

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Природничо-економічний факультет
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Кваліфікаційна робота
бакалавра

з теми: **«ОСНОВНІ ІСТОРИЧНІ ВІХИ СТАНОВЛЕННЯ ТА
РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ НА ПОДІЛЛІ»**

Виконала: здобувачка вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти,
GRS1-B20 групи
спеціальності: 241 Готельно-ресторанна
справа

за ОПП «Готельно-ресторанна справа»
денної форми навчання

Анна ХІМНЮК

Науковий керівник:

кандидат історичних наук, доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи

Богдана ОПРЯ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЗМІСТ ТА ФОРМУВАННЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	6
РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХІХ – НА ПОЧАТКУ ХХ СТ.....	15
РОЗДІЛ 3. СФЕРА ГОСТИННОСТІ ЗА РАДЯНСЬКОЇ ДОБИ.....	25
РОЗДІЛ 4. ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ НА ПОДІЛЛІ У 90-ТІ РР. ХХ СТ. – ПЕРШІ ДЕСЯТИЛІТТЯ ХХІ СТ.....	37
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55
ДОДАТКИ.....	60

ВСТУП

Актуальність теми. Гостинність є важливим елементом культурних традицій українського народу і водночас невід'ємною складовою туристичної індустрії. Розвиток сфери гостинності на сучасному етапі розвитку може базуватися лише на основі вивчення досвіду, збереження традицій та уникнення помилок попередніх історичних етапів. Україна загалом, і Поділля зокрема, мають насичену, повчальну історію розвитку сфери гостинності, що й зумовлює актуальність вивчення теми.

На користь актуальності теми свідчить ряд чинників.

По-перше, Поділля є регіоном з багатою історією та культурою, яка привертає увагу як місцевих жителів, так і туристів з усього світу. Значний культурний потенціал регіону, який включає старовинні фортеці, релігійні споруди різних конфесій, та природні пам'ятки, робить його привабливим для відвідування.

По-друге, через своє географічне розташування та історичні обставини, Поділля було свідком різних культурних та політичних впливів. Таке різноманіття може позитивно позначитись на сфері гостинності, розвиваючи унікальні форми та традиції прийому гостей.

По-третє, у зв'язку з сучасними тенденціями в туризмі, дослідження історії гостинності на Поділлі може допомогти в розумінні розвитку цієї галузі і надати важливі вказівки для подальшого вдосконалення і просування туристичного потенціалу регіону.

Отже, враховуючи багатство історії та культури Поділля, а також його потенціал у розвитку туризму, дослідження історії гостинності у цьому регіоні має велике значення як у науковому, так і в практичному сенсі.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дипломна робота бакалавра виконана у контексті тематики, яку розробляє кафедра туризму та готельно-ресторанної справи Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

Мета роботи – дослідити основні історичні етапи становлення та розвитку сфери гостинності на Поділлі.

Для досягнення мети потрібно розв’язати такі **завдання**:

- визначити зміст та охарактеризувати процес формування сфери гостинності на Поділлі;
- з’ясувати специфіку розвитку сфери гостинності в другій половині XIX – на початку XX ст.;
- виявити особливості сфери гостинності на Поділлі за радянської доби;
- охарактеризувати розвиток індустрії гостинності на Поділлі у 90-ті рр. XX ст. – перші десятиліття XXI ст.

Об’єктом дослідження є сфера гостинності в усіх її проявах.

Предметом дослідження є історичні етапи розвитку сфери гостинності на Поділлі.

Методи та методологія дослідження. Методологічною основою роботи стали загальнонаукові принципи багатофакторності, неупередженості, синтезу та аналізу. Зокрема, метод аналізу було використано у процесі виявлення окремих складових, потрібних для формування тексту роботи, метод синтезу дав змогу об’єднати та згрупувати окремі факти у єдину, логічно побудовану систему відповідно до сформульованих завдань та визначеної мети роботи. Описовий метод було використано для викладу матеріалу у процесі написання тексту логічній послідовності. Хронологічний метод задіяно під час дослідження та відображення історичних етапів розвитку сфери гостинності у Подільському регіоні від давніх часів до сьогоденних днів.

Елементи наукової новизни роботи полягають у дослідженні теми, яка ще недостатньо вивчена. Зокрема було охарактеризовано специфіку розвитку сфери гостинності у часи колоніального поневолення краю, часи панування радянської влади та в часи відродження незалежності України. Також було з’ясовано позитивні та негативні чинники, котрі впливали на

розвиток гостинності.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що їх можна використати у розробці стратегії розвитку індустрії гостинності у Подільському регіоні та загалом в Україні. Реалізація позитивного досвіду минулого може бути використана і сьогодні для збільшення потоку туристів та підвищення рентабельності підприємств туристичної галузі. Також результати роботи можна використати у навчальній діяльності при викладанні відповідних освітніх компонентів на спеціальності туризм та готельно-ресторанна справа, у процесі написання наукових статей, курсових робіт.

Апробація результатів дослідження здійсненна шляхом обговорення її основних положень на попередньому захисті на кафедрі туризму та готельно-ресторанної справи, а також через оприлюднення її окремих положень на студентській науковій конференції навесні 2024 р.

Публікації. Окремі тези та напрацювання кваліфікаційної роботи були сформульовані у статті «Основні етапи історичного розвитку індустрії гостинності», поданій до друку за матеріалами зазначеної конференції.

Структура роботи визначена метою і завданнями дослідження, складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний зміст роботи викладено на 54 сторінках. Загальний обсяг роботи – 61 сторінок. Список використаних джерел налічує 50 позицій.

РОЗДІЛ 1. ЗМІСТ ТА ФОРМУВАННЯ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Гостинність представляє собою систему заходів і порядок їхнього здійснення з метою задоволення найрізноманітніших побутових, господарських і культурних запитів подорожуючих поза місцем постійного проживання, їхнього завбачливого обслуговування, наданням низки послуг.

Термін «гостинність» офіційно було введено в наукову сферу в 1982 році на конференції національних асоціацій готелів і ресторанів Європейського Співтовариства (HOTREC). Втім поняття «гостинності», «приймання гостя» належать до основних складових суспільного розвитку, закладених у моральних принципах культури будь-якого народу, у тому числі й українського. Водночас це базовий принцип організації обслуговування в туризмі, готельному та ресторанному бізнесі, вагома сфера економіки.

Українська гостинність – це не лише традиція, а справжній стиль життя, що відображається у кожному аспекті спілкування з гостями. Відразу по прибуттю в Україну, гості відчувають теплий прийом та увагу до своїх потреб. Українці відомі своєю відкритістю та радісним настроєм, що створює атмосферу затишку та злагоди.

Гостинність українців виявляється у різних сферах життя – від дому та родини до громадських заходів та культурних подій. Гостей з радістю запрошують на святкові обіди або зустрічі з друзями, де вони мають можливість смакувати традиційні страви та насолоджуватися теплим спілкуванням.

Українська гостинність – це також про взаємопідтримку та підтримку, що стає важливим фактором у становленні позитивних відносин з гостями. У будь-який момент гості можуть розраховувати на допомогу та підтримку українських господарів, що створює особливу атмосферу теплоти та затишку.

У туризмі гостинність – це комплексна послуга, якій притаманні визначені споживчі властивості та яка створює позитивний образ підприємства, що означає прояв «вторинного попиту» на послуги [31, с. 12].

Для більш глибокого розуміння цього визначення необхідно розглянути основні його змістовні елементи:

Послуга – це продукт взаємодії між надавачем та отримувачем, що включає в себе особисті зусилля надавача з метою задоволення потреб споживача. Це процес, під час якого виконавець виявляє особисту увагу та ефективно використовує свої знання та вміння для забезпечення задоволення клієнта.

Позитивний імідж формується завдяки ретельному використанню ресурсів гостинності, створенню зручного середовища та ефективному застосуванню стратегій та концепцій гостинності. Це означає використання різноманітних можливостей та ресурсів, створення атмосфери, яка сприяє комфорту та задоволенню, а також упровадження стратегічних підходів та концепцій, що відповідають потребам та очікуванням клієнтів.

Середовище гостинності формується через вплив зовнішніх факторів, таких як економічні, політичні, культурні та соціальні, а також через взаємодію спеціалізованих складових, таких як ресурси гостинності, індустрія гостинності, професії у сфері гостинності та інші. Це означає, що формування середовища гостинності відбувається через взаємодію різних секторів та сфер діяльності, а також через вплив зовнішніх факторів на цю область.

Економічні чинники впливають на середовище гостинності як для споживачів, так і для виробників. Це включає інфляційні тенденції, стан ринку товарів і послуг, коливання валютного курсу та інші фактори, які можуть мати вплив на економічну стабільність та покупчу спроможність, а також на здатність готельних і ресторанних підприємств адаптуватися до змін у цьому середовищі.

Вплив політичних чинників відображається через прийняття державою відповідних законодавчих та нормативних актів, які регулюють функціонування даної сфери. Це означає, що політичні рішення та законодавчі ініціативи можуть вплинути на умови роботи галузі гостинності,

включаючи стандарти обслуговування, правила безпеки, оподаткування та інші аспекти діяльності.

Культурні чинники формують цінності та уявлення суспільства в цілому. Культура включає різні субкультури, які можна розрізнати за різними параметрами, такими як етнічна приналежність, соціальний статус, вікові групи та інші. Ці субкультури сприймають, створюють та розповсюджують цінності, норми та традиції, які впливають на різноманітні аспекти життя, включаючи гостинність та споживацькі уподобання.

Соціальні фактори впливають на оточення гостинності через соціальне становище споживача в суспільстві, його членство у різних референтних групах, що відображає позицію особи, визначену соціальною роллю та статусом. Це означає, що соціальний контекст визначає очікування, потреби та побажання людей щодо середовища гостинності, а також впливає на їхні вибори та рішення у цій області.

Для розуміння поняття гостинності потрібно охарактеризувати основні аспекти оцінки ресурсів гостинності:

Функціональний аспект охоплює спроможність відповідного об'єкта або системи виконувати певні функції або забезпечувати певний рівень сервісу в конкретній сфері послуг. Це означає, що об'єкт або система, що має функціональний аспект, може ефективно виконувати певні завдання або задовольняти певні потреби, характерні для конкретної галузі або сфери послуг.

Екологічний аспект охоплює раціональний вибір місця розташування з урахуванням психофізіологічного комфорту, що включає відсутність негативних впливів зовнішнього середовища, таких як шум, вітрові потоки та інші фактори, які можуть вплинути на благополуччя та здоров'я користувачів об'єкта або території.

Естетичний аспект включає в себе емоційний вплив, який ландшафт викликає у гостей. Це охоплює відчуття краси, гармонії та відпочинку, які

створюються навколишнім оточенням і сприяють позитивному емоційному досвіду від перебування на даній території або в об'єкті.

Культурно-історичний аспект охоплює організацію території з урахуванням наявності інфраструктури для обслуговування, культурних об'єктів, необхідного устаткування та комунікацій. Це включає створення та збереження споруд, які відображають культурний та історичний контекст місцевості, що сприяють задоволенню потреб середовища гостинності та покращують якість перебування гостей. Біосоціальний аспект, у свою чергу, фокусується на забезпеченні гармонії між природним середовищем і соціокультурними аспектами, що сприяють взаємодії людей з природою та один з одним [31, с. 13].

Взаємодія чинників гостинності в єдиному технологічному процесі повинна координуватися розробкою «моделі гостинності», яка відображає призначення створюваної організації, її цінності та принципи функціонування.

Модель гостинності охоплює чотири основні концепції:

1. Гуманітарний аспект формування позитивного іміджу готелю на морально-етичному рівні включає створення емоційного задоволення клієнта від взаємодії з персоналом. Це означає створення середовища, де спілкування з персоналом принесе клієнту радість, комфорт та відчуття поваги до його потреб і бажань. Такий підхід допомагає виробити позитивні асоціації з готелем, підвищує рівень задоволення клієнтів та сприяє побудові довгострокових відносин із закладом.

2. Технологічна реалізація гуманітарних принципів обслуговування включає в себе поєднання комплексу особистих і професійних характеристик обслуговуючого персоналу з матеріально-технічною базою та архітектурно-планувальними особливостями споруди, а також інформаційним та комунікаційним забезпеченням. Це означає застосування сучасних технологій та інновацій у взаємодії з клієнтами, щоб забезпечити їм максимальний комфорт, ефективність та задоволення від перебування в готелі. Такий підхід

передбачає використання інформаційних систем, які сприяють покращенню обслуговування, а також навичок та знань персоналу для ефективної комунікації та задоволення потреб клієнтів.

3. Функціональний аспект включає в себе ефективне управління процесом обслуговування та визначення якості обслуговування шляхом раціональної організаційної структури та впровадження принципів управління. Це означає, що ефективність та якість обслуговування залежать від належної організації робочих процесів, чіткого розподілу обов'язків та відповідальності між персоналом, а також від застосування сучасних методів та стратегій управління для досягнення поставлених цілей.

