оздоровчих та медичних закладів можуть розташовуватися на околицях міста та в сільській місцевості.

Таким чином, медичний туризм включає людей, які подорожують спеціально для отримання медичної допомоги. Оздоровчий туризм розрахований на подорожі для гарного самопочуття, для підтримки чи покращення особистого здоров'я та благополуччя, а також з метою отримання оздоровчої послуги, зосередження на подальшому лікуванні, психічному розслабленні яке має профілактичний та/або лікувальний характер.

Головними передумовами поступального розвитку оздоровчо-лікувального туризму нерідко стає відсутність медичного страхування та якісних послуг в країні постійного проживання пацієнта, нижчі витрати, якісніший догляд, оздоровчі процедури, недоступні в країні клієнта, мобільність

оформлення карти лікування та короткі періоди очікування.

Зростаючий сегмент оздоровчого, велнес і медичного туризму стає все більш затребуваним у багатьох вже відомих та перспективних нових напрямках по всьому світу.

Понятійно-термінологічним інструментарієм постають наступні поняття

Оздоровчий туризм – найбільш поширений у сучасному світі вид туристичної діяльності, мета якої покращити та збалансувати всі основні галузі людського життя, включаючи фізичний, розумовий, емоційний, професійний, інтелектуальний та духовний аспекти.

Медичний туризм (medical tourism) - міжнародні або національні подорожі, основна мотивація яких отримання медичної допомоги;

Велнес туризм - це подорожі з метою зміцнення здоров'я та благополуччя за допомогою фізичних, психологічних чи духовних дій. Велнес туристи активно прагнуть покращити або зберегти здоров'я та якість життя, приділяючи особливу увагу профілактиці;

Адаптивний туризм - досить новий вид оздоровчого туризму для осіб з відхиленнями в стані здоров'я та літніх людей, що включає адаптивну рухову рекреацію, фізичну реабілітацію, оздоровлення і соціальну інтеграцію даної категорії населення. Виступає як простий і доступний вид оздоровчого туризму і приваблює найбільшу кількість учасників. [33, с.11]

Спа - туризм - поширений напрям велнес-туризму, пов'язаний з отриманням послуг оздоровлення. Сама аббревіатура SPA (sanus per aqua) у перекладі означає «здоров'я через воду», але в сучасному світі SPA не тільки водні процедури, а ще цілий набір різних процедур, таких як масажі, обгортання, акупунктура, аромотерапія і багато інших процедур.

Бальнеотерапія від лат. balneum - «лазня, ванна, купання» та грец. therapéia - «лікування» - це фізіотерапевтична процедура, що полягає в лікуванні та оздоровленні мінеральними водами, а також лікувальними грязями (пелоїдотерапія); [2, с.36]

Висновки до розділу 1

Підсумовуючи розглянуті у першому розділі роботи теоретичні аспекти роботи готельних закладів розміщення туристів.

На успішну роботу готелів дуже сильно впливає підвищена обізнаність споживачів щодо всього, що є сталим, цілеспрямованим, пов'язаним напрямку із здоров'ям та морально – психологічним благополуччям. Споживачі встановлюють нові стандарти для підприємств гостинності, які базуються не тільки на технічних та технологічних вимогах, а і на

Серед найрізноманітніших типів готелів перспективними можна вважати ті, які сповідують принципи сталості, економного використання ресурсів, є технологічними та комфортними з точки зору людської психології.

Тенденції розвитку ринку світового лікувально – оздоровчого та медичного туризму є дуже перспективними в усьому світі у пост пандемічний період. Зростаючий сегмент оздоровчого, велнес і медичного туризму стає все більш затребуваним у багатьох вже відомих та перспективних нових напрямках по всьому світу.

Медичний та оздоровчий туризм представляє значний інтерес і для власників та менеджерів готельних та не готельних засобів розміщення, особливо, тих, які розташовуються на території курортних зон та поблизу об'єктів природно – заповідного фонду.

На думку експертів з медичного та санаторно – оздоровчого туризму, саме заклади розміщення являються основними партнерами для поступального розвитку цих напрямків туризму.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕСУРСНОЇ БАЗИ ТА ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ МІСТА ТРУСКАВЕЦЬ

2.1 Загальна характеристика ресурсної бази курортополісу Трускавець

Необхідно констатувати той факт, що за часів незалежності нашої держави, основний потік відпочивальників до Трускавця був із східних областей України.

Починаючи з 2010 років спостерігалася тенденція поступового збільшення кількості туристів з Польщі, Словаччини, Чехії, Молдови, Румунії та інших європейських країн. Також після розширення географії авіарейсів з міжнародного аеропорту імені Данила Галицького у Львові, почала зростати частка туристів з Азербайджану, Казахстану, Туркменістану. Відтак, спочатку пандемія, потім війна та економічна нестабільність породили ще один виклик для міста-курорту.

За радянських часів, коли діяла система профспілкових соціальних путівок, Трускавець не відчував браку відпочивальників. Місто було загальносоюзним центром оздоровлення, тож був стабільний великий потік відпочивальників з величезної території. Для радянського періоду великі санаторії на кількості чи тисячу місць були доречними. Відтак, коли СРСР розпався, курорт почав відчувати потребу у модернізації.

Соціальний туризм - концепція підтримуваної або співфінансованої відпустки часто пов'язана з доступним туризмом, спрямована принаймні частково на покращення здоров'я або благополуччя бенефіціарів: (відпускні путівки, спеціальне житло або кошти для соціально незахищених верств населення). Разом з тим, отримавши соціальну путівку на відпочинок та оздоровлення за ціною у 10 - 30% від повної вартості, відпочиваючі не виставляли своїх вимог щодо покращення сервісу, розвитку асортименту додаткових послуг, комфорту тощо. Це, в свою чергу, не стимулювало ні

управителів готелів та санаторно – курортних комплексів до впровадження інновацій, покращення сервісного обслуговування та підвищення якості надаваних послуг.

Майже 90% відпочивальників у Трускавці – мешканці України і після початку війни ця кількість людей, яка мала можливість приїжджати на оздоровлення, набагато зменшилася.

До того ж, росіяни, які в свій час займали перше місце по кількості серед іноземних відпочивальників перестали їздити до Трускавця на оздоровлення. Після відміни системи профспілкових путівок, росту цін на газ та електроенергію, стало практично неможливо завантажувати застарілі санаторії «радянського типу», які були розраховані в середньому на тисячу місць, а стан цих санаторіїв потребував чималих інвестицій для модернізації. Окрім того, на даний час їх експлуатація у зв'язку з подорожчанням енергоносіїв, внаслідок цілковитої відсутності енергоефективності самих будівель, є економічно недоцільною, а то і взагалі збитковою. Тому, на даний час, великі санаторії, збудовані у 60 – х 70 –х роках минулого століття, які входили до складу профспілкового об'єднання ЗАТ «Трускавецькурорт», перебувають у законсервованому стані і поступово занепадають. Наприклад, такі санаторно – курортні комплекси, як «Рубін» та «Янтар», припинили свою діяльність у 2014 році.

Сьогоднішній клієнт є вибагливим, він хоче спокою і комфорту, тому йому більше до вподоби невеличкі санаторії. До речі, саме такі невеликі комплекси дуже любляють туристи з Європи. За час незалежності з'явилося більше відпочинкових вілл, вони користуються попитом, їх легше утримувати і наповнювати відпочивальниками. До того ж, вони естетично краще виглядають і вписуються в архітектуру міста.

Крім економічних та соціальних причин кризи, є ще одна – це зміна смаків людей, які надають перевагу затишку та сервісу. У Трускавці це зрозуміли, тож тепер санаторії активно переорієнтовуються на нові стандарти сервісу та послуг.

Початок війни в Україні створив велику кризу в туристичному бізнесі, це відчули і в Трускавці. У 2014-15 роках був великий спад відпочивальників, але зараз можна впевнено сказати, що місто пододало цю кризу, адже вчасно переорієнтувалося. Якщо позаминулого та минулого року на першому місці серед країн, громадяни яких приїжджають до Трускавця на оздоровлення, був Азербайджан, Молдова, Білорусь і Польща, то цього року перше місце по кількості відпочивальників серед іноземних країн зайняла Польща.

Трускавець підходить для відпочинку тим людям, хто любить природу та екотуризм, адже це – екологічно чисте місто. Тут немає промислових підприємств, виробництва, а у центрі міста розташований створений та спроектований з урахуванням потреб відпочиваючих Курортний парк, що займає 57 гектарів. Парк був закладений у 1895 році та має яскраво виражені ознаки англійського паркового стилю. До слова, це - пам'ятка садово-паркового мистецтва.

Він також важливий тим, що допомагає відпочивальникам оздоровлюватися. Справа в тому, що за рельєфом він горбистий, що дуже добре для тих, кому лікар прописує кардіо навантаження та кардіо вправи. Лікарі, до речі, радять пити «Нафтусю» у поєднанні з прогулянками, адже організм краще очищається саме під час ходьби.

Ще на початку століття ХХ у парку були розроблені піші маршрути з різними видами фізичного навантаження залежно від потреб організму. Зараз якраз триває реконструкція чергової частини цього величезного парку і відновлення теренкурів.

Води Трускавця активують пристосувально-захисні сили організму і він сам справляється з хворобами.

Лікувальні мінеральні води Трускавця – одна з причин, чому на оздоровчому курорті постійно багато відвідувачів. Люди їдуть сюди з різних куточків країни заради лікувальної води, відновити сили і справитися з тією чи іншою хворобою.

