

3. Глобальній доклад «Сила молодіжного туризму» / сайт ЮНВТО. URL [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/2wyse\\_ultimoscambios.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/2wyse_ultimoscambios.pdf)

4. Чернігівщина туристична. URL: <https://chernihivregion.travel/novyny/item/532-silskyi-turyzm-na-chernihivshchyni>

---

**Асатрян А. Г.**, здобувачка вищої освіти гр. Т-171,

**Роговий А. В.**, д.е.н., професор

*Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)*

## **ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ І МОЖЛИВІСТЬ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ**

Сьогодні індустрія туризму є однією з найбільших форм міжнародної торгівлі, що розвиваються досить динамічно. У останні 20 років середньорічні темпи росту числа приїжджих іноземних туристів у світі склали 5,1%, валютних надходжень – 14%. За прогнозами експертів, бурхливий розвиток міжнародного туризму буде продовжуватися і далі. За їх підрахунками, до 2025 року ця галузь стане головною експортною галуззю у світі. Очікується, що при збереженні таких темпів росту число міжнародних подорожей до 2030 року досягне 1,8 млрд. чоловік. При цьому, готельне господарство стає все більш прибутковою справою, і будівництво готелів здійснюється переважно з урахуванням комерційних цілей. Такому рішенню сприяє розвиток туризму. Готельний бізнес і туристичний бізнес нерозривно зв'язані поняття.

Розвиток туристичної індустрії викликав небачений зріст готельного господарства. У зв'язку з цим багато країн почали вкладати великі кошти у розвиток цієї галузі економіки. Крім того, у багатьох країнах готельне господарство стає однією з найважливіших сфер зайнятості населення.

Проблеми розвитку та функціонування готельного бізнесу вивчали та досліджували такі вчені: М. Бойко, А. Охріменко, А. Расулова. Проблеми сертифікації та функціонування готелів присвячені праці О. Пньовської, В. Радченко та Л. Римарева.

Готельне господарство є однією з складових туристичної індустрії. Матеріальна база, що призначена для розміщення туристів, посідає одне з перших місць при формуванні туристичної інфраструктури, бо якість проживання та відповідне обслуговування рішуче впливають на рівень туристичного сервісу. А отже, готельна індустрія стає швидко зростаючим бізнесом, що приносить значні грошові надходження, в тому числі валютні.

Вітчизняна готельна галузь стає невід'ємною складовою світового готельного господарства. Як розвиток туризму викликав розширення готельної справи, так і використання готельних і туристських комплексів сьогодні сприяє розвитку іноземного туризму у свою чергу, а також розширенню спілкування між людьми, розвитку культурних зв'язків, зближенню народів.

Такий швидкий темп інтеграції до європейського суспільства пояснюється зручним географічним положенням України (розташована в центрі Європи на перехресті транзитних шляхів) та не менш швидким зростанням українського бізнесу, що також активізує приїзд до нашої країни бізнесменів та людей у справах з різних куточків світу. Тому саме зараз стає актуальним питання відновлення та приведення готельного господарства країни до європейських стандартів. З підвищенням ділової активності країни зростає потреба й у більшій кількості готелів.

Поняття індустрії гостинності можна розглянути з двох сторін:

- гостинність – це турбота, виявлена по відношенню до гостя, і здатність відчувати потреби клієнтів, тобто висококваліфікований обслуговуючий персонал;
- гостинність – сфера готельного й ресторанного бізнесу, яка є провідним чинником і базою величезної індустрії туризму.

Тому, готельний бізнес, як одна з основних складових туристичної індустрії, що динамічно розвивається та включає комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником розвитку туризму в Україні. Більше того, готельний бізнес першочергово пов'язаний з питанням гостинності, як головного критерію оцінки ефективності діяльності туристичного комплексу. І хоча сьогодні спостерігається тенденція будівництва вишуканих, неймовірно дорогих готелів, виникають сумніви, що майбутнє саме за ними.

Секрет гостинності криється все ж таки не в розкоші та пишності, а в чуйності і спроможності вгадати настрої і бажання клієнта. Саме над цим, хотілося б, щоб працювали у сфері надання готельних послуг. Тому тема гостинності є актуальною та потребує подальших досліджень у цій галузі.

Отже, готельний бізнес – це складна система, що охоплює величезну кількість її складових, підгалузей, і носить комплексний характер, що припускає наявність різних типів прояву уваги до гостей і сукупність численних способів справлятися з різними професійними завданнями й скрутними ситуаціями.

Комплекси, що становлять готельну індустрію, мають різне функціональне призначення (наприклад, клуби, готелі, пансіонати), хоча володіють загальними характеристиками, але по-своєму унікальні, тому що використовують різні способи вираження готельного бізнесу.

Під час дослідження індустрії гостинності важливо усвідомлювати, що вона містить у собі різні області й сектори, крім того, варто враховувати систему взаємин, що існують між готелями, багато в чому схожими з ними.