4. Комерційний аспект полягає у здобутті доходу підприємством і визначається ефективністю обраної стратегії розвитку з урахуванням сучасних світових тенденцій та пріоритетів, таких як диверсифікація, екологізація та сталий розвиток. Це означає, що підприємство має розробляти і впроваджувати стратегії, які сприяють розширенню асортименту продукції або послуг, збільшенню прибутковості та зменшенню впливу на навколишнє середовище. Такий підхід дозволяє підприємству пристосуватися до змін у глобальному економічному та екологічному середовищі та забезпечити стійкий та стабільний розвиток у майбутньому [23, с. 57].

Для досягнення позитивного іміджу у готельному бізнесі необхідно впроваджувати комплексні стратегії, які базуються на реалізації різних концепцій та на наданні якісного обслуговування від кваліфікованого персоналу. Ця стратегія передбачає постійне врахування потреб та очікувань клієнтів у всіх аспектах готельного досвіду. Вона охоплює все: від забезпечення комфортного проживання до вишуканого харчування та високоякісного обслуговування. Ключовою складовою цієї стратегії є професійний та доброзичливий персонал.

Кваліфіковані працівники, які дотримуються встановлених стандартів обслуговування та мають високий рівень емпатії та комунікабельності, відіграють надзвичайно важливу роль у створенні позитивного враження у

гостей та формуванні стійкого іміджу готелю. Вони забезпечують не лише високу якість послуг, але й створюють атмосферу доброзичливості та затишку, яка залишає приємні спогади у відвідувачів. Такий підхід до обслуговування сприяє підвищенню рівня задоволення клієнтів і позитивному сприйняттю готелю в цілому.

1956 рік вважається умовним "народженням професії гостинності", оскільки в США кількість працівників, зайнятих у сфері послуг, перевищила кількість робітників, зайнятих у виробництві. Це відзначення вказує на стрімкий розвиток галузі гостинності та зростання її значущості в економіці, що зумовлене змінами в споживчих уподобаннях і розвитком туризму. Цей період є важливим етапом в історії розвитку галузі гостинності та визначає початок визнання професійної ролі готельних та ресторанних працівників у суспільстві.

Сучасні професії гостинності визначаються розмаїттям сфери послуг, яка охоплює як матеріальний, так і соціально-культурний характер. У цих професіях відбувається безпосередній контакт споживача з виконавцем послуги у різних сферах, таких як готелі, ресторани, туристичні агенції, національні парки, парки культури та відпочинку та інші. Різноманітність цих професій відображається в широкому спектрі обов'язків та навичок, від інформаційного обслуговування та готельного менеджменту до кулінарії, туристичного гідівства та екологічного управління. Кожна з цих професій відіграє важливу роль у задоволенні потреб та очікувань клієнтів у сфері гостинності.

Фахівець у галузі гостинності повинен мати широкі знання, що включають загальну ерудицію, а також професійно значущі навички. Крім того, він повинен мати доглянутий зовнішній вигляд та проявляти відповідні риси характеру, такі як ввічливість, толерантність, відповідальність та емпатія. Такий комплекс якостей допомагає фахівцю ефективно взаємодіяти з клієнтами та колегами, забезпечуючи високий рівень обслуговування та підтримуючи позитивний імідж підприємства [14].

При аналізі розвитку туристичної галузі варто говорити про гостинність не просто як про культурне, історичне чи соціальне явище, а як про окрему досить потужну індустрію. Індустрія гостинності може бути визначена як:

- Сукупність підприємств, які забезпечують послуги тим, хто подорожує або відпочиває, включаючи готелі, ресторани, кафе, курортні комплекси, турбази тощо.
- Галузь економіки, спрямована на забезпечення різноманітних послуг для задоволення потреб туристів та мандрівників.
- Сектор бізнесу, що охоплює всі аспекти гостинності, включаючи проживання, харчування, розваги та інші послуги, які спрямовані на задоволення потреб клієнтів у гостинності.
- Галузь, що об'єднує різноманітні підприємства та установи, що надають різноманітні готельні, ресторани та інші гостинні послуги для відвідувачів та мандрівників.

Готельний бізнес є невід'ємною складовою галузі гостинності, що займає центральне місце в її структурі. Протягом вже століть готельне господарство відіграє важливу роль у задоволенні потреб населення. Його різноманітний характер охоплює різні елементи галузі, починаючи від харчування та розваг і закінчуючи різноманітними послугами.

Готелі стали не лише місцями для проживання, але й центрами, де клієнти отримують різноманітні сервіси та можуть розслабитися після напруженого дня чи подорожі. Вони забезпечують комфортне проживання та відмінні умови для відпочинку, а також створюють атмосферу гостинності, яка надає клієнтам позитивний досвід. Таким чином, готельний бізнес виступає ключовим елементом галузі гостинності, що забезпечує клієнтам можливість насолоджуватися відпочинком та різноманітними сервісами. Його роль у створенні позитивного досвіду для гостей є неперевершеною, і він продовжує залишатися важливим елементом сучасного гостьового обслуговування.

Наступними важливими детермінантами сфери гостинності є такі поняття, як готельний бізнес, засіб розміщення, готель, готельна послуга та інші.

Готельний бізнес – це комплекс діяльності, що пропонує широкий спектр послуг та благ, які гарантують людині необхідні матеріальні умови для проживання та харчування. Ця сфера включає в себе не лише надання місць для тимчасового проживання, але й послуги з обслуговування, комфорту та розваг, що сприяють задоволенню потреб клієнтів.

Засіб розміщення - це будь-яка структура або об'єкт, який регулярно або час від часу надає туристам місця для ночівлі та відпочинку. Це може включати готелі, мотелі, хостели, кемпінги, гостьові будинки, апартаменти та будь-які інші типи помешкань, які відповідають потребам туристів у проживанні.

Готель – це визначний клас підприємств розміщення, який має характеристики номерного фонду, що перевищує певний мінімум, а також надає набір обов'язкових послуг, таких як прибирання номерів та санвузлів, обслуговування в номерах і щоденне застелювання ліжок. Він також пропонує різноманіття додаткових послуг, які можуть включати, наприклад, ресторани, конференц-зали, фітнес-центри та інші зручності для забезпечення комфортного перебування гостей.

Готельна послуга - це комплекс дій підприємства з розміщення, що включає надання споживачу номера для тимчасового проживання в готелі, а також інші послуги, пов'язані з розміщенням та тимчасовим проживанням. Це може включати прибирання номерів, обслуговування в номерах, надання різних зручностей та інших додаткових послуг, які забезпечують комфорт та задоволення потреб клієнтів під час їх перебування у готелі.

Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, які надаються відповідно до категорії готелю. Основні послуги включають у себе розміщення та надання номерів для тимчасового проживання, а також базові зручності, такі як прибирання номерів та обслуговування в номерах.

Додаткові послуги можуть варіюватися в залежності від рівня готелю і включати такі сервіси, як ресторани, бари, конференц-зали, фітнес-центри, послуги пральні та інші зручності, які розширюють можливості для комфортного перебування гостей [29].

Отже, гостинність це з одного боку культурне, історичне та соціальне явище, яке включає у себе традиції та обряди привітного доброзичливого ставлення до подорожуючого, готовність надати йому житло та їжу. Тут, у кожного народу є свої особливості. З іншого боку, гостинність це складна, багатогалузева індустрія, яка тісно пов'язана з туристичною сферою, а тому вона отримала потужний імпульс до розвитку у ХІХ ст., коли туризм стає окремою досить прибутковою справою і вносить зміни і в супутні економічні галузі, у першу чергу індустрію гостинності. А з другої половини ХХ ст. туризм стає масовим явищем, що призводить до трансформації індустрії гостинності.

РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ XIX – НА ПОЧАТКУ XX СТ.

У даному розділі ми розглянемо еволюцію та трансформацію галузі гостинності протягом значного періоду історії – від другої половини XIX – до початку Першої світової війни у 1914 р. Цей період характеризується значними змінами в суспільстві, економіці та культурі, що відобразилося на розвитку гостинності. Ми дослідимо ключові події, тенденції та інновації, що вплинули на гостинність протягом цього періоду, а також розглянемо вплив соціокультурних, технологічних та економічних чинників на формування сучасної галузі гостинності.

Розвиток туризму у XIX ст. мав сприятливий вплив на будівництво готелів на території України, зокрема, на Поділлі. Поділля у давніх джерелах згадується як Пониззя (перша згадка – 1226 р.), Русь долішня (на відміну від Русі горішньої, тобто Карпат). Назва «Поділля» вперше зустрічається в документах XIV ст. у зв'язку з битвою на Синіх Водах. Поділля – це історико-географічний край, що охоплює сучасні Вінницьку, Тернопільську і Хмельницьку області. Його площа становить 60,9 тис. кв. км, тобто 10% території України. Поділля ніколи не було окремою адміністративно-територіальною одиницею: Подільське воєводство охоплювало середню частину Поділля; Західне Поділля входило до Руського, а Східне – до Брацлавського воєводств. Подільська губернія включала територію колишніх Подільського і Брацлавського воєводств [26].

В другій половині XIX – на початку XX ст. у Вінницькій області розпочався економічний підйом, а разом з цим розбудова інфраструктури. Звичайно центром розбудови було місто Вінниця, щоб забезпечити житлом приток приїжджих з інших країв. На початку XX ст. у місті уже функціонувало 12 готелів та масово почали з'являтися мебльовані кімнати.

Наприкінці XIX ст. у Вінниці будують готель «Бель-Вю» (див.Додаток А). Як свідчать деякі джерела після звістки графа Гейдена, який очолював

місцеве дворянство, про перенесення губернського центру з Кам'янця-Подільського до Вінниці. Готель знаходився на перетині вулиць Соборної (тоді Поштової) і Козицького (раніше Богдана Хмельницького). На жаль, «Бель-Вю» не дожив до нашого часу. За однією з версій: готель став провалюватися у катакомби, що стало і причиною його знесення у 70-х роках минулого століття. Зараз на місці «Гарного вигляду» (так з французької звучить назва «Бель Вю») кілька бутиків, кафе і тролейбусна зупинка [37].

Поряд з «Бель-Вю» орієнтовно теж наприкінці 19 століття був побудований готель, який також не зберігся. Це була 3-поверхова будівля над центральним входом якої майорів напис HOTEL EUROPE. Номери для приїжджих розміщувалися на 2 і 3 поверсі. Перший поверх традиційно для тогочасної Вінниці заповнили крамнички та заклади обслуговування. Так у «Європі» на першому поверсі розміщувалися «Посудна Ш. Фримерман», «Швейна майстерня» і т. п. Варто відзначити в готелі був і ресторан «Ресторан європейського готелю І. П. Бойко».

Поступово зникає і готель навпроти костелу Діви Марії Ангельської, що на Соборній, 29. Готель «Центральний», був збудований у 1893 р. Власником будівлі був Іцек Гофштейн. У радянські часи в цьому будинку була розміщена міська прокуратура. З фасаду познімали декоративні елементи, ковані балкони. Єдине, що залишилося від колишньої величі – карниз під дахом.

Вже в наш час будівлю визнали аварійною, продали її новому власнику – товариству «Поділля Приват» - які з листопада 2018-го почали розбирати історичний готель. Нині, від 125-річного готелю залишився тільки перший поверх.

Долю «Центрального», «Європи» та «Бель Вю», на щастя, не розділили сторічні готелі «Савой» і «Фрасуа». Їх будували в 1912 р., впритул один до одного.

Анатолій Секретарьов, вінницький бард та краєзнавець, у дослідженні «Савой» проти «Франсуа» подає історію конкуренції цих готелів на основі

розповідей дослідника вінницьких старожитностей Павла Карлінера. Далі текст з його розповіді:

«Перший (який за радянських часів звався «Україна», а нині повернув собі свою західноєвропейську назву) будувався на гроші прогерманської партії. Вважалося, що назва «Савой» натякала на першого короля об'єднаної Італії Віктора-Еммануїла II, який походив з Савойської династії, був шлюбом пов'язаний з Габсбургами і сам належав до германофільської партії.

Готель «Франсуа» будували тутешні франкофіли. На честь кого одержав назву готель – достеменно невідомо. Але назва «Франсуа» більш красномовно, ніж «Савой», вказувала на їхню зовнішньополітичну орієнтацію.

Оскільки обидва готелі зводилися впритул один до одного на головній вінницькій вулиці, всі обивателі, насамперед, ті, хто мав відношення до гендлярських справ, могли спостерігати цю боротьбу.

Легко уявити, які галасливі суперечки вели між собою прихильники обох партій. Так, коли у «Савой» розбилася дзеркальна вітрина вартістю 500 карбованців, цю подію кілька днів обговорювали на всіх вінницьких базарах.