Унікальна лікувальна вода, яка є справжньою перлиною курорту Трускавець - «Нафтуса». Ця вода стає цілющою завдяки своєму формуванню в умовах особливої геологічної будови місцевих надр. Квінтесенцією «Нафтусі» є унікальні мікроорганізми (вуглеводніоокислюючі, сульфатредуючі і тіоновокислі), які живуть тільки у ній. Вони живляться органічними речовинами нафтового ряду породи і перетворюють їх у біологічно активні речовини.

Потрапивши у шлунково-кишковий канал біологічно активні речовини активують розміщені в слизовій оболонці нервові закінчення, а також різноманітні ендокринні клітини, гормони яких разом з нейронами регулюють секрецію шлункового і підшлункового соку і жовчі та скорочення і розслаблення гладеньких м'язів шлунка, кишківника і жовчевивідних шляхів. У підсумку нормалізується робота травної системи. Саме так до початку нашого століття учені пояснювали лікувальну дію «Нафтусі» при гастроентерологічних захворюваннях.

Проте залишалося без відповіді запитання, яким чином затухає запальний процес, причому не тільки в травному каналі, а і в нирках, куди органічні речовини хоч і потрапляють через кров, але в концентрації, вже меншій в 70 разів. Розгадка стала можливою після дослідження імунної системи, яка відповідальна за знешкодження хворобливих мікробів і викликаного ними запалення.

Згідно з сучасними уявленнями, ключовою фігурою, через яку здійснюється цілюща дія «Нафтусі», є розташовані в слизовій оболонці кишківника особливі імунні клітини – макрофаги. Вони активуються як біологічно активними речовинами «Нафтусі, так і її мікробами, виділяючи при цьому специфічні речовини – цитокіни. Цитокіни, своєю чергою, активують чутливі нервові закінчення блукаючого нерва, нейрони якого не тільки регулюють роботу органів травлення, а й посилають імпульси до ділянок кори головного мозку, де розміщені нервові центри, які регулюють роботи як імунної, так і ендокринної системи. [16, с.87]

У підсумку активуються так звані «захисні сили організму», які протидіють не тільки хворобливим мікробам, а й іншим несприятливим чинникам (токсини, радіація, холод, перегрівання, психічний стрес тощо). Зазвичай «Нафтусю» призначають тим, хто має захворювання травної і сечовивідної систем, а також цукровий діабет. Разом з тим, в останні десятиліття виявлено її сприятливий вплив при гіпотиреозі, імуно-дисфункції, гіпертонічній хворобі.

Як правило «Нафтуса» застосовується не самостійно, а в комплексі з аплікаціями озокериту і мінеральними купелями. Виявлено, що і ці лікувальні чинники реалізують свій цілющий вплив на організм через активацію тих же макрофагів, але розміщених в товщі шкіри. При цьому виділювані макрофагами цитокіни досягають мозку через кров, де впливають на ці ж нервові центри, відповідальні за механізми само зцілення («саногенезу»).

Нарешті, вода «Броніслава», що застосовується у вигляді полоскань, теж впливає на макрофаги, розміщені у мигдаликах і слизовій ротової порожнини.

А ось питні води «Марія» і «Софія», на думку Ігоря Поповича, яку він не нав'язує іншим, є просто «бідними родичами» «Нафтусі» і озокериту. Ця думка ґрунтується на даних, згідно з якими штучні сольові аналоги цих вод не впливають на пристосувально-захисні системи організму, а наявна фізіологічна активність зумовлена все ж мінімальними кількостями цих же нафтоподібних органічних речовин, що й зрозуміло, адже води ці родом теж з Трускавця.

Значного поширення у місті Трускавець набули вілли , або ж вілії, які по своєму функціоналу закладу розміщення практично аналогічні європейським пансіонам чи пансіонатам. Послуга розміщення для туриста у цих закладах є значно дешевшою, ніж у готельних закладах. Основна відмінність між ними у тому, що власники вілл (пансіонів) не завжди дотримуються чинних стандартів щодо надання послуг. Вілія (пансіон) – це як правило, використання площі в тих спорудах, які першопочатково проектувалися як будинки для власного проживання. Характерною рисою таких закладів розміщування туристів є достатньо обмежений за місткістю номерний фонд, який розрахований , як

правило, на одночасне приймання та обслуговування максимум до 20 осіб. [27, с.64] Найчастіше такий заклад розміщення відпочиваючих належить одній родині, члени якої, як правило, і займаються обслуговуванням своїх споживачів. У вартість проживання найчастіше входить тільки сніданок, який приготований у домашніх умовах.

Камерність і домашня атмосфера, а також порівняно низька ціна – це ключові фактори, які приваблюють відвідувачів.

2.2 Аналіз типів та видів готелів міста – курорту Трускавець

Під час виконання кваліфікаційної роботи автором дослідження було проведено аналіз видів та типів закладів розміщення туристів, які реально працюють на ринку у місті Трускавець станом на 2023 рік.

Для виконання цього завдання було використано інформацію з найбільшого сайту – агрегатора з бронювання готельних номерів <https://www.booking.com>

За запитом «Трускавець» знайдено 155 закладів розміщення, які пропонують послуги з приймання та обслуговування туристів у сезоні 2023 року. За класифікацією, яка прийнята на цьому сайті, вони поділені на 10 категорій.

Найбільша кількість припадає на апартаменти – 66 одиниць.

Також у списку гостей будинки, традиційні для цього регіону вілли, будинки для відпочинку.

Станом на 2023 рік у Трускавці діє тільки один заклад молодіжного типу – хостел.

Результати аналізу відображено у таблиці 2.1. Кількість закладів розміщення у м. Трускавець станом на 01.05.2023 року (за класифікацією <https://www.booking.com>)

Таблиця 2.1.

Кількість закладів розміщення у м. Трускавець станом на 01.05.2023 року
(за класифікацією <https://www.booking.com>)

№	ТИП ЗАСОБУ РОЗМІЩЕННЯ	КІЛЬКІСТЬ
1	Апартаменти	66
2	Готелі	51
3	Гостьові будинки	15
4	Курортні готелі	6
5	Готелі типу "ліжко і сніданок"	4
6	Вілли	4
7	Санаторії	4
8	Хостели	1
9	Будинки для відпочинку	1
10	Інші заклади розміщення	3
	Всього	155

За запитом «Трускавець – готелі» знайдено 51 заклад розміщування, який позиціонує себе, як готелі. 36 з цих закладів не мають присвоєних категорій, тобто, так називані «поза категорійні» заклади розміщення. Категорія 3 «зірки» - 11 готелів. Категорію – 4 «зірки» мають 3 готелі. 1 готель категорії 5 «зірок».

Таблиця 2.2.

Категорії готелів м. Трускавець станом на 01.05.2023 року

№	КАТЕГОРІЯ	Кількість
1.	Категорія 3 «зірки»	11
2.	Категорія 4 «зірки»	3
3.	Категорія 5 «зірок»	1
4.	Без категорії	36

З усіх цих закладів розміщування тільки 6 позиціонують себе як курортні готелі.

Також під час виконання кваліфікаційної роботи було проведено рейтингування цих закладів на основі відгуків відпочиваючих.

Таблиця 2.3.

Рейтингові оцінки курортних готелів м. Трускавець станом на 01.05.2023 року

	НАЗВА	КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ
1.	Mirotel Resort and Spa	9.2.
2.	Вілла Жасмин	9.1.
3.	ARKADA Sanatorium	8.2.
4.	Вілла «Анастасія»	8.1
5.	Lisova Pisnia Resort Hotel	8.1.
6.	Sanatoriy Kristall	6.8

З вищенаведеної таблиці видно, що найвищий рейтинговий бал 9.2 отримав єдиний на даний час п'ятизірковий готель у м. Трускавець “Mirotel Resort and Spa”, який знаходиться в самому центрі міста біля бювету мінеральних вод № 1 та парку. Особливістю цього закладу розміщення є його архітектурно – планувальна конструкція , яка створена у вигляді двох рук, що символізують мир. Заклад відзначається своїм практично бездоганим сервісом, комфортом, спа зонами та сучасним медико - діагностичним центром. Тут створені всі необхідні умови для незабутнього відпочинку, оздоровлення, а також для проведення успішних ділових зустрічей

Mirotel Resort And Spa” пропонує своїм гостям 184 номери різних категорій , також є номери для людей з обмеженими можливостями. Для зручного переміщення гостей наявні кілька ліфтів. Усі номери курортного спа-готелю “Mirotel” оформлені і сучасному стилі у м'яких тонах, приємне поєднання світлих та темних кольорів. Оснащені кондиціонером і телевизором з плоским екраном. Ванні кімнати укомплектовані тапочками, халатами та феном. З

балконів відкривається хороший огляд та краєвид на паркову зону, гори та місто. Пейзаж надихає та наповнює енергією.

Ресторан оздоровчо-готельного комплексу “Mirotel Resort And Spa” розрахований на 140 посадкових місць. Пропонуються страви української, італійської, французької та тайської кухонь. Також декілька барів, лобі-бар, панорамний п'яно бар, і літня тераса, де гості мають можливість замовити напої з підвищеним градусом, соки, чай, каву і десерт.

Харчування надається декількох видів: сніданки за системою шведський стіл, харчування в ресторані по меню, дієтичне харчування за призначенням лікаря.

