

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

Інститут культури і креативних індустрій
Кафедра туризму та готельно-ресторанного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ВПЛИВ ПАЛАЦОВО-ПАРКОВИХ КОМПЛЕКСІВ НА РОЗВИТОК
ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ЧЕРНІГІВСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ

Виконала: студентка групи БГР-1-20
спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
освітньої програми Підприємництво в
готельно-ресторанному бізнесі

Аня КЛИМЕНКО

Науковий керівник: д.е.н., професор
Оксана МОРГУЛЕЦЬ

Київ 2024

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
Інститут культури і креативних індустрій
Кафедра туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
Освітня програма Підприємництво в готельно-ресторанному бізнесі

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри ТГРБ

Олена СТЕПАНОВА

« ____ » _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ
Клименко Аня Миколаївна

1. Тема кваліфікаційної роботи **«Вплив палацово-паркових комплексів на розвиток готельного бізнесу Чернігівського туристичного регіону»**

Науковий керівник Моргулець Оксана Борисівна, д.е.н., проф.

Затверджені наказом КНУТД від «01» березня 2024 р. № 49-уч

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи 10 червня 2024 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи Закони України, Укази Президента України, нормативні матеріали Верховної Ради та Кабінету міністрів України, література з розвитку замкового туризму та готельного бізнесу, аналітичні дані, зібрані автором з відкритих джерел.

4. Зміст кваліфікаційної роботи: сутність готелів, їх види та класифікація; аналіз ролі замкового туризму у збереженні історико-культурної спадщини; особливості державного регулювання використання палаців у готельній галузі України; характеристика насиченості готельного ринку Чернігівського регіону; перелік основних факторів, які перешкоджають розвитку готельного бізнесу Чернігівщини; аналіз придатності палаців Чернігівщини для використання у готельно-ресторанному та туристичному бізнесах; оцінка можливостей застосування європейського досвіду для розвитку готельної індустрії в Україні; сучасні підходи до розвитку готельно-ресторанного бізнесу Чернігівщини на основі відкриття готелю в палаці Розумовського.

5. Дата видачі завдання 10 березня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	До 20.04.2024	
2	Розділ 1. Теоретичні аспекти розвитку готельного бізнесу	До 30.04.2024	
3	Розділ 2. Аналіз сучасного стану готельного бізнесу Чернігівського регіону	До 15.05.2024	
4	Розділ 3. Шляхи розвитку готельного бізнесу Чернігівського туристичного регіону	До 30.05.2024	
5	Висновки	До 03.06.2024	
6	Оформлення кваліфікаційної роботи (чистовий варіант)	До 05.06.2024	
7	Задача кваліфікаційної роботи на кафедрі для рецензування (за 14 днів до захисту)	До 07.06.2024	
8	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність текстових співпадінь та помилок (за 10 днів до захисту)	До 07.06.2024	
9	Подання кваліфікаційної роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	До 10.06.2024	

Студентка

_____ (підпис)

Аня КЛИМЕНКО

Науковий керівник

_____ (підпис)

Оксана МОРГУЛЕЦЬ

АНОТАЦІЯ

Клименко А. Вплив палацово-паркових комплексів на розвиток готельного бізнесу Чернігівського туристичного регіону. Рукопис.

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа». Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2024 рік.

У кваліфікаційній роботі досліджено проблеми замкового туризму в Україні та європейські тренди в розвитку цього сегменту ринку. Розглянуто переваги розміщення готелів у замках, на території або біля історичних пам'яток, а також досліджено основні проблеми, що з цим пов'язані: необхідність повної або часткової реставрації замків, недосконалість законодавства, відсутність інвестицій, стратегії розвитку замкового туризму тощо. Розроблено пропозиції щодо використання фортифікаційних територій України у готельному бізнесі, зокрема, історичних замків Чернігівщини.

Ключові слова: палацово-паркові комплекси, фортифікаційні території, готельний бізнес, культурно-історичні цінності, замки-готелі.

ANNOTATION

Klymenko A. The influence of palace and park complexes on the development of the hotel business of the Chernihiv tourist region. Manuscript.

Bachelor thesis on specialty 241 «Hotel and restaurant business». Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, 2024.

In the final bachelor's thesis, the problems of castle tourism in Ukraine and European trends in the development of this segment of the tourist market researched in the article. The advantages of placing hotels in castles, on the territory or near historical monuments are considered, as well as the main problems associated with this are investigated: the need for full or partial restoration of castles, imperfect legislation, lack of investment, strategies for the development of castle tourism, etc. Proposals have been developed regarding the use of the fortified territories of Ukraine in the hotel business, in particular, the historical castles of the Chernihiv Region.

Keywords: palace and park complexes, fortification territories, hotel business, cultural and historical values, castles-hotels.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	6
1.1 Основні поняття та принципи функціонування та розвитку готельного бізнесу.....	6
1.2 Палацово-паркові комплекси як чинник розвитку готельного бізнесу в туристичних регіонах.....	12
1.3 Виклики та проблеми взаємодії та взаєморозвитку готельного бізнесу та палацово-паркових комплексів.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ЧЕРНІГІВСЬКОГО РЕГІОНУ	24
2.1. Характеристика готельного ринку Чернігівського регіону	24
2.2. Визначення ключових факторів впливу на готельний бізнесу регіону.....	29
2.3. Оцінка впливу палацово-паркових комплексів регіону на розвиток готельного бізнесу.....	36
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ЧЕРНІГІВСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ	42
3.1. Перспективи розвитку замків-готелів в Україні: європейський досвід	42
3.2 Розробка стратегії розвитку замку-готелю в Чернігівському туристичному регіоні	47
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53
ДОДАТКИ.....	55

ВСТУП

Актуальність теми. Україна володіє значними туристичними ресурсами, і деякі з них мають великий потенціал для збільшення туристичних потоків. Замки і фортеці вражають своєю різноманітністю та кількістю, однак багато з них залишаються маловідомими як для місцевих жителів, так і для іноземних туристів. Розвиток готельного бізнесу навколо замків і фортець сприятиме покращенню економіки регіонів, де вони розташовані, та збереженню і реставрації цих історичних об'єктів.

Замки в Україні зазнали незворотних збитків після втрати свого функціонального призначення. До нині немає єдиної думки про те, скільки палаців, замків і фортець приховують простори держави на сьогоднішній день. За різними підрахунками ця цифра коливається від 3 000 до 6 000. Водночас фортифікаційні споруди країни можуть стати не лише цікавими об'єктами туристичної діяльності, а й невід'ємною частиною туристичної інфраструктури, як це має місце в європейських країнах, де більше третини таких комплексів використовується під готелі та ресторани.

Чернігівська область володіє багатою культурною спадщиною, яка включає численні історичні та архітектурні пам'ятки. Серед найвизначніших об'єктів регіону варто відзначити палацово-паркові ансамблі. Їх реконструкція, технічне та інфраструктурне переоснащення і залучення до використання в готельній індустрії вкрай важливе та актуальне.

Ключовим чинником для просування розвитку туризму в Україні може стати ефективна стратегія залучення інвестицій у реставрацію та модернізацію історичних об'єктів, зокрема замків та палаців. Відновлення цих архітектурних скарбів не лише сприятиме збереженню культурної спадщини країни, але й створить нові можливості для економічного зростання. Створення привабливих туристичних об'єктів також відкриває додаткові перспективи для розвитку супутніх послуг, таких як музеї, ресторани та магазини сувенірів, що сприятиме створенню нових робочих місць та підвищенню доходів місцевого населення.

Розвиток таких об'єктів може допомогти підвищити туристичний потенціал не лише Чернігівської області, але і всієї країни, привертаючи увагу як внутрішніх, так і зарубіжних відвідувачів.

Метою кваліфікаційної роботи є сприяння розвитку готельного бізнесу Чернігівщини через обґрунтування синергії розвитку палацово-паркових комплексів, замкового туризму та готельного бізнесу.

Реалізація мети дослідження зумовила необхідність вирішення таких **завдань**:

- з'ясувати сутність готелів, їх види та класифікацію;
- проаналізувати роль замкового туризму у збереженні історико-культурної спадщини;
- розглянути особливості державного регулювання використання палаців у готельній галузі України;
- охарактеризувати насиченість готельного ринку Чернігівського регіону;
- визначити основні фактори, які перешкоджають розвитку готельного бізнесу Чернігівщини;
- визначити придатність палаців Чернігівщини для використання у готельно-ресторанному та туристичному бізнесах;
- вивчити можливості застосування європейського досвіду для розвитку готельної індустрії в Україні;
- запропонувати сучасні підходи до розвитку готельно-ресторанного бізнесу Чернігівщини на основі відкриття готелю в палаці Розумовського.

Об'єкт дослідження вплив палацово-паркових комплексів на розвиток готельного бізнесу.

Предметом дослідження є теоретико-прикладні засади розвитку готельного бізнесу в інтеграції з розвитком замкового туризму на Чернігівщині.

Досягнення встановлених цілей обумовило потребу у застосуванні загальнонаукових **методів дослідження**, таких як: теоретичний аналіз літературних джерел, порівняльний аналіз вітчизняної практики розвитку замкового туризму та замкових готелів; історичний (застосування проблемної

хронології, порівняльної історії та ретроспективи), системний, типологічний, когнітивний, статистичного аналізу для визначення динаміки зміни кількості закладів розміщення та тривалості перебування у закладах розміщення.

Інформаційна база дослідження в дипломній роботі представлена підручниками і науковими посібниками, публікаціями в ЗМІ та спеціалізованих виданнях, тезами виступів на конференціях і форумах, законами та нормативно-правовими актами всіх типів, статистичним матеріалом.

Практичне значення одержаних результатів. Практична значимість випускної кваліфікаційної роботи полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані для покращення стану історико-культурної спадщини та готельного бізнесу Чернігівщини та України загалом.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра викладена на 67 сторінках комп'ютерного тексту, складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 44 найменувань та 4 додатків. Робота включає 6 таблиць та ілюстрована 2 рисунками.

Апробація. Основні результати дослідження були апробовані на Всеукраїнській науково-практичній конференції, а саме:

1) Клименко А.М., Агеев Я.А. Стартап «Замок-готель». Диплом 2-го ступеня Міжнародного конкурсу стартапів «TourSystemUkrChallenge», 27.03.2024 р. ДТЕУ, м. Київ.

2) Моргулець О., Клименко А. Перспективи розвитку замкового туризму в Україні / Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості: Матеріали IV Всеукр. конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених (17 листопада 2023 р., м. Київ). Київ : КНУТД, 2023. Т. 1. С.85-90.

3) Бунтова Н.В., Клименко А.М. Концептуальні підходи до розвитку готельного бізнесу та збереження історико-культурної спадщини України / Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез доп. IV Міжнар. наук-практ. конф. (12 жовтня 2023 року, м. Львів). Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2023. С.33-36.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

1.1. Основні поняття та принципи функціонування та розвитку готельного бізнесу

В сучасному світі готельний бізнес є однією з ключових галузей, що впливає на економічний, соціальний та культурний розвиток різних регіонів. Для глибокого розуміння його сутності та впливу на суспільство необхідно розглянути ряд термінів та понять, що є базовими у цій сфері такі як «готельна індустрія», «готельний бізнес», і «готельне господарство».

У своїх дослідженнях, Сенін В.С. визначає готельну індустрію як економічну сферу, що зосереджена на наданні готельних послуг та організації короткострокового розміщення клієнтів у різних закладах, включаючи готелі, кемпінги та інші [37].

Зінь Е.А. підкреслює, що готельне господарство є ключовою частиною соціальної інфраструктури регіону, що сприяє розвитку та комфортному перебуванню населення [16].

З іншого боку, Мальська М.П. та Пандяк І.Г. розглядають готельний бізнес як важливу ланку туристичної сфери, фокусуючись на потребах клієнтів у житлі, харчуванні та інших повсякденних послугах [20].

Отже, можна зробити висновок, що ці поняття взаємодіють між собою, маючи на увазі спільну мету — ефективне управління готельними структурами та надання якісних послуг проживання.

Щоб краще усвідомити суть готельного бізнесу, необхідно розглянути його класифікацію, особливості, правила та основи функціонування. Зазвичай саме ці критерії визначають різницю між різними галузями господарювання.

У готельному бізнесі ключовим є готельні підприємства (засоби розміщення), тому саме їх класифікують. У міжнародній практиці прийнята Стандартна класифікація засобів розміщення, схвалена Всесвітньою туристичною організацією (ЮНВТО). Усі засоби розміщення поділяють на дві групи: колективні

та індивідуальні. Колективні засоби розміщення включають готельні, спеціалізовані та інші [21].

Колективні засоби розміщення — це об'єкти, де надають місце для ночівлі в кімнаті чи іншому приміщенні, де кількість спальних місць перевищує певний мінімум для груп осіб, що складають більше однієї сім'ї. Усі місця підпорядковані єдиному управлінню та оплачуються відповідно до встановлених цін.