Коли будівництво закінчилося, стало ясно, що перемогли германофіли, їх готель був і вищий, і набагато краще оздоблений. Взяти хоча б те, що в «Савой» було встановлено і перший у Вінниці ліфт, справжнє чудо техніки тих часів. І перший у Вінниці асфальт теж був «савойським» - ним було вкрито ділянку тротуару перед головним входом, прикрашеним двома мармуровими левами.

Щоправда, «Франсуа» не здавався і збудував на подвір'ї великий чотирьох поверховий флігель, що йшов паралельно і майже впритул тильній стороні «Савою», здобувши таким чином перемогу на внутрішньому, дворовому фронті».

У наш час готелі «перевформували» та оновили: у «Савой» заселилися судді Сьомого апеляційного адміністративного суду, а у

«Франсуа» облаштували кабінети для міських чиновників та представників громадських організацій [37].

В зазначений вище період на Тернопільщині найкращі готелі функціонували в місті Тернопіль. Так, на вул. Міцкевича, 27 стояв готель «Подільський», на Домініканській площі, 1 – «Пунчерта». На вулиці Третього травня, 5 діяв готель «Адлера». Другорядні готелі стояли дещо далі – на вул. Фарна, 3 і Ринок, 33. Це були відповідно Grand (пізніше - Frieda) та Landau. Різниця у якості послуг між першо- і другорядними готелями виражалася і в цінах. Так, за добу проживання у перших потрібно було сплатити від чотирьох до восьми злотих, тоді як у других брали від півтора до чотирьох злотих. Для порівняння, кілограмовий буханець хліба у 20-30-ті рр. коштував 0,3 злотого, кілограм цурку – один злотий, а масла – 3,96 злотого [38].

Новішими, у порівнянні з названими, були у Тернополі готелі Polonia на вул. Міцкевича, 8 – теперішньому бульв Шевченка, Wagshall Dory на вул. Пилсудського, 17 – теперішній вул. Залізничній і Konigsberg на вул. Тарновського, 8 – теперішній Героїв небесної сотні неподалік ЦУМу.

Готель «Подільський», який тернополяни знають уже за його радянською назвою «Україна», збудували ще за часів Австро-Угорщини – у 1890 р. Оскільки автомобілями у ті часи ще масово не каталися, то замість гаражів біля «Подільського» стояли стайні і приміщення для возів. Але готель аж ніяк не був відсталим – уже на початку минулого століття відвідувачів «тішили» водогін, централізоване опалення, ванни та електричне освітлення. Усі цих зручностей цивілізації у ті часи навіть у багатьох панських домах не було. А щодо водогону, то у Тернополі він з'явився аж після приходу радянської влади.

Власницею «Подільського» була свідомо українка Юстина Шидловська. Також у цьому будинку у 1919 р. працювала редакція газети «Українські вісті» - урядового вісника повітового комісаріату ЗУНР. А за два роки до того готель відвідав Дмитро Дорошенко – історик, якого російський Тимчасовий уряд призначив губернатором Галичини й Буковини.

Не залишився без знаменитостей також інший старий готель – «Пунчерта». Коли його збудували – невідомо. Одначе відомо, наприклад, що 15 червня з балкону цього готелю виступав голова Тимчасового уряду Олександр Керенський. Він закликав російських солдат, які тоді окупували Тернопіль, не занепадати духом і далі воювати з австрійськими військами. Уже в листопаді-грудні 1918 р. у готелі «Пунчерта» жили Президент Української Народної Ради Євген (керівник ЗУНР) Петрушевич і голова Ради державних секретарів Кость Левицький.

До речі, готель «Пунчерта» у міжвоєнний час змінив назву на готель «Флісса». Його будівля до наших днів не збереглася – зруйнували під час боїв за Тернопіль у 1944 р. Відтак на місці руїн постала типова п'ятиповерхова будівля, znana завдяки магазину «Молоко».

Третій з найкращих готелів Тернополя – «Адлера» - збудували у 1910 р. Він займав будівлю, що досі стоїть на вул. Сагайдачного, дім із башточкою. Готель розташовувався по вулиці 3 травня побіч «Народної торгівлі» почав функціонувати з 1910 р. Готель мав 32 кімнати, зазенки, електричне світло, водопровід.

Одначе тернопільські готелі пропонували гостям не лишень теплі і затишні приміщення. Приміром, при «Подільському» діяли ресторан та кав'ярня «Болевард», йдеться у путівнику Тернопільським воєводством. А краєзнавець Любомира Бойцун пише: «Навіть у важкі роки Першої світової, коли в місті не вистачало муки, цукру, жирів і хліба, коли майже всі крамниці були зачинені, а в ресторанах годі було й пообідати, тут можна було випити філіжанку чорної або «білої» кави».

Працював ресторан і при готелі «Пунчерта». Туристам через різні засоби повідомляли, що в ньому, як і в «Подільському», можна відвідати концерти.

На жаль, невідомо, чи тішили клієнтів живою музикою, кав'ярнями, електричним освітленням та гарячою водою у готелях Grand та Landau. Не

збереглися і їхні будівлі, адже район колишнього Ринку і Фарної зруйнували майже повністю під час Другої світової війни [38].

Розквіт готельної справи на Хмельниччині розпочався в др. п. XIX ст. Центром даного розвитку було місто Проскурів у якому на той час нараховувалося 36 тисяч мешканців та 19 готелів, найбільший показник у Подільській губернії. Серед готелів були такі, що вважалися престижними, й ті, що пропонували мінімум зручностей. Сьогодні на їх місці знаходяться будинки, кафе, магазини і різні організації.

«Континенталь» - так називався один з найвідоміших готелів Проскурова. Облаштував його проскурівський купець Сімха Вассерман – відомий торговець і щедрий меценат. Для готелю він збудував 4-ох поверхову споруду. Разом із ажурними кованими балконами і кольоровим склом ця будівля стоїть на своєму місці й досі. Затишним номерам на заміну там знаходяться установи й організації, музей-студія фотомистецтва і класи музичного училища.

Ще в 1910-1912 роках у цій споруді було розташовано 3 «люксових» апартаменти і 5 номерів «першого» класу. Та от основною фішкою готелю було гаряче водопостачання. На той час саме ця послуга вважалася унікальною, адже тоді в Проскурові був відсутній водогін. Аби забезпечити гостям комфорт, власник готелю зумів вирішити цю проблему. Справа в тому, що Вассерман зумів домовитися з власником розташованого поблизу чавуноливарного заводу про організацію постачання наземним трубопроводом води, яка нагрівалася у ливарному цеху підприємства.

Згодом, у 1916 році у дворі готелю почалася розбудова зимового саду. Втім існувати йому так і не судилося. Тоді «Континенталь» припинив своє існування. Причиною тому є нова влада, яка прийшла разом із революційно-військовими потрясіннями [48].

Одна з будівель, що нині знаходиться на «стометрівці», у минулому була одним із найкращих готелів міста. «Петербурзький» звели у 1897 р. Попри те, що цей заклад вважався престижним, відомо про нього не багато.

Власницею готелю була відома купчиха Сколецька. А головною його принадою були саме гості. Адже там селилися знатні й відомі люди Поділля. Серед них: засновник музичної освіти, організатор перших пересувних виставок та відомий український художник і педагог.

У 1914 р. назва готелю змінилася. Причиною тому була масова хвиля антинімецьких настроїв у Російській імперії. У результаті – «Петербурзький» став «Петроградським».

У будівлі, де сьогодні знаходиться Бюро технічної інвентаризації, колись був найпопулярніший ресторан Проскурова – «Слон». На другому поверсі цього закладу були обладнані готельні номери, там міг зупинитися будь-хто. А от час проводили там по-різному. Один із поліцейських повідомляв, що номери використовують щоб проводити час із дівчатами легкої поведінки. Саме тому роботу готелю вимагали негайно припинити.

Попри це, заклад продовжив свою роботу до 1921 р. Вже згодом на його місці облаштували класи польської школи. Однак так було не довго. Через якийсь час над рестораном «Слон» знову запрацювали готельні номери під назвою «Готель № 1 міськкомунгоспу».

Інші готелі Проскурова престижністю не відзначалися. Попри їх «пишні» назви, спектр їх послуг був обмежений. Мова йде про готель «Англія», «БельВ'ю», «Берлін», «Імперіаль» і «Пасаж» [48].

Досить популярним закладом гостинності у містах були мебльовані кімнати – один з найпоширеніших типів невеликих засобів розміщення, розташованих у будинках житлового типу, що за помірну ціну надавали послуги, які за рівнем якості не поступались першокласним готелям. Ці заклади розташовувались у всіх районах міст, найчастіше у найбільш людних. Мебльовані кімнати були оптимальними у співвідношенні ціна – якість для осіб, які зупинялись у містах на тривалий термін, окрім проживання тут надавались послуги «самовара і прислуги». Для найменш забезпечених гостей діяли дешеві заклади розміщення з обмеженими зручностями біля вокзалу.

Можливість провінційних міст Поділля тих часів щодо надання нічлігу мандрівникам зводилися, в кращому випадку, до наявності трактирів. В трактирі прибулі могли отримати послуги харчування – пообідати, повечеряти, напитись чаю, та нічлігу або просто тимчасового перепочинку в дорозі. Трактири забезпечувались необхідними меблями та утримувались господарями в чистоті і охайності. Наступного дня, як правило, мандрівники залишали трактир для подальшої поїздки або ознайомлення з містом, відвідування ярмарків та базарів.

Різновидом трактирів найнижчого розряду, що обслуговували малозабезпечені верстви населення, були шинки. Це місця продажу горілки, пива і холодної закуски. Водночас мандрівник міг і заночувати в шинку за мінімальну плату.

Ще одним закладом подільської гостинності була корчма – це традиційний український заклад, де можна смачно поїсти та провести час з друзями чи родиною. Це місце, яке вже багато століть відіграло важливу роль у нашій культурі та традиціях. Досить часто у корчмі можна було отримати і послугу розміщення. У корчмах також були традиції грати в різноманітні ігри та розваги. Найпопулярнішими були карти та шашки. Багато хто приходив у корчму саме для того, щоб поборотися з друзями у цих іграх та показати свою вправність та сміливість. Корчма славилась своєю смачною та ситною кухнею. Серед найпопулярніших страв, які можна було знайти в корчмі – борщ, вареники, деруни, сало, ковбаси та смажені картопляні оладки. Багато страв готуються на вогні або на дровах, що дає їм особливий смак та аромат. У багатьох корчмах також можна було скуштувати саморобні наливки та горілку [47].

Однак, варто зазначити, що у досліджуваній період існували цілий ряд інших закладів гостинності. З'явилися публічні, відкриті, громадські, доступні для публіки заклади: кафе, кав'ярні, ресторани. З середини ХІХ ст. на Поділлі спостерігається інтенсивна розбудова садів і парків громадського

призначення з метою організації відпочинку та розваг мешканців міста, в яких формується необхідна інфраструктура гостинності.

Серед загальнодоступних закладів гостинності в середовищі мішан набувають популярності чайні будиночки, які відкриваються в садах і парках та стають своєрідними культурними закладами в яких проводили вільний час люди з скромними доходами.

Виникнення кав'ярень на українських теренах, як різновиду закладів гостинності, пов'язане з поширенням кави серед вищих верств міського населення, хоч серед простого люду кава, як і чай, вважалася розкішшю. Відвідування кав'ярень було характерно для вищих соціальних верств, які займали управлінські посади в великих містах. Хоча є історичні дані, що і в невеличких містах функціонували кав'ярні

Перші кав'ярні в Кам'янці-Подільському створили турки, для яких кава була чимось більшим, ніж просто напоєм. Турецький вояк Хасан у поемі, написаній взимку 1673-1674рр., зазначав, що воїни, котрі опинилися у дуже тяжких умовах через холод і голод, витрачали великі гроші на каву. Уже в 1681р. у Кам'янці було 10 кав'ярень. При цьому цікавим є те, що першу кав'ярню у Парижі відкрили 1671р., у Відні – 1683, а у Львові – 1829р., тобто аж через 148 років після кам'янецьких. Традиція пиття кави, запроваджена турками, була поширена серед кам'янчан і після того як османи залишили місто [46].

В кав'ярнях, кондитерських в великих містах відбувалися ділові зустрічі, в них відпочивали, розважались. Ці заклади мали своїх завсідників, для яких були важливими ділові розмови, а не їжа.

Найбагатші городяни відвідували ресторації. В елітарних рестораних закладах поєднувалися вишуканий інтер'єр, зручні меблі, дорогий посуд, срібні прибори, кришталеві келихи, уважна прислуга, найбагатший вибір страв і напоїв. Тут вечорами грали струнні оркестри, виконували популярні пісні й романси. В першокласних ресторанах пропонувалось обслуговування типу «табльдот», за яким повноцінний обід обходився в один карбованець.

Наприклад, у місті Тернопіль був популярним ресторан «Старий млин». Це була музейна ресторація – великий комплекс, який відомий своєю унікальністю, адже аналогів немає у всьому світі. Тут гість міг знайти багато музейних експонатів. Інтер'єр виконаний в українському стилі. Кожна деталь мала свою історію. Заклад дивував не лише дизайном, а й кухнею. Багато страв готувались за давніми рецептами наших пращурів страви готували у грилях на дровах та старовинних печач.

