

**Долга Г. В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту, міжнародної економіки та туризму  
Чернівецького торговельно-економічного інституту  
Київського національного торговельно-економічного університету*

**Хитрова О. А.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту, міжнародної економіки та туризму  
Чернівецького торговельно-економічного інституту  
Київського національного торговельно-економічного університету*

**Dolha Halyna**

*PhD in Economic Scienc, Associate Professor,  
Senior Lecturer at the Department of Management,  
International Economics and Tourism  
Chernivtsi Trade and Economic Institute  
Kyiv National University of Trade and Economics*

**Khytrova Olha**

*PhD in Economic Scienc, Associate Professor,  
Senior Lecturer at the Department of Management,  
International Economics and Tourism  
Chernivtsi Trade and Economic Institute  
Kyiv National University of Trade and Economics*

## УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ У КРИЗОВИХ УМОВАХ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД

**Анотація.** У статті досліджуються науково-прикладні положення щодо управління готельним господарством в умовах економічної кризи. Розглянуто теоретичні основи поняття готельного бізнесу та значення готельних послуг у галузі туризму. Проаналізовано ситуацію щодо розвитку готельного господарства за 1995–2021 рр. Досліджено, що у міжнародному туризмі процеси глобалізації простежуються на прикладі сектору розміщення туристів, де швидкими темпами відбувається розширення та розвиток готельних мереж. Визначено основні проблеми, які гальмують подальший розвиток туристичної сфери. На основі статистичних досліджень розглянуто найбільше у Європі зосередження готельних підприємств та найвищий коефіцієнт завантаженості готелів. Визначено сучасні тенденції розвитку весвітнього готельного господарства. За допомогою дослідженого світового досвіду управління готелями та якістю надання послуг, а також запровадженням інноваційних трендів у готельному бізнесі виокремлено тенденції розвитку функціонування готельного господарства в Україні в кризових умовах. Сформовано чинники негативного впливу на стан готельного господарства в Україні.

**Ключові слова:** готель, готельний бізнес, готельне господарство, туризм, туристичний бізнес, гостинність, криза.

**Вступ та постановка проблеми.** Готельне господарство стає все більш прибутковим, і будівництво готелів ведеться переважно комерційного призначення. Цьому рішенню сприяє розвиток туризму. Гостинність і туризм тісно пов'язані. Розвиток індустрії туризму викликав небувалий ріст готельного господарства. Як наслідок, багато країн почали інвестувати значні кошти в розвиток цієї галузі економіки. Окрім того, у багатьох країнах індустрія гостинності стає однією з основних галузей зайнятості. Матеріальна база розміщення туристів займає одне з провідних місць у формуванні туристичної інфраструктури, оскільки якість розміщення та відповідні послуги мають вирішальний вплив на рівень туристичного забезпечення. Як наслідок, індустрія гостинності стає бізнесом, який швидко розвивається, генеруючи значні грошові надходження, у тому числі в іноземній валюті. Вітчизняне готельне господарство стає невід'ємною частиною світового готельного господарства. Необхідність вивчення процесу становлення та розвитку зарубіжної готельної індустрії зумовлена такими сучасними тенденціями, як вихід на готельний ринок українських міжнародних готельних мереж, розвиток національних комплексів, які

є серйозними конкурентами незалежних готелів, застосування сучасних технологій, різноманітні та складні види управління готелем. Усе це оновлює вивчення світового досвіду розвитку готельного господарства з метою зміцнення позицій вітчизняних готелів на ринках туристичних послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у дослідження проблем розвитку, управління та функціонування готельного господарства зробили О.А. Агєєва, Д.Н. Акуленок, Н.М. Васильєв, Ю.Л. Васянін, М.А. Жукова [1], М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало [2], С.І. Дорогунцов, Г.Б. Мунін, А.О. Зміїнов, Г.О. Зінов'єв [3], Х. Роглев [4], Т.І. Ткаченко, С. Гаврилюк [5] та ін. Однак попри постійне і всебічне вивчення проблем розвитку підприємств готельного господарства чимало питань залишаються невирішеними, зокрема недостатньо розглянуто можливості використання зарубіжного досвіду розвитку підприємств гостинності для України. Серед науковців немає чітко визначеної позиції щодо доцільності дослідження готельного господарства як самостійної галузі. У працях вітчизняних і закордонних фахівців переважають дві основні позиції: перша з них ідентифікує

індустрію туризму та індустрію гостинності, аргументуючи подібністю галузевого складу, друга – розділяє ці два поняття, розглядаючи готельне господарство як провідну ланку індустрії туризму.