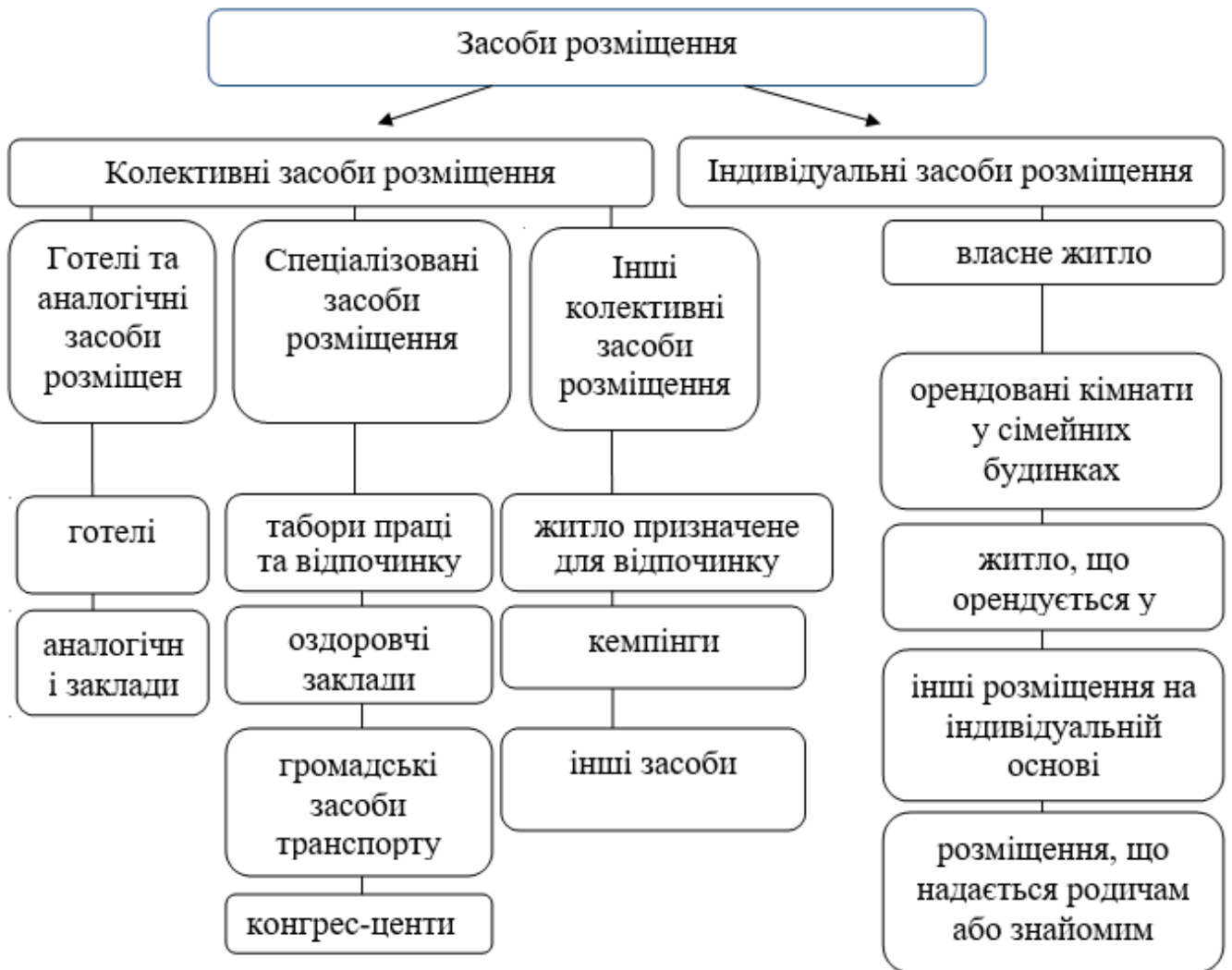


Рис. 1.1. Класифікація засобів розміщення (за рекомендаціями ЮНВТО)

Джерело: розроблено автором на основі [3]

У відповідності до статистичних стандартів колективні засоби розміщення розподіляють на такі типи:

1) готелі та аналогічні засоби розміщення (готель, мотель, готельно-офісний центр, кемпінг, клуб із приміщенням для проживання, гуртожиток для

приїжджих, туристська база, гірський притулок, студентський літній табір та інші місця для тимчасового розміщування);

2) спеціалізовані засоби розміщування (санаторій, дитячий санаторій, пансіонат з лікуванням, дитячий заклад оздоровлення цілорічної дії, дитячий центр, санаторій-профілакторій, бальнеологічна лікарня, грязелікарня, будинок відпочинку, пансіонат відпочинку, база відпочинку, оздоровчий заклад 1-2 денного перебування) [23].

Розвиток туризму в сучасному світі є ключовим фактором, що спричинив значний ріст готельного господарства. У результаті посиленої конкуренції на міжнародному туристичному ринку, готельний бізнес визнав свою самостійність і відокремився від інших галузей економіки.

В рамках рекомендацій Всесвітньої туристичної організації (ВТО), готелі класифікуються за різними типами, враховуючи потреби та очікування різних категорій споживачів:

1. Готелі «люкс» часто з розміщенням від 100 до 400 номерів, розташовані у серці міста і пропонують елітні умови проживання. Особливий акцент робиться на комфорт та розкіш, пропонуючи висококласний сервіс за високі ціни.

2. Готелі високого класу — це великі готелі з 400 до 2000 номерів, розташовані в межах міста, забезпечують розширений спектр послуг, включаючи конференц-зали, ресторани та інше. Вони привертають увагу бізнесменів, учасників конференцій та індивідуальних туристів.

3. Готель середнього рівня зорієнтований на широке коло споживачів, ці готелі використовують технології для зниження витрат і підтримки доступних цін.

4. Апартамент-готелі — це готелі, які нагадують мебльовані кімнати, пропонують гнучкі умови розміщення і ціноутворення, особливо для довгострокового перебування бізнесменів та туристів.

5. Готелі економічного класу — невеликі готелі, розташовані біля транспортних магістралей, пропонують базові зручності за доступними цінами, зосереджуючись на фактичній оплаті послуг.

6. Мотелі — розташовані біля автотрас, ці готелі надають прості умови для туристів, які подорожують автомобілем.

7. Курортні готелі забезпечують повний спектр послуг у віддалених туристичних районах, пропонуючи різноманітні розваги та зони для релаксу.

8. Таймшер (від англ. «time share») — це система довготривалого орендного користування нерухомим майном, зазвичай готельними кімнатами або апартаментами. Замість того, щоб купувати нерухомість повністю, люди можуть придбати право користування нею протягом певного періоду часу.

Власники таймшеру часто мають право відпочивати у визначені дати кожного року, і це право може передаватися спадковим чином або продаватися іншим особам. Також існує можливість обміну таймшеру на інше місце або час.

Враховуючи різноманітність цих типів готелів, можна сказати, що готельний бізнес адаптується до потреб різних категорій споживачів, пропонуючи різні рівні комфорту та послуг.

Замкнений готельний цикл включає ряд етапів, таких як резервування, приймання гостей, реєстрація документів, попереднє здійснення платежу, розміщення, нічний аудит, організація виїзду та розрахунок після виїзду.

Основна складність готельної сфери полягає в одночасності процесів виробництва, реалізації та споживання, де споживач послуги є невіддільним від її надання. Якість послуг визначається високими стандартами, які мають законодавче підґрунтя і забезпечують гармонійні взаємовідносини між готелем та гостями.

Ефективне обслуговування базується на інформаційній взаємодії між клієнтом та персоналом. Ця взаємодія впливає на загальне сприйняття якості послуг, включаючи безпеку, комфорт, поведінку персоналу, доступність та оперативність обслуговування.

Головним і класичним типом підприємств розміщення туристів є готель. Готель у широкому розумінні – це будинок з мебльованими кімнатами для короткочасного проживання [28].

Готель — це не просто місце для проживання, але і особливий світ, де архітектура комфорту і неперевершеності знаходить свій вираз. Основною рисою будь-якого готелю є розмаїття послуг, які він пропонує своїм гостям. Ці послуги можна розділити на дві основні категорії: основні та додаткові. Обидві вони

відіграють важливу роль у створенні унікального готельного досвіду.

Основні послуги — сукупність послуг готелю (проживання, харчування), що входять в ціну номера і надаються споживачу згідно із попередніми домовленостями. Гості можуть відчувати турботу готелю в кожній деталі — від комфортного ліжка до смачних страв, якими вони можуть насолоджуватися прямо в готелі.

Однак, щоб готель відзначався в конкурентному світі гостинності, важливо надати і додаткові послуги. Додаткові послуги — це ті, які виходять за рамки звичайного пакету та привертають увагу гостя. Послуги автостоянки, прання, додаткові засоби гігієни та інші розкішні блага роблять перебування гостя незабутнім. Ці послуги зазвичай надаються за окрему плату.

Основні та додаткові послуги взаємодіють, створюючи гармонійний ансамбль для гостей. Якщо основні послуги створюють основу для комфорту, то додаткові додають шарму та ексклюзивності. Вони стають маленькими радіощами, які роблять перебування в готелі неповторним.

Окрім того, розуміння потреб гостей є ключовим аспектом у наданні відповідних послуг. Готель повинен бути готовий адаптуватися до індивідуальних вподобань та запитів гостей, створюючи ідеальне середовище для відпочинку та роботи.

Невід'ємною частиною готельного бізнесу є гнучкість та адаптивність до змінних потреб гостей. Готелі повинні активно впроваджувати передові технології та інновації, а також адаптуватися до конкурентного ринкового середовища, постійно вдосконалюючи свої послуги.

Готельні підприємства сучасності є комплексними об'єктами, що охоплюють значну кількість приміщень різноманітного функціонального призначення. Вони включають в себе приміщення для прийому, розміщення та обслуговування гостей, забезпечення житла, організації харчування, надання різних побутових послуг, культурно-масового відпочинку та відповідних службових і технічних потреб.

Структура і кількість приміщень будь-якого готельного підприємства тісно пов'язана з його конкретним типом та місткістю. В залежності від функціональних вимог виділяються основні блоки приміщень, які можна розділити на приймально-

допоміжні, житлові, харчування, адміністрація та підсобні приміщення.

Головна мета організації полягає в створенні максимального комфорту для гостей та оптимізації умов для обслуговуючого персоналу, що в свою чергу забезпечує високу якість послуг та задоволення потреб клієнтів.

Розглянемо ключові аспекти організації функціонування готелів:

1. Ефективне управління персоналом є фундаментальним для успіху готелю. Формування та навчання персоналу має бути систематичним та орієнтованим на високі стандарти обслуговування. Розподіл обов'язків повинен бути логічним, а відповідальність чіткою.

2. Процес бронювання та обліку номерів повинен бути автоматизованим та ефективним. Важливо мати систему, яка забезпечує точність та швидкість обробки бронювань. Облік наявності та стану номерів є критичним для уникнення конфліктів та задоволення потреб гостей.

3. При забезпеченні якісного обслуговування важливо звертати увагу на кожну деталь, починаючи від прибуття гостя і закінчуючи виїздом. Система вирішення скарг та претензій має бути прозорою та оперативною, спрямованою на покращення роботи закладу.

4. Ресторанний бізнес є неодмінною частиною готельного сервісу. Організація роботи ресторанів та контроль якості продуктів є ключовими аспектами. Ресторани повинні відповідати високим кулінарним стандартам та задовольняти смакові уподобання різних гостей.

5. Інтелектуальне управління ресурсами є важливим для забезпечення ефективності та сталості готелю. Контроль за енергозабезпеченням, водопостачанням та іншими ресурсами дозволить готелю бути екологічно відповідальним та зменшувати витрати.

Лише завдяки дбайливій увазі до деталей у всіх аспектах готельного бізнесу можна досягти високих стандартів обслуговування та забезпечити задоволення гостей. Таким чином, ефективне управління персоналом, автоматизований процес бронювання, якісне обслуговування, організація роботи ресторанів та інтелектуальне управління ресурсами є ключовими для успіху готелю.

1.2. Палацово-паркові комплекси як чинник розвитку готельного бізнесу в туристичних регіонах

Цінне місце в світовій історико-культурній спадщині належить фортецям, замкам, палацам та іншим оборонним спорудам. Людство від давніх часів будувало такі споруди для захисту від ворожих атак, а фортеці стали найбільш поширеним типом цих оборонних споруд.

Палацово-парковий комплекс представляє собою обширний ансамбль, складений з палаців, парків, господарських та культових споруд, що об'єднує в собі архітектурні пам'ятки та елементи садово-паркового мистецтва [33]. На сучасному етапі суспільного розвитку палацово-паркові комплекси, часто визнані об'єктами культурної спадщини, користуються пам'яткоохоронним статусом і використовуються як історико-культурні об'єкти, призначені для музейної та туристичної діяльності. Палаці, що входять до складу основних палацово-паркових ансамблів, є архітектурними пам'ятками, тоді як парки визнаються об'єктами садово-паркового мистецтва.

У законі надається визначення як для окремих юридичних термінів, так і для таких понять, як «культурна спадщина», «об'єкт культурної спадщини» та «пам'ятка». Крім того, на законодавчому рівні сформульовано зміст ключових термінів, які є важливими для пам'яткоохоронної діяльності, таких як «охорона культурної спадщини», «зони охорони пам'ятки», «традиційний характер середовища», «консервація», «реабілітація», «реставрація», «музеєфікація» пам'яток та інші. Введено класифікацію об'єктів культурної спадщини за типами, яка включає в себе споруди (витвори), комплекси (ансамблі) і визначні місця, а також за видами, такими як археологічні, історичні та інші.

Пам'ятка архітектури – це виразний вид об'єкта культури, високохудожній архітектурний твір, споруджений в минулі історичні епохи. Побудова таких споруд має відбуватися протягом 40-50 років від сучасного моменту, і їхнє оцінювання здійснюється з урахуванням співвідношення просторів і мас, мистецького вирішення екстер'єру та інтер'єру [9].

Пам'ятка садово-паркового мистецтва, визначена відповідно до Закону України про природно-заповідний фонд, охоплює найвидатніші та цінні екземпляри садово-паркового будівництва. Метою їх охорони є забезпечення естетичного, виховного, наукового, природоохоронного, оздоровчого і рекреаційного використання [34].

Україна багата пам'ятками оборонної архітектури, які з'явилися в період Русі-України. До нашого часу збереглося понад сто таких споруд. Зокрема, відомі замки у Львові, Кам'янці-Подільському, Хотині, Мукачеві та інших містах.

Замки часто розташовувались на важкодоступних теренах, таких як круті пагорби та гори, і оточувалися поселеннями. Ці споруди могли відбити тривалі облоги і залишалися міцними. Проте з часом, у XVIII–XIX століттях, вони втратили свою військову роль, перетворившись на палацові будівлі для аристократії.

Замок – це споруда, яка комбінує житлові приміщення з оборонними елементами. У свою чергу, палац — це велична архітектурна споруда, яка слугує як символ влади та розкоші.

Донжон – це центральна і найбільш захищена вежа середньовічного замку, яка служила як останній резервний пункт оборони. Коли замок був захоплений, донжон залишався останнім центром опору.

Палаці часто були частиною замкових комплексів, але можливі й самостійні споруди. Вони служили житлом для правителів, їхніх родин, а також для знатних осіб.

Оборонні споруди України сьогодні не лише свідчать про багатий історичний досвід, але й стають цікавим об'єктом для розвитку туристичного бізнесу. Зараз ці споруди перетворюються на відомі та популярні заклади для відпочинку та туризму. Це досягається не лише пристосуванням їх безпосередньо під готелі, але й відкриттям закладів харчування для відвідувачів. Серед цих закладів виділяються стилізовані ресторани й таверни з аутентичною середньовічною кухнею та історичними місцевими напоями. Крім того, відбувається створення музейних

експозицій у приміщеннях, де гості можуть поглибитися в історію та культуру об'єкта.

О. Лесик пропонує класифікувати всі замки і монастирі України за їх придатністю для готельно-ресторанного і відпочинкового бізнесу та туризму.

