

ВАРНЕНСКИ СВОБОДЕН УНИВЕРСИТЕТ „ЧЕРНОРИЗЕЦ ХРАБЪР“

ФАКУЛТЕТ „МЕЖДУНАРОДНА ИКОНОМИКА И
АДМИНИСТРАЦИЯ“

КАТЕДРА „ИКОНОМИКА“

Алина Александровна Ингор

**МЕХАНИЗМИ ЗА РАЗВИТИЕТО НА
ХОТЕЛИЕРСКАТА ИНДУСТРИЯ В УКРАИНА**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд

за придобиване на образователна и научна степен „доктор“

Професионално направление 3.8 „Икономика“

Докторска програма „Световно стопанство и международни
икономически отношения“

Научен ръководител:

доц. д-р Младен Тонев

Варна

2022

ФАКУЛТЕТ „МЕЖДУНАРОДНА ИКОНОМИКА И
АДМИНИСТРАЦИЯ“

КАТЕДРА „ИКОНОМИКА“

Алина Александровна Ингор

**МЕХАНИЗМИ ЗА РАЗВИТИЕТО НА
ХОТЕЛИЕРСКАТА ИНДУСТРИЯ В УКРАИНА**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд

за придобиване на образователна и научна степен „доктор“

Професионално направление 3.8 „Икономика“

Докторска програма „Световно стопанство и международни
икономически отношения“

Научен ръководител:

доц. д-р Младен Тонев

Рецензенти:

Проф. д-р Емил Спасов Панушев

Проф. д-р Стела Атанасова Годорова

Варна

2022

Дисертационният труд е обсъден и насочен за защита пред Научното жури от катедра „Икономика” на факултет “Международна икономика и администрация” при ВСУ „Черноризец Храбър“, гр. Варна.

Дисертационният труд се състои от 225 страници, от които: Увод – 4 страници; Основен текст (три глави) – 194 страници; Заключение – 7 страници; Приложения – 6 страници; Списък на литературните източници – 110 заглавия; Фигури – 22 броя; Таблици – 15 броя.

Авторът на дисертационния труд е аспирант на самостоятелна подготовка към катедра „Икономика” на факултет „Международна икономика и администрация” при ВСУ „Черноризец Храбър“ – г. Варна, Република България по докторска програма “Световно стопанство и международни икономически отношения”

Защитата на дисертационния труд ще се състои на 16.09.2022 г. от 10.00 ч. в Заседателната зала на Варненски свободен университет „Черноризец Храбър” на заседание на Научно жури, назначено със Заповед 403/29.06.2022 г. на Ректора на Варненски свободен университет „Черноризец Храбър”.

Материалите по защитата са на разположение на интересуващите се на Интернет-страницата Варненски свободен университет „Черноризец Храбър”, www.vfu.bg.

1. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1.1. Актуалност на темата

Актуалността на изследваната проблематика се провокира от факта, че развитието на икономическата система на хотелите в Република Украйна до настоящия етап, изисква търсене на ефективни механизми и средства за организацията ѝ, предвид актуалните тенденции на управление на икономиката и националното стопанство.

Гарантирането на ефективно функциониране и рентабилност на хотелите, като структурни единици в туристическия сектор на Република Украйна, ще създаде условия за привличане на допълнителни човешки ресурси, предоставяйки възможност за намаляване на безработицата и косвено влияние върху динамиката на социално-икономическите показатели, характеризиращи развитието на украинската икономика. В допълнение, ниската конкурентоспособност на местния хотелски бизнес оказва в латентен вид негативно въздействие върху представянето на страната на международно ниво. Значимостта на темата е свързана с усъвършенстване на политиката на развитието на икономическата система на хотелите. Извършено по този начин, изследването, от една страна, дава богат теоретичен анализ на етимологията на много от използваните в разработката съвременни термини и понятия, като в изследователската част предлага модел за приложимостта на хотелската политика за повишаване на конкурентоспособността по отношение на балнео, спа и уелнес туризма. От направените изводи е видно, че резултатът може да бъде изключително полезен за членовете на управителните органи на висшия и среден ръководен състав на хотелите при формиране на тяхната политика.