**Метою** роботи є дослідження науково-прикладних положень щодо управління готельним господарством у кризових умовах, а саме: теоретичних основ поняття готельного господарства та значення готельних послуг у галузі туризму; специфіки готельної діяльності в туризмі; визначення основних проблем, які гальмують подальший розвиток готельного бізнесу в Україні; дослідження сучасних тенденцій розвитку всесвітнього готельного господарства; формування чинників негативного впливу на стан готельного господарства в Україні.

**Результати дослідження.** Сьогодні готельна індустрія у світі стала популярною галуззю економіки, що забезпечує значні валютні надходження за рахунок розвитку іноземного туризму. Оскільки розвиток туризму призвів до розширення готельного господарства, використання готельно-туристичних комплексів сьогодні сприяє розвитку іноземного туризму, а також розширенню спілкування людей, розвитку культурних зв'язків, зближенню. Тому готельна індустрія як один з основних складників туристичної галузі, що динамічно розвивається, включає комплекс послуг для туристів, є ключовим чинником розвитку туризму в Україні. Причому готельна діяльність пов'язана насамперед із питанням прийому як основного критерію оцінки ефективності туристичного комплексу. І хоча сьогодні існує тенденція будувати вишукані та шалено дорогі готелі, є сумніви, що майбутнє за ними. Секрет гостинності, однак, полягає не в розкоші і пишності, а в чуйності та вмінні відчувати настрій і бажання гостя. Це те, над чим потрібно попрацювати у сфері готельних послуг. Таким чином, індустрія гостинності є складною системою, яка охоплює багато складників, підгалузей і є комплексною, що передбачає різні види обслуговування клієнтів і набір багатьох способів вирішення різноманітних робочих завдань та складних ситуацій [6].

Із набуттям незалежності в Україні починає формуватися ринок готельних послуг, що являє собою багатомірну динамічну систему відносин із надання та отримання комплексних готельних послуг. Саме готельні підприємства виконують одну з найважливіших функцій

у сфері туристичних послуг: надають їм сучасне розміщення та необхідні послуги, оскільки якість життя та відповідні послуги істотно впливають на рівень обслуговування. Аналізуючи ситуацію розвитку готелю в 1995–2021 рр., слід відзначити її нестабільний характер: із 1995 по 2004 р. відбувалося поступове зменшення кількості готельних підприємств, що пов'язано з початком механізму ринкового управління, зміною володіння, нагальною потребою в модернізації та реконструкції матеріальної бази за власні кошти, запровадження з 1999 р. обов'язкової сертифікації послуг готельного та громадського харчування. Це нове середовище було несприятливим для продовження діяльності деяких підприємств готельного типу; із 2004 по 2010 р. кількість готельних підприємств зросла через різкі зміни внутрішньополітичної ситуації в країні, зростання інтересу інвесторів до сфери готельної нерухомості, проведення низки масштабних заходів (наприклад, «Євробачення»), збільшення кількості іноземних туристів тощо. Слід зазначити, що система та комплексність дослідження готельного ринку є запорукою ефективного прогнозування, вибору вектора розвитку та розроблення стратегій функціонування в умовах ринкового середовища, що змінюється [7]. Але через зміни в методології статистичного аналізу готельного господарства в Україні втрачаються цілісність і послідовність наукових спостережень готельного господарства та виникають певні відмінності в показниках через їх непорівняність (рис. 1).

Аналізуючи рис. 1, можна констатувати, що загальна кількість закладів розміщення в Україні з 2011 по 2013 р. поступово збільшувалася за рахунок розвитку та експлуатації готельної нерухомості різних категорій під впливом підготовки та проведення останньої частини чемпіонату Євро-2012 з футболу.