Автор, переконаний, що усі оборонні споруди необхідно розподілити на чотири охоронно-функціональні класи:

– до класу «А» віднести такі пам'ятки архітектури, як заповідники в Києво-Печерській лаврі, Львові, музеї в замках Ужгорода, Луцька тощо;

– до класу «Б» віднести замки і монастирі, придатні для використання під готельну інфраструктуру та сервіс зокрема, замки в Свіржі, Бережанах, Жовкві, частина приміщень монастирів у Браїлові, Підкамені, відпочинкові пансіонати – замки у Бродах, Підгірцях, Збаражі;

– до класу «В» віднести замки і монастирі, які частково можна використовувати для розташування туристичних закладів – замки в

Невицькому, Хусті, а також пам'ятки архітектури, поруч з якими можна будувати турбази, готелі, бази відпочинку: замки в Кам'янці-Подільському, Меджибожі, Хотині, Білому Камені, Корці, Підзамочку, Королевому, Невицькому, Володимирі-Волинському, Кременці тощо.

– до класу «Г» автор відніс численні пам'ятки, що використовуються під історико-архітектурні заповідники, різні музеї, навчальні заклади, санаторії, інтернати, будинки для престарілих, культосвітні установи, а також діючі монастирські комплекси [18].

Спеціалізований туризм представляє собою специфічну форму туристичної діяльності, спрямовану на задоволення конкретних потреб та інтересів осіб під час їхніх подорожей та відвідування різноманітних об'єктів. Цей вид туризму охоплює широкий спектр питань, пов'язаних із вивченням культури, природи, а також враховує професійні та різні види спортивно-туристичних потреб туристів.

Із використанням замків у готельному господарстві нерозривно пов'язано поняття «замковий туризм» – це вид туризму, спрямований на відвідування середньовічних фортифікаційних споруд.



Рис. 1.1 Класифікація видів спеціалізованого туризму

Джерело: розроблено автором

Слід відзначити, що замковий туризм можна розглядати як підгрунття історико-культурного туризму. Поняття історико-культурного туризму може трактуватися як форма туризму, що спрямована на відвідування місць, пов'язаних із історією та культурною спадщиною.

Суть культурного туризму в тому, що це поїздка, спрямована на вивчення і знайомство туриста з культурними цінностями конкретного регіону. Культурна та історична спадщина є особистою перлиною кожної території, оскільки включає в себе особливості культури, традицій, місцевого колориту, а також несе історичну цінність для всього людства. Ознайомлення з культурними об'єктами і пам'ятками є найсильнішим каталізатором розвитку туризму. Саме тому так важливо зберігати

і розвивати культурну історичну спадщину кожного окремого регіону і України в цілому [40].

Історія, закарбована у витонченій архітектурі старовинних замків та палаців, оживає в сучасності завдяки їхньому новому призначенню – як замки-готелі. Це не просто місця розкішного відпочинку, але й каталізатори економічного та культурного розвитку місцевих громад. У цьому пункті ми розглянемо, як ці унікальні об'єкти впливають на місцеву економіку та зайнятість, створюючи неперевершені можливості для розвитку і підтримки історичної спадщини. Відповідно до результатів проведеного аналізу робочої сили органами державної статистики у 2020 році, на ринку праці Чернігівської області було наявно пропозицію робочої сили для 468,3 тис. осіб у віці 15 років і старше. Зазначено, що 88,2% цієї кількості знаходилися в зайнятості в економічній діяльності, тоді як решта, згідно з методологією Міжнародної організації праці, вважалась безробітними.

Обсяги зайнятості становили 412,9 тис. осіб, що свідчить про значний робочий потенціал регіону.

Рівень зайнятості склав 48,6%, дещо менший в порівнянні з середнім показником в Україні (49,9%). Це може свідчити про потребу в додаткових робочих місцях.

Безробітні, які активно шукали роботу, намагалися заснувати власний бізнес і були готові до роботи, становили 55,3 тис. жителів області в працездатному віці.

Рівень безробіття працездатного населення склав 12,3%, що вище в порівнянні з середнім показником для України (9,9%). Це свідчить про існуючі трудові виклики у регіоні.

Найвищий рівень безробіття зафіксовано в Луганській (16,1%), Донецькій (15,4%) та Кіровоградській (13,2%) областях, вказуючи на можливі трудові та економічні труднощі у цих регіонах.

Харківська область має найнижчий рівень безробіття (6,4%), що може свідчити про більшу стабільність та привабливість ринку праці [6].

Аналіз ринку праці вказує на потребу в активних заходах я стимулювання

зайнятості та підвищення рівня економічної активності населення Чернігівської області, а також можливості для розвитку програм з протидії безробіттю та підтримки підприємництва.

У готельній індустрії спостерігається виклик у вигляді обмеженого доступу до кадрів та дефіциту персоналу в найближчі роки, особливо у зв'язку з тривалою війною в Україні. З ростом тривалості конфлікту стає важче знаходити висококваліфікований персонал та надавати привабливі умови для збереження працівників [17].

У цьому контексті виникає необхідність перегляду заробітних плат та соціальних пакетів, навіть для лінійного персоналу, з метою мотивації залишитися працювати в Україні та отримувати адекватну оплату порівняно із можливістю працевлаштування за кордоном. Навіть при умовах війни попит на якісний сервіс залишається актуальним, тому інвестування в навчання та розвиток персоналу залишається стратегічним напрямком для готельних підприємств.

Вирішити проблему кадрового дефіциту на рівні окремого готелю або навіть готельної мережі вкрай складно. Розв'язання цього питання вимагає спільних зусиль всіх учасників ринку, активної участі профільних вузів і розробки поетапної стратегії та її втілення в життя.

Готелі, які вже зараз працюють над кадровою політикою на післявоєнний період, отримують конкурентну перевагу на ринку праці. Ця соціальна ініціатива може стати нематеріальним активом компанії, аналогічно до аналізу ринку праці в сфері гостинності Європейського Союзу, який відзначає важливий внесок сектору у забезпечення робочих місць та економічного добробуту. Однак європейський ринок гостинності також стикається з надзвичайною нестачею робочої сили.

Замки-готелі стануть культурними центрами, які будуть приваблювати туристів своєю унікальністю та атмосферою. З цим зросте попит на різноманітні послуги, що охоплять не лише готельне розміщення, але й ресторани, магазини та екскурсії. Потік туристів збільшить впізнаваність місцевих підприємств, стимулюючи економічну активність.

Наступним кроком стануть інвестиції у реставрацію та обслуговування замків-готелів, які не лише збережуть історичну спадщину, але і стимулюють економіку. Ремонт та реставрація створять нові робочі місця та сприятимуть розвитку місцевої інфраструктури.

З ростом індустрії замків-готелів зросте потреба у кваліфікованому персоналі. Професійний розвиток включає в себе навчання персоналу з питань обслуговування гостей, кулінарії, культурної інтерпретації та інших спецнавичок.

Створення нових робочих місць:

1. Готельна сфера – створення замків-готелів призведе до необхідності в персоналі. Ресторани, кухні, обслуговування номерів, конференц-зали, сади та інші об'єкти потребують кваліфікованого персоналу. Це створить нові можливості для робочих місць в галузі готельного та ресторанного бізнесу.

2. Туристична інфраструктура – розвиток туристичної інфраструктури, пов'язаної з замками, включає створення нових екскурсій, транспортних послуг, сувенірних магазинів та інших допоміжних галузей, що також буде потребувати робочих ресурсів.

3. Інноваційні проекти – замки-готелі можуть виступати платформою для інноваційних проектів, таких як культурні фестивалі, виставки та майстер-класи, що створюють нові робочі місця в сферах мистецтва, культури та організації заходів.

Загальною метою є створення не лише робочих місць, але і стійкого фахового середовища, яке підтримує інновації та розвиток місцевих громад.

Замки-готелі виявляються не лише місцями розкоші, але й рушійною силою економічного та культурного розвитку місцевостей, де вони розташовані. Вплив цих унікальних об'єктів охоплює різноманітні сфери, від туризму та готельного бізнесу до збереження історії та культурної спадщини. Замки-готелі не лише стануть символами гостинності, але й ефективними засобами для сталого розвитку місцевих громад.

1.3. Виклики та проблеми взаємодії та взаєморозвитку готельного бізнесу та палацово-паркових комплексів

В Україні, як і в багатьох інших країнах, історія тісно пов'язана зі своєю культурною спадщиною. Замки, палаци та фортеці, розкидані по всій території країни, є не лише свідками минулих епох, але й цінними архітектурними шедеврами, які відображають багату історію та культурну спадщину України. Стан згаданих пам'яток, без перебільшення, можна охарактеризувати як незадовільний. Особливо це стосується споруд оборонного зодчества.

За інформацією, наданою Міністерством культури, в Україні більше 150 замків та палаців потребують негайної реставрації, при цьому чимало з них вже перетворилися на руїни [42]. Це включає об'єкти, які можуть виглядати привабливо ззовні, але всередині зазнали серйозного занедбання. Головною проблемою, звісно, називають брак фінансування, але проблема погіршується тим, що об'єкти культурної спадщини залишаються без зацікавленого та відповідального господаря, і ремонт не проводиться вчасно. Інколи навіть найменші роботи можуть запобігти подальшій руйнації та занепаду пам'яток.

Справа зі збереженням замків, які переважно належать до державної власності, управляються відповідно до законодавства про охорону культурної спадщини. Балансоутримувачами цих об'єктів в основному виступають обласні адміністрації або інші органи місцевої влади. Відповідно до закону, всі пам'ятки, які перебувають на державному обліку, мають бути внесені до реєстру з присвоєнням категорії національного або місцевого значення.

На етапі виявлення таких об'єктів вони мають статус «щойно виявленого об'єкту культурної спадщини» і підпадають під охорону держави. Власники зобов'язані нести відповідальність за збереження пам'яток у належному стані, здійснювати ремонтні роботи та захищати їх від руйнування, зберігаючи автентичність об'єктів [4].

Права власників обмежені, і вони не можуть самовільно змінювати призначення пам'яток чи розміщувати на них рекламу без дозволу. Також, згідно законодавства, заборонено провадити будь-яку діяльність, яка може створювати загрозу для збереження та стану пам'ятки [15].

Головною перешкодою для швидкого та якісного розвитку готельного бізнесу з використанням палаців та замків регіону є фінансові обмеження. Реставрація та підтримка історичних об'єктів вимагають значних фінансових ресурсів. Багато об'єктів потребують серйозного ремонту, але обласні та місцеві бюджети обмежені, що ускладнює здійснення амбіційних проектів збереження та розвитку цих споруд. За даними Міністерства культури України 80% культурно-історичних пам'яток в Україні потребують серйозної реставрації, ще 30% – перебувають в аварійному стані [25]. Ще однією проблемою є відсутність відповідної інфраструктури. Брак готелів, ресторанів та інших послуг для туристів є перешкодою для розвитку замкового туризму.

Варто відзначити, що в Україні відсутній системний підхід до формування та використання фортифікаційних територій у готельному бізнесі. Багато замкових ансамблів мають задовільний технічний стан, але над половиною замків вже наразі зафіксовано стан руїн.

Сучасне використання замків та історичних пам'яток у готельній індустрії має низку переваг, але водночас створює складнощі, пов'язані з фізичним та моральним збереженням цих цінних об'єктів. Задля розвитку замкового туризму необхідно розглянути ключові проблеми та шляхи їх вирішення:

1. Збереження та реставрація історичних споруд. Замки та палаци мають велике історичне та культурне значення, і їх збереження вимагає вкладення коштів, експертних знань та дбайливого ставлення до архітектурної спадщини;
2. Вдосконалення законодавства та регуляторної політики щодо збереження культурної спадщини. Створення та суворе дотримання законів, які обмежують будівництво та модернізацію історичних об'єктів, є важливими кроком до забезпечення їхньої охорони;
3. Пошук альтернативних джерел фінансування розвитку замкового туризму. благодійні фонди, приватні, у тому числі, іноземні інвестиції та

спонсорство можуть стати джерелами коштів для реставрації замків та їх трансформації у замки-готелі.

Більшість замків і фортець залишаються без використання, продовжуючи піддаватися руйнуванню та потребуючи реставрації. Незважаючи на це, існують окремі збережені фрагменти, які є привабливими для туристів і можуть бути включені до екскурсійних маршрутів.

Замки і фортеці, розташовані в сільській місцевості, ускладнюють доступ туристів через відсутність відповідної туристичної інфраструктури, яка дозволила б легко дістатися до необхідних об'єктів.

Щодо питання розвитку замків у готельному бізнесі України, однією з основних проблем є відсутність розвинутої системи інвестування в галузь. Існують кілька можливих шляхів розв'язання цього питання:

1. Фіксована плата за використання пам'ятки з туристичною ціллю: встановлення певної плати за відвідання туристами об'єкта культурної спадщини дозволить забезпечувати пам'ятку належним образом та розвивати на її базі туристичні комплекси. Дані консалтингової компанії Heritage Strategies International підтверджують, що мандрівники витрачають значну частину свого бюджету на вхідні квитки, сувеніри та інші послуги. Наприклад, вхід до Лувру призводить до витрат туриста, а у відділеннях із сувенірами сума може збільшитися суттєво. При такому підході, доходи від вхідних квитків можуть стати значним джерелом фінансування.

2. Залучення приватних інвестицій: оскільки держава не завжди має достатньо коштів для повного фінансування галузі, ключовим є залучення приватних інвестицій, що може становити значну частину фінансування (70-80%). Проте, важливо ретельно розробити розрахунки економічної вигоди інвестиційних проектів, оскільки це може зіткнутися з практичними труднощами, пов'язаними з економічною оцінкою територій.

Узгодження на законодавчому рівні механізму продажу або передачі в довгострокову оренду історико-культурних об'єктів підприємницькому сектору при умові збереження їх архітектурного стилю та самобутності може сприяти

перетворенню цих об'єктів, зокрема шляхом реконструкції, у готелі, відпочинкові комплекси, розважальні заклади та ресторани в стилі старовинного середньовіччя.

Передача пам'яток в концесію, тобто договір про передачу природних багатств, підприємств та інших господарських об'єктів в тимчасову експлуатацію іншим державам, іноземним фірмам чи приватним особам, здається доцільною. При цьому, важливо мати чітку та ефективну систему державного контролю за дотриманням умов концесії, а також сприятливі умови оренди [24].

Багато пам'яток, зокрема палаци, часто не мають розвинутої інфраструктури, такої як система каналізації, електрики тощо. Розміщення таких комунікацій вимагає значних капіталовкладень. Орендареві необхідно отримати дозволи від різних міністерств та відомств, що є часом трудомістким процесом. Спрощення цього процесу для інвесторів у готельній сфері, а також надання пільг та довгострокових кредитів може зробити цю сферу привабливішою для інвестування.

Замково-палацовий комплекс є надзвичайно привабливим як для туристів, так і для залучення інвестицій у його розвиток. Розвиток цього виду бізнесу може сприяти інтенсивному зростанню економіки та підвищенню рівня життя населення в прилеглих територіях. На сучасному етапі замки та палаци в готельному бізнесі України розвиваються на низькому рівні, що зумовлено недостатньою державною фінансовою підтримкою.