Кафе, ресторани задовольняли потребу в спілкуванні без побутових проблем і в комфортних умовах. Спілкування перетворюється на об'єкт споживання, оскільки купується право посидіти в затишному місці з друзями, знайомими за чашкою кави, чаю [33, с. 214].

Таким чином, в досліджуваній період функціонування системи гостинності забезпечувалось за допомогою двох основних груп – одна спеціалізувалась на наданні послуг для нічлігу (готелі, заїжджі двори, заїжджі будинки, корчми, мебльовані кімнати) , друга – харчування (ресторани, трактири, шинки, кондитерські, кав'ярні). Відповідно, формування нових соціальних верств зумовлених розвитком капіталістичних відносин, зростання чисельності міського населення, в свою чергу стимулювало появу нових, характерних закладів гостинності, які стали основою подальшого розвитку інфраструктури гостинності.

РОЗДІЛ 3. СФЕРА ГОСТИННОСТІ ЗА РАДЯНСЬКОЇ ДОБИ

Епоха радянського режиму, відзначається рядом унікальних особливостей та протиріччя, які вплинули на розвиток сфери гостинності. Під час дослідження даного періоду ми розглянемо вплив політичних, економічних, соціокультурних чинників, а також специфіку готельного та ресторанного бізнесу у сфері гостинності.

На Поділлі, як і в інших регіонах СРСР, туризм розвивався у контексті загальної державної політики та соціально-економічних умов. У період радянської доби, туризм був сприйнятий як засіб пропаганди і підтримки ідеології комунізму, а також як засіб демонстрації досягнень радянського суспільства.

Розвиток туризму на Поділлі відбувався в рамках створення масштабної туристичної інфраструктури на всій території СРСР. Держава вкладала значні зусилля у будівництво туристичних баз, готелів, кемпінгів, екскурсійних маршрутів та іншої інфраструктури для забезпечення відпочинку та подорожей громадян. Це створювало можливості для активного відпочинку, оздоровлення та культурного збагачення населення.

Туризм на Поділлі також сприяв підтримці розвитку місцевої економіки, оскільки привертая інвестиції у туристичні послуги, створював нові робочі місця та сприяв розвитку супутніх галузей, таких як готельний бізнес, ресторанний сервіс, транспорт та інші. Таким чином, туризм став важливим елементом соціально-економічного розвитку регіону в умовах радянської доби.

Перед початком 1917 р. готельне господарство опинилося в складному стані запусіння. Торгівельні та подорожні маршрути майже повністю припинили свою роботу. Внаслідок цього всі процеси швидкого розвитку міст були зупинені, а економічний стан почав погіршуватися.

Організація економічної основи комунальних відділів у 1920 р. передбачала кілька основних принципів: кошти, виділені для комунального

господарства, мали використовуватися виключно для задоволення його потреб; допускалося перевищення доходів над витратами лише на 10% бюджету підприємства; важливим було дотримання встановленої тарифної політики та уникнення трансформації комунальних підприємств у засіб збору коштів у населення.

Після революції значна частина готельного фонду пережила значні зміни. Внаслідок націоналізації багато готелів перетворилися на державні та громадські заклади, а також були використані для перепрофілювання на гуртожитки та житлові будинки. Цей процес відображав нові політичні та економічні реалії, що виникли після революції, та відображав стратегічний підхід до використання готельного майна для задоволення народних потреб та розвитку нової соціально-економічної системи. Такі перетворення в готельному секторі відображали широкі трансформації, які відбувалися в українському суспільстві під впливом політичних змін та ідеологічних перетворень.

У 20-30 роках минулого століття радянська влада в галузі туризму зосереджувалася на кількох стратегічних напрямках:

- По-перше, було створено державні організаційні структури для керування туристичною галуззю, що допомагало координувати та регулювати туристичні потоки.
- По-друге, радянська влада активно пропагувала туризм серед населення, включаючи масове залучення громадян до різних форм туристичної діяльності. Це сприяло зростанню інтересу до подорожей та відпочинку, а також розвитку внутрішнього туризму.
- По-третє, велика увага була приділена зміцненню та розширенню матеріально-технічної бази туризму. Це означало будівництво нових готелів, туристичних баз, кемпінгів та інфраструктури для зручності подорожуючих.

Такі заходи відображали спроби радянської влади зробити туризм як частину соціально-економічного розвитку країни, а також сприяли

популяризації ідеї соціалістичного відпочинку та масового туризму серед населення [45].

Протягом тривалого періоду радянського режиму туризм розвивався без організованої системи, працюючи в основному на саморегулюванні. Відсутність централізованого організаційного центру не завадила появі різних добровільних туристичних товариств та об'єднань, які активно займалися розробкою туристичних баз і маршрутів на всій території радянського Союзу. Такі ініціативи допомагали привернути увагу до потенціалу туризму і збільшити популярність подорожей серед населення. Водночас ці неформальні організації відображали дух творчості та самодіяльності радянських громадян у створенні туристичної інфраструктури.

У березні 1930 р. Рада народних комісарів СРСР ухвалила важливу постанову щодо об'єднання акціонерного товариства «Радянський турист» і товариства «Пролетарський туризм РРФСР» у всесоюзне добровільне товариство «Пролетарський туризм і екскурсії». Цей крок спрямовувався на створення єдиної системи туризму в країні, яка б максимально об'єднала зусилля та ресурси для подальшого розвитку галузі.

До літа 1932 р. це товариство вже мало вражаючі показники: 360 турбаз та будинків туриста, загальною кількістю 17 тисяч місць. По всій країні діяло 177 далеких маршрутів, включаючи 103 індустріальні, 40 краєзнавчих, 23 сільськогосподарських, а також 11 спеціально призначених для іноземних робітників і фахівців. Це свідчило про значний прогрес у розвитку туризму та екскурсійної діяльності в СРСР за той період, а також про активні зусилля радянської влади в цьому напрямі [31, с. 46].

12 квітня 1929 р. Рада Праці та Оборони СРСР видала наказ про створення Державного акціонерного товариства по іноземному туризму в СРСР при Наркомові зовнішньої та внутрішньої торгівлі, відомого як ДАО «Інтурист».

Завдяки діяльності «Інтуриста» іноземці отримали можливість особисто ознайомитися з життям країни, яка переживала глибокі трансформації. Звичайно, те повсякденне життя радянського громадянина, котре показували іноземним туристам відрізнялось від реальності та було показним. Туристи з інших країн частково спостерігали за історичним експериментом, учасниками якого стали мільйони людей з понад 100 національностей, включаючи український народ.

З самого початку своєї діяльності «Інтурист» визначив два основних напрями: зовнішній – з продажу турів до СРСР на міжнародних ринках, і внутрішній – організація прийому та обслуговування іноземних туристів в країні. Це охоплювало різноманітні послуги, такі як розміщення, харчування, екскурсії, транспортні послуги та відвідування різноманітних культурних заходів та подій [42].

У період з 1926 по 1932 роки, під впливом скрутних соціально-побутових умов, які випливали з різних соціально-економічних труднощів, багато готельних будівель перетворювалися на місця для тимчасового проживання для робітників і службовців. Ця практика була відповіддю на необхідність забезпечення базових житлових потреб трудящих у складний період історії.

Однак з настанням 1933 року ситуація стала поступово змінюватися на краще. У великих містах, особливо в контексті індустріального розвитку, почалося активне будівництво об'єктів соціально-культурного та побутового призначення. Цей процес сприяв поліпшенню умов проживання та побутових умов для міського населення. Зокрема, створювалися нові готелі, рекреаційні центри, культурно-освітні заклади та інші об'єкти, спрямовані на задоволення різноманітних потреб громадян і підвищення якості їхнього життя.

У 1933 р. президія Центрального виконавчого комітету СРСР прийняла спеціальну постанову щодо злиття Державного акціонерного товариства з іноземного туризму в СРСР «Інтурист» і Всесоюзного акціонерного

товариства «Готель». Ця нова організація отримала назву Всесоюзне акціонерне товариство з іноземного туризму в СРСР – «ВАТ Інтурист».

Головним напрямком і турботою «Інтуриста» був прийом іноземців в СРСР. Це вимагало належної інфраструктури, такої як готелі, мотелі, кемпінги, ресторани і кафе. ВАТ «Інтурист» розвивав і розширював мережу готелів і ресторанів, а також забезпечував інші послуги для іноземних туристів, які відвідували СРСР.

Діяльність «Інтуриста» була дійсно багатопрофільною, охоплюючи як зовнішній, так і внутрішній туризм в СРСР.

У зовнішньому напрямку «Інтурист» здійснював активну діяльність на міжнародних ринках, просуваючи туристичні послуги до Радянського Союзу. Представники організації співпрацювали з закордонними радянськими установами, консульствами, посольствами, торговими представництвами, проводили рекламні кампанії та укладали угоди про співпрацю. «Інтуристу» було надано ексклюзивне право представляти радянські туристичні послуги на міжнародних ринках, відкривати власні офіси та представництва за кордоном.

У внутрішньому напрямку діяльності «Інтурист» організовував прийом іноземних туристів в СРСР, забезпечуючи повний спектр послуг: від розміщення та екскурсій до транспорту та придбання сувенірів. Організація туристичних маршрутів по містах і республіках СРСР дозволяла іноземцям побачити різноманітні аспекти радянського життя та культури. З метою залучення іноземних відвідувачів також підтримувалися і розвивалися народні ремесла, що створювало унікальну атмосферу для туристів.

Загалом, «Інтурист» відіграв важливу роль у розвитку туризму в Радянському Союзі, допомагаючи відкривати країну світу для іноземних відвідувачів і збагачуючи їх досвідом і враженнями від подорожей по цій унікальній країні.

До ВАТ «Готель» для прийому іноземних гостей було створено в найкращі готелі – «Національ» і «Метрополь» у Москві, «Асторія» та

«Європейський» у Санкт-Петербурзі (Ленінграді), «Червоний» та «Лондонський» («Одеса») в Одесі. У Києві «Інтуристу» належали готель «Ермітаж» («Інтурист»), «Україна» (нині «Прем'єр Палац»), у Львові – «Жорж», у Ялті – «Ореанда» і «Таврида», у Хмельницькому – «Інтурист», у Вінниці – «Савой».(див.Додаток Б)

Всі ці готелі були побудовані наприкінці XIX–на початку XX ст. У 1938 р. «Інтурист» мав у своєму розпорядженні 27 готелів на 2778 номерів і 26 ресторанів на 5713 посадкових місць, 334 одиниці автотранспорту. Для потреб внутрішнього туризму наприкінці 30–х років XX ст. в СРСР існувало 165 будинків туриста, 50 турбаз, 12 туристичних готелів, 24 стаціонарних табори, 19 притулків, туристські кемпінги та сезонні стоянки [42].

З початку 1936 р. керівництво внутрішнім туризмом в СРСР почало здійснюватися профспілками. До початку Другої світової війни в країні завдяки активній діяльності профспілок була створена мережа з кількох тисяч туристичних осередків, які базувалися на підприємствах та в навчальних закладах.

Ці туристичні осередки, організовані профспілками, сприяли популяризації внутрішнього туризму серед робітників, службовців та студентів. Вони забезпечували можливість організації і проведення відпочинку та туристичних подорожей по різних регіонах країни. Такі туристичні осередки виступали основою для популяризації туризму серед широких мас населення та сприяли залученню більшої кількості людей до активного відпочинку та подорожей [44].

У 30-х роках розробляються перші типові проекти готелів спочатку на 50–100 місць, згодом більших, на 150 місць. Очевидно, так як землі колишньої Подільської губернії, були частиною СРСР усі правила розвитку сфери гостинності були однакові в СРСР. Підвищується благоустрій готелів, а саме: частина номерів оснащується умивальниками, з'являються багатокімнатні номери, заклади харчування при готелях, збільшується кількість послуг. У 1940 р. готелі існують у більш ніж половині міст СРСР –

669 міст з 1246 мають готелі. Київські готелі у 1941 р. могли одночасно розмістити 1370 осіб.

Величезними були збитки, завдані готельному господарству СРСР під час Другої світової війни. Особливо постраждало готельне господарство окупованої України, майже всі великі готелі були знищені. У Києві на Хрещатику було зруйновано п'ять великих готелів. У перші повоєнні роки починається відбудова готельних об'єктів, будівництво нових закладів. У 1950 р. готельний фонд СРСР вже досягає довоєнного рівня [30].

З початку 1956 року в СРСР почав розвиватися масовий іноземний туризм, що супроводжувався швидким розвитком внутрішнього та молодіжного туризму. Це сприяло активному становленню і розбудові існуючої готельної бази по всій країні.