У 2014 р. показники розвитку мають негативну тенденцію, що є наслідком погіршення внутрішньополітичної та економічної ситуації, ведення бойових дій в окремих районах України, що спричинило руйнування деяких засобів розміщення. Як наслідок, зменшилася кількість місць, які пропонують готельні заклади: порівняно з 2011 р. кількість місць зменшилася на 28% (на 161,3 тис) і становила 406 тис туристів у переїзді. Ситуація на готельному ринку тісно пов'язана із загальною економічною ситуацією країн призначення та генераторами туристич-

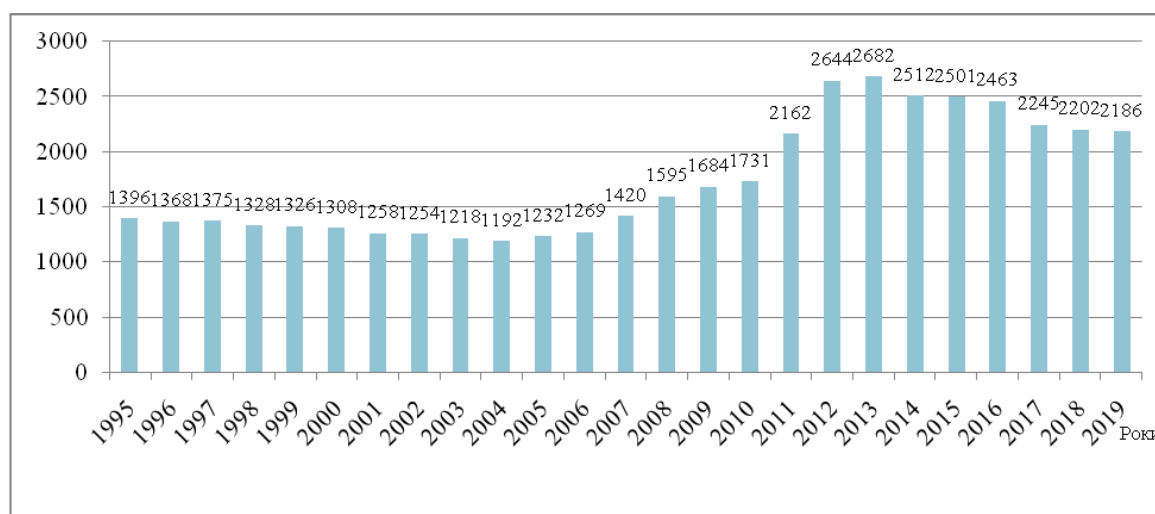


Рис. 1. Тенденція розвитку підприємств готельного господарства (1995–2021 рр.)

Джерело: сформовано автором

них потоків. Сучасний стан економіки неминуче призведе до змін у показниках діяльності готельного господарства, оскільки рівень економічної активності визначає інтенсивність подорожей, впливає на розмір наявного доходу та можливість здійснення туристичних поїздок. На жаль, офіційна статистика за останні роки свідчить про зменшення кількості вітчизняних туристів (у 2014 р. кількість зменшилася на 379 869 осіб (46%) порівняно з 2013 р. і становила 322 746 туристів) та коливання кількості іноземців, оскільки більшість посольств та консульств різних країн України не рекомендували своїм громадянам відвідувати нашу країну. Суттєве скорочення кількості внутрішніх туристів є складним наслідком порушення принципу безпеки через ситуацію в Україні та загальний спад економічної добробут населення. Із 2017 р. спостерігається незначне поліпшення туристичної відвідуваності готелів, які з 2014 р. припинили свою діяльність або працювали зі збитками [8]. Нині в Україні налічується 1 731 готель, з яких лише 16 є п'ятизірковими. Інвестиційна привабливість готельного сегменту в цілому за нинішніх умов майже на нулі.