Головними перспективами розвитку та першочерговими цілями є залучення іноземних інвестицій та використання замково-палацового комплексу в сфері готельно-ресторанного бізнесу, використовуючи досвід європейських країн [8]. Успішні інвестиції та ефективна експлуатація цих об'єктів можуть сприяти не лише розвитку туризму, а й створенню нових робочих місць і підвищенню соціально-економічного розвитку регіонів.

Висновки до розділу 1

Готельний бізнес демонструє високу адаптивність до потреб різних категорій споживачів, пропонуючи різні рівні комфорту та послуг. Це дозволяє забезпечити

високі стандарти обслуговування і задовольнити потреби гостей, що є ключовим фактором успіху в сфері гостинності.

На сучасному етапі замки в готельному бізнесі України розвивається на низькому рівні, що зумовлено недостатньою державною фінансовою підтримкою та відсутністю системного підходу до формування та використання фортифікаційних територій у готельному бізнесі. Головними завданнями на шляху перспективного розвитку є залучення іноземних інвестицій та використання замково-палацового комплексу в сфері готельно-ресторанного бізнесу, використовуючи досвід європейських країн. Успішні інвестиції та ефективна експлуатація цих об'єктів можуть сприяти не лише розвитку туризму, а й створенню нових робочих місць і підвищенню соціально-економічного розвитку регіонів.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ЧЕРНІГІВСЬКОГО РЕГІОНУ

2.1. Характеристика готельного ринку Чернігівського регіону

Готельне господарство відіграє ключову роль у розвитку регіону, сприяючи його соціально-економічному зростанню, підвищенню конкурентоспроможності та формуванню позитивного іміджу серед туристів та гостей. Крім того, це створює робочі місця для місцевого населення. Однак для досягнення цих цілей необхідна взаємодія всіх зацікавлених сторін розвитку готельного господарства в регіоні, а також наявність чіткого та добре продуманого плану дій.

У сучасних умовах розвитку нашої країни виникає велика потреба у високих стандартах оцінки ефективності різних рівнів економічних систем. Це насамперед важливо через його вплив на соціально-економічний стан всередині держави і на міжнародний імідж країни. Галузь готельного господарства стає ключовою економічною системою, що має значний вплив на сферу туризму в Україні. Зазначено, що готельний бізнес є пріоритетною галуззю в економічному розвитку України, згідно з висловлюванням Державного агентства розвитку туризму.

У Чернігівському регіоні наразі функціонує 30 баз відпочинку, 6 санаторіїв і центрів оздоровлення, 22 центри оздоровлення та відпочинку для дітей, а також 31 садиба для сільського зеленого туризму. Крім того, на території регіону працює 50 готелів та інших закладів для тимчасового розміщення.

Отже, для проведення діагностики готельного господарства Чернігівського регіону рекомендується розпочати з аналізу територіальної диференціації готельних підприємств в Україні. Згідно зі статистикою кількості засобів розміщення, наведеної в таблиці 2.1, можна зробити висновок, що протягом останніх трьох років кількість закладів розміщення в Україні значно зменшилась у всіх областях.

Таблиця 2.1

Статистика кількості засобів розміщення в Україні (2018-2020 роки)

Регіон (області)	2018 рік	2019 рік	2020 рік
Україна	4719	5335	1337
Вінницька	66	74	10
Волинська	216	222	36
Дніпропетровська	279	294	87
Донецька	235	262	65
Житомирська	50	67	16
Закарпатська	159	172	48
Запорізька	369	389	119
Івано-Франківська	201	242	50
Київська	256	292	80
Кіровоградська	89	103	20
Луганська	27	31	7
Львівська	373	402	111
Миколаївська	305	334	83
Одеська	525	578	147
Полтавська	125	134	43
Рівненська	53	62	13
Сумська	64	71	17
Тернопільська	42	54	13
Харківська	195	205	66
Херсонська	310	362	70
Хмельницька	98	137	28
Черкаська	159	182	43
Чернівецька	34	38	11
Чернігівська	776	81	22
м.Київ	413	547	132

Джерело: складено автором на основі [29]

Можемо спостерігати негативну тенденцію до зменшення кількості засобів розміщення в Чернігівській області, її частка в загальному обсязі в 2019 році складала 1,52% та в 2020 році 1,65% відповідно.

Проведений аналіз статистичної звітності вказує на те, що складність забезпечення інформаційною базою аналітичних робіт головним чином

обумовлена проблемами, пов'язаними із різною галузевою та відомчою приналежністю суб'єктів ринку. Ринок готельних послуг не розглядається як єдина структурна одиниця, але представлений різними галузями: «охорона здоров'я», «культура», «соціальне забезпечення», «сфера обслуговування», «туризм». Це ускладнює чітке визначення повного економічного впливу його розвитку на регіональному рівні загалом.

Державні органи статистики, здійснюючи статистичний облік, не враховують об'єкти приватного сектору, до яких відносять приватні садиби (помешкання для відпочинку), приватні міні-пансіонати та власників квартир (схожі на готельні засоби розміщення), бо власники таких приватних закладів не подають звіти за статистичними формами 1-готель і 1-курорт. Таким чином, органи статистики не мають достовірної інформації про діяльність цих суб'єктів. Додатковим ускладненням є те, що статистична інформація за даними показниками за період 2021–2024 роки не оприлюднювалась органами державної статистики, тому у роботі використано доступні дані за 2018-2020 роки.

Таблиця 2.2

Динаміка кількості туристів, що зупинялися в закладах розміщення
Чернігівської області

Рік	Усього	З них			
		Іноземці		Резиденти України	
		Осіб	%	Осіб	%
2018	56 673	4 007	7,1	52 666	93,0
2019	46 408	4 082	8,8	42 326	91,2
2020	34354	1021	2,9	33333	97,0

Джерело: складено автором на основі [29]

Згідно з аналізом туристичних потоків в Чернігівській області основними факторами, які призвели до низької кількості іноземних туристів в регіоні, є застарілість і нерозвиток інфраструктури, відсутність необхідної туристичної інфраструктури, а також відсутність стійких міжнародних транспортних зв'язків.

Розвиток іноземного туризму, який забезпечує надходження валютних коштів, необхідний для задоволення потреб готельної галузі в Україні.

За останні кілька років відзначається зменшення кількості туристів, які використовують готельні заклади, про що свідчать дані, представлені у таблиці 2.2. Згідно з цією таблицею, можемо побачити, що, негативна динаміка присутня як в кількості іноземних туристів, так і внутрішні туристи стали рідше обирати готелі Чернігівської області, загальна кількість відпочиваючих скоротилася на 60,6% порівнюючи 2018 та 2020 роки.

Це явище прямо пов'язане з нестабільною соціально-економічною ситуацією в країні, що призвело до загального скорочення кількості туристичних потоків з-за кордону та місцевого населення. Крім того, готельний бізнес зазнав значних втрат з моменту початку поширення пандемії COVID-19.

Фактично, ці чинники, що призвели до зменшення кількості туристичних потоків, викликали не лише зниження кількості відвідувачів готельних закладів Чернігівщини, а й спричинили інше негативне явище — простій номерного фонду підприємств готельного господарства та інших структур матеріально-технічної бази.

Ще одним ключовим фактором для діагностики готельного господарства Чернігівської області є тривалість перебування відвідувачів у закладах колективного розміщення. Цей показник визначає прибутковість як окремого готельного підприємства, так і галузі готельного господарства в цілому для економіки нашої держави. Загалом, у 2020 році туристи (як внутрішні, так і іноземні) провели в закладах розміщення Чернігівського регіону 67807 ліжко-днів, який можна порівняти з іншими роками за таблицею 2.3. В порівнянні з 2018 роком кількість ліжко-днів зменшилась на 19569.

Таблиця 2.3

Кількість фактично проведених ліжко-днів у колективних засобах
розміщування Чернігівщини

Рік	Усього	З них			
		Іноземці		Резиденти України	
		Од	%	Од	%
2018	87 376	5 255	6,0	82 121	94,0
2019	87 101	6 831	7,8	80 270	92,2
2020	67807	2025	3,0	65782	97,0

Джерело: складено автором на основі [29]

Середня тривалість перебування у колективних засобах розміщення може значно варіюватися в залежності від різних факторів, таких як тип розміщення, мета подорожі, сезонність та інші обставини. Дані про тривалість перебування гостей у колективних засобах розміщення Чернігівщини представлено у таб. 2.4. Зазвичай цей показник визначається в декілька днів. Наприклад, у туристичних готелях чи мотелях середня тривалість може бути в межах 3-7 днів, особливо якщо мова йде про відпочинок чи туристичні подорожі.

Таблиця 2.4

Середня тривалість перебування у колективних засобах розміщування
Чернігівщини

Рік	Середня тривалість	З них			
		Іноземці		Резиденти України	
		Діб	відхилення, діб	діб	відхилення, діб
2018	1,5	1,3	- 0,8	1,6	- 9,2
2019	1,9	1,7	- 0,4	1,9	- 0,9
2020	2,0	2,0	0,0	2,0	- 0,9

Джерело: складено автором на основі [29]

У соціальних гуртожитках чи студентських гуртожитках може бути більш короткий термін перебування, часто визначений днями чи тижнями, особливо якщо це тимчасове проживання. В інших випадках, наприклад, в готелях для довгострокового розміщення чи апартаментах, середня тривалість може варіюватися від кількох тижнів до кількох місяців, в залежності від потреб клієнта чи довгострокових угод.

Отже, на сучасному етапі розвитку та функціонування готельного господарства стає очевидним, що ця галузь відіграє ключову роль у економічному благополуччі нашої країни. Забезпечення сталого розвитку цієї сфери передбачає необхідність підвищення якості готельної пропозиції відповідно до міжнародних стандартів. Цей процес має бути внесений як масовий фактор, на законодавчому рівні, а не лише окремим готельним підприємствам [2].

Очевидно, що більшість закладів тимчасового розміщення стикаються з відсутністю достатнього фінансування, що ускладнює перехід до вищого рівня якості. Проте, навіть при цих обмеженнях, галузь готельного господарства України залишається привабливою та перспективною. Важливо вдосконалювати умови для розвитку та стимулювати ініціативи, спрямовані на покращення якості обслуговування та інфраструктури, щоб залучити більше туристів та забезпечити стабільний розвиток галузі.

2.2. Визначення ключових факторів впливу на готельний бізнесу регіону

Підприємства готельно-ресторанних послуг є невід'ємною частиною ринкового середовища, значення якого постійно підвищується залежно від загального соціально-економічного розвитку країни. Процес інтенсивного розвитку та глобалізації готельно-ресторанного бізнесу в Україні, як частини сервісного сектора економіки, схильний до впливу багатьох факторів, роль яких може бути різною як за силою, так і за тривалістю та напрямом впливу.

Протягом першого півріччя 2023 року туристичний збір у Чернігові досягнув майже 300 тисяч гривень, як повідомила Катерина Литвин, заступниця начальника управління культури та туризму Чернігівської міської ради. Зазначено, що ці кошти вже надійшли до місцевого бюджету і будуть використані на загальні потреби міста.

Литвин вказала, що ці гроші не є призначеними для конкретних туристичних потреб, а представляють собою загальний оборот міського бюджету. Раніше обговорювалося використання прибутку від туристичного збору для покриття потреб у сфері туризму, але відповідний закон наразі не набрав чинності.

Туристи сплачують збір, зокрема, при поселенні в різних закладах розміщення, таких як готелі та хостели. Цей збір становить 30 гривень за добу перебування в готелі і надходить до бюджету через податкову систему.

Литвин також вказала, що в 2021 році туристичний збір склав 1 мільйон 300 тисяч гривень, в 2022 році - 595 тисяч 300 гривень, а у 2023 році - 287 тисяч 200 гривень. Зазначено, що для визначення внеску туристичного сектора в бюджет міста можна провести дослідження, які включають роботу гідів, закладів харчування, платні туалети, туристичні супроводи, а також транспортні послуги, але такі аналізи в Україні поки що є менш поширеними порівняно з європейськими країнами [7].

У готельній індустрії України спостерігається інтенсивна конкуренція через велику кількість нових готельних закладів з високим рівнем обслуговування, які будуються в різних регіонах. Є декілька головних факторів, які уповільнюють розвиток цієї сфери та впливають на статус готелів регіону, до них можна віднести застарілу матеріально-технічну базу, недостатню представленість національних та міжнародних мереж готелів, нескоординовану структуру готельних підприємств та труднощі на етапі організації документації для будівництва готелів. Внаслідок воєнних дій пропозиція на готельному ринку Чернігівщини скоротилась: чимало готельних об'єктів припинили свою діяльність з огляду на питання безпеки, відсутність попиту, технічні труднощі або пошкодження в результаті обстрілів.

Серед факторів, які перешкоджають розвитку туризму в Чернігові, є такі:

- економічна нестабільність у країні;

- негативні наслідки господарської діяльності на навколишнє середовище: середній рівень складності екологічної ситуації (великі автомагістралі Чернігів – Прилуки, Чернігів – Новгород – Сіверський) і забруднення підземних вод (в області майже немає колодязів з чистою водою); забруднення малих річок і орних ґрунтів; відсутність мережі постійних постів спостереження за концентрацією забруднювачів; радіоактивне забруднення, яке обмежує розвиток сільського, екологічного та спортивного туризму в північних і західних регіонах Чернігівської області.

- низька кваліфікація обслуговуючого персоналу;
- обмежений асортимент туристсько-рекреаційних послуг і видів відпочинку;
- застарілий інвентар готелів і курортно-санаторних установ;
- відсутність зв'язків у ринкових умовах бізнесу;
- недостатнє фінансування для проведення комплексу рекламних заходів, спрямованих на просування готельного продукту області на міжнародний ринок.

Крім того, відсутність прямого залізничного сполучення Чернігова з іншими областями України не сприяє припливу туристів до міста. Більшість туристичних груп, які прямують на Чернігівщину, обслуговуються київськими турфірмами, оскільки Київський залізничний вокзал є провідним транспортним вузлом. Таким чином, Київ отримує значну частину прибутку.

У 2018 році на території області було представлено 64 готельні підприємства, включаючи 37 готелів, 5 гуртожитків для приїжджих і 22 інші об'єкти тимчасового проживання. Загальний потенціал готельного сервісу становив 1470 номерів. З них 679 (46,2 %) були тримісні з більшою кількістю місць, 499 (33,9 %) були двомісні, а 158 (10,7 %) були одномісні. Всього було 86 номерів «люкс» (5,9 %), а 48 номерів «напівлюкс» (3,3 %). В Україні існує п'ять категорій готелів, кожна з яких має від однієї до п'яти «зірок».