Перша всесоюзна класифікація готелів у 1952 р. підкреслила їх невідповідність світовим стандартам – більшість готелів мали низький рівень комфорту, і лише окремі висококомфортабельні готелі (відомі як «позарозрядні») могли приймати іноземних гостей, забезпечуючи їм необхідні умови. У 1960-і роки відбулася широка модернізація готельної бази в СРСР. Готелі почали впроваджувати системи холодного та гарячого водопостачання, монтувати ліфти, переоформлювати вестибюлі, відкривати заклади харчування, поліпшувати території. У номерах встановлювалися збірно-розбірні кабінки санвузлів, розширювалася кількість номерів з підвищеним рівнем комфорту та інші покращення.

Наприкінці 1960-х років у вітчизняній готельній сфері сформувався комплекс вимог до готельного стандарту, який включав сучасний комфорт, просторі громадські приміщення, різноманітні типи номерів, розвинуту мережу закладів ресторанного господарства і торгівлі, організовані території з автостоянками та різноманітними додатковими послугами. Ці зміни позначилися на покращенні якості обслуговування туристів як внутрішніх, так і з-за кордону, що сприяло подальшому розвитку туризму в СРСР [40].

У період з 1961 по 1972 роки в Україні було зведено 56 нових готелів, що свідчить про інтенсивний розвиток готельної галузі. На момент 1972 р. в Україні функціонувало приблизно 800 готелів з загальною кількістю місць 73300. З них 92 готелі знаходилися у сільських населених пунктах, 366 – у селищах міського типу і 399 – у містах. На той час мотелів було значно менше – всього 5, і кемпінгів – 6.

Загалом до середини 1970-х років в Україні зведено 97 готелів на 11079 місць у таких містах, як Київ, Донецьк, Сімферополь, Львів, Харків, Івано-Франківськ, Вінниця, Хмельницький, Кам'янець-Подільський та інших.

Порівняно з 1956 р., кількість готелів зросла майже вдвічі (на 165%), а загальна кількість місць у них збільшилась у 3,5 рази.

У 1970-х та на початку 1980-х років, коли склалося єдиний народно-господарський комплекс в країні, з'явилися великі господарські об'єднання, промисловість, сільське господарство та будівництво перейшли на індустріальну основу, спостерігався справжній «бум» у готельному будівництві. Кількість готелів у СРСР за цей час зросла більше ніж удвоє, що відзначалося значними досягненнями в розвитку готельної галузі [15].

Однак якщо порівнювати сучасну індустрію гостинності із радянською то можна розгледіти цілий ряд відмінностей:

- У радянських готелях довгий час на стійках стояла табличка з написом «Місць немає», що вводило в оману гостей. Працівники пояснювали, що всі ліжка заброньовані для очікуючих спортсменів чи артистів, хоча насправді вільних номерів було достатньо. У потенційних гостей вимагали окрему оплату адміністратору просто за заселення. Єдиним законним способом отримання номеру було пред'явлення посвідчення про відрядження та раннє бронювання.
- Навіть якщо клієнт все ж заселявся в номер, він не міг насолодитися відпочинком, за який заплатив гроші. У найкращих номерах класу напівлюкс або люкс адміністратори без попередження могли

підселити незнайому людину, що робило перебування не дуже комфортним і приватним.

- Перед поселенням подружжя вимагали пред'явити свідоцтво про шлюб. Якщо у паспорті відсутній був штамп про шлюб, закоханих розділяли і розміщували у різних кімнатах, що робило проживання в готелі неприємним для них. Більше того, після 11 години вечора на поверхах готелю з'являлися чергові, які спеціально обходили номери і переконувалися, що жодна з дівчат не залишалася на ніч в гостях у чоловіка. Це створювало додаткові не зовсім комфортні умови для гостей і обмежувало їх свободу дій.
- У готелях були суворі обмеження щодо шуму та розваг. Завдяки відсутності звукоізоляції, навіть звичайна гучна розмова в кімнаті могла призвести до зауважень від персоналу. Гості були обмежені в можливості веселитися чи проводити активну діяльність в номерах. Якщо гості порушували ці правила, їх миттєво виселяли з готелю, незалежно від часу доби. Це створювало напружену атмосферу для гостей, які бажали відпочити або влаштувати вечірку у номері.
- Інтер'єр навіть у відомих радянських готелях залишав бажати кращого. Кімнати були обладнані обшарпаними шафами, потертими килимами, облупленими тумбами та металевими пружинними ліжками. Ці старі та зношені елементи внутрішнього оформлення не створювали комфортної атмосфери для гостей. Навіть якщо хтось з гостей бажав зробити зауваження стосовно стану номеру, мало хто наважувався на це, оскільки адміністратор мав право виселити людину за власним бажанням. Це ставило гостей у скрутне становище, позбавляючи їх можливості висловити свої побажання чи незадоволення щодо умов перебування.
- У номері завжди щось було несправним: унітаз, раковина чи навіть лампа над ліжком. Бракуючі або несправні предмети побуту у номерах робили перебування гостей менш зручним і приємним.

Варто зазначити, що душ і туалет були доступні тільки в люксі, або вищого класу номерах, які міг дозволити собі не кожен. У звичайних кімнатах убиральня знаходилася на поверсі, що нагадувало умови гуртожитка. Про одноразову зубну пасту, щітку та шампунь у пробниках тоді не знали. Біля раковини зазвичай лежав лише шматок господарського мила, що обмежувало гігієнічні можливості гостей і змушувало їх шукати альтернативні способи забезпечення необхідних засобів гігієни під час перебування у готелі.

- У їдальні готелю не було широкого асортименту страв, а харчування не входило у вартість номера. Кожен гість мав купувати те, що відповідало його фінансовим можливостям. Замість ранкової кави часто подавали цикорій з молоком, що не був аналогом справжньої кави. Щодо основних страв, замість розмаху шведського столу, де гості мали більший вибір, подавали прості страви, такі як сосиски, котлети з гречкою, суп чи борщ з хлібом. Такий обмежений вибір і харчування за власний кошт обмежували можливості гостей отримувати різноманітні страви та насолоджуватися комфортним харчуванням під час перебування у готелі [2].

У 1970–80-ті роки в СРСР склалася система управління готелями, яка характеризувалася подвійним підпорядкуванням комунальних готелів. Готелі були підприємствами, що підпорядковувалися двом рівням влади.

Безпосереднє господарське управління готелями здійснювалося через виконкоми місцевих рад, які керувались своїми управліннями, відділами та комунальними комбінатами, в залежності від розміру міста, кількості готелів у ньому та їх місткості.

Ця система управління забезпечувала централізований підхід до управління комунальними готелями, з урахуванням місцевих потреб і умов. Вона сприяла оптимальному використанню ресурсів і контролю за діяльністю готелів з боку місцевих органів влади.

Готельне будівництво в СРСР досягає піку в 1980 р. – час проведення XXII Олімпійських ігор. Початок підготовки професійних кадрів для готельного господарства в СРСР відбувався одночасно з низкою негативних тенденцій у цій сфері. Наприкінці 1980-х років спостерігалось значне зниження темпів готельного будівництва, а наявні готелі стали часто недобудованими проектами, відомими як довгобуди. Надання готельних місць населенню також було дуже низьким та свідчило про недостатню розвиненість готельної інфраструктури.

Така нестача готельних місць і відсутність економічних стимулів в управлінні персоналом створювали штучний дефіцит готельних місць. Це в свою чергу сприяло поширенню корупції і хабарництва в сфері готельного господарства. З метою отримання доступу до готельних послуг, що були в обмеженому обсязі, деякі особи використовували корупційні зв'язки та платили хабарі для отримання переваги.

Відсутність зацікавленості персоналу у результаті роботи та недостатня орієнтація на споживача призводили до інерції в готельному господарстві. Працівники не були мотивовані покращувати якість обслуговування, розширювати асортимент послуг або підвищувати культуру обслуговування. Внаслідок цього, готельне господарство перетворилося на збиткову галузь, яка часто функціонувала за рахунок державних і відомчих дотацій.

Екстенсивний підхід до організації праці спричинив зростання управлінського апарату на всіх рівнях, що негативно позначилося на економіці готельних підприємств. Замість розробки ефективних методів управління та підвищення продуктивності, управління ставало важким та неефективним.

Відсутність достатньої мотивації серед персоналу разом з низькою компетентністю працівників призвела до занепаду якості обслуговування, що спричинило поширення «радянського сервісу» з його недоліками, які часто критикувалися іноземними туристами. Робота у готелях вважалася

престижною і часто приваблювала випадкових працівників без спеціальної освіти, що сприяло протекціонізму та непрофесіоналізму.

Запровадження сучасної техніки, зокрема комп'ютерів, в готелях відбувалося дуже повільно, а ступінь механізації праці залишався низьким. Це ускладнювало ефективне управління готелями та знижувало якість обслуговування [5].

Отже, в радянські часи на Поділлі, як і у всьому СРСР мережа закладів гостинності активно формувалась наприкінці 70-х – протягом 80-х років ХХ ст. Аналіз свідчить про те, що більшість готелів, мотелів, кемпінгів, санаторіїв, баз відпочинку та туристичних закладів будувались за проектами, які не відповідали міжнародним стандартам. Інтенсивна їх експлуатація в період масового туризму (60–80-ті роки), а також відсутність своєчасних капітальних і поточних ремонтів призвели до значного зносу цих будівель та їх обладнання.

Багато готелів, зведених ще за радянських часів, мали надмірну кількість двомісних номерів, що суперечить європейським стандартам, де номерний фонд на 70-80% мав складатися з одномісних номерів з одним великим ліжком.

Також багато готелів страждали від відсутності кондиціонерів, громадських зон (холів, фойє), або додаткових послуг, таких як конференц-зали, фітнес-центри, підземні гаражі та паркінги, які є стандартом для міжнародних туристів.

РОЗДІЛ 4. ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ НА ПОДІЛЛІ У 90-ТІ РР. XX СТ. – ПЕРШІ ДЕСЯТИЛІТТЯ XXI СТ.

У 90-ті роки XX століття та на початку XXI століття готельна індустрія на Поділлі переживала значні трансформації і виклики, пов'язані з перехідним періодом України після розпаду Радянського Союзу. Цей період в історії регіону характеризувався великими змінами в економіці, політиці та суспільстві загалом, що вплинуло на розвиток готельного бізнесу та гостинності.

Завершення радянської епохи призвело до розпаду колишніх структур управління та власності, що суттєво вплинуло на готельний сектор. У цей період збільшилася активність у створенні приватних готелів та інших закладів гостинності, що дозволило розширити ринок і залучити нові форми управління та власності до готельного бізнесу на Поділлі.

Одночасно з економічними трансформаціями, індустрія гостинності зазнавала впливу політичних та соціокультурних змін. Зміна підходів до готельного обслуговування, впровадження міжнародних стандартів та новітніх технологій стали важливими аспектами перетворень у цьому секторі.

У даному розділі буде проаналізовано вплив цих трансформацій на індустрію гостинності на Поділлі у період з 90-х років XX століття до перших десятиліть XXI століття, зокрема зосереджуючись на змінах у власності, управлінні та розвитку готелів, а також на впливі суспільних та економічних чинників на розвиток готельної індустрії в регіоні.

На початку тисячоліття структура власності в готельному господарстві України відрізнялась від радянського періоду через процеси корпоратизації та приватизації державного майна, що сприяли цій зміні.

Також була розроблена державна програма розвитку туризму на період з 2002 по 2010 роки, яка була затверджена постановою Уряду від 29 квітня 2002 року. Ця програма передбачала створення розвинутої інфраструктури

туризму, включаючи будівництво 78 об'єктів туристичної індустрії (на 15,7 тисяч місць) та реконструкцію 61 об'єкта (на 25,5 тисяч місць). Також були розроблені державні стандарти «Послуги туристичні. Класифікація готелів» (ДСТУ 4269:2003) та «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» (ДСТУ 4268:2003), а також впроваджено обов'язкову сертифікацію готельних послуг з 1 жовтня 1999 року [31].

На початку 2006 року більше двох третин усієї кількості підприємств готельного господарства (69,2%) перебували у приватній формі власності. Комунальні підприємства склали 15,6%, а державні підприємства – 15,2%. Ці дані свідчать про значний розвиток приватного сектору у готельній індустрії на той момент, а також про поступове зменшення впливу державного сектору, яке відбувалося у контексті трансформацій економіки та власності після розпаду колишнього радянського союзу.

У період зародження перших десятиріч у 2000-х роках, готелі в Поділлі йшли в ногу з глобальними тенденціями розвитку туристичної галузі, перетворюючись на важливу галузь господарства регіону. Під впливом відкриття кордонів, бізнес-моделі готельного бізнесу зазнали змін.

У цей період у Поділлі з'являлися готелі у формі малих підприємств з іноземним капіталом, що сприяло збільшенню міжнародного туризму та залученню іноземних інвестицій. Окрім того, крім традиційних готелів і гуртожитків, виникали нові форми розміщення, такі як мотелі, готельно-офісні центри, кемпінги та молодіжні бази з проживанням. Це сприяло розширенню асортименту туристичних послуг і забезпечувало більш гнучкі варіанти проживання для відвідувачів регіону.