1.2. Обект и предмет на изследване

Обект на проучване – Мястото и ролята за развитие на хотелиерската мрежа в икономиката на Украйна.

Предмет на изследване – Институционалната рамка и взаимозависимостите между отделните сегменти, чиято дейност определя и

характеризира специфичните характеристики на хотелиерската индустрия в Украйна.

1.3. Цел, задачи и потребност на изследването

Целта на изследването е да представи и обобщи теоретичните рамки, да разработи организационни и методологически принципи и подходи, както и ефективен икономически модел за по-рационално и конкурентоспособно развитие на хотелиерската икономика на Украйна.

От представения изследователски проблем могат да се формулират следните **задачи** на дисертацията:

1. Систематизиране теоретичните основи на организацията и ефективност на хотелиерския отрасъл;
2. Формализиране на механизма за развитие на хотелите, основан на изучаването на чужд опит, при изграждането на икономичността на хотела;
3. Обосноваване на научния подход към държавното регулиране на развитието на хотелиерската икономика на Украйна;
4. Подобряване научната основа за формиране на методичен подход за оценка на ефективността на хотелското управление;
5. Да поясни организационния и методичен подход, с цел формиране на ефикасно развитие на икономичността на хотелиерството в Република Украйна, чрез разпределяне на децентрализацията на управлението;
6. Предлагане на алгоритъм за създаване на ефективна стратегия за напредването на хотелския бранш в Република Украйна.

Изследването се очаква да систематизира, предложи и приложи икономически подходи и методи, които да помогнат за разбирането на оптимизиране на иновациите в Украинското хотелиерство, съобразени с условията на украинското общество и имащи потенциално влияние за възприемане на бъдещ устойчив модел на прилагане. Постигнатите резултати биха били от полза както за регулаторните органи, натоварени със задачата да следят за възможност на хотелиерите да разнообразят своето предлагане и повишат качеството на своя продукт при оптимизиране на разходите, чрез

разширяване на приложението на иновативните технологии в тяхната дейност.

1.4. Изследователска теза на дисертационния труд

В дисертационния труд се застъпва тезата, че научната теза на дисертационния труд може да се предложи и обоснове с подобрената концепция за разрастване на хотелиерската мрежа в икономиката на Република Украйна, както и да се предложи структурна логическа схема на текущото състояние на икономиката на хотела, като структурна бизнес-единица, въз основа на анализа на особеностите на неговото функциониране при настоящата ситуация в Република Украйна.

Методологически инструментариум. За постигане на поставената цел и за решаване на произтичащите от нея задачи, методологията на дисертационното изследване съблюдава традиционни научноизследователски методи. При интерпретация на събраната информация и формулирането на изводите и препоръките са използвани методи, като историческия, индукция и дедукция, анализ и синтез, сравнителен анализ.

Събирането на първична и вторична информация е резултат от прилагането на количествени и качествени техники, като наблюдение, анкетиране и директна комуникация. Проведени са консултации с водещи специалисти в сферата на туризма и международните икономически отношения.

1.5. Ограничения на изследването

Ограниченията на така дефинирания обект са поставени с оглед емпиричната реализация на изследването и са в три направления.

При разработването на дисертационния труд са възприети ограничения от различен характер, които могат да се систематизират предимно върху аспекти на ефективен икономически модел за по-рационално и конкурентоспособно развитие на хотелиерската икономика на Украйна. Дисертационният труд не разглежда подробно конкурентните предимства на хотелските вериги в Украйна, но ги маркира като актив, който може да бъде използван за създаването на отличими и конкурентни предимства.

За проследяването на тенденциите в концентрацията се търси максимално дълъг времеви хоризонт, който да позволи разкриване на пълната динамика на пазара. Все пак наличните данни позволяват анализ на не повече от последните 20 години, като в случая на някои ключови за изследването променливи този период е не по-дълъг от 5 години.

1.6. Аprobация

Част от теоретичните изводи и практическите приложения са представени в студии, научни статии и доклади. Показани са основните теоретични и емпирични подходи за изследване на проблеми свързани с функционирането и концентрацията на медийните пазари.