У Чернігівській області наразі функціонують два готелі: чотиризірковий «Слов'янський» у Новгород-Сіверському районі та два двозіркових – «Брянськ» і «Україна» (останній на жаль, зруйнований) у Чернігові. Більшість готелів у регіоні

не мають офіційної категорії через невідповідність різноманітним вимогам до матеріально-технічного забезпечення та через наявність поточного чи капітального ремонту.

На сьогоднішній день більшість готелів області не відповідають світовим стандартам і пропонують менший вибір додаткових послуг, ніж більшість готелів Європи.

Всього 17,2 % готелів мають сауну (басейн), пральню; 9,4 % мають автостоянку, кафе, бар і інші послуги за ринковими цінами; у 1,6% відчинено ресторан. Жодне підприємство не має магазину чи кіоску. Як показав аналіз місцезнаходження готельного бізнесу, переважна більшість підприємств знаходиться в міських поселеннях.

Готельний бізнес, як галузь, є особливо вразливим до різних викликів, адже його функціонування може бути зміненим різними факторами. У контексті готельної інфраструктури області видно, що навіть ті заклади, які безпосередньо не постраждали від ворожої окупації, бомбардувань та обстрілів, тепер не функціонують, або лише починають свою діяльність, і говорити про значний туристичний потік наразі складно.

Внаслідок повномасштабного вторгнення російської федерації статистичні дані про розвиток економіки регіону є недостатніми.

За 2020 рік аграрна складова економіки області переважає: сільське господарство становило 28,2 % валової доданої вартості, промисловість – 16,2 %, послуги – 45,0 %, оптова та роздрібна торгівля – 8,7 %, будівництво – 1,9 %.

Військове вторгнення російської федерації завдало значних втрат Чернігівській області, пошкодивши економічну систему та її зв'язки.

На 5 травня 2023 року було зареєстровано 483 об'єкти, які зазнали пошкоджень у 20 територіальних громадах Чернігівської області. Серед них 240 підприємств, установ та організації недержавної форми власності та 243 – ФОПи.

Непоодиноким прикладом є готель «Україна» розташований в м. Чернігів, який був зруйнований вночі 11 березня 2022 року, ймовірно внаслідок влучання російської ракети "Іскандер". У серпні рятувальники вже знімали частину

пошкодженого даху, який загрожував обвалом. Тодішній міський голова Чернігова Владислав Атрошенко у жовтні минулого року звертався до власників будівлі із проханням почати демонтаж. Проте представник підприємства, Микола Тарасовець сказав, що демонтаж заборонено правоохоронними органами, оскільки там проводяться розслідування та пошуки уламків російського боєприпасу [35].

На сьогодні загальна ситуація в області досить спокійна, відсоток тих, хто виявляє бажання відвідати цей регіон, залишається низьким. Зокрема, після пандемії деяким підприємці не вдалося відновити свою діяльність і, на жаль, це призвело до їх закриття. Ймовірність подібних випадків збільшується, і можна передбачити, що ця тенденція продовжиться після завершення конфлікту.

Всі ми також усвідомлюємо, що не так просто буде повернутися до того стану який ми пам'ятаємо. Після економічних криз 2008 та 2014 років, туристична та готельна галузі потребували 3-5 років для відновлення. Пандемія COVID-19 також суттєво відкинула галузь назад на декілька років.

Наталія Реброва, генеральний директор Національного історико-культурного заповідника «Гетьманська столиця» (м. Батурин), вказує: «Наразі обсяг прибутків та відвідувачів становить лише 6% від довоєнного рівня» [43].

Повномасштабна війна, безумовно, суттєво вплинула на всі аспекти життя в нашій країні. Але вона дала поштовх до позитивних змін у мисленні та ставленні більшості українців до вітчизняного туристичного продукту. Люди, які за інших обставин ніколи б не відвідали унікальні куточки України, замість цього обравши Туреччину, Єгипет чи Європу, поступово приходять до висновку, що наша давня культура виявилася рівною серед рівних [44].

Особливе місце серед факторів, які впливають на прибутковість підприємств галузі гостинності, займає фактор сезонності. Під сезонністю розуміють властивість потоків клієнтів концентруватися в певних місцях протягом короткого періоду часу. Наприклад, новорічні, різдвяні та інші свята призводять до переповнення підприємств готельно-ресторанного бізнесу [5].

Туристи все частіше віддають перевагу спокійному та розміреному відпочинку. Основна мотивація – спостереження та оцінка місцевої архітектури та природи, а також традиційних культур, що переважають у місцевостях. Замковий туризм має безсумнівно великий потенціал для розвитку та збереження культурної спадщини. Він не тільки приносить користь для місцевих господарств, але й сприяє популяризації культури, історії та архітектури.

Вплив економічних та фінансових факторів на сферу гостинності (таких, як зміни в економічній та фінансовій ситуації, рівень доходів населення) обумовлений тим, що між тенденціями розвитку готельно-ресторанного бізнесу та економіки регіону спостерігається тісна взаємодія. Зазвичай рівень розвитку матеріально-технічної бази та інфраструктури сфери гостинності залежить від економічного становища регіону.

В сучасному світі готельний бізнес стає все більш чутливим до викликів, а однією з ключових проблем може бути застаріла матеріальна база готелів.

Сподівання гостей в сучасних готелях високі як до комфорту, так і до якості обслуговування, тому сучасні зручності стають ключовими факторами для вибору тимчасового місця проживання. Застаріла матеріальна база може обмежувати можливості готелів з надання сучасних сервісів, таких як швидкий інтернет, сучасне обладнання в номерах та система безпеки.

Сучасний гість має великі можливості щодо вибору закладу в якому він може зупинитися, тому готелі з застарілим обладнанням втрачають свою конкурентоспроможність порівняно з новими закладами, які відповідають сучасним стандартам. Потенційні гості можуть віддають перевагу готелям, які можуть запропонувати сучасний комфорт та інноваційні рішення.

Ефективність роботи готелю та якість послуг також страждає через застаріле обладнання. Проблеми технічного характеру можуть виникати частіше, а ремонт та заміна застарілого обладнання можуть вимагати великих витрат. Додатково, застарілі системи опалення, кондиціонування повітря та інші інженерні мережі можуть бути менш енергоефективними, що впливає на витрати на комунальні послуги та екологічні показники.

У контексті маркетингу, готелі зі сучасним та стильним дизайном привертають більше уваги через маркетингові кампанії та фотосесії. Застарілий вигляд впливає на перше враження та рішення гостей про вибір готелю.

В останні роки кількість факторів, що впливають на попит в готельно-ресторанному бізнесі, помітно зросли. Попит різко диференціювався: споживачі з високим рівнем доходу виявляють високий рівень вибірковості та вимогливості до якості послуг підприємств галузі гостинності. У зв'язку з цим до факторів, що визначають поведінку споживача, відносять мотиви та причини.

Основними мотивами споживачів готельних та ресторанних послуг є:

- фізичні (потреба в відпочинку, підтримання здоров'я, розваги, психологічні розвантаження);
- культурні – бажання дізнатися більше (фольклор, музика, мистецтво, танці, живопис, релігію, природу);
- міжособистісні (бажання "втекти" від рутини, прагнення відвідати друзів, родичів, здобути нові знайомства);
- престижні – бажання підвищити свій соціальний статус (турбота про репутацію, потреба у визнанні, а також у більшій увазі з боку інших людей, прагнення бути оціненим) [29].

Щоб протистояти цим викликам, готелі повинні розглядати можливості модернізації та реконструкції своєї матеріальної бази. Оновлення інфраструктури, впровадження сучасних технологій та підвищення енергоефективності можуть сприяти покращенню конкурентоспроможності готелю та задоволенню високих стандартів сучасних туристів.

Загалом, застаріла матеріальна база є серйозним викликом для готельного бізнесу, але водночас вона відкриває можливості для інновацій та розвитку. Важливою є готовність готелів адаптуватися до сучасних вимог і надавати гостям найвищий рівень зручностей та сервісу.

Бізнес є невід'ємною частиною сервісного сектора в регіональній ринковій економіці, роль, значення та обсяг наданих послуг якого безперервно зростає з розвитком соціально-економічного потенціалу регіону. Аналіз наведених факторів

свідчить про існування взаємозв'язку між розвитком готельно-ресторанного бізнесу та регіону. Підприємства галузі гостинності активніше розвиваються там, де економічна та політична ситуація стабільна, а також розвинена соціокультурна інфраструктура. Фактори, що гальмують розвиток готельного та ресторанного бізнесу в регіоні, включають його економічну, політичну та фінансову нестабільність, рівень доходів споживачів, інфляцію та безробіття.

2.3. Оцінка впливу палацово-паркових комплексів регіону на розвиток готельного бізнесу

Чернігівська область, розташувалася у північній частині України, на лівому березі Дніпра, у межах Поліської низовини та лісостеповій зоні Придніпровської низовини. За кількістю пам'яток культурної спадщини регіон посідає одне з топових місць в Україні [30].

Для більшості звичайних українців Чернігівщина асоціюється із княжим періодом та, зокрема, із самим містом Черніговом. Хтось може згадати гетьманську столицю Батурин, а інші можливо вже відвідали палацово-парковий комплекс у Качанівці чи тростянецький дендропарк. Проте для багатьох мешканців інших регіонів ця область залишається маловідомою. Але варто відзначити, що тут знаходяться чудові природні об'єкти та історичні місця, які можуть бути маловідомими або навіть забутими.

Історико-культурні ресурси – це матеріальні та нематеріальні складові, що виникають в результаті довготривалого впливу історії та культури на певну територію чи спільноту. Ці ресурси включають в себе архітектурні пам'ятки, мистецькі твори, традиції, обряди, мови, літературу, археологічні знахідки та інші елементи, які відображають історію та культурний спадок певного народу чи регіону. Історико-культурні ресурси є важливим елементом для збереження та вивчення спадщини минулих поколінь і сприяють формуванню ідентичності та культурного розвитку суспільства [12].

Ці ресурси приваблюють людей для задоволення їхніх духовних потреб, а також для задоволення їхніх бажань знати історію своєї країни та змінювати постійне місце проживання з метою культурного розвитку.

Чернігівщина є справжньою спадщиною історії України. На той час Чернігів називався «українською Равенною» Михайлом Грушевським, першим президентом Української Народної Республіки. У Сіверщині знаходиться третина всіх пам'яток домонгольського періоду в країні.

В історичному Чернігівському краї є багато унікальних пам'яток історії та архітектури Княжої та Козацької доби. Понад 200 з них мають світове значення, оскільки вони показують величезну роль Чернігівського князівства та його роль у створенні Київської Русі та Української держави.

У Чернігівській області держава охороняє понад 2,4 тисячі пам'яток історії та монументального мистецтва, а також понад 2,3 тисячі пам'яток археології, де проводяться постійні дослідження [26].

Національний архітектурно-історичний заповідник «Чернігів стародавній», Новгород-Сіверський державний історико-культурний заповідник «Слово о полку Ігоревім», Батуринський історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця», Національний історико-культурний заповідник «Качанівка» та Сніцький літературно-меморіальний музей П. Довженка.

Туристичний сектор Чернігівської області пропонує широкий спектр туристичних маршрутів, які включають відвідування пам'яток архітектури, огляд історичних пам'яток області, вивчення стародавньої історії міста Чернігів, проведення археологічних досліджень по території області, відвідування святих місць і паломницькі подорожі, а також активні види спорту, такі як сплав на човнах по ріках Дніпро та Десна.

Замки та палаци, що розташувалися на території Чернігівщини, відомі своєю вражаючою архітектурою і багатою історією, стали не тільки артефактами минулого, але і центрами туристичної привабливості. Вони щороку привертають увагу туристів, які прагнуть пізнати історію і культуру нових місць. Замковий туризм дозволяє відвідувачам відчувати себе частинкою тої чи іншої історичної епохи.

Сучасні туристи все частіше обирають внутрішні подорожі, оскільки інфляція та зростання цін на паливо призводять до збільшення витрат на транспорт та проживання. Мандрівники шукають можливості дізнатися більше про місцеву культуру, традиції, кухню та побут. У наступні роки тури в невеликі, але цікаві міста і села стануть ще популярнішими серед туристів, які шукають особливі враження та незабутні емоції.

Чернігівська область знаходиться серед лідерів України за кількістю об'єктів культурної спадщини, при цьому 193 з них мають національне значення. Це єдиний регіон країни, де збереглася третина старовинних будівель давньоруського періоду, здебільшого зосереджених у Чернігові. Крім того, 14 населених пунктів області входять до Списку історичних населених місць України [27].

Чернігівський край славиться своєю багатою культурною спадщиною, особливо палацово-парковими комплексами та дворянськими садибами табл.2.5.

Таблиця 2.5

Аналіз палацово-паркових комплексів регіону

Назва	Місцезнаходження	Рік побудування	Архітектурний стиль	Стан
палац Рум'янцева-Задунайського	Коропський район, село Вишеньки	1787	класицизм, псевдоготика	потребує реставрації
пасадиба Дараганів	м. Козелець	2-га пол. 18 століття	українське бароко	потребує негайної реставрації
садиба Лизогубів	сmt. Седнів	XVII ст	класицизм	відкрито для туристів
палац Розумовського	м. Батурин	1799—1803	неокласицизм	відкрито для туристів
садиба Качанівка Тарновських	селище Качанівка	1770-ті	класицизм	відкрито для туристів
садиба Галаганів	Срібнянський район, с. Сокиринці	1832	класицизм	професійний аграрний ліцей

Джерело: складено автором на основі [26; 30; 32; 43]

Один з найвизначніших об'єктів – Чернігівський Дитинець, який привертає увагу унікальними спорудами та історичними пам'ятниками. Новгород-Сіверський, інший природний край, вражає своїми чудовими краєвидами та цікавими туристичними об'єктами.

Поєднання історичної та культурної спадщини з унікальною природною цінністю є характерною рисою численних заповідних об'єктів на Чернігівщині. Серед визначних пам'яток садово-паркового мистецтва виділяються Качанівський та Сокиринський парки, а також Тростянецький дендропарк. Качанівський палацо-парковий комплекс внесено до Державного реєстру національного культурного надбання та Національної системи туристсько-екскурсійних маршрутів "Намісто Славутича". Туристично-екскурсійне значення Качанівського заповідника посилюється наявністю поруч інших унікальних пам'яток садибної культури ХІХ століття, таких як дендропарк «Тростянець», палацо-паркові ансамблі у Сокиринцях і Дігтярях.

Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця» представляє собою безцінну перлину України. Цей заповідник виступає важливим центром для культурно-освітніх та науково-дослідницьких зусиль. Він служить скарбницею значущих об'єктів історії, архітектури, культури, археології та природи. Серед неперевершених об'єктів заповідника варто відзначити палацово-парковий ансамбль К. Розумовського, будинок генерального судді В. Кочубея, Музей археології у Батурині, Воскресенську церкву-усипальницю гетьмана К. Розумовського, парк «Кочубеївський», Миколо-Крупницький монастир, Цитадель Батуринської фортеці. Також на території заповідника розташовані пам'ятник жертвам Батуринської трагедії 1708 року та могила П. І. Прокоповича – видатного науковця, засновника вітчизняної науки про бджільництво та винахідника рамкового вулика (Додаток А).

Сокиринський парк, який входить до цього комплексу, вражає своєю архітектурною красою та історичним значенням. Вхід до парку у Сокиринцях прикрашений двома величезними пілонами, а білосніжний палац, розташований у центрі парку, привертає увагу своєю елегантністю та величчю. Сам комплекс

включає три основні корпуси, з центральним, завершеним куполом і прикрашеним восьмиколонним портиком, який акцентує вхід до палацу. Бокові корпуси, які використовуються для службових потреб, відрізняються скромнішою архітектурою.

Сокиринський маєток Галаганів в минулому був відвіданий такими видатними постатями, як Т. Шевченко, художник Л. М. Жемчужников, М. Лисенко, канцлер Російської імперії О. Горчаков, П. Куліш, кобзар О. Вересай та інші. У 1971 році на території Сокиринського парку було встановлено пам'ятник О. М. Вересаю, а в самому палаці була відкрита кімната-музей видатного українського кобзаря.

Усе це створює потенціал для розвитку замкового туризму та готельного бізнесу в регіоні. Туристи можуть насолоджуватися не тільки архітектурною красою, але і глибокою історією, яка пов'язана з кожним об'єктом.

Таким чином, оцінка впливу палацово-паркових комплексів регіону на розвиток готельного бізнесу свідчить про значний позитивний ефект. Вони слугують привабливими туристичними об'єктами, що збільшують потік відвідувачів і підвищують попит на готельні послуги. Розташування готелів поблизу таких комплексів сприяє їх популярності серед туристів, що прагнуть поєднати комфортне проживання з культурними і історичними враженнями. В результаті, зростають інвестиції у готельну інфраструктуру, покращуються стандарти обслуговування та створюються нові робочі місця, що сприяє економічному розвитку регіону.

Висновки до розділу 2

Отже, нині сучасні туристи все частіше обирають внутрішні подорожі. Мандрівники шукають можливості дізнатися більше про місцеву культуру, традиції, кухню та побут. Усе це створює потенціал для розвитку замкового туризму та готельного бізнесу в регіоні. Вони не лише служать туристичними магнітами, але й стимулюють економічну активність, створюючи нові робочі місця та підтримуючи місцевий бізнес.

Незважаючи на обмеження, пов'язані з фінансуванням та інфраструктурою, готельний бізнес у Чернігівському регіоні має значні перспективи. Важливо продовжувати вдосконалювати умови для розвитку, підвищувати якість послуг відповідно до міжнародних стандартів, та стимулювати ініціативи, спрямовані на покращення інфраструктури.

Таким чином, готельний бізнес Чернігівщини має потенціал стати ключовим елементом економічного розвитку регіону. Завдяки підтримці та розвитку історичних пам'яток, створенню сприятливих умов для бізнесу та підвищенню якості послуг, регіон може стати важливим туристичним центром України.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ЧЕРНІГІВСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ

3.1. Перспективи розвитку замків-готелів в Україні: європейський досвід

Окрім організації екскурсій та різноманітних розваг, європейці розробили інший спосіб залучати туристів до історичних об'єктів. Наприклад, багато замків перетворено на розкішні готелі з усіма зручностями. Таким чином, подорожні можуть не лише слухати історії та легенди про старовинні будівлі, але й перебувати серед стін старовинного замку та відчувати себе часткою історії, мов монарх.

Справжнє багатство нашої історії та культури заслуговує на більше уваги та інноваційний підхід. Інші розвинуті країни вміло використовують свої замки, палаци, садиби і фортеці як культурні центри, де туристи можуть не лише насолоджуватися архітектурою минулого, але й брати участь у заходах, ресторанних вечорах та фестивалях. Це не лише зберігає спадщину, але і створює нові можливості для розвитку готельно-ресторанного бізнесу та туризму.

Однак, важливо відзначити, що кілька колись успішних та популярних фестивалів у Чернігові припинили свою діяльність або, взагалі, не проводяться протягом років, що, безумовно, негативно позначається на розвитку готельного бізнесу у місті. До числа таких перспективних фестивалів, які зараз не проводяться, входять:

1. «Енерджі фест» – фестиваль активних та екстремальних видів відпочинку;
2. «Chernihiv Jazz Open»;
3. «40 Ух" – Чернігівський мистецький фестиваль»;
4. «Ульотний Чернігів»;
5. «Княжа брама» – міжнародний фестиваль живої історії слов'яно скандинавської культури [32].

Аналізуючи події в Чернігівській області, можна зробити висновок, що фестивальна діяльність має значний потенціал. Однак, для її успішного розвитку потрібна якісна організація, стабільність у проведенні, розширення масштабів, залучення додаткових коштів і активна рекламна кампанія. Важливо забезпечити сталість та привабливість фестивалів, щоб вони стали важливими подіями для туристів та місцевих жителів.

Ми повинні навчитися інтегрувати нашу історію в сучасний світ, щоб наші знамениті будівлі не лише продовжували існувати, але й збагачували наше сучасне життя. Мусимо визнати, що ми не цінуємо свою історичну та культурну спадщину так як це роблять інші цивілізовані країни.

Як приклад візьмемо Польщу, яку часто називають "Країною Замків", і це не випадково. На території Польщі розташовано 341 замок, з яких 178 відновлені і відчинені для відвідування в якості музеїв [1]. Замки і палаци у Польщі нині повертають собі колишню велич і пишність. Старовинні резиденції могутніх і відомих родів відроджують давні традиції, функціонують як музеї і перетворюються в унікальні готелі (Додаток Б)

У польських замках досі залишається атмосфера лицарської культури, проводяться турніри та костюмовані бали – все, як у минулому. Крім того, деякі з цих об'єктів влаштовують сучасні культурні заходи. Наприклад, у мисливському палаці Радзівілів в Антоніні відбуваються концерти Шопенівського фестивалю, а в старовинній оранжереї Станішова, колишній резиденції князів Реус, створено художню галерею, де представляють свої роботи молоді художники. Багато польських замків також використовуються для проведення конференцій.

Замок Красицьких розташований у Польщі у містечку Красичин, був побудований у XVI столітті на кошти каштеляна Перемишльського Станіслава Красицького. Замкові бастіони, вежі, навколишній парк і церква з дзвіницею добре збереглися та повністю відремонтовані. Крім готелю, в замку є ресторани, тематичні магазини і музей. Номери обладнані для комфортного проживання та мають усі зручності, біля будівлі є автостоянка. Замок розташований приблизно за 10 км від міста Перемишль та за 25 км від прикордонного переходу Шегині на

українському кордоні. Оренда кімнати на двох обійдеться приблизно в 2500 грн.

Є два типи замків, де можуть зупинитися туристи. Перші - це приватні володіння спадкових дворян, які, щоб заробити гроші, здають частину маєтку в оренду мандрівникам або тим, хто хоче зупинитися в садибі на деякий час. Особливістю проживання є відсутність обслуговування в номерах, Wi-Fi, капців і халатів. У таких замках, як правило, сніданок, обід і вечеря проходять разом з господарями. При цьому бажано хоч трохи знати мову країни, в якій ви перебуваєте. Вечірнє меню зазвичай потрібно скласти за день до трапези, щоб господарі або їх кухарі могли підготувати необхідні продукти. І хоча деяких видів послуг тут немає, атмосфера в замку максимально наближена до тої, що панувала у кам'яних стінах понад сто років тому.

Другий тип замків — це ті, що були перетворені у справжні готелі. Це можуть бути як мережі розкішних готелів, так і невеликі приватні готелі-замки. Замки-готелі, як і звичайні готелі, мають свою зірковість - зазвичай від трьох до п'яти зірок. Такі заклади розміщення надають усі готельні послуги: від Wi-Fi до розкішних спа-центрів. Вартість проживання в ньому залежить від слави та популярності замку. Діапазон цін дуже великий.

У Європі існують численні приклади успішного перетворення історичних замків у готелі, які пропонують унікальний і розкішний досвід для гостей. Ось деякі приклади та аспекти європейського досвіду створення замків-готелів:

Ashford Castle, Ірландія – історичний замок, що датується XIII століттям, перетворений на розкішний готель. Відновлення замку було проведено з врахуванням його історичної аутентичності, і готель став п'ятизірковим закладом, що пропонує вишукані номери, ресторани та гольф-поля.

Chateaufort, Франція – спеціалізується на перетворенні старовинних замків та історичних будівель у простори для проведення корпоративних заходів та конференцій. Їх концепція полягає в збереженні архітектурного спадку та створенні комфортних та сучасних просторів для бізнес-заходів.

Brenners Park-Hotel & Spa, Німеччина – розташований у величезному парковому комплексі і заснований у старій історичній будівлі. Цей готель враховує історичні елементи у дизайні та комбінує їх з сучасними зручностями.

Dromoland Castle – ще один ірландський приклад, Dromoland Castle, є витонченим готелем, що розташований у старовинному замку, який датується XV століттям. Готель пропонує розкішні номери, ресторани, гольф-поле та інші розваги.

Castello di Casole – це італійський готель, розташований в старовинному замку в Тоскані. Замок був відновлений і перетворений на елітний готель зі спа-центром, ресторанами та винним погребом.

Amberley Castle, Велика Британія – це замок, побудований у XII столітті, який перетворений на розкішний готель. Гості можуть насолоджуватися аутентичною атмосферою середньовіччя, зберігаючи комфорт і зручності сучасності.

Ці приклади демонструють, як історичні замки можуть бути вдалим базисом для створення унікальних готелів, які приваблюють туристів своєю аутентичністю та розкішшю. Однак важливо брати до уваги конкретний контекст та культурні особливості регіону при розробці подібних проектів.

Багато схожих історичних споруд збереглося і в різних країнах Європи, таких як Польща, Франція, Іспанія, Португалія, Італія, Німеччина, Австрія та Чехія. Досвід Європи у збереженні історичних пам'яток через їх використання у сфері готельного господарства є ефективним і дозволяє підтримувати їх у кращому стані, ніж це відбувається в Україні (Додаток В).

Якщо ви хочете жити не тільки в замку, а ще й в особняку з історією, вам варто поїхати до Франції чи Великої Британії, яка по праву вважається королівством замків. У Шотландії замки можна знайти буквально на кожному кроці. Як особливу розвагу в деяких замках іноді влаштовують костюмовані обіди, лицарські сніданки (сніданки, які включають страви з дичини), аристократичні прийоми та вечірки. Власники замків зазвичай повідомляють про такі заходи заздалегідь на офіційному сайті. Хоча, справедливості заради зауважимо: чи не кожен замок будь-якої країни має свою «бородату історію». Але деякі замки

особливо відомі – наприклад, Waldorf Astoria Versailles - Trianon Palace Hotel (Версаль, Франція). Про Версаль можна говорити годинами - починаючи з історії резиденції французьких королів і закінчуючи важливими подіями, що тут відбувалися, наприклад, підписанням Версальського мирного договору після закінчення Першої світової війни. У будівлі готелю розташований ресторан відомого шотландського шеф-кухаря Гордона Рамзі, який має дві зірки Мішлен. Мінімальна вартість проживання в особняку становить приблизно 7000 грн на добу.

Є кілька рекомендацій щодо пошуку замків. Такі пропозиції є, наприклад, на Booking і TripAdvisor. Однак у цьому випадку мандрівник, швидше за все, потрапить до другої категорії — готелі-замки з конвеєром для гостей. Тому, якщо ваша мета - приватні замки, власники яких здають в оренду одну-дві кімнати, найкраще шукати їх на туристичних форумах, блогах інших любителів відпочинку таким чином. Іншими словами, за рекомендацією. Також інформацію про них можна знайти на офіційних сайтах областей чи міст.

Враховуючи світовий досвід, використання замків у готельному бізнесі може бути корисним і цікавим явищем для України, оскільки вони несуть в собі історичну та архітектурну цінність, а також своєрідність таких об'єктів може привертати увагу туристів з усього світу, що сприятиме підвищенню культурного обміну та валютних надходжень.

Створення готелів у замках також відкриває широкий спектр можливостей для розвитку інфраструктури, включаючи ресторани, магазини з сувенірами та культурно-розважальні заходи. Це не лише розширить послуги для туристів, але й сприятиме створенню нових робочих місць та підтримці місцевої економіки.

Такий проект може сприяти позитивному зростанню України на світовій арені та спонукати інші країни до подібних ініціатив, сприяючи розвитку та обміну досвідом в сфері туризму.

3.2. Розробка стратегії розвитку замку-готелю в Чернігівському туристичному регіоні

Старовинні стіни, захоплюючі панорами та доглянуті парки відомих замків переносять туристів у часи стародавності, даруючи неповторну казкову атмосферу середньовіччя. Один із ефективних методів привертання уваги подорожуючих до визначних пам'яток, який завоював популярність у всьому світі, – це відкриття готелів, розташованих безпосередньо біля замків чи навіть у їхніх стінах. В багатьох фортецях Європи тепер розташовані розкішні та комфортні номери з усіма зручностями.

Мандрівники отримують можливість не лише дізнатися про історію та легенди замку, але й пережити неповторний досвід, проживаючи серед вікових мурів та відчуваючи себе лордами або леді маєтку. Такий формат проживання дарує унікальну можливість гостям зануритися в атмосферу минулих епох і стати частиною величних історичних подій.

У процесі розробки концепції перш за все аналізують всі фактори, пов'язані з умовами місцевості, регіону або конкретного міста, де планується будівництво підприємства. Це особливо важливо для підприємств галузі гостинності, оскільки особливості регіону мають великий вплив на цільову аудиторію закладу [22].

Палац Гетьмана Кирила Розумовського у Батурині – це велична двоповерхова споруда класичного стилю, з лоджією, балконом і колонами, оточена мальовничим парком. Зведений у 1799-1803 роках за проектом шотландського архітектора Чарльза Камерона, палац є єдиним архітектурним творінням цього майстра в Україні.

Після скасування гетьманства палац потрапив до рук графа К. Розумовського, але після його смерті він став об'єктом занепаду, або навіть, за легендою, піддався спаленню власником, щоб знищити сліди крадіжок. Понад сто років тривала історія занедбання, і лише у 2002 році держава вирішила відновити цю історичну пам'ятку. З 2003 по 2009 роки за підтримки меценатів палацовий комплекс був відновлений (Додаток Г).