Більшість великих готельних закладів мають організаційно-правову форму закритих або відкритих акціонерних товариств. Такі форми дозволяють ефективно управляти готельними підприємствами, залучати інвестиції та розвивати бізнес. Окрім того, створюються готельні об'єднання, асоціації та ланцюги, що сприяють спільному розвитку готельного бізнесу, стандартизації послуг і спільному маркетингу. Такі об'єднання дозволяють

готелям впроваджувати сучасні стандарти обслуговування, забезпечувати конкурентоспроможність на ринку та залучати більше клієнтів.

На Поділлі функціонував український національний ланцюг готелів Reikartz Hotel Group рівня 3-4 зірки. Цей ланцюг включав 25 готелів з фірмовою назвою Reikartz, а також 34 готелі з індивідуальними назвами, які також були частиною готельного ланцюга. Готелі цієї мережі були присутні на готельних ринках Казахстану, Німеччини, Швеції, Грузії та Узбекистану. Вони розташовувалися по всій території України, включаючи ділові та курортні центри. Готелі Reikartz пропонували широкий спектр послуг, зокрема спа-процедури, спеціалізацію на грязелікуванні та бальнеології. Тут були доступні солярії, лікувальні масажі, апаратна фізіотерапія, а також сучасні методи омолодження, такі як біоревіталізація і мезотерапія [3].

Наразі готельна мережа Reikartz Hotel Group змінила назву на Optima Hotels & Resorts. Усі заклади мережі продовжують функціонувати, за виключенням, готелю в Херсоні та надавати усі необхідні послуги.

Низка готелів колишнього «Інтуриста» увійшла до складу державної акціонерної компанії «Україна Туристична». Дочірніми підприємствами також стали низка туристичних готелів, що належали до ЗАТ «Укрпрофтуризм». Однак ці готельні об'єднання не мали єдиних стандартів маркетингової політики та інших характеристик.

Найбільшим некомерційним готельним об'єднанням в Україні була Асоціація Готельних Об'єднань і Готелів Міст України, створена у 1991 р. як методичний, організаційний та координаційний центр для підприємств готельного господарства України. Ця асоціація забезпечувала обмін досвідом між працівниками готельних підприємств, надавала юридичну та методичну допомогу, займалася удосконаленням нормативної бази і підготовкою кадрів. Крім того, вона надавала підтримку у питаннях матеріально-технічного забезпечення та маркетингової діяльності готелів.

На кінець 2006 р. в Україні функціонували два п'ятизіркові готелі, 38 чотиризіркових та близько 280 три-, дво- та однозіркових готелів. За період з

2005 по 2010 роки кількість готелів в Україні зростала в середньому на 6,5% щорічно, а одноразова місткість готелів збільшувалась на 10,5% щорічно [10].

Загальноукраїнські тенденції будівництва готелів простежувались і на території Поділля.

Середньорічний відсоток завантаження номерного фонду підприємств готельного господарства на початку 2000-х років становив 35%, що значно відрізнялося від середнього показника в готелях світового рівня (65-75% за даними Всесвітньої туристичної організації). Це свідчило про негативні наслідки високої вартості проживання у вітчизняних готелях порівняно з обслуговуванням за кордоном, а також про невідповідність рівня якості послуг українських готелів їх вартості.

Доцільно зазначити, що підставою для постійного зростання цін на послуги, які надавали підприємства готельного господарства в Україні, було загальне підвищення вартості проживання, спричинене такими економічними процесами:

- Збільшення тарифів на електроенергію та опалення.
- Інфляція, яка призводила до загального зростання цін на товари і послуги.
- Підвищення рівня оподаткування, що збільшувало фінансове навантаження на підприємства.
- Включення до вартості готельних послуг витрат на проведення ремонтів та реконструкцій, необхідних для підтримки і покращення інфраструктури готелів [20].

Ці фактори разом спричиняли підвищення загальної вартості обслуговування у готелях України, що впливало на цінову політику готельних підприємств та сприйняття їхніх послуг споживачами.

Певним стимулом для будівництва готелів та покращення їхньої якості стали великі міжнародні заходи, зокрема проведення в Україні Євро-2012. Цей спортивний захід вимагав створення нової інфраструктури, зокрема

готельного сектору, для забезпечення комфортного перебування гостей і учасників.

Згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 14 квітня 2010 р., була затверджена цільова програма підготовки та проведення фінальної частини Чемпіонату Європи з футболу 2012 р. Згідно з цією програмою передбачалося створення 327 нових готелів з 11 557 номерами. З цієї кількості, 132 готелі були новозбудовані об'єкти, 153 готелі планувалося переобладнати, а решта 42 готелі - модернізувати.

Ці заходи мали значний вплив на розвиток готельного бізнесу у регіоні Поділля, створюючи сприятливі умови для залучення інвестицій у готельну індустрію, підвищення рівня обслуговування та покращення інфраструктури готелів. Такі ініціативи сприяли також підвищенню туристичного потенціалу регіону та збільшенню числа туристів, які відвідують цей регіон.

Згідно з даними держстандарту, кількість готельних підприємств значно збільшилась протягом двох років (2010-2012). Паралельно з введенням в експлуатацію провідних готелів, на ринок також вийшло 14 нових підприємств з вартістю номера вище середнього рівня. Це призвело до зменшення завантаження цих готелів, оскільки вартість перебування у них перевищувала середній рівень на ринку.

Ця обставина підкреслює важливість адекватного планування розвитку готельного сектору, що враховує попит на різних рівнях цінової категорії. Збільшення числа готельних підприємств є позитивним явищем для розвитку туристичної індустрії, проте ефективне управління цим ростом є важливим аспектом для збереження конкурентоспроможності готельного бізнесу.

Продовж 2012 року в Україні працювало 6 042 колективних засобів розміщування (готелі, мотелі, хостели, кемпінги, санаторії, пансіонати, тощо), що на 160 закладів (2,7%) більше, порівняно з попереднім роком.

Кількість готелів, що працюють в Україні на кінець 2012 року склала 1.551, що на 10,9% або на 153 готелі більше, ніж на відповідну дату 2011 року.

Кількість місць у колективних засобах розміщування збільшилась на 16 279 (2,9%) і склала 584 тис. одиниць. За підсумками 2012 року спостерігається збільшення кількості осіб розміщених у колективних засобах розміщування з 7 426,9 тис. у 2011 році до 7893,1 тис. осіб у 2012 році (на 6,3%) [24].

На готельному ринку України переважну частку займають малі готельні підприємства, які становлять 92% від усіх готельних послуг. Середні готелі складають лише 6,6% ринку, а великі готелі налічують всього 1,4%.

Асоціація малих готелів та апартаментів України визначає малі підприємства готельного сектору як ті, що мають до 100 номерів.

У зв'язку з територіальним розподілом готельного господарства на Поділлі важливо відзначити, що основу матеріально-технічної бази становлять засоби розміщення, розташовані у великих адміністративних центрах та в регіонах, що мають туристичне й екскурсійне значення.

Це розміщення готельної інфраструктури важливе з економічних та туристичних поглядів. Великі адміністративні центри забезпечують попит на готельні послуги через бізнес-подорожі, конференції, туризм та інші події. Регіони з туристично-екскурсійним значенням приваблюють відпочивальників, які цікавляться культурою, історією та природними пам'ятками регіону. Таке розподілення сприяє розвитку готельної галузі в обраних локаціях, забезпечуючи попит на різні види готельних послуг і сприяючи розвитку туризму в цих регіонах.

Важливим осередком індустрії гостинності Поділля є місто Кам'янець-Подільський. Як і багато інших історичних міст України, в останні роки спостерігає певний розвиток у готельній галузі. Сучасні готелі в цьому місті поєднують в собі комфорт та стиль, а також відтворюють атмосферу історичної спадщини цього унікального місця. Зазвичай це невеликі готелі, що знаходяться в історичних будівлях або в затишних куточках міста, де можна насолодитися атмосферою старовинного міста.

Готелі у Кам'янці-Подільському пропонують різноманітність послуг для туристів, включаючи комфортне розміщення, ресторани з місцевою та міжнародною кухнею, конференц-зали для проведення заходів та зустрічей. Вони також можуть пропонувати екскурсійні програми для відвідувачів, які бажають дізнатися більше про історію та культуру цього захоплюючого міста.

До найбільш популярних готелів міста варто віднести: Kleopatra VIP hotel, Optima Collection, Ratusha, Taras Bulba, Gala Hotel, Red Cube Hotel, Монте-Крісто, Готель «7 ДНІВ», Готель «Гетьман» та багато інших готелів та апартаментів за будь-яку ціну та на будь-який смак [50]. (Див.Додаток В)

Ще одним осередком сучасної індустрії гостинності Поділля є місто Хмельницький. У Хмельницькому спостерігається активний розвиток готельної інфраструктури, що відбувається в контексті зростання ділового туризму в місті. Сучасні готелі, особливо ті, що розташовані у центрі міста, пристосовані для зручного розміщення бізнес-туристів, які прибувають сюди на зустрічі, конференції або для укладення бізнес-угод.

Протягом останніх років у Хмельницькому спостерігається активний розвиток готельної індустрії, що призвело до появи декількох нових готелів класу «бізнес» або «комфорт». Ці готелі відрізняються високим рівнем сервісу та надають сучасні зручності для своїх гостей.

Основною особливістю цих готелів є наявність великих конференц-залів з сучасним обладнанням, що дозволяє проводити різноманітні заходи, від бізнес-конференцій до тренінгів та семінарів. Потрібно також відзначити, що багато з цих готелів надають можливість користуватися бездротовим інтернетом, а також мають власні ресторани з різноманітними стравами, придатними як для бізнес-ланчів, так і для вечерь.

Розвиток готельних закладів класу «бізнес» сприяє також розвитку ділового туризму в Хмельницькому. Відкриття таких готелів створює комфортні умови для відвідувачів, які приїжджають з метою проведення різних бізнес заходів у місті, що в свою чергу сприяє збільшенню інвестицій та розвитку місцевої економіки.

До найпопулярніших готелів міста варто віднести: Potocki Boutique Hotel, Royal Palace Luxury Hotel and SPA, Optima Collection, Tamerlan, Готель Лаванда, Готель Арена, Готель Вік-Жан, СПА Готель СВ, Готель-ресторан Любе Плюс, Готель Амстердам та багато інших [1].

Ще одним важливим адміністративним осередком Поділля є місто Вінниця. У Вінниці спостерігається активний розвиток готельного бізнесу на сучасному етапі, що обумовлено зростанням туристичного потоку, розвитком бізнес-інфраструктури та збільшенням попиту на комфортне розміщення. Місто стає привабливішим для туристів, включаючи як відвідувачів з метою відпочинку, так і бізнес-подорожуючих.

На сучасному етапі у Вінниці готельна індустрія розвивається швидкими темпами, пропонуючи різноманітні варіанти для проживання та відпочинку. Місто може похвалитися кількома високоякісними готелями різного рівня: від економ-класу до преміум-сегменту. Багато з них спеціалізуються на прийомі бізнес-туристів та мають спеціально обладнані конференц-зали та інші відповідні послуги для проведення заходів та конференцій.

Одним із характерних тенденцій є модернізація та реконструкція історичних будівель з метою їх подальшого використання як готелів. Це створює унікальні пропозиції для туристів, які цінують аутентичність та комфорт, оскільки вони мають можливість перебувати у витончених готелях, розташованих у привабливих історичних спорудах, і насолоджуватися усіма перевагами сучасного готельного сервісу.

До найкращих готелів Вінниці можна віднести: FENIX TOWN, Hotel Kardinal, Aristokrat Hotel, Strike Duboviy Gai, Hotel Rooms, Hotel Andreevsky, ГРК Вагнес та інші [27].

В одному з міст Поділля Меджибожі спостерігається активний розвиток туризму та готельного бізнесу на сучасному етапі. Меджибіж – місто з багатою історією та культурним спадком, яке приваблює як вітчизняних, так і зарубіжних туристів.

На сучасному етапі у Меджибожі діють кілька готелів та гостьових будинків, які пропонують різноманітні послуги для туристів. Багато готелів розташовані в історичних будівлях або поблизу визначних пам'яток міста, що робить їх особливо привабливими для туристів, які цінують аутентичність та атмосферу історичного місця.

У Меджибожі також спостерігається збільшення кількості туристичних заходів, які привертають увагу відвідувачів з різних країн. Регулярно проводяться екскурсії, фестивалі, концерти та інші події, що створюють додаткові можливості для розвитку готельного бізнесу та підвищення популярності міста серед туристів.

Загалом, розвиток туризму та готельного бізнесу у Меджибожі на сучасному етапі сприяє підвищенню економічного потенціалу міста, збільшенню притоку туристів та створенню нових можливостей для розвитку інфраструктури та культурного життя.