Източниците на информация, използвани при разработването на дисертационния труд включват значителен брой актуални научни трудове на български и чуждестранни автори, които доминират поради недостатъчната литература на български език. Престижни научни издания в областта на туризма, като Tourism Management, Journal of Travel Research, специализирани издания на Световната организация по туризъм (СТО – UNWOT), доклади на Световния икономически форум (СИФ), European Travel Commission (ETC), Country Brand Index, Country Brand Ranking, Използвана е информация от актуални интернет източници, печатни и електронни медии, анализи и мнения на специалисти в областта.

Теоретичната основа на дисертационния труд се основава на обстоен преглед и анализ на монографии, научни трудове, статии и дисертации в областите на: международните туристически пазари, хотелска икономика и др. Ограничеността на информацията, т.е. липсата на официални данни, обект на търговска или друг вид конфиденциална информация, налагат някои от анализите и постановките да бъдат аргументирани на база източници от периодични издания, публикации в онлайн медии, електронни медии, специализирана информация, свързана с темата, придобити от отговорните институции по частен път.

1.7. Съдържание на дисертационния труд

Дисертационният труд е структуриран както следва:

Увод

ГЛАВА ПЪРВА. СИСТЕМА ЗА ОСИГУРЯВАНЕ НА ИКОНОМИЧНОСТТА НА ХОТЕЛИТЕ В УКРАЙНА (теоретичен дискурс)

1.1. Теоретични принципи за управление на хотелите

1.2. Държавно регулиране на хотелиерската индустрия в Украйна

1.3. Правно нормативна система на хотелиерската индустрия в Република Украйна.

Изводи от глава първа

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ НА ИНДЕКСИТЕ ЗА РАЗВИТИЕ НА ХОТЕЛСКАТА ПРОМИШЛЕННОСТ НА УКРАЙНА

2.1. Анализ на текущото състояние на сектора на хотелиерството в Украйна

2.2. Методологически подход за оценка на ефективността на хотелиерството

2.3. Организационен и методичен подход за осигуряване на формирането (развитието) на ефективното развитие на хотелиерството в Украйна

Изводи от глава втора

ГЛАВА ТРЕТА. ПОДОБРЯВАНЕ НА МЕХАНИЗМА ЗА ДЕЙСТВИЕ НА ХОТЕЛСКОТО ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ В УКРАЙНА

3.1. Алгоритъм за разработване на продуктивна стратегия за развитие на хотелиерството в Украйна

3.2. Подобряване на концепцията за развитие на украинската хотелиерска

3.3. Развитие на хотелиерския бранш в икономиката на Република Украйна

Изводи от глава трета

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

2. КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Във въведението е очертана актуалността на темата на дисертационния труд. Дефинирани са обектът, предметът и ограниченията на изследването, основната цел и задачи, изходната теза. Представени са накратко изследователските методи и е описан хронологичният порядък на изложението.

Докторската дисертация е структурирана в три основни глави в логическа последователност, както следва:

Първа глава на дисертационния труд е посветена на основната теоретична рамка за изследване на система за осигуряване на икономичността на хотелите в Украйна. Проучване и анализ на актуални научни литературни източници и обобщение на значимите за изследването теоретични въпроси на система за осигуряване на икономичността на хотелите в Украйна. В тази част се определят и основните детерминанти, които оказват влияние върху развитието и управлението на хотелиерската икономика.

2.1. Теоретични принципи за управление на хотелите

2.1.1. Обща характеристика на отрасъла „туризъм“

Туристическият отрасъл е един от най-високопечелившите сектори на разрастващите се икономики в света. Туризмът предоставя значителни валутни приходи за държавния бюджет. Търсенето на пътуване и туризъм се определя от пазарно базирани механизми и външни фактори, включително демографски и социални промени, икономически и правни постижения, развитие на търговията, транспортна инфраструктура, информационни технологии и повишена пътна безопасност. Експерти от Световната туристическа организация (СТО) отбелязват, че има ясна зависимост между тенденциите в развитието на туризма и цялостното състояние на икономиката на една страна.