Сьогодні світова економіка постає як неподільне глобальне ціле, що характеризується різноманітними і непередбачуваними процесами. В останні роки спостерігається прискорений розвиток індустрії туризму, яка стала глобальною за масою, формами і технологіями дозвілля. У міжнародному туризмі процеси глобалізації можна простежити на прикладі сфери розміщення туристів, де спостерігається стрімке розширення та розвиток готельних мереж. Готельна індустрія є однією з найдинамічніших у світі. Лише протягом другої половини ХХ ст. у цій сфері відбулися кардинальні зміни, які змінили розуміння готелю як місця для ночівлі та вивели готельний сегмент на лідируючі позиції серед компонентів туристичної індустрії [9]. За розміром готельної бази є європейські країни, фонд яких становить близько 45% світового готельного фонду і може прийняти одночасно 20 млн іноземців. У середньому готельний фонд зростає на 2–3% на рік. Серед окремих країн лідерами світової готельної індустрії є: США (4 млн номерів), Японія (1,7 млн), Італія (понад 1,5 млн), Німеччина, Франція, Іспанія та Англія (понад 1 млн) готельних місць (кожен), Австрія, Канада та Мексика (майже 700 тис номерів). Греція, Хорватія та Чорногорія мають близько 400 тис місць. Найвищі темпи будівництва готелів спостерігаються у Китаї, Туреччині, Марокко, Німеччині, Аргентині, Сінгапурі, Малайзії. Сьогодні у світі налічується майже 360 тис комфортабельних готелів різного рівня з номерним фондом 15 млн одиниць. Більшість із них знаходиться у Європі та Північній Америці. Кількість кімнат збільшується на 10–16% в рік [6].

Практики відзначають, що на сучасному етапі основними проблемами, які гальмують майбутній розвиток туристичної галузі в Україні, є: відсутність відповідної нормативно-правової бази та легітимної стратегії розвитку галузі; економічна та політична нестабільність країни; обмеженість інвестиційних ресурсів; непрозорість процедур виділення землі під будівництво споруди; складність процесу затвердження проекту (у нашій країні ця процедура триває від півтора до двох років, тоді як у Європі – не більше двох місяців); недосконала реклама українських туристичних центрів і, відповідно, готелів за кордоном тощо [7].

За даними Всесвітньої туристичної організації, у всьому світі зареєстровано понад 308 тис готельних компаній. Більшість із них – 171 тис готелів – зосереджено у Європі (лідер – Італія), 88 тис – у США. Показником безпеки готелю визнано кількість готельних місць на

тисячу жителів країни. Наприклад, в Австрії цей показник становить 86, у Швейцарії – 42, в Україні – 2,3. Показником якості та рівня готелів країни є заповнюваність готелів. На сучасному етапі в країнах Європи він становить у середньому 66–75%, в Україні – 32%. Оптимальний рівень становить 60–80%, що дає змогу забезпечити досить високу рентабельність готелів і цієї сфери туризму в країні. Межа виживання готелю оцінюється у 40% його заповнюваності [8].

Ефективність готельних мереж та наявність великої кількості елітних готелів, обов'язковими ознаками яких є високопрофесійний та гостинний персонал, сучасна інфраструктура, системи безпеки тощо, є одними з чинників, що істотно впливають на розвиток галузі туризму. Стрімкий розвиток будівельних технологій, поява нових будівельних і оздоблювальних матеріалів, упровадження електроніки та комп'ютерної техніки, інтерактивних технологій, з одного боку, і зростання подорожей і туризму у світі на різних рівнях, диверсифікація туристичних послуг, попит, загострення конкуренції між готелями та відкриття нових сегментів ринку, зміна існуючої філософії обслуговування – з іншого, дали життя тенденціям у світовій індустрії гостинності, зокрема: поширенню інтересів гостинності на продукти та послуги, які раніше надавалися компаніями інших галузей; екологізації готельних послуг; посиленню спеціалізації готельного господарства, що дає змогу краще орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних характеристик; глобалізації та концентрації готельного господарства; персоналізації обслуговування та повній орієнтації на запити та потреби клієнтів; масштабному впровадженню нових засобів зв'язку та інформаційних технологій для поглибленої та системної економічної діагностики; концептуалізації діяльності; упровадженню нових технологій у комерційну стратегію готельних компаній, зокрема широкому використанню Інтернету для просування готельних продуктів і послуг [9].