У палаці зберігається нотна збірка К. Розумовського, яка свідчить про його захоплення класичною музикою та дружбу з великими композиторами, такими як Моцарт та Бетховен. На території палацу знімали сцени для мюзиклу «Вечори на хуторі біля Диканьки», де герой Вакули приймав імператрицю.

Палац Розумовського вражає своєю розкішшю та стилем. Загальна площа становить 55 кімнат та два флігеля у парку. Інтер'єр виконаний у класичному європейському стилі, з витонченими деталями: розписані стіни з ліпниною, італійські меблі з дорогоцінної деревини, розкішні люстри, скульптури та картини.

На першому поверсі палацу розташовані родинні портрети Розумовських та інших гетьманів, каплиця з іконами XVIII століття та гостьова кімната з розкішними меблями та картинами. На другому поверсі відновлений робочий кабінет гетьмана, бібліотека і зали, віддані античній тематиці.

У 2022 році інвестиції та ділова активність знизилися через складну економічну ситуацію в країні, через військове вторгнення Росії до України. Відновлення економічної активності підприємств у всіх сферах економіки все ще обмежується руйнуванням виробничих потужностей, проблемами з логістикою та здорожчанням енергоресурсів. Більшість інвестиційних проектів не розпочалися.

Палац має значний потенціал для додаткового розвитку. Реконструкція допоможе створити модерні конференц-зали, ресторани, а також розширити готельну інфраструктуру. Можливість організації культурних заходів та фестивалів також відкриває нові горизонти для залучення туристів.

Ідея: заміський палац, що функціонує як заміський готель. Готель розташований на великій території, що відповідає розмірам палацу XVIII століття. Сам готель є палацово-парковим комплексом з рестораном на території. Наша ідея готелю полягає в тому, щоб відтворити палац з його розкішшю – починаючи від розмірів території готелю і закінчуючи інтер'єрними рішеннями як внутрішніми, так і зовнішніми. Такий готель буде чудовим місцем для заміського відпочинку з родиною, чудовим місцем для проведення різноманітних заходів (наприклад, проведення весілля, кінофестивалю та ін.) та просто гарним місцем для відпочинку та прогулянок гостей.

Проблема: з кожним роком попит на відпочинок серед «розкоші» збільшується – люди приїжджають до замків-готелів, щоб приємно провести час серед красивої архітектури та природи.

Ціль: привернути увагу широкої спільноти до історико-культурного надбання країни, збільшити туристичні потоки у заміські палаци та розвинути підприємництво готельного бізнесу на цих локаціях.

Що дає це готелю:

1. Можливість надання додаткової платної послуги кінозйомки, аматорської зйомки, що дозволить збільшити дохід готелю.
2. Інтерес ЗМІ, оскільки такого роду готелі лише починають з'являтися, що дозволить просувати новий формат готелю на ринку готельних послуг.
3. Інтерес людей, тому що це новий формат відпочинку, який дає можливість гуляти старовинними парками і поринути в іншу епоху.
4. Завдяки великій території готелю з'явиться можливість проводити різноманітні фестивалі, свята, спортивні/духовні заняття.

В рамках написання роботи проведено аналіз затребуваності такого формату закладів. Слід зазначити, що на даний момент є кілька замків-готелів, які функціонують як повноцінні готелі. Це говорить про те, що попит на такий вид готелів є і деякі готельєри навіть готові зводити такі будівлі.

На наш погляд, ця ідея актуальна, бо все більше людей приїжджають у палацово-паркові комплекси, щоб відпочити від міської метушні, провести час із сім'єю, насолодитися природою та тишею. А можливість не лише провести день із сім'єю на природі в оточенні вишуканої архітектури, а й залишитися тут на вихідні, поринувши в атмосферу дворянства, здатне викликати фурор серед відпочиваючих.

Будь-який підприємницький проект несе в собі певні ризики табл. 3.1.

Організаційні заходи щодо усунення та нейтралізації виявлених ризиків:

1. Створення об'ємного фінансово-кредитного потенціалу для замку-готелю.
2. Проведення різноманітних заходів, що сприяють отриманню додаткового доходу.

3. Можливість комерційних зйомок на території готелю.
4. Страхування готельного підприємства.
5. Розробка сильної маркетингової стратегії, проведення повного комплексу маркетингового дослідження.
6. Дотримання правил будівельних робіт, технології будівництва та вибір правильної ділянки.

Таблиця 3.1

Оцінка ризиків для готелю

Ризик	Причини наближення	Ознаки Виникнення	Ймовірність
Фінансовий	Висока вартість будівництва готелю; Великі виробничі витрати; Високі витрати на утримання готелю.	Втрати у доходах готелю; Неможливість збудувати готель; Неякісно зроблений проект.	1
Сезонність	Зимовий та літній сезони	Потік туристів може знижуватись	1
Форс-мажорні ситуації	Неупередженість або надзвичайна ситуація в самому готелі (пожежа, потоп, відключення світла тощо)	Стихійні лиха	0
Відсутність попиту серед туристів	Висока вартість проживання; Віддаленість від міста.	Втрати у доходах готелю; Низька заповнюваність номерів.	1

Джерело: складено автором

У процесі розробки цієї ідеї щодо втілення в життя проекту-замку готелю підбрано відповідну територію в Чернігівській й області. Запропоновано варіанти внутрішнього оздоблення номерів, що імітують кімнати палацу. Створено комфортні умови проживання далеко від міста. Територія готелю дозволить проводити різноманітні заходи, які збільшать впізнаваність цього закладу.

Концептуальний готель – це засіб розміщення з інноваційною складовою цілісного оформлення за певною тематикою, що відрізняє його від «класичного» готелю і надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням [41].

Відпочинок у такому готелі дасть людині можливість розслабитися, насолодитися тишею та самотністю. Через велику територію та парки відпочиваючі рідко зустрічатимуться один з одним, що гарантує «втечу» від міської метушні.

Відкриття готелю в історичному палаці Кирила Розумовського в Батурині є винятковим та перспективним підприємницьким завданням. Для реалізації цього проекту ми розглядаємо різні джерела фінансування для забезпечення успішного запуску та ефективного функціонування готелю.

1. Банківське кредитування:

Отримати кредит від місцевих банків для покриття частини витрат на реконструкцію та обладнання палацу. Вибір банку здійснити на основі найвигідніших умов кредитування та рівня процентних ставок.

2. Інвестиції від приватних інвесторів:

Пошук індивідуальних інвесторів, які мають інтерес до розвитку туризму та збереження культурної спадщини. Можна запросити їх взяти участь у проекті як партнерів або акціонерів, пропонуючи вигідні умови участі та прибутковості інвестицій.

3. Гранти і субсидії:

Вивчити можливість отримання грантів та субсидій від державних та місцевих організацій, спрямованих на розвиток туризму та збереження культурної спадщини та подати заявки на участь у конкурсах та програмах фінансування.

4. Краудфандинг:

Запуск кампанії краудфандингу для залучення коштів від громадськості. Створити привабливий профіль проекту, який буде розміщений на платформах краудфандингу з докладним описом мети та використання зібраних коштів.

5. Співфінансування з місцевими органами влади:

Провести переговори з місцевими органами влади щодо можливості отримання фінансової підтримки для проекту. Обговорити можливі форми співфінансування та взаємодії для сприяння розвитку туризму та підтримки культурної спадщини.

Цей мультиджерельний підхід до фінансування дозволить не тільки забезпечити необхідні кошти для реалізації проекту, але й створити вдалий змішаний механізм фінансування, який максимізує прибутковість та успіх готелю в палаці Кирила Розумовського в Батурині.

Маркетинг та реклама в сучасному світі є невід'ємною частиною будь-якого успішного підприємства, особливо у галузі готельного бізнесу. Готель в палаці, зберігаючи у собі багатий культурний та історичний дух, може вигідно використовувати маркетингові та рекламні стратегії для залучення уваги споживачів. Розглянемо ключові аспекти маркетингових комунікацій, які допоможуть досягти успіху у відкритті та ефективному функціонуванні готелю.

Перший крок до успіху полягає в розробці привабливого та інформативного веб-сайту. Він стає візитною карткою готелю, де потенційні гості можуть дізнатися більше про історію палацу, послуги та наявні номери. Це не лише зручний інструмент для онлайн-бронювання, але і ефективний засіб підняття статусу готелю в очах клієнтів.

Активне ведення облікових записів у соціальних мережах - це ще один ефективний інструмент популяризації готелю. Регулярно публікуючи фотографії номерів, інтер'єру та історій палацу, готель може привертати увагу та створювати позитивне враження у потенційних гостей. Спілкування з аудиторією через соцмережі дозволяє визначити побажання та очікування гостей.

Створення віртуальних турів, доступних онлайн, дозволяє потенційним гостям "зануритися" у атмосферу готелю та відчути його неповторність. Це додасть елемент індивідуальності та комфорту.

Блог на веб-сайті може стати простором для розповіді про історію палацу, оглядів місцевих подій та привабливих пропозицій для гостей. Це не тільки збагатить вміст, але й створить емоційний зв'язок із споживачами.

Участь у подіях та співпраця з місцевими партнерами дозволяє не лише привертати увагу до готелю на заходах, але й розширювати мережу контактів та можливостей для співпраці.

Оцінки та відгуки клієнтів — це надзвичайно важливий елемент рекламної стратегії. Позитивні відгуки від задоволених гостей будуть служити найефективнішою рекламою та підвищать довіру до готелю.

Застосування цілісної стратегії маркетингових комунікацій, яка об'єднує веб-простір, соціальні мережі, відеомаркетинг, блогінг, електронну розсилку та рекламу в Інтернеті, гарантує не лише велику видимість готелю в мережі, але й позитивний імідж, який призведе до успіху та стабільного попиту серед клієнтів.

Прогноз припливу туристів та доходів для економіки регіону в разі відкриття готелю в історичному палаці в Батурині може бути складним завданням, оскільки він залежить від багатьох факторів. Однак, якщо врахувати ефективність маркетингових та рекламних стратегій, які були наведені раніше, можна зробити прогноз.

1. Початковий період (перший рік):

У період старту можна очікувати збільшення інтересу та попиту на готель завдяки активній рекламі, участі у подіях та створенню позитивного іміджу. При цьому може відбутися значний приплив туристів.

2. Стабілізація (другий - третій рік):

З часом приплив туристів та рівень бронювань може стабілізуватися, а готель може здобути визнання як привабливий та унікальний об'єкт. Важливо продовжувати маркетингові заходи для підтримки інтересу та залучення нових гостей.

3. Розвиток та розширення (четвертий - п'ятий рік):

При успішному виведенні готелю на ринок може відбутися розширення послуг та інфраструктури. Це може включати розширення кількості номерів, ресторанів, організацію екскурсій та подій. З цим може зростати і дохід готелю та його внесок у економіку регіону.

4. Постійний розвиток (після п'ятого року).

Розрахунки терміну окупності даного проекту можна здійснити приблизно, враховуючи середні витрати та доходи для подібних майбутньому готелю в історичному палаці в Батурині. Середні витрати на відновлення та облаштування

історичного палацу можуть складати від 500 000 до 1 000 000 євро. Щодо середніх доходів, можна припустити, що середні ціни за номер в такому готелі можуть бути 100 - 200 євро за ніч. При відсутності точних даних, ці розрахунки можна взяти за орієнтир. Припустимо, що готель буде розрахований на 20 кімнат, середній дохід від кімнати - 150 євро за ніч, 50% завантаженості (178 ночей в рік), враховуючи сезонність, планова рентабельність 30%. За цих умов термін окупності можна розрахувати за формулою:

$$\text{Щорічний дохід} = 150 * 20 * 178 = 534\ 000 \text{ євро}$$

$$\text{Чистий прибуток} = 534\ 000 * 30\% = 160\ 200 \text{ євро}$$

$$\text{Термін окупності} = 1\ 000\ 000 / 160\ 200 = 6,2 \text{ роки}$$

Отже, термін окупності може бути близько 6 років.

Прогнозуючи приплив туристів та доходи для регіону при відкритті готелю в історичному палаці в Батурині, слід врахувати багато факторів. З ефективною маркетинговою стратегією, можна очікувати збільшення інтересу та попиту в перший рік, стабілізацію у другий – третій, розширення та зростання після п'ятого року. Однак, впливатиме на це також політична, економічна та безпекова ситуація в країні.

Висновки до розділу 3

Використання замків у готельному бізнесі є успішною практикою в Європі, яка може бути застосована і в Україні. Європейський досвід показує, що такі заклади приваблюють туристів з усього світу, які шукають унікальні та розкішні умови проживання.

При вдалих стратегіях управління та забезпеченні високого рівня обслуговування, готель може стати ключовим місцем привабливості для туристів та відвідувачів. Це може призвести до постійного зростання доходів і сприяти економіці регіону. Варто врахувати, що вплив на приплив туристів також може здійснювати політична, економічна, а головне безпекова ситуація в країні.

ВИСНОВКИ

1. У наш непростий час, у розвитку готельного бізнесу, важливу роль відіграє інноваційність у створення унікального досвіду для клієнта, що неабияк допомагає підвищити конкурентоспроможність на ринку послуг. Розвиток залежить від здатності адаптуватися до змін та вимог гостей, а також від постійного покращення якості послуг.

2. Замоквий туризм може стати вагомим чинником у збереженні історико-культурної спадщини, забезпечуючи фінансування реставраційних робіт, підвищуючи обізнаність громадськості та сприяючи розвитку місцевої економіки. Завдяки цьому, історичні об'єкти отримують необхідну підтримку для свого збереження і відновлення, що забезпечує їхнє збереження для майбутніх поколінь.

3. Особливості державного регулювання використання палаців у готельній галузі України включають необхідність дотримання законодавства щодо охорони культурної спадщини та збереження історичних пам'яток. Важливо також враховувати вимоги щодо реставрації та реконструкції будівель, які повинні проводитися з метою збереження автентичності архітектури.

4. Готельний ринок Чернігівського регіону характеризується помірною насиченістю, з потенціалом для подальшого розвитку. Існує потреба в більшій кількості сучасних і комфортабельних готелів, особливо в сегменті середнього та високого класу. Розвиток туристичної інфраструктури, зокрема використання історичних будівель, таких як замки і палаци, під готелі може підвищити привабливість регіону для туристів та інвесторів.

5. Готельна галузь Чернігівщини має численні проблемами, які ускладнюють її повноцінний розвиток. Серед головних труднощів – застаріла матеріально-технічна база, недосконала інфраструктура, обмежена кількість місць розміщення, недостатня різноманітність готельних послуг, низька кваліфікація персоналу.