Усім гостям пропонується доступ до власного бювету та джерела мінеральної води і відвідування лікаря. Гостей готелю запрошують відпочити у спа-центрі із саунами, солярієм і басейнами. Гостям надають послуги масажу та консультації лікаря.

Спа-центр пропонує широкий вибір методик оздоровлення та омолодження. Процедури допоможуть відновити форму, зарядять життєвою енергією, а також зроблять шкіру більш ніжною та пружною.

На території спа центру “Mirotel Resort And Spa” знаходиться спортивний басейн 25 метрів в довжину. Також гостям пропонується два басейни довжиною 9 і 12 метрів і дві ванни - джакузі.

Діагностичний центр «Мед палас» - це останні досягнення в області світової діагностики. Завдяки сучасному обладнанню, центр має можливість проводити біля трьохсот п'ятдесяти видів діагностики. Такий підхід ґрунтується на принципі - успішне лікування починається з правильного діагнозу.

На території готелю для зручності гостей працює власний бювет, у якому пропонується широкий вибір лікувальних вод: Нафтуса, Марія, Софія, Броніслава.

Також у готелі “Mirotel Resort And Spa” можна проводити події різних форматів: конференції, переговори, на велику кількість учасників.

Санаторіями у місті Трускавець позиціонують себе тільки 4 заклади розміщування туристів. І, як видно з оцінок споживачів, їх рейтинг не є високим навіть порівняно з курортними готелями.

Таблиця 2.3.

Рейтингові оцінки санаторних готелів м. Трускавець
станом на 01.05.2023 року

	Назва	Кількість балів
1.	Rixos-Prykarpattya Resort	8.8
2.	Resort Hotel Karpaty	8.5
3.	Svityaz Resort	8.5.
4.	Sanatorium Elite Dnipro	6.5

2.3 Особливості діяльності готелів під час пандемії COVID-19

Під час пандемії, викликаной вірусом COVID-19, чи не найбільших проблем світова індустрія гостинності зазнала внаслідок закриття кордонів між країнами у зв'язку із рекомендаціями урядів та профільних організацій щодо уникнення масових заходів, обмеження інтенсивності пересування між країнами та пов'язаним з цим зниженням попиту на авіа перельоти.

Усі ці комплексні заходи практично звели до найнижчої позначки усі можливості здійснення туристичної діяльності внаслідок боротьби з пандемією COVID-19 і запровадженням карантину. Тільки за перші три місяці пандемії збитки туристичної індустрії склали понад 195 млрд. доларів. Згідно зі статистичними даними, тільки у першому кварталі 2020 року спостерігалось скорочення подорожей у 22%, а прибуття в березні впали до рівня 57% на всіх ринках.

Починаючи з 13 березня 2020 року в Україні, як і у переважній більшості країн світу, було запроваджено жорсткі карантинні обмеження і призупинено

регулярні авіаційні рейси у сполученні, як між іншими країнами, так і всередині держави, що принесло багатомільйонні збитки і індустрії гостинності України. За даними Всесвітньої туристичної організації, втрати туристичної індустрії за час пандемії можуть перевищити 1 трильйон доларів США. Призупинення практично до нульового показника туристичних подорожей, дуже сильно вплинуло і на готельну індустрію в Україні, більшість підприємств якої також практично повністю призупинили свою діяльність, зазнавши значних збитків. Після завершення карантину готельна сфера потребуватиме відновлення, що визначає необхідність пошуку нових ефективних форм виходу готельних підприємств з кризи та не допущення їх банкрутства. Одним з ефективних шляхів виходу українських готельних підприємств з кризи, є консолідація їх діяльності шляхом інтеграції з іншими секторами економіки. Що стосується підприємств готельної індустрії міста Трускавець, то тут очевидним є факт, що пріоритетом є консолідація зусиль з підприємствами медичного сектору. Тому питання вибору напрямів та форм інтеграції готельних підприємств потребують поглиблених досліджень, розробки нових моделей та показників оцінки ефективності їх діяльності на ринку в нових умовах. У зв'язку з тим, що вітчизняна готельна сфера, як складова туристичної індустрії, є однією із сфер, які найбільше постраждали від наслідків пандемії COVID-19, необхідно провести глибоке дослідження щодо подолання негативних наслідків у вітчизняній практиці та сформуванню теоретико - методичні та прикладні засади впровадження найбільш вдалих методів відновлення діяльності готельних підприємств в Україні

Усі готелі та інші заклади розміщення курортного Трускавець — у перших два місяці після запровадження карантинних обмежень повністю зупинили чи скоригували свою роботу на час карантину в країні. У всіх готелях, які ще приймали відвідувачів, було зачинено бари, ресторани, SPA-салони, а також скасовано усі без виключення додаткові розважальні та оздоровчі послуги.

Готелі та ресторани було зобов'язано чітко і неухильно дотримуватися офіційних рекомендацій МОЗ та постанов КМУ щодо роботи під час пандемії COVID-19

У травні місяці 2020 року на усіх об'єктах індустрії гостинності м. Трускавець, які отримали можливість працювати, були забезпечені наступні заходи безпеки:

Регулярно проводився моніторинг здоров'я усіх без винятку працівників, які були дотичні до роботи закладу: безконтактним термометром вимірювалася температура на початку і в кінці зміни кожного працівника, як контактної, так і безконтактних зон обслуговування;

Усі працівники отримали засоби індивідуального протівірусного захисту, а саме: респіратори серії ФП -3, одноразові медичні маски та одноразові рукавички з латексу;

На постійній основі для усіх працівників проводилися навчання та інструктажі; ознайомлення з вимогами та рекомендаціями, які надавали МОЗ України та Всесвітня Організація Охорони Здоров'я ;

Перед центральним та додатковими входами і виходами у приміщення в усіх закладах розміщення та закладах харчування, або ж на самому вході у вестибюлях, було розміщено санітарні диспенсери з дезінфекційними засобами;

Було розміщено у папках для гостей в номерах та встановлено на видних місцях при входах у приміщення інформаційні таблиці для гостей та персоналу з описаними правилами поведінки в готелях та ресторанах щодо дистанціювання та дотримання санітарно-гігієнічних вимогам;

Також в усіх закладах було збільшено кількість технологічних процесів проведення прибирання громадських приміщень загального користування з обов'язковою дезінфекцією усіх контактних поверхонь;

Для прибирання та дезінфекції використовувалися професійні засоби як європейського, так і вітчизняного виробництва з наявними відповідними висновками СЕС та свідоцтвами дезінфекційних засобів;

Проведено маркування відстаней у зонах загального користування з урахуванням дотримання безпечної дистанції не менше 1,5 м;

Обробка постільної білизни і махрових виробів (індивідуальних халатів та рушників) проводилася при високих температурах професійними сертифікованими засобами європейського виробництва з обов'язковим прасуванням та пропарюванням;

Діяльність закладів громадського користування була чітко регламентована повним і неухильним дотриманням вимог державних норм і стандартів і базувалася на дотриманні основ стандарту НАССР;

Відповідно до рекомендацій з безпеки харчових продуктів та організації громадських зон та обслуговування клієнтів, було проведено коригування роботи закладів громадського харчування та частково змінено формат обслуговування клієнтів;

Усі заклади розміщення та харчування мали затверджені внутрішні протоколи роботи і реагування у разі надзвичайної ситуації;

Проводився постійний моніторинг оновлення інформації, рекомендацій експертів та урядових організацій і невідкладно вводилися заходи безпеки. Згідно Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18 травня 2020 року № 32 «Щодо деяких вимог до протиепідемічних заходів при послабленні карантину» [5, 76], готелі в Україні не зобов'язані зачинятися на період карантину.

Однак через відсутність туристів у більшості з них, особливо у міських готелях туристського класу та призначених для конференційного та бізнесового туризму, вони тимчасово призупинили свою діяльність.

Кабінетом Міністрів України були розроблені тимчасові рекомендації роботи роботі готелів, а саме:

1. Керівники готелів повинні надати відповідальну особу, яка проводить температурний скринінг усім працівникам перед початком роботи.
2. Працівники, в яких виявлено температуру тіла понад 37,2° С або ознаки респіраторних захворювань, не допускаються до роботи.

3. Адміністрація кожного закладу розміщення та надання послуг харчування була зобов'язана забезпечити наявність запасу засобів індивідуального захисту щонайменше на п'ять робочих днів.

4. На вході в готель та в коридорах необхідно:

- розмістити інформаційні матеріали щодо профілактики корона вірусу;
- організувати місця для обробки рук спиртовмісними антисептиками з концентрацією активно діючої речовини понад 60 % для ізопропілового спирту та понад 70 % для етилового спирту.

5. Також необхідно було розмістити яскравого кольору плакат про необхідність дезінфекції рук (банер, наклейка, вказівник тощо).

При появі перших симптомів респіраторного захворювання та/або підвищення температури у особи, що проживає в готелі, така особа підлягала ізоляції в номері до прибуття служби екстреної медичної допомоги, яку повинен був викликати персонал готелю.

Дозволяється одночасне перебування відвідувачів у вестибюлі закладу з розрахунку не більше однієї особи на 10 квадратних метрів площі зали обслуговування.

Допуск відвідувачів та перебування у готелі (поза номером) дозволяється лише у захисній масці (у тому числі саморобній), так, щоб були покриті ніс та рот.