Сьогодні готелі пропонують велику кількість послуг, які надають різноманітні заклади громадського харчування та фітнесу: фітнес, оздоровчі та СПА-центри, салони краси. Зазвичай у готелях є танцювальні, музичні та тематичні зали, спортивні майданчики та корти, конференц-зали, бізнес-центри, кімнати для постійної індивідуальної роботи гостя, шоу-руми та універсали, магазини різних напрямів. Набуває поширення тенденція до індивідуалізації обслуговування клієнтів. Персонал пам'ятає його ім'я, улюблені напої, намагається, щоб він відчував себе бажаним гостем. На це також спрямовані так звані безкоштовні послуги: вітальний коктейль (у Туреччині та Єгипті – чашка гіацинтового чаю, на Балі – склянка жасминового чаю), солодощі або шоколад увечері на ліжку (в Австрії – альпійський торт на тумбочці), зустріч чи прощання групи з оркестром, невеликі сувеніри, фрукти та мінеральна вода тощо. Усе це пов'язується з іншою тенденцією – «гедонізацією» обслуговування, яка полягає у тому, що персонал намагається зробити перебування клієнта в готелі максимально приємним не лише за рахунок доброзичливого обслуговування, послужливості, «доповнюваності» обслуговування, а й через організацію низки приємних традицій, наприклад «щасливої години», коли гостей пригощають келихом шампанського у фойє готелю або фірмовими стравами та напоями за півціни тощо. У старій Європі навіть існують асоціації тематичних та історичних готелів класу люкс, які обмінюються інформацією про своїх клієнтів, створюють єдину систему обслуговування та формують індивідуальні запрошення для клієнтів



(Швейцарська асоціація історичних готелів). Концепція стилю цих готелів просякнута духом історії, дорогоцінної архітектури, унікальності побуту, сервісу та комфорту. Таким чином, готель стає не лише тимчасовим місцем проживання, а й домівкою з відчуттям незабутньої подорожі [7].

Екологізація готельного продукту набуває все більшого значення у зв'язку з необхідністю збереження навколишнього середовища, підвищенням попиту туристів на екологічно чисті послуги та товари. Готелі намагаються використовувати екологічно чисті матеріали в інтер'єрах та зручностях, практикують «безвідходну» технологію, пропонують гостям спеціальну білизну «для алергіків», екологічні продукти та середовище напоїв у ресторанному середовищі. Для деяких готелів екологія стала поняттям їхньої діяльності (наприклад, Inter Continental hotel group, Innovation Hotel hotels) [9].

Диверсифікація туристичного попиту змусила готелі шукати свою нішу на ринку розміщення, що призвело до процесу готельної спеціалізації. Спеціалізація базується на видах туризму, типах клієнтів і вибраному транспорті, смаках та інтересах клієнтів. Курорти широко спеціалізуються на лікувально-відновлювальних процедурах різного профілю, пропонують курси з регенерації шкіри, корекції тіла, схуднення. З'являються вегетаріанські готелі – таких п'ятизіркових готелів у Швейцарії вже кілька. Бізнес-готелі пропонують швидкі процедури реєстрації та виїзду, оренду автомобілів та технічного персоналу. Готелі для ділових жінок пропонують підвищені заходи безпеки, спеціально обладнані санвузли, послуги краси. Багато готелів та інших місць розміщення спеціалізуються на різних видах спорту. Відкриваються готелі для інвалідів, такі як Lazarushof (Будинок Лазаря) у Німеччині. Є готелі з унікальною спеціалізацією. Наприклад, готель для дітей раннього віку (мініатюрний Grand Hotel) у Ліверпулі (Велика Британія) розрахований на гостей від півтора до дев'яти років.

Загалом стан готельного господарства в Україні сьогодні знаходиться в незадовільному стані. Це зумовлено такими причинами, як: прогалини в законодавстві у сфері інвестицій та підприємництва; невідповідність систем оподаткування та бухгалтерського обліку міжнародним стандартам; відсутність надійної системи страхування,

яка б покривала комерційні ризики під час реалізації інвестиційних проєктів; нестабільність політичної ситуації в Україні; війна на Сході України; відсутність стабільного попиту на вітчизняні готельні послуги; інфраструктура готельних компаній, яка не відповідає міжнародним стандартам; низька кількість закладів високого рівня; застаріле обладнання та технічна база готелів; відсутність чіткого законодавчого визначення ролі готельного господарства в туристичній сфері та на ринку послуг; низька якість наданих послуг і культура обслуговування клієнтів; низький рівень купівельної спроможності населення; погані дорожні умови; нестабільність національної валюти тощо [10, с. 145–146].