Изключително важна предпоставка за успешното функциониране на туризма е развитието на инфраструктура, която е връзка между всички отрасли, участващи в туристическите услуги.

Форми на туристическата инфраструктура: търговия; жилищни и

общински услуги; обществено хранене; културни, образователни, медицински, спортни и санитарни заведения; места за отдих; система за сигурност; транспорт и комуникации; инженерна и техническа поддръжка.

Инфраструктурата на туристическата индустрия представлява комуникационни мрежи, магистрали и инженерни структури, в непосредствена близост до предприятията. Тя осигурява достъп до туристическите ресурси.

Дейностите на индустрията са възможни и за предприятията на комуникационни и търговски, пътни и общински услуги, гранични и митнически транзити и т. н. По този начин инфраструктурата на туризма създава благоприятни условия за пълноценен и спокоен отдих на туристите.

Важно място в развитието на туристическата дейност заема частната индустрия и качеството на услугите ѝ, предоставени от институциите за временно пребиваване, зависещи от обема на пътните потоци и приходите от туризма. Предприятията изпълняват основни функции в хотелиерската индустрия, за да им осигурят модерни жилища и домакински услуги.

2.1.2. Хотелиерската индустрия като туристически подотрасъл – общи положения и аспекти на развитие

Хотелиерската индустрия е една от основните частни дейности в сектора на туризма. Особеното при хотелиерската индустрия е, че тя се реализира единствено и само в рамките на този отрасъл. Повечето други туристически дейности могат да съществуват и самостоятелно. За разлика от тях хотелиерската услуга е неделим елемент на туристическата дейност. Нещо повече, съществува корелация и право-пропорционална зависимост между ефективността на хотелиерството и икономическата ефективност на туризма като народостопански отрасъл. Средно, по света величината на приходите от нощувката и храненето формират около 50%–60% от общите приходи от туристическа дейност. Разбира се в световно известните туристически центрове обикновено има предлагане на голям брой съпътстващи туристически услуги, което снижава процента на приходите от нощувки и хранене. Обикновено високият дял на приходите от хотелиерство в общата структура на приходите от

туристическа дейност най-често изразява недостатъчното като ниво и качество развитие на хотелиерската индустрия. В най-развитите туристически държави като Испания, Италия, Франция, Гърция приходите от основните хотелиерски услуги – нощувки и хранене – формират не повече от 20%–25% от общият обем на приходите. Останалата част от туристическите приходи се формира от приходите от предлагани допълнителни съпътстващи и спомагателни продукти и услуги.

Икономическата ефективност и значението на хотелиерската индустрия в туристическия бранш се проследява в следните нива:

а) икономическо значение на хотелиерството на макроикономическо ниво:

- повишаване приходите от валута на макрониво в страната като цяло;
- спомагане за регулиране на трудовия пазар;
- регулиране на платежния баланс;
- пряко и косвено взаимодействие с отраслите от леката промишленост.

б) икономическо значение в хотелиерството на микроикономическо ниво:

- повишаване приходите и печалбата на предприятието;
- създаване на работни места, както за висококвалифициран, така и за неквалифициран пресонал;
- поддържане на множество дребни и средни бизнеси на регионално ниво (таксиметрови услуги; обществен транспорт; рента-кар; сарафски услуги (бюра по обмяна на валута); локални екскурзии; фото-услуги; спа-процедури; фитнес-зали и др).

в) екологични и демографски ефекти от развитието на хотелиерството и ресторантьорството:

- обвързват се с отрицателни, негативни последствия за тези туристически региони и туристически комплекси, където е налице свръхзастрояване с материална база. Презастрояването на някои от курортните и почивни зони неминуемо води до унищожаване на природни и дори туристически ресурси, до замърсяване на околната среда, а нерядко и до унищожаване на екосистеми;
- демографските ефекти от развитието на хотелиерската индустрия в

даден район са по принцип положителни, поради създаването на работни места и осигуряването на поминък за населението на цели региони.