В зонах загального користування на постійній основі повинна функціонувати припливно-витяжна вентиляція, яка запобігає поширенню вірусу.

Адміністрація готелю забезпечує та контролює виконання умов недопущення формування черг в місцях можливого скупчення туристів.

У місцях потенційного скупчення відвідувачів повинно бути нанесене відповідне тимчасове маркування для забезпечення дотримання дистанції не менше 1,5 метри.

Для уникнення черг при реєстрації поселення в готель адміністрація закладу розміщення повинна забезпечити можливість попередньої он лайн реєстрації відвідувачів.

На рецепції готелю встановлюється захисний екран між персоналом та відвідувачами. Персонал готелю має дотримуватись всіх санітарно-гігієнічних норм і стандартів, які регламентовані політикою IHG та ВООЗ.

У готельних закладах забороняється робота конференц-залів, фітнес та спа-центрів готелів.

Харчування в готелях може бути організоване шляхом доставки їжі номери за попереднім замовленням відвідувачів або в ресторанах (кафе) готелів лише на відкритих (літніх) майданчиках на відкритому повітрі, у тому числі під тентами, на верандах, за умови дотримання відстані не менш як 1,5 метра між місцями для сидіння за сусідніми столами та розміщення не більш як чотирьох клієнтів за одним столом (без урахування дітей віком до 14 років).

Запроваджується шведський стіл – подача страв персоналом, забезпечення усунення контакту гостей з сервісним. Набори для солі, перцю будуть замінюються на одноразового використання, а прибори для споживання їжі подаються в паперових футлярах разом з ложками і щипцями. Повинна проводитися анти бактеріологічна обробка всієї води, що надходить в готель, жорстким ультрафіолетом. Відбувається регулярна щоденна обробка всіх ресторанів і барів з дезінфікуючими помповими розпилювачами.

При заїзді в готель кожному гостю надається спеціальний набір із санітайзером, гумовими рукавичками та маскою. Проводиться обробка дезінфікуючим засобом багажних сумок, колясок і інших речей гостей.

Після виїзду кожного гостя з метою дезінфекції в номерах слід використовувати професійні дезінфікуючих озонаторів.

В готелі повинні бути експрес-тести на антитіла до COVID-19 для тестування співробітників готелю при перших симптомах ГРВІ (для гостей разі відповідних звернень на рецепцію викликається швидка допомога).

Отже, проблема відновлення та розвитку бізнесу підприємств у сфері туризму та індустрії гостинності в сучасних умовах, ускладнених пандемією COVID-19, потребує тісної взаємодії і консолідованої діяльності між

підприємствами галузі, пошуку нових шляхів співробітництва, одним з яких є створення комбо-готелів.

Така форма співпраця в індустрії гостинності підвищує конкурентоспроможність підприємств цієї сфери, дає змогу не закритися малим підприємствам та відновитися середнім та великим, забезпечує їх подальший розвиток як на національному рівні.

Висновки до розділу 2

Провівши аналіз роботи закладів готельної та курортної індустрії міста Трускавець під час пандемії, підсумуємо наступне:

- усі заклади розміщення у Трускавці повністю припинили свою роботу з початком оголошення пандемії з 13 березня 2020 року.
- понад 50% закладів розміщення та харчування у Трускавці працюють лише частково, що означає зменшення прибутку, або ж і його відсутності, що в свою чергу кожного дня збільшує кількість громадян, які живуть за межею бідності
- з червня 2020 року практично припинилося обслуговування іноземних туристів

Отже, у висновку доцільно звернути увагу на незадовільний фінансовий стан готельно-ресторанного бізнесу та дефіцит кадрів, у зв'язку з масовим виїздом громадян за межі України та мінімальним, практично за межами статистичної похибки, відсотком в'їзного туризму.

Під час виконання кваліфікаційної роботи автором було проведено аналіз видів та типів закладів розміщення, які реально працюють на ринку у місті Трускавець станом на 2023 рік. Для виконання цього завдання було використано інформацію з найбільшого сайту – агрегатора з бронювання готельних номерів <https://www.booking.com>

За запитом «Трускавець» знайдено 155 закладів розміщування, які пропонують послуги з приймання та обслуговування туристів у сезоні 2023 року. За класифікацією, яка прийнята на цьому сайті, вони поділені на 10 категорій.

Найбільша кількість припадає на апартаменти – 66 одиниць. Також у списку гостьові будинки, традиційні для цього регіону вілли, будинки для відпочинку. Станом на 2023 рік у Трускавці діє тільки один заклад молодіжного типу – хостел.

Отже, у висновку доцільно звернути увагу на незадовільний фінансовий стан готельно-ресторанного бізнесу та дефіцит кадрів, у зв'язку з масовим виїздом громадян за межі України та мінімальним, практично за межами статистичної похибки, відсотком в'їзного туризму.

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У МІСТІ ТРУСКАВЕЦЬ

3.1. Проблеми розвитку готельного бізнесу у м. Трускавець

Починаючи з 1991 року, тобто, з початку Незалежності в Україні розпочався досить складний етап у готельному та курортному бізнесі, ознаками якого стали: закриття або перепрофілювання готелів та санаторно – курортних закладів (санаторіїв, профілакторіїв); практично повна відсутність необхідних інвестицій для їх розвитку; надзвичайно велике зменшення показників рентабельності, доходу та практично повна відсутність прибутків та обігових коштів, зростання плинності кадрів.

Незважаючи на те, що сфера послуг набуває все більшого розвитку в нашій країні, розвиток і функціонування готельного господарства та спеціалізованих готельних закладів розміщення курортного типу зокрема, ускладнюється цілою низкою проблем:

1. Недостатня кількість готелів та мереж внаслідок значних бар'єрів входження на ринок готельних послуг України. Так, наприклад, у місті Трускавець станом на 01 травня 2023 року немає жодного закладу від провідних готельних операторів, як і готелю, який належить до всесвітньовідомої готельної мережі. Адже саме такі заклади розміщення, які можуть забезпечити високий рівень якості основних та додаткових послуг, у першу чергу затребуються вимогливими туристам з усього світу.

2. Невідповідність встановлюваних цін рівню якості надаваних готельних послуг.

3. Низький рівень конкуренції на ринку надання послуг з тимчасового розміщення внаслідок відсутності чітко прописаних та впроваджених стандартів управління якістю готельних послуг. Український готельний ринок

характеризується незадоволеним попитом та обмеженою пропозицією як зі сторони іноземних готельних мереж, так і зі сторони українських готельєрів.

4. Неналежний рівень підготовки кадрів для готельного господарства.

5. Обмеженість практики використання електронних та автоматизованих систем бронювання готельних номерів та новітніх технологій у процесі здійснення обслуговування в готелях та інших закладах розміщення.

6. Проблема завантаженості та якісного утримання готелів та інших закладів розміщення.

Готельна індустрія у місті Трускавець має цілий ряд проблем, які притаманні і іншим регіонам України, а саме:

- практично відсутнє інвестування у будівництво нових готелів;
- недостатня кількість кваліфікованих фахівців у галузі управління підприємствами готельного господарства та обслуговування;
- низький рівень конкуренції на готельному ринку внаслідок недосконалих корпоративних стандартів управління якістю готельних послуг;
- низька якість обслуговування, відсутність якісної реклами.

Тим не менш, український готельний ринок є досить привабливим для іноземних інвесторів, оскільки термін окупності проекту досягає 8 років, що у 2-3 рази менше, ніж у європейських країнах. Альтернативою вирішенню проблем українського готельного бізнесу є входження на ринок відомих готельних мереж, які запровадять високоякісний сервіс згідно із власними стандартами сервісного обслуговування.

Незважаючи на існуючі проблеми зацікавленість в готельному бізнесі в Україні продовжує зростати, що пояснюється недостатньою кількістю готелів різної цінової категорії. Об'єднання підприємств в готельні мережі з встановленням єдиних стандартів обслуговування, централізованим наданням ряду послуг в т.ч. по бронюванню, матеріально-технічному оснащенню, безпеці підвищують рентабельність підприємств готельного господарства знижуючи витрати на управління. Помилки в процесі діяльності одного з підприємств готельної мережі можуть бути покриті за рахунок інших підприємств

об'єднання. Тому можна говорити про високу стійкість і стабільність готельних підприємств, що є членами міжнародних і національних готельних ланцюгів.

Доходи готелів формуються з трьох джерел: від номерного фонду; ресторанів, барів та бенкетів; а також від надання в оренду конференц-залів, послуг SPA, трансферів та екскурсій. У мирний час у структурі загальних доходів готелів у Трускавці найбільшу частку становило здавання номерів від 60 до 75%.

За даними дослідження, яке проводили Державне агентство розвитку туризму та Асоціація готелів та курортів України, основна проблема галузі – недостатня кількість гостей. Після початку великої війни ключовим джерелом доходу готелів залишається дохід від проживання, а надходження від харчування та конференцій значно впали.

Заробіток готелів в Україні може значно варіюватися залежно від розташування та рівня безпеки, класу готелю, рівня обслуговування, тарифної політики, економічної ситуації в країні.

Після початку великої війни в західних регіонах завантаження було максимальне, але це не був туризм. Це був вимушений переїзд людей з різних регіонів, щоб знайти безпечне місце або зупинитися на шляху до кордону.