6. Передумовами успішного розвитку туризму та готельного господарства в Україні є її природні та культурні багатства. Привабливі туристичні об'єкти, такі як палацово-паркові комплекси, історичні пам'ятки та природні заповідники,

створюють потужний туристичний потенціал. Чернігівщина, зокрема, славиться своїми палацово-парковими комплексами, які приваблюють туристів своєю історією та архітектурною красою. Ці комплекси стають центрами зосередження любителів культурного туризму.

7. Європа має тривалу історію успішного переобладнання історичних будівель під готелі, ресторани та інші заклади, що не лише зберігає культурну спадщину, але й перетворює її на джерело доходу. Досвід показує, що інтеграція сучасни зручностей з історичними інтер'єрами можлива без шкоди для автентичності будівель. Враховуючи ці аспекти, українські готельєри мають значно підвищити конкурентоспроможність і привабливість своїх бізнесів, переймаючи досвід інших країн.

8. Палац Кирила Розумовського, як зразок, може слугувати не лише як історичний пам'ятник, але й як основа для створення розкішного готелю. Реконструкція та модернізація будівлі можуть відновити її колишню славу, привертаючи як внутрішніх, так і зарубіжних туристів. Популяризація цього проекту може взяти на себе роль позитивного прикладу використання культурної спадщини для туризму та гостинності. Такий підхід сприятиме історико-культурній реабілітації об'єктів та створенню нових робочих місць.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 10 найкрасивіших замків Польщі за версією National Geographic. *Все Тут*. URL: <http://vsetutpl.com/10-naykrasyvishykh-zamkiv-polschi-za-versieyu-national-geographic> (дата звернення: 24.04.2024).
2. Kovalska L., Shchuka H., Mikhailuk A., Zagnibida R., Tkachenko T. Development of tourism is in the epoch of economically politically reforms and war in Ukraine. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 2020. Vol. 29 (1). P. 94–101. DOI: <https://doi.org/10.15421/112009>.
3. Tendencies in world tourism. *UN Tourism*. URL: <http://www.unwto.org> (дата звернення: 12.04.2024).
4. Архипова Є. О., Клевчук О. О. Державне регулювання у сфері охорони культурної спадщини України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 13-14. С. 51–57. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.13-14.51>.
5. Безрученков Ю. Управління проектами в готельно-ресторанному бізнесі. *Сучасна наука та освіта: стан, проблеми, перспективи : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 20-21 березня 2023 р.)*. 2023. С. 694–696. URL: <http://surl.li/tnrra> (дата звернення: 27.04.2024).
6. Бунтова Н. В. Інноваційний вектор розвитку індустрії гостинності: міжнародний досвід та перспективи впровадження. *Вісник Одеського національного університету. Серія Економіка*. 2020. Т. 25, № 4 (83). С. 8–13. DOI: 10.32782/2304-0920/4-83-1.
7. Вархол В. Майже 300 тисяч гривень туристичного збору зібрали у Чернігові за перше півріччя. *Суспільне Чернігів*. 2023. 24 лип. URL: <https://cutt.ly/3ew8GKyj> (дата звернення: 26.04.2024).
8. Василенко А. В., Василенко В. Ю., Діхтяренко О. В., Перепелиця А. С. Стан та перспективи використання замково-палацового комплексу України в туризмі. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2019. № 9. С. 173–178. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310B9513B2019B9B21>

9. Вечерський В. В. Пам'ятки архітектури й містобудування Лівобережної України: Виявлення, дослідження, фіксація. Київ : Видавничий дім А.С.С, 2005. 586 с. (Міністерство культури і мистецтв України, Державна служба охорони культурної спадщини, Науково–дослідний інститут пам'яткоохоронних досліджень).
10. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги. Чинний від 2004-07-01. Вид. офіц. 2003. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=41636 (дата звернення: 26.04.2024).
11. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Чинний від 2004-07-01. Вид. офіц. 2003. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=25994 (дата звернення: 26.04.2024).
12. Єпик Л. І., Коваленко О. В. Петренко Н. М. Історико-культурні дослідження в туризмі. *Україна та світ: виміри сьогодення: кол. моногр.* Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2024. С. 210–215.
13. Жигулін О. А. Модель поведінки споживачів готельних і ресторанних послуг в умовах кризи й інформатизації суспільства. *Економіка харчової промисловості*. 2022. Т. 14, № 1. DOI <https://doi.org/10.15673/fie.v14i1.2272>.
14. Зайцева Л. О. Теоретико-методологічні особливості парадигми сталого розвитку компанії. *Бізнес Інформ*. 2020. № 3. С. 409–416. URL: <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0001131169>.
15. Законодавство України. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index> (дата звернення: 24.04.2024).
16. Зінь Е. А. Регіональна економіка: підруч. Київ : «ВД «Професіонал», 2007. 528 с.
17. Індустрія туризму й гостинності: сучасні виклики та перспективи : кол. моногр. / за ред. І. М. Поворознюк ; МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2022. 173 с.
18. Лесик О. В. Замки та монастирі України. Львів : Світ, 1993. 173 с.
19. Лупашко А. Заощаджуємо та примножуємо. Як власникам бізнесу

змусити гроші працювати в умовах війни. *Delo.ua. Останні новини України та світу онлайн*. 2022. 4 жовт. URL: <https://delo.ua/realty/zaoshhadzujemo-ta-primnozujemo-yak-vlasnikam-biznesu-zmusiti-grosi-pracyuvati-v-umovax-viini-404867/> (дата звернення: 26.04.2024).

20. Мальська М. П., І. Г. Пандяк. Готельний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Київ: центр учбової літератури, 2019. 472 с.

21. Мандюк Н. Л., Масюк Ю. О. Маркетингове управління та формування конкурентних переваг готельно-ресторанних підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 40. С. 246–250. DOI: 10.32843/infrastruct40-44.

22. Манов М., Ткаченко Т. Організаційно-правові форми підприємництва в готелях: аргументи щодо вибору. *Ресторанний і готельний консалтинг: Інновації*. 2019. Т. 2, № 2. С. 262–272. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7468.2.2.2019.188210>.

23. Милашко О. Г. Колективні засоби розміщування як об'єкт статистичного вивчення. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2014. № 2 (53). С. 202–206.

24. Михайліченко Г. І., Клімова А. М. Розвиток дестинацій замкового туризму (на прикладі Тернопільської області). *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 2. С. 36–42. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2020/8.pdf (дата звернення: 27.04.2024).

25. Міністерство культури та інформаційної політики України. *Офіційний сайт Міністерства культури та інформаційної політики України*. URL: <https://mcp.gov.ua/> (дата звернення: 24.04.2024).

26. Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця». *nina.az* (<http://nina.az/>): (<http://nina.az/>) Українська Вікіпедія. URL: <http://surl.li/tnrqs> (дата звернення: 27.04.2024).

27. Нехай В. А., Кульбако А. В. Проектний підхід у збереженні культурної спадщини України. *Галицький економічний вісник*. 2023. Т. 84, № 5. С. 114-122. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.05.114

28. Ненно І. М., Рудінська О. В., Бушняк Т. І. Сучасні тенденції

класифікації послуг та інноваційного розвитку готельних підприємств. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. № 3. С. 211–216. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct33-31>

29. Основні показники діяльності колективних засобів розміщування в Україні. *Державна служба статистики України*. URL: https://ukrstat.gov.ua/metaopus/2023/2_03_12_02_2023.htm (дата звернення: 26.04.2024).

30. Охорона культурної спадщини. Офіційний вебсайт Департамент культури і туризму, національностей та релігій Чернігівської обласної державної адміністрації. URL: <https://dkult.cg.gov.ua> (дата звернення: 27.04.2024).

31. Павлюх О. Р. Готельне господарство в структурі індустрії гостинності. *Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: матеріали Наукової конференції студентів*. Львів. 2021. С. 239–240. URL: <http://surl.li/tnrqw> (дата звернення: 26.04.2024).

32. Погуда Н. В., Чухіна О. В. Стратегічні напрями розвитку туризму у Чернігові. *Економіка та держава*. 2019. № 1. С. 95–99. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.1.95>

33. Прилуцька Л. А. Курс: Історія Української культури. *Навчальний сайт ХНАДУ*. URL: <https://dl.khadi.kharkov.ua/course/view.php?id=562> (дата звернення: 24.04.2024).

34. Про природно-заповідний фонд України: Закон України від 16.06.1992 р. № 2456-ХІІ. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. Т. 34. С. 502. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12#Text> (дата звернення: 27.04.2024).

35. Реқун К. У зруйнованому готелі "Україна" в Чернігові почали розбирати дах. *Суспільне Чернігів*. 2022. 11 серп. URL: <https://suspilne.media/chernihiv/270069-u-zrujnovanomu-goteli-ukraina-v-chernigovi-pocali-rozbirati-dah/> (дата звернення: 27.04.2024).

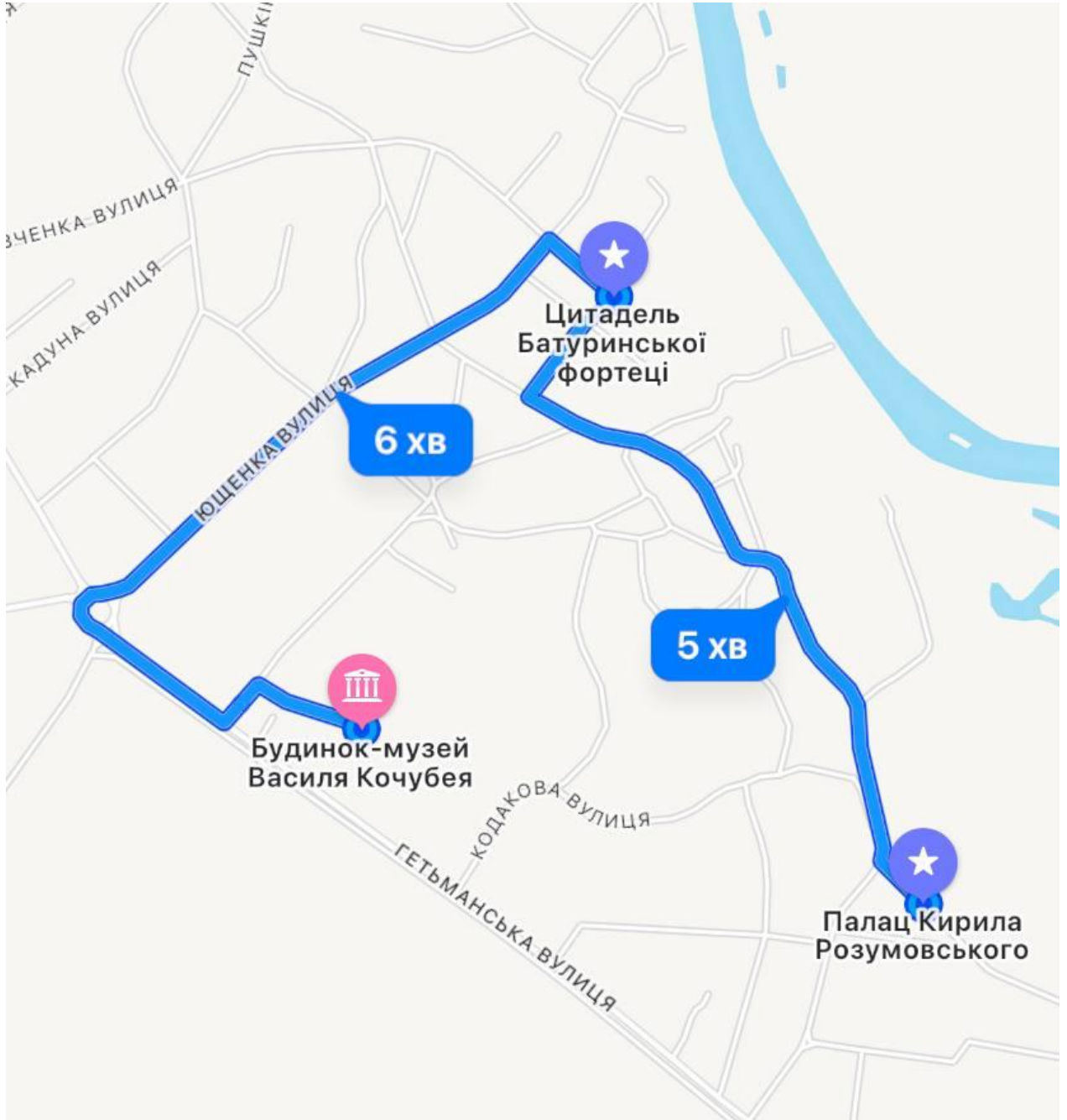
36. Сегеда І. В. Підходи до вдосконалення управління розвитком готельного господарства регіону. *Бізнес Інформ*. 2018. № 4. С. 445-454.

37. Сенін В. Організація міжнародного туризму. *Все про туризм. Туристична бібліотека*. 400 с. URL: <https://infotour.in.ua/senin.htm> (дата звернення: 26.04.2024).
38. Система інтернет-бронювання житла Booking. *Booking.com*. URL: <https://www.booking.com> (дата звернення: 24.04.2024).
39. Стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації: монографія / за ред. В. М. Зайцевої. Запоріжжя: ЗНТУ, 2018. 120 с.
40. Шевелюк М. М. Поняття культурного туризму та його класифікації. *Питання культурології*. 2020. № 36. С. 99–109. URL: <http://issues-culture-knukim.pp.ua/article/view/221051/221521> (дата звернення: 27.04.2024).
41. Шикіна О. В., Фадєєва Г. І. Теоретичні основи діяльності концептуальних готелів та їх класифікація. *Східна Європа : економіка, бізнес та управління*. 2017. № 6 (11). С. 212–219.
42. Шурхало Д. Замки, палаци, фортеці України. Як врятувати занедбану архітектурну спадщину? *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/31039950.html> (дата звернення: 24.04.2024).
43. Як пережила туристична галузь Чернігівщини півроку повномасштабної війни? Думки та враження учасників ринку. *Чернігівщина туристична: Офіційний сайт Чернігівської області*. 2022. URL: <https://chernihivregion.travel/blog/ak-perezila-turistica-galuz-cernigivsini-pivroku-povnomasstabnoi-vijni-dumki-ta-vrazenna-ucasnikiv-rinku> (дата звернення: 27.04.2024).
44. Як українці подорожують Україною під час війни: результати свіжого опитування. *Visit Ukraine. Today*. URL: <http://surl.li/tnrrf> (дата звернення: 24.04.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Туристичні локації в Батурині



Додаток Б

Замок в Боболіцах до реконструкції та після



Додаток В

Палац Фрідріхсхоф до реконструкції і після



Палац Кирила Розумовського до та після реконструкції