2.1.3. Същност и значение на хотелиерската индустрия

При ползването на туристически и хотелиерски и ресторантьорски услуги всеки един турист се нуждае от множество основни и допълнителни услуги за задоволяване на неговите специфични потребности. Хотелиерството може да се дефинира като икономическа дейност, предоставяща срещу заплащане услуги, свързани с настаняване и пребиваване на местни и чуждестранни гости в средства за подслон. Дешифрирано в по-прецизен вид, хотелиерството е съвкупност от дейности, които имат за цел да предлагат услуги за осигуряване на потребителя на целия комплекс от материални условия за пребиваване и хранене на дадено място. Обикновено хотелиерството като тип бизнес, който произвежда и реализира услуги, предназначени за национални и чуждестранни туристи (и по изключение за жители на съответния регион) се свързва с цял комплекс от съпътстващи бизнес-сектори. С него са свързани курортното дело, почивното и санаториално-лечебното дело, спа и уелнес процедурите и услугите, обществения и таксиметровия транспорт, авиопревозите, валутния обмен, рентакар услугите и много други.

Чрез хотелиерството се реализира връзката между туристическите ресурси и техните потребители. Основен мотив на всеки един турист да посети дадена страна, район или селище извън неговото местоживеее е наличието на определени туристически ресурси. Хотелиерството свързва туристическите ресурси с техните потребители, т.е. местните потребители на хотелски и ресторантьорски услуги и туристите. Без наличието на специализираната материално-техническа база, сградната и инфраструктурната мрежи, предоставящи комплекс от услуги, не може да се развива нито вътрешният, нито международният туризъм. Понятие "хотелиерски продукт" изразява наличието на тясна обвързаност между материално-техническата база и туристическите ресурси, в резултат на която връзка се създава хотелиерска услуга, т.е. предлаганият продукт приема формата и съдържанието на нематериален

продукт-услуга. По същество "хотелиерския продукт" е частен случай на туристическия продукт. Според Б. Байков „самото понятие туристически продукт има много широк смисъл, като покрива една твърде променлива реалност, която обикновено в представата на потребителя и включва конкретен хотел, предпочитан ресторант, горски масив или парк, местност, културна или археологическа забележителност, спортно или хоби занимание, избрано място за почивка, но може да включи и комбинация от всички по-горе посочени елементи в един обобщен образ на продукт под общото мото туристическо пътуване“. За да се подобри съществуващ или създаде нов туристически продукт централна роля трябва да има клиентът и неговото желание за пътуване. Тоест туристическия продукт да е изискан от клиента или да бъде създаден по поръчка на клиента.

2.1.4. Особенности на хотелиерската и ресторантьорската инфраструктура и суперструктура

Хотелиерската и ресторантьорска суперструктура се отнася до материално веществената форма главно на средствата натруда в този подотрасъл на туризма. Като цяло туристическата супер-структура е съвкупност от средства за настаняване, заведения за хранене, съоръжения за спорт и развлечения, търговска мрежа, ателиета за битово обслужване, транспортни станции и др. Хотелиерската и ресторантьорска инфраструктури са съществена част от туристическата суперструктура. По-конкретно инфраструктурата на тези обекти включва техните сгради, обзавеждане и обслужване. За нея е характерно, че е концентрирана главно, наричени пасивни елементи. Има се предвид сградите с инсталациите, с всички помещения и функционални връзки между тях. Те съставляват две трети от дълготрайните материални активи на суперструктурата срещу една трета за активните дълготрайни материални активи, каквито са машините, съоръженията и обзавеждането. Последниците са намаляване на възможността за автоматизация на трудовите операции и повишаване ефективността на капиталните вложения. Суперструктурата е съвкупността от надграждащите елементи в туристическата индустрия. Важна нейна особеност е

разнообразието на туристическите обекти. Те се различават по вид, категория, капацитет, разположение и експлоатационен период. Тези различия затрудняват тяхното изграждане, оборудване и експлоатация, прави необходимо типологизирането и категоризирането им. Освен това разглежданата суперструктура е в пряка зависимост от туристическите ресурси. Нейното изграждане е главното условие за развитие на туризма. И това е обяснимо, като се има предвид, че без туристическите обекти, дори и при наличието на уникални природни или антропогенни ресурси, туризмът е невъзможен. Тази зависимост обаче е двустранна, тъй като съществуването на туристическите ресурси на дадена територия обуславя възникването на туристическата суперструктура, а техният вид определя разнородното съдържание на суперструктурата.