Натомість п'ятизіркові готелі мали хороші показники заповнюваності завдяки підвищеному попиту з боку представників ЗМІ, дипломатичних делегацій та міжнародних волонтерських організацій. Показники були кращими, ніж до великої війни. Середній рівень заповнюваності п'ятизіркових готелів у березні-травні 2022 року становив 37% проти 27% в аналогічний період 2021 року.

У західній частині країни в цей період спостерігалось значне підвищення попиту. Багато готелів повністю бронювалися на кілька місяців, завдяки чому середня заповнюваність у Трускавці зросла до 80%.

В умовах війни до витрат готелів додалося забезпечення безпеки для гостей та персоналу, що скорочує прибутки. Самоокупність готелю не гарантована щомісяця, але прогноз та план прибутковості робляться, як і

раніше". У Державному агентстві розвитку туризму кажуть, що окупність цього бізнесу варто розглядати за регіонами. Зараз прибуток можуть отримувати готелі, розташовані у відносно безпечних регіонах.

Стала заповнюваність з адекватним середнім тарифом є основою для того, щоб готелі покривали витрати і мали заробіток. Водночас потрібно зважати на зростання інвестиційних та операційних витрат: генератори, пальне, облаштування укриття, подорожчання продуктів харчування, прийом та розміщення тимчасово переміщених осіб як частина волонтерської програми.

Відновлення і розвиток готельного ринку значною мірою залежатиме від тривалості війни та економічної ситуації в країні. До повного та сталого завершення війни на ринку відсутні передумови для суттєвої зміни рівня заповнюваності та інших операційних показників з огляду на обмежені економічні можливості населення та високий рівень невизначеності.

Зокрема, на ринку відсутні передумови для відновлення туристичних потоків, особливо іноземних. У Держагентстві розвитку туризму вважають, що у випадку швидкого закінчення війни та відновлення авіасполучення галузь швидко відновить довоєнні показники. Особливо це стосується готелів, що орієнтуються на іноземців.

У разі швидкого закінчення війни зацікавленість Україною зросте, а показники галузі залежатимуть від того, чи зможе країна приймати туристичний потік з точки зору логістики, розміщення та безпеки.

За умов швидкого завершення війни і відновлення туристичних потоків можливе жваве відновлення ринку, як у 2021 році після зняття карантинних обмежень і розширення сполучення з країнами Перської затоки, але думати про стабільний розвиток готельного господарства можна буде після завершення боїв і відновлення кордонів України 1991 року.

У випадку тривалої війни розвиток галузі можливий насамперед завдяки внутрішньому туризму. Цей напрям розвивається завдяки бізнес-туризму та обмеженню на виїзд за кордон чоловіків, військовослужбовців і державних службовців. Це платоспроможні люди, які мають потребу у відпочинку.

У Держагентстві розвитку туризму прогнозують, що у випадку тривалої війни галузь буде повільно відновлюватися. Попит матимуть заклади в мальовничих і курортних місцях, із спеціальними програмами для дітей та конференц-залами в укриттях.

Не варто хвилюватися лише п'ятизірковим готелям. У них навіть під час війни рівень заповнюваності буде підтримуватися завдяки іноземним ЗМІ, міжнародним делегаціям та дипломатичним

3.2. Пропозиції та рекомендації щодо перспектив розвитку готельної індустрії курорту Трускавець

Індустрія гостинності, яка спеціалізується на оздоровленні, профілактиці захворювань та лікуванні у цілому світі перетворюється на надзвичайно перспективний ринок із трильйонами доларів, які готові витратити потенційні споживачі цих послуг, та з дуже значним потенціалом для нових учасників у цьому секторі, які виведуть на ринок як нові продукти, так і нові послуги.

Розвиток готельного бізнесу пов'язаний з постійним вдосконаленням послуг та підвищенням їх якості. Персонал та керівництво готелів намагаються задовольнити різноманітні потреби своїх гостей, пропонуючи широкий спектр послуг - від безкоштовного Wi-Fi та сніданку до послуг преміум-класу, таких як спа-центри, басейни та ресторани. На розвиток готельного бізнесу впливає також зміна уявлень споживачів про подорожі та відпочинок. Замість того, щоб просто відвідувати популярні туристичні місця та визначні пам'ятки, люди все більше зацікавлені в активному відпочинку та експериментах з новими форматами відпочинку, такими як екологічний туризм, гастрономічний туризм, альтернативний туризм.

Для того, щоб бути успішними та прибутковими на ринку готельних послуг, менеджерам та власникам готелів Трускавця необхідно використовувати той найкращий закордонний досвід, який вже працює на аналогічних курортах,

зокрема, найкращі світові тренди у спа-центрах, які мали значний попит у 2022 році.

Перш за все, це спа - досвід, який став дуже актуальним та затребуваним, як під час пандемії, так і на даний час набуває підвищеного попиту у представників практично усіх сегментів туристського ринку після офіційного проголошення про завершення пандемії.

Спа - салони тепер повинні пропонувати великий вибір інноваційних та креативних терапій для розуму, тіла та душі.

Вплив COVID на індустрію оздоровлення та тренди спа.

Сьогодні спа-центри можуть задовольнити більшість побажань старшого покоління, яке очікує, що йому запропонують додаткові послуги з догляду за собою, або ж програми з оздоровлення та профілактичних заходів щодо загального зміцнення організму – від широкого спектру оздоровчих курортів, різноманітних саун, бань, хамамів і таласо терапевтичних послуг до більш специфічних медичних спа та медичних клінік. Але який майбутній потенціал курорту? І що спричинило таке зростання?

Консалтингова фірма McKinsey оцінює світовий ринок оздоровлення у понад 1,5 трильйона доларів із щорічним зростанням від 5 до 10 відсотків, що є дуже високим показником.

Через зростаюче занепокоєння щодо справжньої кризи «психічного здоров'я», яка загрожує вибухнути після пандемії, а також нових важливих запитів клієнтів щодо того, щоб тіла та розум були здоровими, розпочинається створення готельних компаній зі спа - центрами або оздоровчими та лікувальними пропозиціями, щоб отримати переваги у боротьбі за клієнта уже зараз.

Компанія Mckinsey виклала 6 ключових принципів «Краще» для розвитку ринку здоров'я:

1. Краще здоров'я
2. Краща фізична форма
3. Краще харчування

4. Кращий зовнішній вигляд
5. Кращий сон
6. Краща уважність

Медичний курорт

Завтра індустрія оздоровлення поглине та розширить послуги, пропозиції та особливості спа-центру та самого готелю, який має одні з найважливіших ключових активів для глобальної пропозиції оздоровчого способу життя. Це не дивно, оскільки багато з цих оздоровчих напрямків вже існують в Азії, більше орієнтовані на розум і духовні практики, а в США, більше орієнтовані на фітнес і природу.

Техніка в курортах

Завтра настане час штучного інтелекту (ШІ). Молоді покоління усвідомлюють необхідність профілактики хвороб, а не чекають, поки захворіють, і знайдуть ліки. Позитивна психологія, про активна та профілактична медицина – це терміни, які зараз використовуються в цьому зростаючому сегменті, де індустрія гостинності та її оздоровчі спа-центри мають ідеальне стартове становище, щоб задовольнити бажання своїх клієнтів.

Індустрія гостинності повинна адаптувати свою подорож клієнта, щоб інтегрувати програмування належних оздоровчих послуг. Перший крок, діагностика: такі слова, як «оцінка» та «рецепт», використовуються в профілактичній медичній допомозі.

Терапевтичні сеанси або оздоровчі програми більше не повинні проводитися виключно лікарями, а перевагу необхідно надавати фізіотерапевтам, реабілітологам та іншим експертам .

Ці оцінки можна полегшити завдяки допоміжним продуктам штучного інтелекту: тренажерам для фітнесу та сканування тіла та підключеним пристроям, які дозволяють ідентифікувати багато фізичних показників, зокрема, інтенсивність кардіо вправ та кардіо навантаження. Підключення до датчиків, які сканують показники здоров'я та моніторинг результатів різних тестів, дозволять

персоналізувати профілактичні програми загального зміцнення та оздоровлення організму. Цей тип персоналізації буде надалі зміцнюватися як ключовий актив гостинності.

Після визначення проблем та потреб з оздоровлення та фітнесу, менеджер із програм спа-центру може запропонувати доступні в спа-центрі програми *à la carte*, або ж загальні програми, які розширяють і урізноманітнюють пропозицію, при цьому оздоровчі послуги нададуть експерти з реабілітації, а не лікарі. Остеопати, фітнес-тренери, терапевти глибоких тканин зможуть надати заспокійливий досвід завдяки досвідченому людському дотику. Натuropати, психологи, релаксологи, майстри йоги зможуть проводити індивідуальні або групові заняття для розвитку бадьорості, лікування, боротьби зі стресом, емоційної рівноваги, уважності та покращення сну.

Спа - масажі

Молодші покоління, будучи настільки віртуально та цифрово пов'язаними, живуть у менш фізичному середовищі, ніж представники старшого покоління, які звикли рухатися у більш фізично виразному світі. Останнім часом Covid 19 загострив це явище та звів до мінімуму, або ж і зовсім припинив більш традиційні вітання (наприклад, рукостискання, обійми чи поцілунки). Тілесний контакт буде дефіцитом для підростаючого покоління. Спа- масажі та інші індивідуальні процедури запропонують унікальний людський дотик і стануть нагадуванням про те, що ця базова традиція є фундаментальною для благополуччя людини.