У майбутньому спостерігатиметься як розвиток стандартних готельних ланцюгів, так і окремих спеціалізованих готелів. Хоча, здається, що спеціалізація готелів буде більш широкою і різноманітнішою, і тому частка їх на ринку готельних послуг значно збільшиться. Адже існує ще стільки незадоволених потреб клієнтів у різних видах тематичних готельних комплексів.

У теперішній час готельне господарство у всьому світі стало на індустріальну основу і являє собою галузь економіки, яка забезпечує значні валютні надходження за рахунок розвитку іноземного туризму. Готельно-ресторанні послуги займають величезну нішу в індустрії туризму, і саме вони безпосередньо впливають на сукупну якість туристичних послуг. Тільки цього вже достатньо, щоб зрозуміти, наскільки актуальна тема місця готельно-ресторанних послуг в індустрії сучасного туризму, визначення їх сучасних тенденцій і майбутніх прогнозів, аналіз минулих помилок і планування нових стратегій управління та розширення готельного асортименту.

#### **Список використаних джерел**

1. Безугла Ю.В. Розвиток туризму у королівстві Норвегія. Юність науки – 2018: соціально-економічні та гуманітарні аспекти розвитку суспільства: збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених (м. Чернігів, 11-12 квітня 2018р.) : у 2-х ч. / Чернігів: Черніг. нац. технол. ун-т, 2018. – Ч. 1: 380 с. – С. 365-367
2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
3. Еволюція розвитку готельного господарства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://moodle.socosvita.kiev.ua/>

4. Індустрія гостинності в країнах Скандинавії [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.tneu.edu.ua/>

5. Інноваційні підходи в управлінні готельним бізнесом [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://elib.hduht.edu.ua/>

---

**Безуглий І. В.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри туризму

**Бусел В. М.**, здобувачка вищої освіти гр. Т-171

*Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)*

### **СВІТОВИЙ ДОСВІД ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ТРЕВЕЛ-ЖУРНАЛІТИКИ ДЛЯ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ**

Перспективна модель організації бізнесу, яка сприяє активізації туристичної діяльності це тревел-журналістика. Це такий формат журналістики, який спрямований на збір інформації щодо туристичних, історичних, культурних, географічних трендів та передачі цих знань цільовій аудиторії. Для тревел-журналістики характерно освітлення широкого кола тем та різноманіття форм подання текстової й графічної інформації. Напрями тревел-журналістики не обмежуються репортажами, подорожніми нарисами, рекомендаціями, тревел-передачами, тревел-журналами та тревел-фотографіями. Різноманіття жанрів притаманних тревел-журналістиці дозволяє розробляти ефективні інструменти вирішення практичних завдань щодо просування туристичних брендів, формування іміджу курортів, промоушені дестинацій, зростанню попиту на туристичні послуги та інше. Всі ці напрями тревел-журналістики впливають на національну самоідентифікацію людей та територій.

Найбільш яскравий формат тревел-журналістики становлять телевізійні програми, які побудовані за законами спеціалізованих або подійних шоу. Сучасні тревел-програми являють собою поєднання таких жанрів як документальний науковий фільм, освітній фільм-лекція, дорожня розповідь, репортаж, рекомендація, реаліті-шоу, серіал, рекламний ролик, розважальне ток-шоу з участю ведучого. Вони візуально передають культурне та національне різноманіття, пропонують та підтримують готові соціокультурні конструкції. Для сучасних тревел-програм характерні дві тенденції. Перша тенденція свідчить щодо прив'язування формату програми до певної цільової аудиторії (молоді, подорожуючих, домогосподарок та інше). Друга тенденція - це зміна фокусу з місцевого населення на ведучих програми. При цьому відбувається зміна концептуального балансу від «ми – вони» до «наші серед них» (табл. 1).

В сучасних тревел-програмах переважають такі тенденції як орієнтація на певну цільову аудиторію та зміщення уваги з місцевого населення на ведучих. Перша тенденція пов'язана з форматом передачі та орієнтуються на молодіжну аудиторію, домогосподарок, подорожуючих за програмного активного туризму, сімейну аудиторію. Друга тенденція означає зміну концепції від ознайомлення з побутом, традиціями жителів дестинації до нового концепту, який можна характеризувати як «ми серед них», де сюжет вибудовується навколо ведучих, що потрапляють в певні ситуації. Зміна уваги з місцевого населення на ведучих орієнтує редакторів залучати в якості ведучих шоуменів, акторів, політичних діячів. Спостерігається зміщення фокусу мас-медіа від хард-ньос (англ. hard-news) на софт-ньос (англ. soft-news). Це означає перетворення аналітичної інформації для сприйняття якої потрібні спеціальні знання на розважальну та дозвільну. Розвитку тревел-журналістики сприяє процес зближення засобів масової інформації (конвергенція) з технологіями