Хотелиерството обхваща по-голяма част от туристическата суперструктура. Без материално-техническата база на хотелиерството не е възможно да се произведе основния туристически продукт. Нещо повече - хотелиерството предоставя своята материално-техническа база за нуждите на ресторантьорството, търговското обслужване, туристическите бюра и др. (хотелски сграден фонд). Големината, структурата (по платежоспособност) възраст, социален състав и др., продължителността на пребиваване, ритъмът на посещение на туристическия поток зависят от капацитета, структурата, качеството, разположението и продължителността на експлоатационния период на конкретната за даден регион или страна хотелската база.

2.1.5. Развитие на хотелиерството – опит за хронологична типологизация

В развитието си частната хотелиерска индустрия претърпява дълга еволюция. Препоръчително е да се проучи появата и развитието на това явление, за да се разбере по-добре естеството на хотелиерския отрасъл и потребителите на неговите услуги. Като се има предвид стойността на проучванията, направени от И. Кристопа, Г. Крул и О. Лупич, е необходимо да се обърне внимание на липсата на изследвания, посветени на теб и за систематизация и генерализация на

проблемите на Международната хотелиерска индустрия. Обобщаването на съществуващите становища за определяне на икономическия характер на хотелиерския отрасъл, тълкува по различен начин тази категория: като взаимоотношение или като дейност. По този начин туристическият отрасъл днес определя съдържанието на системата за гостоприемство, под която е необходимо да се разбира набор от индустрии, чиято основна задача е свързана с предоставяне на комплекс от услугите на туристите по време на престоя им извън мястото на постоянното им пребиваване за живот и работа.

2.2. Държавно регулиране на хотелиерската индустрия в Украйна

Проблемите в развитието на туристическата индустрия в Украйна и кризисните явления на съвременния период, определят необходимостта от повишаване на ефективността на държавното регулиране. Именно в тези условия държавните институции трябва да намерят такива форми и методи на регулиране, които да помогнат на стопанските субекти в бранша да издържат на тенденциите на външната криза – от една страна, а от друга – да изпълнят всички управленски функции за подобряване на работата на туристическите предприятия, организации и институции.

Държавното регулиране на развитието в хотелиерската индустрия се осигурява чрез функционирането на държавно-административния компонент и се осъществява на национално, регионално и на ниво предприятия от хотелиерската индустрия. Държавният административен компонент на управлението включва:

- стратегическо планиране на хотелиерската индустрия;
- подпомагане на външноикономическата дейност в сферата на хотелиерската индустрия;
- проучване на пазара на хотелски услуги;
- осигуряване и гарантиране на безопасността и сигурността на туристите;
- контрол върху качеството на хотелските услуги;
- осигуряване на квалифициран персонал на хотелските предприятия;