**Висновки.** Досліджуючи сучасний стан розвитку готельного господарства у світі, незаперечним слід визнати той факт, що в багатьох країнах світу індустрія гостинності давно сформувалася і стабільно розвивається, маючи матеріальну базу та забезпечуючи роботою мільйони людей, що, безперечно, позитивно впливає на економіку окремої держави. Сьогодні готельне господарство в усьому світі розвивається на індустріальній основі та є галуззю економіки, яка забезпечує значні валютні надходження завдяки поширенню іноземного туризму. В Україні ситуація на готельному ринку ускладнюється політичним загостренням та воєнними діями, що сформували нові реалії функціонування готельного господарства: практично повне припинення його функціонування в місцях загострення конфлікту та активізація розвитку в місцях, які мають прями міжнародні сполучення та є відносно безпечними. На жаль, очікування підприємств готельного господарства щодо перспектив їхньої ділової активності має негативне значення. Але на сучасному етапі відбувається певна адаптація ринку до турбулентних умов, що проявляється в трансформаційних змінах та запровадженні антикризових дій, що в середньо- та довгостроковій перспективі принесе очікувані позитивні результати.

Перспективою подальших досліджень є всебічне вивчення, аналіз і використання всіх резервів підвищення якості обслуговування та конкурентоспроможності готельних комплексів України шляхом упровадження позитивного закордонного досвіду розвитку підприємств сфери гостинності.

#### Список використаних джерел:

1. Туризм і готельне господарство : підручник / О.А. Агєєва, Д.Н. Акуленок, Н.М. Васильєв, Ю.Л. Васянін та ін. Москва : Екмос, 2004. 400 с.
2. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства : підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 494 с.
3. Управління сучасним готельним комплексом : навчальний посібник / С.І. Дорогунцов, Г.Б. Мунін, А.О. Змієв, Г.О. Зінов'єв. Київ : Ліра-К, 2005. 520 с.
4. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2005. 408 с.
5. Ткаченко Т.І., Гаврилюк С.П. Економіка готельного господарства і туризму : навчальний посібник. Київ : КНТЕУ, 2005. 179 с.
6. Басюк О.В. Аналіз світового досвіду функціонування готельних ланцюгів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 5. URL: <http://global-national.in.ua/issue-5-2015> (дата звернення: 28.04.2020).
7. 2015 International Tourism Results and Prospects for 2016. *UNWTO presentation*. URL: [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_fitur\\_2016\\_hqjk.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_fitur_2016_hqjk.pdf) (дата звернення: 28.04.2020).
8. Стойко Т. Звездопад: почему украинские гостиницы не интересны инвесторам. *Дело*. 2016. URL: <http://delo.ua/business/zvezdopad314138> (дата звернення: 28.04.2020).
9. Тимошенко З.І. Позиціонування готельного продукту. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу. URL: <http://tourismbook.com/pbooks/book-37/ua/chapter-1851/> (дата звернення: 28.04.2020).
10. Долга Г.В. Антикризовий менеджмент підприємств тимчасового розміщення Буковини в умовах соціально-економічної нестабільності. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2018. Вип. 1(23). С. 142–148. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuues\\_2018\\_1\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuues_2018_1_23) (дата звернення: 28.04.2020).

References:

1. Ageeva O. A., Akulenok D. N., Vasiliev N. M., Vasyanin Y.L., Zhukova M.A. (2004) *Turyzm i ghoteljne gospodarstvo* [Tourism and hotel industry]. Moscow: Ekmos, 400 p. (in Ukrainian)
2. Boyko M.G., Gopkalo L.M. (2006) *Orghanizacija ghoteljnogho gospodarstva* [Organization of the hotel industry]. Kyiv: Kyiv. nat. University of trade and economics, 494 p. (in Ukrainian)
3. Doroguntsov S.I., Munin G.B., Zmiyov A.O., Zinoviev G.O. (2005) *Upravlinnja suchasnym ghoteljnym kompleksom* [Management of a modern hotel complex]. Kyiv: Lyra-K, 520 p. (in Ukrainian)
4. Roglev H.Y. (2005) *Osnovy ghoteljnogho menedzhmentu* [Fundamentals of hotel management]. Kyiv: Condor, 408 p. (in Ukrainian)
5. Tkachenko T.I., Gavrilyuk S.P. (2005) *Ekonomika ghoteljnogho gospodarstva i turyzmu* [Economy of hotel industry and tourism]. Kyiv: KNUTE, 179 s. (in Ukrainian)
6. Basyuk O.V. (2015) Analiz svitovoho dosvidu funktsionuvannya ghoteljnyh lantsyuhiv. [Analysis of world experience in the operation of hotel chains]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. Naukove elektronne fakhove vydannya Mykolajivsjkoho natsionaljnogo universytetu im. V. O. Sukhomlynsjkoho*. Mykolayiv, 2015. Vyp. 5. Available at: [http:// global-national.in.ua/issue-5-2015](http://global-national.in.ua/issue-5-2015) (accessed 28 April 2020).
7. 2015 International Tourism Results and Prospects for 2016. UNWTO presentation. Available at: [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_fitur\\_2016\\_hqjk.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_fitur_2016_hqjk.pdf) (accessed 28 April 2020).
8. Stoiko T. (2016, March 24) *Zvezdopad: pochemu ukrainskiiie hostynitsy nie intieriesny investoram* [Starfall: why Ukrainian hotels are not interesting to investors]. *Hazeta Delo. Ukrayina. Delo.ua*. Available at: <http://delo.ua/business/zvezdopad-314138> (accessed 28 April 2020).
9. Tymoshenko Z.I. *Pozytisionuvannya ghoteljnogho produktu* [Positioning of the hotel product]. *Marketynh ghoteljno-restorannoho biznesu* [Marketing of hotel and restaurant business]. Available at: <http://tourism-book.com/pbooks/book-37/en/chapter-1851/> (accessed 28 April 2020).
10. Dolha H.V. (2018) *Antykryzovij menedzhment pidpriemstv tymchasovoho rozmishchennia Bukovyny v umovakh sotsialjno-ekonomichnoi nestabiljnosti* [Anti-crisis management of temporary accommodation enterprises Bukovina in the conditions of socio-economic instability]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu*. Uzhhorod. Vyp. 1(23), pp. 142-148. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec\\_2018\\_1\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2018_1_23) (accessed 28 April 2020).

**HOTEL HOUSEHOLD MANAGEMENT UNDER CURRENT CONDITIONS:  
NOWADAYS CIRCUMSTANCES AND WORLD WIDE EXPERIENCE**

**Summary.** The article deals with the scientific and applied positions concerning the management of the hotel industry in the conditions of economic crisis. The theoretical evaluations of the concept of hotel business are considered one of the main components of the tourism industry which is dynamically developing and includes a complex of services for tourists and is a key factor in the development of tourism as well as the importance of hotel services in the field of tourism today. The analyzed situation of the development of the hotel industry for the years 1995-2019 shows a decrease in the number of domestic tourists and fluctuations in the number of foreign tourists. It is the hotel companies that perform one of the most important functions in the sphere of tourist services: they provide them with modern accommodation and essential services, since the quality of accommodation and appropriate services significantly affect the level of tourist service. It has been researched that in international tourism the processes of globalization are traced on the example of the tourist accommodation sector where the expansion and development of hotel chains is rapidly increasing. The main problems that hinder the further development of the tourism sector are identified: the lack of a proper regulatory framework and a legitimate strategy for the development of the industry; economic and political instability in the country; limited investment resources; the lack of transparency of the land allocation procedures for the construction of the facility; complexity of the project coordination process (in our country, this procedure takes from one and a half to two years, whereas in Europe no more than two months); imperfection of advertising of Ukrainian tourist centers and correspondingly hotels abroad, etc. Based on statistical surveys the largest concentration of hotel businesses in Europe and the highest occupancy rate of hotels have been considered. The modern tendencies of development of the world hotel industry are determined. In the world the process of mastering new concepts of hotel business and modernization of the old ones is constantly taking place. Globalization and concentration of the hotel business are manifested in the creation of large corporations and hotel chains. This approach allows hotel companies to regroup and attract additional resources for developing their businesses. Using the global experience of hotel management and the quality of service delivery as well as the introduction of innovative trends in the hotel business the tendencies of development of functioning of the hotel industry market in crisis conditions are highlighted. The factors of negative influence on the state of the hotel industry in Ukraine have been formed.

**Key words:** hotel, hotel business, hotel household, tourism, tourist business, hospitality, crisis.