Забезпечення взаємодії з природним середовищем

Регулярний контакт з природою останнім часом став перевіреном засобом боротьби зі стресом і покращення самопочуття. Для курортів майбутнього архітектори повинні об'єднати якомога більше природних особливостей і циркуляцію повітря в усіх її формах, від широко відкритих бухт до нових складних штучно очищених середовищ. В околицях слід організувати екскурсії на природі та екологічні маршрути. Час, проведений у природних просторах на відкритому повітрі, має фізіологічні та психологічні переваги, такі як зниження реакції на стрес і покращення настрою.

Окрім традиційних пакетів, які пропонують на даний час більшість готельних спа та оздоровчих центрів у місті Трускавець, в яких переважають лише вологі та сухі кімнати, терапії та процедури, було б гарною ідеєю створити більше обізнаності про переваги природи через природні стежки, терапію дикою природою та, наприклад, тонізуючий масаж просто неба. Очевидно, що тут є нагальна потреба у відновленні

Психічне здоров'я

Цифровий світ має багато переваг, але так само має і свої недоліки, які, перш за все, пов'язані з малорухливим способом життя, обмеженням живих комунікацій тощо. Молоді люди мають менше проблем, з якими потрібно боротися в реальному світі, але, незважаючи на це, вони стикаються з іншими проблемами, які можуть позначитися: переслідування в соціальних мережах, відчуття ізоляції, стрес на роботі чи в школі. У майбутньому ми будемо свідками більшої кількості психічних патологій, ніж фізичних. Табу на проблеми психічного здоров'я потроху починає руйнуватися, оскільки все більше і більше людей мають сміливість говорити про депресію, виснаження та проблеми, які не мають фізичного прояву.

Раніше згадували, що стиль життя тисячоліть повинен включати проактивну, або превентивну медицину, яка також поширюється на психіку. Індустрія гостинності не повинна перетворюватися на оздоровчий центр, однак вона повинна прагнути запропонувати відповідь на очікування своїх нових клієнтів, які прагнуть вести здоровий спосіб життя, запобігати хворобам і непотрібному стресу, уникати виснаження та, коли вони ходять у ресторани, харчуються розумно. Будь-яке професійне ставлення повинно охоплювати почуття уважності та рівноваги.

Управління стресом

Після пандемії рівень стресу зріс через низку причин: відчуття страху та ізоляції, відриву від суспільства та близьких, економічна незахищеність. Ці обставини негативно вплинули на психічний стан багатьох людей. Що може

запропонувати СПА? Звичайно, це більш щадний варіант, ніж стандартні ліки у формі таблеток.

Традиційна китайська медицина та аюрведичні методи стають все більш популярними завдяки їхньому цілісному підходу та тому, як вони поєднують розум і тіло. Їх привабливість полягає в тому, що вони спрямовані на джерело проблеми, а не лише на симптоми. Подібним чином альтернативні лікувальні методи лікування, такі як акупунктура та рефлексотерапія, тепер так само добре відомі, як і масаж, і повинні стати частиною спа - пропозицій.

Зростання харчових потреб

Рух веганства, який охопив західний світ останніми роками, набирає обертів і зростає в популярності через зростаючу турботу про навколишнє середовище серед міленіалів і покоління Z. Сьогодні існує не лише веганство, але й ціла низка дієт : пескетаріанська, вегетаріанська, палео, безмолочна, безглютенова тощо, і є все більше доказів того, що харчова непереносимість і алергія також зростають.

Тому однією із рекомендацій автора кваліфікаційної роботи є включення до меню готельних ресторанів не тільки стандартних дієтичних столів, меню яких було розроблено професійними дієтологами ще у 70 –х роках минулого століття, але й сучасних дієтичних пакетів для різних споживачів.

Згідно з твердженнями медичних експертів, окрім алергії, переважній більшості сформованих та набутих поганих харчових звичок та їхнім фізичним та фізіологічним наслідкам можна запобігти, а індустрія гостинності ресурсно має можливість, якщо не відповідальність, звернути увагу та повідомити про переваги свого кулінарного позиціонування. Приємна їжа та меню, складені шеф-кухарями за допомогою дієтологів, можуть бути найкращим способом задовольнити цих клієнтів, для яких дієта є постійною турботою.

Це факт, що люди також усвідомили важливість харчових звичок, які зміцнюють імунітет. Оператори ринку, які формують спа - пакети повинні зосереджуватися на цьому аспекті та пропонувати індивідуальний вибір меню для клієнтів. Це не повинно обмежуватися лише медичними санаторно-

курортними та оздоровчими операціями. Правильне і збалансоване харчування – запорука гарного самопочуття. Найм у штат працівників готельного ресторану кваліфікованого дієтолога додасть більше цінності пропозиції.

Сон та відпочинок

Терапія сном стає все більш популярною для боротьби з безсонням і проблемами сну на відміну від прийому снодійних. Наведемо конкретний приклад: елітний курорт Amangiri нещодавно запустив «відпочинок для сну» в пустелі штату Юта, де пропонується комплексна спа-терапія, а також розумова та емоційна підтримка для кращого сну. У Швейцарії Grand Resort Bad Ragaz тепер пропонує ретрити йоги, щоб розвивати здоров'я, зцілення та щастя в нашому житті, тому що немає нічого дорожчого, ніж внутрішній мир і спокій. Акцент на певних типах медитації та інтроспективної терапії може залучити нову лінію клієнтів, які шукають способів перенавчати свій розум і тіло.

Як виглядатиме спа індустрія завтрашнього дня у курортних місцевостях. Відповідь на це питання може надати швейцарський експерт Луї де Вільморен. Згідно його досліджень, велнес процвітатиме в готельній індустрії, і саме в її спа-центрах клієнти чекатимуть послуг для покращення тіла, розуму та духу. Можна зайти так далеко, що уявити, що клієнти підуть у спа-центр за оздоровленням так само, як вони йдуть до ресторанів за їжею. Wellness буде так само незамінним, як зараз опція F&B у рейтингах готелів.

Необхідно заохочувати доступні, змістовні спа - та оздоровчі програми, розроблені та розроблені для різних демографічних груп.

Висновки до розділу 3

У період оголошення пандемії КОВІД 19 в загальному готелі та інші заклади розміщення туристів курортнополісу Трускавець опинилися у тій ніші готелів, які виявилися у виграші, порівняно, наприклад, з бізнес чи конференційними готелями. Тим готелям, які охоплювали ще і медичну або лікувально – оздоровчу сферу пощастило ще більше. Пандемія викликала у

споживачів такі потреби і настрої, що люди почали значно більше звертати увагу як на своє здоров'я, так і на стан здоров'я членів своїх родин . Імунітет, anti-aging – це те, у що зараз інвестують величезні гроші в світі, тому об'єкти, в яких поєднується відмінний готельний сервіс і медична складова, користуються ще більшою популярністю.

Тому ключовими рекомендаціями для розвитку готелів у пост пандемічний період у місті Трускавець є перепрофілювання у курортні та, по можливості, медичні готелі. Саме у пост пандемічний період багато людей витратять заощаджені кошти на відпочинок з метою покращення свого здоров'я.

Необхідно заохочувати доступні, змістовні спа - та оздоровчі програми, розроблені та розроблені для різних демографічних груп.

ВИСНОВОК

У ході дослідження було виявлено, що в сучасному світі на успішну роботу готелів дуже сильно впливає підвищена обізнаність споживачів щодо всього, що є сталим, цілеспрямованим, пов'язаним напряму із здоров'ям та морально – психологічним благополуччям. Споживачі встановлюють нові стандарти для підприємств гостинності, які базуються не тільки на технічних та технологічних вимогах, а і на індивідуальному підході та персоналізації сервісу.

У першому розділі виявлено, що з поміж найрізноманітніших типів готелів перспективними можна вважати ті, які сповідують принципи сталості , економного використання ресурсів, є технологічними та комфортними з точки зору людської психології.

Тенденції розвитку ринку світового лікувально – оздоровчого та медичного туризму є дуже перспективними в усьому світі у пост пандемічний період. Зростаючий сегмент оздоровчого, велнес і медичного туризму стає все більш затребуваним у багатьох вже відомих та перспективних нових напрямках по всьому світу.

Медичний та оздоровчий туризм представляє значний інтерес і для власників та менеджерів готельних та не готельних засобів розміщення, особливо, тих, які розташовуються на території курортних зон та поблизу об'єктів природно – заповідного фонду. На думку експертів з медичного та санаторно – оздоровчого туризму, саме заклади розміщення являються основними партнерами для поступального розвитку цих напрямків туризму.

У другому розділі, проведено аналіз видів та типів закладів розміщення , які реально працюють на ринку у місті Трускавець станом на 2023 рік. Для виконання цього завдання було використано інформацію з найбільшого сайту – агрегатора з бронювання готельних номерів <https://www.booking.com>

За запитом «Трускавець» знайдено 155 закладів розміщування, які пропонують послуги з приймання та обслуговування туристів у сезоні 2023 року. За класифікацією, яка прийнята на цьому сайті, вони поділені на 10 категорій.

Найбільша кількість припадає на апартаменти – 66 одиниць. Також у списку гостьові будинки, традиційні для цього регіону вілли, будинки для відпочинку. Станом на 2023 рік у Трускавці діє тільки один заклад молодіжного типу – хостел.

Доцільно звернути увагу на незадовільний фінансовий стан готельно-ресторанного бізнесу та дефіцит кадрів, у зв'язку з масовим виїздом громадян за межі України та мінімальним, практично за межами статистичної похибки, відсотком в'їзного туризму.