До популярних готелів міста можна віднести: Меджибіжський замок, Ягода-Малина, Будиночок в селі, Готель Лаванда, Готель «Лелека» та інші [18].

У місті Полонне на Поділлі спостерігається активний розвиток готельного бізнесу, що сприяє зростанню туристичної привабливості регіону та покращує інфраструктуру для гостей і мандрівників.

Протягом останніх років в Полонному було відкрито декілька нових готелів і гостьових будинків різного рівня. Зокрема, з'явилися сучасні готелі з комфортними номерами, зручними умовами для проживання та послугами відпочинку. Ці готелі часто пропонують широкий спектр послуг, таких як ресторани, конференц-зали, фітнес-центри та інші.

Розвиток готельного бізнесу в Полонному сприяє не лише створенню нових робочих місць для місцевого населення, але й залученню туристів та відвідувачів в місто. Це сприяє економічному зростанню регіону, розширенню інфраструктури та покращенню якості обслуговування для відвідувачів.

У місті є незначна кількість готелів, проте, вони є: Мотель ОК, Готель Случ, Готель Фієста, ГРК «Тополя», Готель Леон, Хуторок Свержію, Готель Bastion, Готель Марічка, Готель Європа та інші [49].

У місті Ізяслав, що на Поділлі спостерігається активний розвиток готельного бізнесу, що відбувається в контексті загального зростання туризму та підвищення інтересу до цього регіону.

Протягом останніх років в Ізяславі було відкрито кілька нових готелів та гостьових будинків різного рівня. Ці готелі надають різноманітні послуги для туристів і відвідувачів, включаючи комфортне проживання, ресторани з місцевою кухнею, конференц-зали для проведення заходів та інші зручності.

Розвиток готельного бізнесу у Ізяславі сприяє залученню нових туристів, створенню робочих місць для місцевого населення та загальному підвищенню економічного розвитку міста. Крім того, це сприяє покращенню інфраструктури та підвищенню рівня обслуговування для гостей, що відвідують Ізяслав. До відомих готелів міста Ізяслава можна віднести: Готель Горинь, Готель Маєстро, Готель Случ, ГРК Айвенго та інші [17].

Пандемія COVID-19 стала значним випробуванням для готельно-ресторанного бізнесу на Поділлі. Поширення вірусу та введені карантинні обмеження суттєво позначилися на цьому секторі, викликаючи численні виклики та проблеми, що потребують уваги та вирішення.

Світова криза, спричинена пандемією COVID-19, призвела до збиткового стану у готельній індустрії на Поділлі. Багато готелів і ресторанів змушені були зупинити або обмежити свою діяльність через спад туристичного потоку та зменшення попиту на послуги гостинності. Ця ситуація вимагала від бізнесів розробки нових стратегій виживання та адаптації до нових умов, а також пошуку шляхів для підтримки стабільності та відновлення.

Для виходу з цієї кризи готельному господарству Поділля потрібна була підтримка держави: фінансова підтримка, податкові пільги, стимулювання

внутрішнього туризму та інші заходи, спрямовані на відновлення готельного бізнесу та підтримку готельних підприємств.

За результатами опитування готельєрів у березні 2020 р., виявлено, що близько половини готелів вжили комплексу заходів для зменшення збитків у зв'язку з пандемією COVID-19. Серед цих заходів були переведення працівників у відпустку за власний рахунок, виведення з експлуатації частини номерного фонду, зменшення маркетингових бюджетів та скорочення співробітників. При цьому посилення карантинних обмежень і закриття кордонів для іноземців мали негативний вплив на діяльність готелів високого цінового сегменту, оскільки ці готелі більше розраховані на іноземних туристів, а не на внутрішній ринок.

Початок стагнації готельної галузі настав у березні 2020 р. внаслідок різкого закриття кордонів та введення карантинних обмежень у більшості країн світу. Ці заходи призвели до практичної «блокади» готельної сфери, оскільки відсутність подорожуючих людей миттєво знизила завантаженість готелів зі стандартних 60% до надзвичайно низьких 2-3% протягом 1-2 тижнів. За цих умов більшість готельних підприємств були змушені тимчасово припинити функціонування, зберігати готелі в режимі консервації та перейти у режим очікування на невизначений термін.

У 2021 році з поступовим відкриттям кордонів та знову дозволом на подорожі готельна індустрія почала відроджуватись, але цей процес відбувався повільними темпами. Подорожуючі, які все ж таки наважилися на робочі поїздки або відпустки, забезпечили завантаження готелів на рівні 20-25%.

Внаслідок пандемії COVID-19 індустрія гостинності зазнала значних втрат. Під час періоду пандемії частка готельно-ресторанного сектору у ВВП України скоротилась на 82%, а його внесок у зайнятість зменшився на 64%. Пандемія вимагала проведення перевірки гнучкості та ефективності готельно-ресторанного бізнесу в умовах, що виявилися нестандартними.

Впровадження інноваційних технологій у практику підприємств індустрії гостинності може сприяти досягненню якісно нового рівня їх розвитку [41].

Складна економічна ситуація в Україні, фінансові кризи та пандемія коронавірусу поставили перед українськими компаніями на ринку численні виклики, але в той же час стимулювали їх набувати додатковий досвід та зміцнювати стійкість. Ресторанний та готельний бізнес є важливими складовими галузі гостинності в Україні, яка є однією з ключових сфер національної економіки.

На жаль, внаслідок повномасштабного вторгнення Російської федерації на територію України, сектор туризму та гостинності зазнав значних втрат. Ця агресія не лише призвела до загибелі та руйнування об'єктів інфраструктури, але й спричинила загальне погіршення іміджу країни як туристичного напрямку. Такі втрати вразили не лише матеріальний стан сфери гостинності, а й її потенціал для розвитку. Однак, незважаючи на ці труднощі, українські підприємства в цій галузі продовжують працювати, зміцнюючи свою стійкість та шукаючи нові можливості для розвитку.

Після негативного впливу пандемії в минулі роки цей бізнес стикнувся з новими викликами без відпочинку. Основне комерційне завдання для готельно-ресторанного бізнесу та індустрії гостинності зараз - зберегти життя, оскільки деякі заклади були фізично зруйновані.

Що стосується галузі гостинності на Західній Україні, та на Поділлі, зокрема, то після 24 лютого 2022 р. близько 90% підприємств цього сектору протягом певного часу не функціонували. Станом на червень 2022 року близько 20% з них так і не змогли повністю відновити свою діяльність. Ситуація на ринку гостинності в Україні суттєво варіюється залежно від регіону. Після початку повномасштабного вторгнення багато підприємств цього сектору тимчасово припинили роботу з міркувань безпеки через низький попит з технічних причин або внаслідок пошкоджень або руйнувань від обстрілів.

На сьогоднішній день на півдні та сході України бізнес практично перестав функціонувати, але у центральних та західних регіонах активно працюють волонтерські центри, де готують їжу для біженців або надають безкоштовний притулок мешканцям районів, що постраждали від війни. Також на сьогоднішній день у цих регіонах активно будуються та відкриваються нові заклади громадського харчування та готельного розміщення [9].

Однією з причин такого швидкого відновлення готельно-ресторанного сектору заходу України було раптове та несподіване прибуття великої кількості внутрішньо переміщених осіб у цей регіон. Для людей, які були змушені надзвичайно швидко покинути свої домівки, це стало величезним стресом. Умови проживання, які суттєво відрізнялися від звичних, ущільнене перебування великої кількості людей на обмежених площах, а також обмежена можливість приготування їжі на власних кухнях, призвели до того, що люди, почувуючись дезорієнтовано, проводили майже весь день у закладах гостинності, оскільки просто не мали куди йти.

Крім переселення звичайних громадян, також спостерігається активна релокація бізнесу до західних регіонів, які вважаються відносно безпечними. Можна передбачити, що через значні руйнування, окупацію та мінування акваторій Чорного та Азовського морів центром внутрішнього туризму у найближчі роки стануть саме західна та центральна частини України. Таким чином, інвестиції у такі заклади повністю окупляться.

Ще однією проблемою, що виникла в сфері гостинності, є втрата кваліфікованих працівників, оскільки значна частина з них емігрувала за кордон. Цей відтік перешкоджає нормальному функціонуванню готельного бізнесу та ресторанів, оскільки зменшується кількість кваліфікованого персоналу, що може забезпечувати високий рівень обслуговування та якість послуг. Крім того, це впливає на конкурентоспроможність готелів і ресторанів, оскільки недостатньо кваліфікованого персоналу може обмежити їх здатність привертати клієнтів і забезпечувати задоволення гостей.

Незаперечно, заклади гостинності не можуть уникнути руйнівного впливу війни. Однак, їм принаймні варто спробувати оптимізувати основні бізнес-процеси, щоб зменшити цей вплив. Перш за все, важливо забезпечити виживання самого бізнесу і не втратити грошовий потік повністю. Необхідно більше уваги приділяти аналізу та контролю витрат і доходів готелю або ресторану. Одночасно з цим, прибутковість може відігравати меншу роль, оскільки головне полягає в збереженні самого підприємства, його працівників і частки на ринку.

Ще однією складністю, з якою стикаються заклади гостинності в сучасних умовах, є різке зниження купівельної спроможності клієнтів. Це особливо відчутно у зв'язку з необхідністю підвищення цін на продукти та послуги. Багато власників закладів гостинності зауважують, що навіть незважаючи на невелике підвищення цін, середній чек не зріс, оскільки клієнти замовляють менше. У зв'язку з цим, закладам варто виявляти максимальну креативність, щоб залишитися на ринку. Одним із варіантів може бути скорочення маркетингових витрат. Зараз не є найкращий час для реклами або програм лояльності. Краще відкласти ці заходи до більш стабільних часів [22].

Повномасштабна війна в Україні стала великим випробуванням для багатьох галузей економіки, включаючи сферу гостинності. Нажаль, не всі заклади харчування та розміщення змогли фізично і економічно пережити це випробування. У сучасних умовах ключовим показником ефективності бізнесу є відсутність збитків і необхідність дотування. Щоб економічно вижити в умовах тотальної непередбачуваності, компаніям необхідно поєднувати два принципи: системність (розуміння стратегічних цілей, система контролю, прозорі внутрішні процеси та аналітика) і гнучкість (швидкість у прийнятті креативних, нестандартних рішень). Важливо пам'ятати, що будь-яка криза має свій кінець. У світі існує чимало прикладів того, коли після масштабних конфліктів країни відновлювалися і ставали ще кращими, ніж були до цього. Це стосується й сфери гостинності.

Розглянувши розвиток індустрії гостинності на Поділлі протягом періоду з 1990-х до перших десятиліть 2000-х років, можна зробити декілька висновків. У 90-ті роки ХХ століття готельний бізнес та сфера гостинності на Поділлі переживали складний період трансформацій, пов'язаних з реформами та перехідним етапом після розпаду радянського союзу. Наприкінці 1990-х років та в першому десятилітті ХХІ століття спостерігалось певне відновлення готельного бізнесу, зокрема з'являлися нові готелі та ресторани, що відповідали сучасним стандартам.

Значний вплив на розвиток готельної індустрії у цей період мали загальні економічні та політичні процеси в Україні. Зміни у податковій та правовій сферах, а також зростання туристичного потоку у країні вплинули на динаміку розвитку готельного бізнесу на Поділлі.

У 2000-х роках спостерігався певний розвиток інфраструктури готельного господарства, зокрема великою проблемою стали стандартизація та підвищення якості обслуговування. У цій добі готелі та ресторани почали активніше впроваджувати сучасні технології управління та маркетингу для залучення туристів та підвищення конкурентоспроможності.

Загалом, дослідження індустрії гостинності на Поділлі у розглянуті періоди свідчить про складний, але послідовний розвиток цієї сфери в умовах трансформації українського суспільства та економіки.

ВИСНОВКИ

У результаті розв'язання поставлених у роботі завдань вдалось досягти таких висновків.

У першому розділі з'ясовано зміст та формування сфери гостинності як важливої складової сучасного економічного середовища. Зосередившись на ключових аспектах цієї сфери, ми проаналізували її структуру, основні складові елементи та особливості функціонування. Передусім, вивчення змісту сфери гостинності дозволило нам змогу докладно розібратися у різноманітних сегментах цього бізнесу, таких як готельне господарство, ресторанний бізнес, туризм та інші пов'язані галузі.

Крім того, аналіз формування сфери гостинності дозволив з'ясувати основні чинники, які впливають на її розвиток та динаміку. Ми дослідили історичні передумови розвитку готельного бізнесу та ресторанної справи, роль туризму у формуванні сфери гостинності, а також сучасні тенденції та виклики, з якими стикається цей бізнес.

Загалом, аналіз змісту та формування сфери гостинності надав нам глибокого розуміння структури цього сектора економіки та його важливості для соціально-економічного розвитку країни.

У другому розділі дипломної роботи було досліджено розвиток сфери гостинності на Поділлі з другої половини XIX – початку XX ст. Наше дослідження показало, як змінювалась і розвивалась сфера гостинності в різні історичні періоди, відобразивши основні тенденції та ключові події.

В процесі вивчення даного періоду, починаючи з доби Нового часу та далі до початку XX ст., ми простежили виникнення нових форматів готелів і ресторанів, відповідно до потреб суспільства. На основі аналізу даних ми припускаємо, що сфера гостинності на Поділлі відігравала важливу роль у соціокультурному та економічному житті регіону протягом вказаного історичного періоду. Розвиток цієї сфери сприяв не лише збагаченню культурного досвіду, а й стимулював економічний розвиток, створюючи нові

робочі місця та сприяючи залученню туристів із різних регіонів та країн. Зміни у торговельних маршрутах, політичні конфлікти та соціокультурні трансформації відбилися на структурі та функціонуванні індустрії гостинності в регіоні.

У третьому розділі було проаналізовано розвиток сфери гостинності на Поділлі протягом радянської доби, охоплюючи період з 1920-х до 1990-х років. Наше дослідження дозволило з'ясувати основні тенденції та етапи розвитку цієї галузі в умовах радянського соціалістичного устрою.

Протягом радянської доби на Поділлі спостерігався інтенсивний розвиток готельно-ресторанного бізнесу, що було обумовлено соціально-економічною політикою держави. У цей період було засновано значну кількість готелів, ресторанів, кафе та закладів громадського харчування, спрямованих на задоволення потреб населення та туристів. Радянська епоха мала свої особливості, які впливали на сферу гостинності. Це було пов'язано зі специфікою планування економіки, державним контролем та обмеженнями у підприємницькій діяльності. Усі заклади гостинності підпорядковувалися державним структурам і мали обмежені можливості в управлінні та розвитку.

У четвертому розділі було досліджено розвиток індустрії гостинності на Поділлі в період переходу від 90-х років ХХ ст. до перших десятиліть ХХІ ст. Цей період в українській історії був вирішальним для формування індустрії гостинності в умовах ринкової економіки та трансформації суспільства.

Протягом 90-х років ХХ ст. сфера гостинності на Поділлі стикалася зі складними викликами, пов'язаними з переходом до нової економічної системи та розширенням міжнародних зв'язків. Бізнес в галузі гостинності почав активно адаптуватися до нових умов, залучаючи інвестиції, впроваджуючи сучасні стандарти обслуговування та підвищуючи конкурентоспроможність.

У перші десятиліття ХХІ ст. індустрія гостинності продовжує змінюватися, стикаючись з новими викликами, такими як впровадження

сучасних технологій, зміни в попиті та уподобаннях споживачів, а також зміни в законодавстві та регулюванні сфери гостинності.

Останні десятиліття стали періодом інтенсивного розвитку готельно-ресторанного бізнесу на Поділлі, який сприяв підвищенню якості обслуговування та розширенню туристичного потенціалу регіону. Однак, пандемія та повномасштабне вторгнення Російської федерації завдали сильних збитків сфері обслуговування. Важливим фактором виживання та функціонування нашого регіону є те, що ми знаходимось за сотні кілометрів від лінії фронту. Тому, не дивлячись на нашу складну повсякденність заклади гостинності на Поділлі продовжують працювати, більше того з'являються нові. Бізнес опанував першу реакцію паніки і наразі працює, тому, що кожен розуміє, що бізнес це податки, це робочі місця, це стабільність та впевненість у завтрашньому дні.

Загалом проаналізувавши усі історичні віхи індустрії гостинності на Поділлі варто зазначити, що дана галузь економіки має великі перспективи та усі необхідні ресурси для розвитку. Третій рік триває війна на території нашої країни за незалежність, за можливість жити та розмовляти своєю мовою і кожен українець вірить, що ми переможемо і станемо туристичною Меккою для туристів з усього світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 10 найкращих готелів – Хмельницький. URL: <https://www.booking.com/reviews/ua/city/khmelnyskyu.uk.html> (дата звернення 23.02.2024).
2. 7 особливостей радянських готелів, які дивують сучасних туристів. URL: <https://news.obozrevatel.com/ukr/travel/journal/7-osoblivostej-radyanskih-goteliv-yaki-b-spantelichili-suchasnih-turistiv.htm> (дата звернення 19.01.2024).
3. Андренко І. Б., Шестірко А. А. Особливості функціонування готельних ланцюгів в Україні. Економіка та суспільство. 2022. №40. URL: file:///C:/Users/user/Downloads/OSOBLIVOSTI_FUNKCIONUVANNA_GOTELNIH_LANCUGIV_V_UKR.pdf (дата звернення 17.03.2024).
4. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ: Альтерпрес, 2001. 234 с.
5. Бойко М. Г., Гопкало Л. М. Організація готельного господарства. URL: <https://tourism-book.com/pbooks/book-58/ua/chapter-2121/> (дата звернення 18.01.2024).
6. Варипаєв О. М. Готельний та ресторанний бізнес як складова індустрії гостинності. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2009. Вип. 2. С. 614-621.
7. Гарбар Г. А. Індустрія гостинності та її місце і роль в українському просторі туризму. *Гілея: науковий вісник*. 2013. № 77. С. 190-194.
8. Гончарук П. С. Історія України з найдавніших часів до початку ХХ ст. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 528 с.
9. Даниленко-Кульчицька В. А. Вплив війни на готельно-ресторанний бізнес України. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2022. №6. URL: <file:///C:/Users/user/Downloads/1190-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%>

- [D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-1229-2-10-20230503.pdf](#) (дата звернення 11.02.2024).
10. Данько Н. І. Управління якістю готельних підприємств в Україні. Проблеми економіки. 2011. №1. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/danko.htm (дата звернення 13.01.2024).
 11. Євдокименко В. К. Регіональна політика розвитку туризму (Методологія формування, механізм реалізації). Чернівці: Прут, 1996. 288 с.
 12. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 298 с.
 13. Кифяк В., Кифяк О. Розвиток туризму та його вплив на економічну ситуацію регіону. *Регіон. економіка*. 2001. № 2. С. 167-171.
 14. Кінаш О. Вплив професійної культури персоналу на діяльність підприємств індустрії гостинності. URL: https://www.rusnauka.com/15_NPN_2009/Psihologia/46677.doc.htm (дата звернення 12.02.2024).
 15. Корж Н. В. Готельна справа. URL: <https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=26667.pdf> (дата звернення 16.02.2024).
 16. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: ТД Едельвейс і К, 2017. 322 с.
 17. Кращий вибір готелів в Ізяславі. URL: https://www.tripadvisor.ru/SmartDeals-g10061346-Izyaslav_Khmelnyskyi_Oblast-Hotel-Deals.html (дата звернення 22.01.2024).
 18. Кращі готелі Меджибожа 2024. URL: https://www.tripadvisor.ru/Hotels-g2550494-Medzhybizh_Khmelnyskyi_Oblast-Hotels.html (дата звернення 16.03.2024).
 19. Кузнецова Н. М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства: навч. посібник, Київ, 1997. 238 с.

20. Кузьо Н. Є., Косар Н. С. Концепція маркетингу у діяльності готелів у сучасних умовах. Маркетинг і логістика у становленні цифрової економіки України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kuzjo.htm (дата звернення 22.03.2024).
21. Курочкін О. З історії формування інституту гостинності. *Актуальні питання суспільних наук та історії медицини*. 2015. № 2. С. 14-18.
22. Лупашко А. Заощаджуємо та примножуємо. Як власникам бізнесу змусити гроші працювати в умовах війни. URL: <https://delo.ua/realty/zaoshhadzujemo-ta-primnozujemo-yak-vlasnikam-biznesu-zmusiti-grosi-pracyuvati-v-umovax-viini-404867> (дата звернення 04.01.2024).
23. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Київ: «Центр учбової літератури», 2010. 472 с.
24. Мережа готелів в Україні в 2012 році збільшилась на 11 %. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=4fb6e1fe-e73a-4f1e-9d66-7baaba876e00&title=MerezhaGotelivVUkrainiV2012-RotsiZbilshilasNa11-> (дата звернення 17.01.2024).
25. Опря Б. О. Сучасні тенденції індустрії гостинності в туризмі. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*. Економічні науки. 2016. Вип. 11. С. 316-321.
26. Панкова Є. В. Туристичне краєзнавство. URL: https://tourlib.net/books_ukr/pankova33.htm (дата звернення 26.01.2024).
27. Пошук готелів у Вінниці. URL: <https://www.booking.com/city/ua/vinnytsya.uk.html> (дата звернення 16.01.2024).
28. Прима В. В. Традиції гостинності в структурі національного характеру і побуту українців. *Гілея: науковий вісник*. 2013. № 76. С. 9-12.
29. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. URL: https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo91.htm (дата звернення 12.03.2024).

- 30.Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту. URL:
https://tourlib.net/books_ukr/roglev01-3.htm (дата звернення 11.01.2024).
- 31.Розметова О. Г., Мостенська Т. Л., Влодарчик Т. В. Організація готельного господарства. Кам'янець-Подільський: «Абетка» - ФОП Сисин О. В., 2014. 432 с.
- 32.Русавська В. А. Антропологічний вимір гостинності. *Культура України*. 2013. Вип. 44. С. 196-203.
- 33.Русавська В. А. Гостинність в українській традиційній культурі. Київ: Ліра-К, 2015. 280 с.
- 34.Русавська В. А. Гостинність у контексті соціально-культурних трансформацій ХІХ ст. *Культура України*. 2014. Вип. 45. С. 98-107.
- 35.Русавська В. А. Народна побутова культура ХІХ ст як основа гостинності українців. *Питання культурології*. 2013. Вип. 29. С. 116-124.
- 36.Русавська В. А. Традиції та інновації в гостинності ХІХ ст. *Гілея: науковий вісник*. 2014. Вип. 81. С. 15-21.
- 37.«Савой» та ще 11 готелів: де селилися туристи у Вінниці 100 років тому. URL: <https://vn.20minut.ua/Nashe-mynule/savoy-ta-sche-11-goteliv-de-selilisya-turisti-u-vinnitsi-100-rokiv-tom-10787960.html> (дата звернення 16.01.2024).
- 38.Старі готелі Тернополя – життя з ресторанами та живою музикою. URL: <https://te.20minut.ua/Podorozhi/stari-goteli-ternopolya---zhittya-z-restoranami-i-zhivoyu-muzikoju-10191147.html> (дата звернення 17.03.2024).
- 39.Тарасюк І. Народнорелігійні основи традиції української гостинності: на матеріалі паремій. *Народознавчі зошити*. 2010. № 5-6. С. 543-554.
- 40.Туристи СРСР: як ними ставали? URL:
<https://4sport.ua/articles?id=22659> (дата звернення 22.01.2024).
- 41.Турчиняк М., Примак А. Вплив Пандемії COVID 19 на готельно-ресторанну індустрію України. *Економіка та суспільство*. 2023. №47.

- URL: <file:///C:/Users/user/Downloads/2114-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-2037-1-10-20230217.pdf> (дата звернення 18.01.2024).
42. Устименко Л. М., Афанасьєв І. Ю. Історія туризму. URL: https://tourlib.net/books_history/usty (дата звернення 12.01.2024).
43. Федорченко В. К. Уніфіковані технології готельних послуг. Київ: Вища Школа, 2001. 236 с.
44. Філіпов З. І. Туризм часів СРСР. URL: https://tourlib.net/books_ukr/filipov2-3.htm (дата звернення 17.03.2024).
45. Шепелева С. В. Організація готельного господарства. URL: <https://studfile.net/preview/5436979/> (дата звернення 12.01.2024).
46. Що залишили по собі турки в Кам'янці-Подільському: перші кав'ярні в Україні. URL: https://ye.ua/podorozhi/51600_Scho_zalishili_po_sobi_turki_v_Kam_yanci_Podilskomu_pershi_kav_yarni_v_Ukrayini.html (дата звернення 23.01.2024).
47. Що таке корчма? URL: <https://xn---8sbptrz0c.xn--j1amh/%D0%BA/%D0%BA%D0%BE%D1%80%D1%87%D0%BC%D0%B0.html> (дата звернення 26.02.2024).
48. Щоб проводити час із дівчатами легкої поведінки: якими були старі готелі в Хмельницькому. URL: <https://vsim.ua/Retro/schob-provoditi-chas-iz-divchatami-legkoji-povedinki-yakimi-buli-stari-10940587.html> (дата звернення 06.01.2024).
49. А HOTEL.Com. URL: <https://www.a-hotel.com/uk/ukraine/97737-polonne/> (дата звернення 13.01.2024).
50. Booking.Com. URL: <https://www.booking.com/searchresults.uk.html?aid> (дата звернення 25.01.2024).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А



Рис. А1 – готель «Бель – Вю»

ДОДАТОК Б



Рис. Б1 – готель «Лондонський» в Одесі



Рис Б2 – готель «Жорж» Львів

ДОДАТОК В



Рис В1 – готель «Тарас Бульба»



Рис В2 – готель «7 Днів»