В третьому розділі запропоновано ряд рекомендацій щодо покращення та удосконалення роботи. Ключовими рекомендаціями для розвитку готелів у пост пандемічний період у місті Трускавець є перепрофілювання у курортні та, по можливості, медичні готелі. Саме у пост пандемічний період багато людей витратять заощаджені кошти на відпочинок з метою покращення свого здоров'я.

Необхідно заохочувати доступні, змістовні спа - та оздоровчі програми, розроблені та розроблені для різних демографічних груп

Отже, можна зробити висновок, що сучасні тренди розвитку готельної індустрії та туризму на території курортного полісу Трускавець мають усі можливості та передумови бути розвиненими на території цього курорту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баженова О.В. Управління якістю в готельно-ресторанному бізнесі: підручник. - К.: КНЕУ, 2016. - 320 с.
2. Блонський П.В. Управління якістю в готельно-ресторанному бізнесі: практичні аспекти: монографія. - К.: КНЕУ, 2018. - 280 с
3. Бойко О.В. Управління якістю: практичні аспекти: навчальний посібник. - К.: КНЕУ, 2018. - 356 с.
4. Бондаренко О.В. Аналіз якості послуг готельно-ресторанного комплексу: методологія та практика: монографія. - К.: КНЕУ, 2019. - 176 с.
5. Бордун О. Ю., Мальська М. П. Гео-соціоекономічна характеристика медичного туризму міста Львова (Теорія та методика впровадження) : монографія. Рига : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2018. 102 с.
6. Бушуєв С.О. Підвищення якості обслуговування в готельно-ресторанному бізнесі: теорія та практика. - К.: Видавництво "Наукова думка", 2017. - 352 с
Гнатенко Н.В. Управління якістю в готельно-ресторанному бізнесі: практичні аспекти: навчальний посібник. - К.: КНЕУ, 2019. - 352 с.
7. Карпенко І.Г. Якість та сервіс в готельному бізнесі: монографія. - К.: Видавництво "Наукова думка", 2018. - 224 с.
8. Мальська М.П., Паньків Н.М. Туристично-ресурсний потенціал території : підручник / Марта Мальська, Наталія Паньків. – Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. – 534 с.
9. Мальська М. П., Грицишин А. Т., Білоус С. В., Топорницька М. Я. Фестивальний туризм: теорія та практика: навч. посібник / М. П. Мальська, А. Т. Грицишин, С. В. Білоус, М. Я. Топорницька. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 232 с.
10. Мальська М., Малюга Л., Масюк Ю. Міжнародний курортний спаменеджмент. Навчальний посібник // М. Мальська, Л. Малюга, Ю. Масюк. – Київ: ФОП Піча Ю. В., 2022. – 276 с.

- 11.Мальська М., Бордун О., Антонюк Н. Медичний і оздоровчий туризм (міжнародні та національні аспекти). Навчальний посібник // М. Мальська, О. Бордун, Н. Антонюк – Київ, «Каравела», 2022. – 234 с.
- 12.Мальська М. П., Філь М. І., Пандяк І. Г. Гастрономічний туризм. Навчальний посібник. Київ : Видавництво «Каравела», 2021, 304 с.
- 13.Мальська М. П., Бордун О. Ю. Медичний туризм: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун –К.: «Центр учбової літератури», 2018. – 128 с.
- 14.Мальська М. П. Світовий досвід розвитку туризму : підручник / М. П. Мальська, Н. М. Паньків, А. Б. Ховалко. – К. : Центр учбової літератури , 2017. – 244 с.
- 15.Мальська М. П. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, В. Л. Кізима, І. З. Жук. – К. : Центр учбової літератури, 2017. – 336 с.
- 16.Мальська М. П. Менеджмент туристичного кластеру міста Львова / М. П. Мальська // Менеджмент ХХІ століття: глобалізаційні виклики : колективна монографія / за ред. І. А. Маркіної. – Полтава : Сімон, 2017. – С. 166–172.
- 17.Мальська М. П. Економіка туризму: теорія та практика [текст] : підручник / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. – К. : “Центр учбової літератури ”, 2014. – 544 с.
- 18.Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк . – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 472 с.
- 19.Мальська М.П., Бригілевич Г.М. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах. // Матеріали ХІV міжнародної науково-практичної конференції “Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання ”/ Черкаський державний технологічний університет, 2023. – с. 31-33.
- 20.Мальська М. П. Інноваційний тренд гостинності Норвегії / М. П. Мальська, М. І. Філь / Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації : тези доповідей VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 8-9 квіт., 2021 р. /

- М-во освіти і науки України; Інститут модернізації змісту освіти; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв ; Київ. ун-т культури ; Ф-т готельно-ресторанного і турист. бізнесу. – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2021. – С. 54-56.
21. Мальська М. П., Мункачій І. З., Кізима В. Л. Понятійно-термінологічний апарат сфери готельного господарства / М. П. Мальська, І. З. Мункачій, В. Л. Кізима // Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції “Інноваційний розвиток готельно-ресторанного господарства та харчових виробництв”. – Прага. – 2021. – С. 317–318.
22. Мальська М. П., Дубіс Л. Ф., Зінько Ю. В., Шевчук О. М. Сталий розвиток рекреації і туризму в національних парках заходу України / М. П. Мальська, Л. Ф. Дубіс, Ю. В. Зінько, О. М. Шевчук // Стратегії сталого розвитку в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: можливості і проблеми запровадження в Україні: кол. монографія / за ред. д-ра іст. наук, проф. Чепурди Г. М.; Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси: ЧДТУ, 2021. – С. 25–32.
23. Мальська М., Мункачій І., Масюк Ю. Теоретичні аспекти понять маркетинг-менеджмент. Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції : зб. наук. пр. Полтава : ПП «Астрая», 2021. С. 239-242.
24. Мальська М., Красько А. Ринок туристичних послуг: навчально-методичні вказівки. – Львів, 2020. – 101 с.
25. Мальська М., Красько А. Моніторинг світового ринку туристичних послуг: навчально-методичні вказівки. – Львів, 2020. – 31 с.
26. Мальська М., Пандяк І., Філь М. Вплив міських агломерацій на розвиток готельного господарства. Міський туризм: реалії, виклики, перспективи. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – К.: Альфа-ПК, 2020. – С. 10-12.
27. Мальська М. П. Проблеми розвитку та регулювання підприємництва малого та середнього бізнесу Львівської та Тернопільської областей / М. П. Мальська // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку

- та регулювання. Матеріали VIII міжнар. наук.-практ. конф. (23–24 березня 2017 р., м. Черкаси) / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол ун-т. – Черкаси : Видавець Чабенко Ю. А., 2017. – Т.1. – С. 187–190.
- 28.Мальська М. П. Державне регулювання туристичного бізнесу / М. П. Мальська // Менеджмент XXI століття: глобалізаційні виклики. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Полтава : Сімон, 2017. – С. 219–221.
- 29.Мальська М. П. Теоретичні засади розвитку готельного господарства за сучасних умов ринкового господарювання / М. П. Мальська, І. З. Жук, В. Л. Кізима // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. – 2016. – Вип. 40. – С. 127–138.
- 30.Мальська М. П. Організаційно-економічний механізм управління сфери готельного господарства в Україні : монографія / М. П. Мальська, В. Л. Кізима, І. З. Жук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2017. – 217 с.
- 31.Мальська М. П. Принципи організації готельно-ресторанного господарства / М. П. Мальська, В. Л. Кізима, І. З. Жук // Стан і перспективи сучасного туризму. Матеріали II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю. – Суми, 2016. – С. 96–102.
- 32.Мальська М. П. Тенденції розвитку міжнародного туризму / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, І. З. Жук // Міжнародний бізнес як фактор розвитку. Матеріали Всеукра. наук.-практ. конф. (Харків, 21 квітня 2016 р.). – Харків, 2016. – С. 110–112.
- 33.Мальська М. П. Чинники формування розвитку сфери готельного господарства / М. П. Мальська // Стан і перспективи сучасного туризму. Матеріали II Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з міжнародною участю. – Суми, 2016. – С. 92–96.
- 34.Офіційний веб-сайт готелю «Міротель» URL: <https://www.mirotel.ua/> (дата звернення: 02.05.2023)
- 35.Офіційний веб-сайт Airbnb. URL: <https://www.airbnb.com/>(дата звернення: 02.05.2023)

- 36.Офіційний веб-сайтBooking. URL: <https://www.booking.com> (дата звернення: 02.05.2023)
- 37.Офіційний веб-сайтExpedia. URL: <https://www.expedia.com> (дата звернення: 02.05.2023)
- 38.Офіційний веб-сайт Hotels24. URL: <https://www.hotels24.com> (дата звернення: 02.05.2023)
- 39.О' Коннелл П.Дж.. Готельний менеджмент: теорія, практика та проблеми. Київ. Видавничий дім Ін Юре, 2016, С. 64-70

ДОДАТОК А.

Будівля курортного готелю «Міротель СПА Резорт»



ДОДАТОК Б

Будівля курортного готелю СПА Вілла Жасмин



ДОДАТОК В

Будівля курортного готелю «Лісова пісня»



ДОДАТОК Г

Будівля курортного готелю «Лісова пісня»



ДОДАТОК Г

Реабілітаційний СПА ЦЕНТР « Мед Палас»



Відгук
на кваліфікаційну роботу
«Аналіз діяльності готелів під час пандемії та удосконалення їх роботи у пост
пандемічний період (на прикладі готелів м. Трускавець) »

Для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»
Студента спеціальності – 241 «Готельно-ресторанна справа»

Луцишак Зульфії Геннадіївни
(ПП студента)

Актуальність теми розкрито в повному обсязі. Правильно та грамотно поставлено мету дослідження та авторський підхід до вивчення визначеної проблематики.

Важливим аспектом у кваліфікаційній роботі є розроблені пропозиції та рекомендації щодо ефективного використання інноваційних підходів до створення нових продуктів. Оформлення роботи на високому рівні: розділи, підрозділи виконано згідно з методичними рекомендаціями щодо оформлення кваліфікаційної роботи. Кожен розділ завершується висновками до розділу.


Кваліфікаційна робота завершується загальними висновками до роботи. Список використаних джерел оформлено правильно, згідно із рекомендаціями, кількість позицій у списку використаних джерел достатня. Календарний план виконання роботи виконано вчасно.

Студент

Науковий керівник

викладач

«15» червня 2022 р.

 Зульфія ЛУЧИЩАК

 Павло ГОРШЕВСЬКИЙ

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу

«Аналіз діяльності готелів під час пандемії та удосконалення їх роботи у пост пандемічний період (на прикладі готелів м. Трускавець) »

Для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

Студента спеціальності – 241 «Готельно-ресторанна справа»

Лучищак Зульфії Геннадіївни

(ПП студента)

Рецензент: Касіянчук Василь Дмитрович к.т.н. доц.

(науковий ступінь, вчене звання, посада, ПП рецензента)

Операційна діяльність в готельному бізнесі є одним з найважливіших факторів, що впливають на доходи готелю та на його репутацію серед клієнтів. Готельний бізнес дуже сильно постраждав від пандемії КОВІД -19. Тому відновлення роботи готелів, зокрема, у курортних містах таких, як Трускавець є досить складним і вимагає інноваційних підходів, зокрема, для просування нових продуктів на ринок

Кваліфікаційна робота здобувача Лучищак З.В. має логічну структуру, зокрема: охарактеризовано різні види та типи готелів у місті Трускавець, їх переваги та недоліки; визначено переваги, які можуть надати спеціалізовані медичні та оздоровчі готелі.

Матеріали роботи викладені у науковому стилі, доступною мовою, стисло та правильно. Оформлення роботи на високому рівні.

Актуальність теми розкрито в повному обсязі. Правильно та грамотно поставлено мету дослідження та авторський підхід до вивчення визначеної проблематики. Важливим аспектом у кваліфікаційній роботі є надані рекомендації щодо інновацій у роботі готелів міста Трускавець

Рекомендую оцінити роботу здобувача Лучищак Зульфії оцінкою «відмінно» та присвоїти кваліфікацію «бакалавр» з готельно-ресторанної справи».

К.т.н. доцент

 Василь КАСІЯНЧУК

«15» червня 2022 р.

МП



метадані

Заголовок

Аналіз діяльності готелів під час пандемії та розробка пропозицій щодо удосконалення їх роботи у пост пандемічний період (на прикладі готелів м. Трускавець)

Автор Науковий керівник / Експерт

Лучицка З.Г. Павло Горішевський

підрозділ

King Danylo University

Перелік можливих спроб маніпуляцій з текстом

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		4
Інтервали		0
Мікропробіли		4
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		78

Обсяг знайдених подібностей

Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Довжина фраз для коефіцієнта подібності 2

11346

Кількість слів

86682

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Провернуйте список та аналізуйте, особливо, фрагменти, які перевищують КП 2 (позначено жирним шрифтом). Скористайтесь посиланням "Позначити фрагмент" та перевіряйте, чи є вони короткими фразами, розщепленими в документі (випадкові схожості), численними короткими фразами поруч з іншими (мозаїчний плагіат) або великими фрагментами без зазначення джерела (прямий плагіат).

10 найдовших фраз

Копіювати текст

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ	ВІДНОШЕННЯ ФРАГМЕНТІВ
1	http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/53.pdf	322	2.84 %
2	https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/54476/1/%D0%A4%D0%9C%D0%92_%D0%B7_2_022_242_%D0%9C%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf	160	1.41 %
3	https://teksti.org/10-65468.html	58	0.51 %
4	https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/54476/1/%D0%A4%D0%9C%D0%92_%D0%B7_2_022_242_%D0%9C%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf	57	0.50 %

5	https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/54476/1/%D0%A4%D0%9C%D0%92_%D0%B7_2_022_242_%D0%9C%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf	53	0.47 %
6	https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/54476/1/%D0%A4%D0%9C%D0%92_%D0%B7_2_022_242_%D0%9C%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf	50	0.44 %
7	https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/54476/1/%D0%A4%D0%9C%D0%92_%D0%B7_2_022_242_%D0%9C%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf	46	0.41 %
8	https://mirotel.ua/public/presentations/mirotel_ua.pdf	46	0.41 %
9	http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/53.pdf	41	0.36 %
10	https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/54476/1/%D0%A4%D0%9C%D0%92_%D0%B7_2_022_242_%D0%9C%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf	41	0.36 %

з бази даних RefBooks (0.23 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИФІКАЦІЙНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
джерело: Paperity			
1	ORGANIZATION OF THERAPEUTIC AND HEALTH TOURISM IN TERNOPIIL REGION Iryna Halytska,Andrii Kuzyshyn;	26 (3)	0.23 %

з домашньої бази даних (0.00 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИФІКАЦІЙНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
------------------	-----------	--	--

з програми обміну базами даних (0.58 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИФІКАЦІЙНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	Язюк В.А., Сабірова О.В., Вишнікіна О.В..docx 12/28/2021 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	33 (2)	0.29 %
2	Бережна А.О. диплом магістра.docx 5/25/2018 V. N. Karazin Kharkiv National University (KNU) (Факультет геології, географії, рекреації і туризму - кафедра фізичної географії та картографії)	26 (1)	0.23 %
3	Організація готельного господарства.doc 4/27/2021 Mykhailo Tugan-Baranovskiy Donetsk National University of Economics and Trade (Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovskiy)	7 (1)	0.06 %

з Інтернету (14.82 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ДЖЕРЕЛО URL	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИФІКАЦІЙНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/54476/1/%D0%A4%D0%9C%D0%92_%D0%B7_2022_242_%D0%9C%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf	671 (23)	5.91 %

2	http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2020/53.pdf	392 (4)	3.45 %
3	https://mirotel.ua/public/presentations/mirotel_ua.pdf	112 (5)	0.99 %
4	http://www.economy.nayka.com.ua/index.php/sveta%2021.03.2014/pdf/2_2016/pdf/4_2020/pdf/1_2022/pdf/2_2021/d/rec_ua.doc?op=1&z=3745	68 (2)	0.60 %
5	https://lektsii.org/10-65468.html	58 (1)	0.51 %
6	https://lektsii.org/10-45770.html	47 (2)	0.41 %
7	https://stanislavsky.reikartz.com/uk/rules/reikartz-covid-free/	40 (3)	0.35 %
8	http://www.world.com.ua/konfer27/600.pdf	39 (1)	0.34 %
9	https://sdamzavias.net/1-43974.html	33 (2)	0.29 %
10	http://dSPACE.tneu.edu.ua/bitstream/316497/927/3/MEMTim-51%20Dmytro%20Chorny.pdf	31 (2)	0.27 %
11	https://ua-referat.com/uploaded/harakteristika-osnovnih-6piv-zasobiv-rozmishennya/index1.html	30 (3)	0.26 %
12	https://revolution.allbest.ru/sport/01396583_0.html	29 (3)	0.26 %
13	https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2020-12/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%96%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97%20%D1%89%D0%BE%D0%B4%D0%BE%20%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B8%20%28%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83%29%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D0%B7%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%87%D1%96%D0%B2%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BD%D1%8F%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80%20_%20081_%20%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE.pdf	25 (1)	0.22 %
14	https://vikidalka.nu/1-121734.html	21 (2)	0.19 %
15	http://ie.at.ua/E_2013/InnEco_1-39-2013.pdf	18 (1)	0.16 %
16	https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%BA_%C2%AB%D0%90%D0%B4%D0%B0%D0%BC%D1%96%D0%B2%D0%BA%D0%B0%C2%BB	13 (1)	0.11 %
17	https://ec.nau.edu.ua/bitstream/NAU/41835/1/%D0%A4%D0%9C%D0%92_2020_292_%D0%A1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%87%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%9B%D0%92.pdf	11 (1)	0.10 %
18	http://dSPACE.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2289/1/%D0%A0%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D0%B8%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D1%85%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%20%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%20%D1%96%20%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%97%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83.pdf	11 (1)	0.10 %
19	http://eprints.kname.edu.ua/53806/1/2019%20148%D0%9B%20%D1%80%D0%B5%D0%BE.pdf	10 (2)	0.09 %
20	http://samzan.nu/169940	9 (1)	0.08 %
21	http://eprints.kname.edu.ua/51949/1/%D0%90%D0%BF%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%2C%2022%D0%9B%2C%202021%2C%20.pdf	8 (1)	0.07 %

22

http://dspace.luguniv.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2717/1/kashinska_.pdf

5 (1)

0.04 %

Список принятых фрагментів (немає принятих фрагментів)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР

ЗМІСТ

КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)