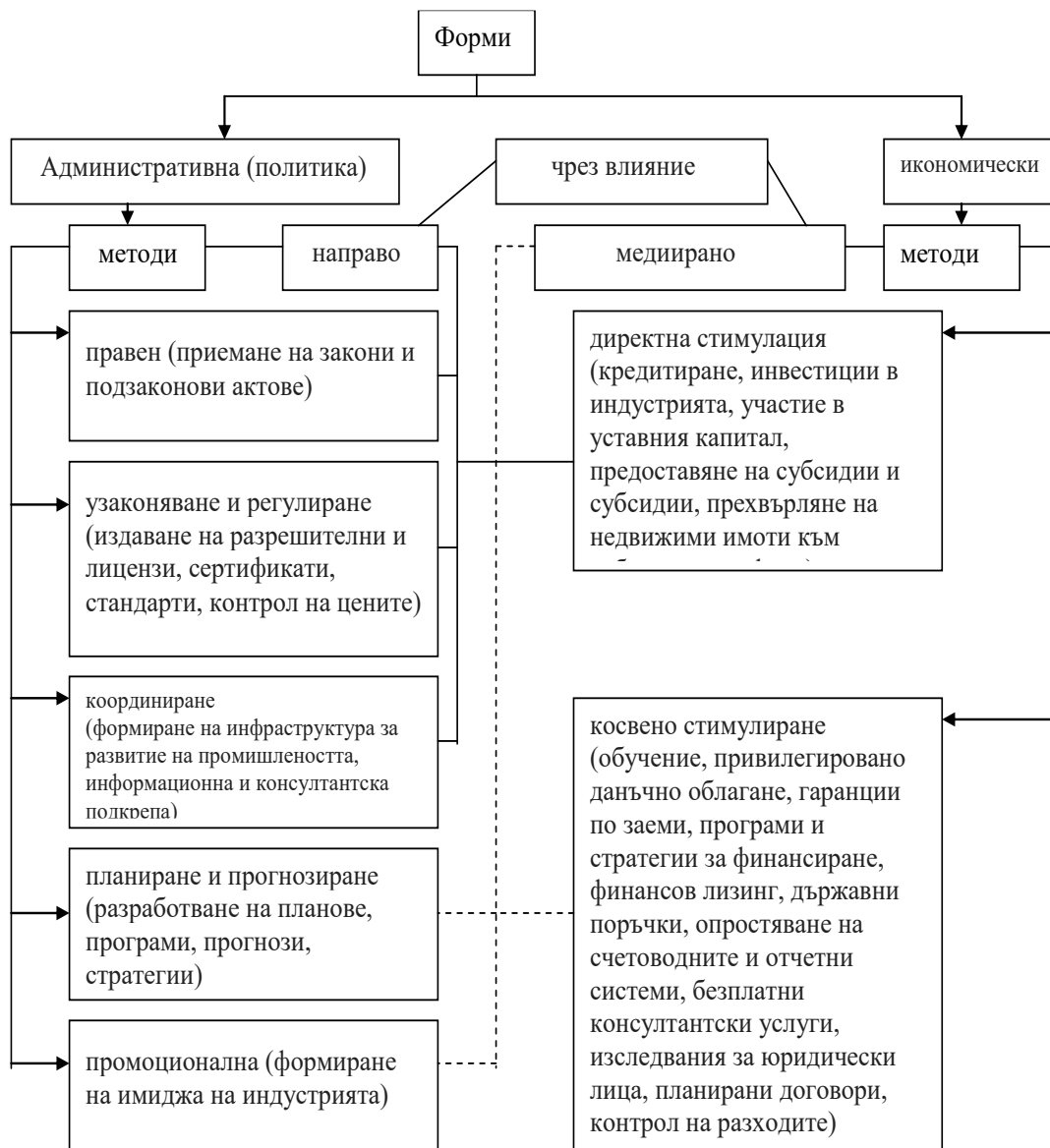
– опазване и защита на рекреационните ресурси.

Важно условие за функционирането на хотелската индустрия в Украйна на настоящия етап е конструктивната инвестиционна политика. За развитието на хотелиерската индустрия е целесъобразно да се разработи ефективен инвестиционен механизъм, който да съдържа аналитична и прогнозна информация, както и система от мерки и проекти, предвидени за изпълнение от държавните органи и други заинтересовани структури – участници на пазара на хотелски услуги в Украйна.

Държавната политика в сферата на хотелиерската индустрия трябва да бъде насочена към привличане на инвестиции, за да се създаде конкурентоспособна хотелска индустрия в Украйна, която изцяло да отговори на нуждите на местните и чуждестранните потребители на хотелския продукт. Тя ще допринесе за развитието на икономиката в страната чрез увеличаване броя на работните места; обема на бюджета и валутните приходи; опазване на историческото, културното и природното наследство.

Класификация трябва да има тази форма (Фигура 1). Дадената класификация на формите, с тяхното разделение по характер към административна (законодателна – легализиране и регулиране, координиране, планиране и прогнозиране) и стимулиране (пряко и непряко влияние), позволява по-добре да се разбере практическото им използване от държавните институции в регулирането на процесите в хотелиерската индустрия.

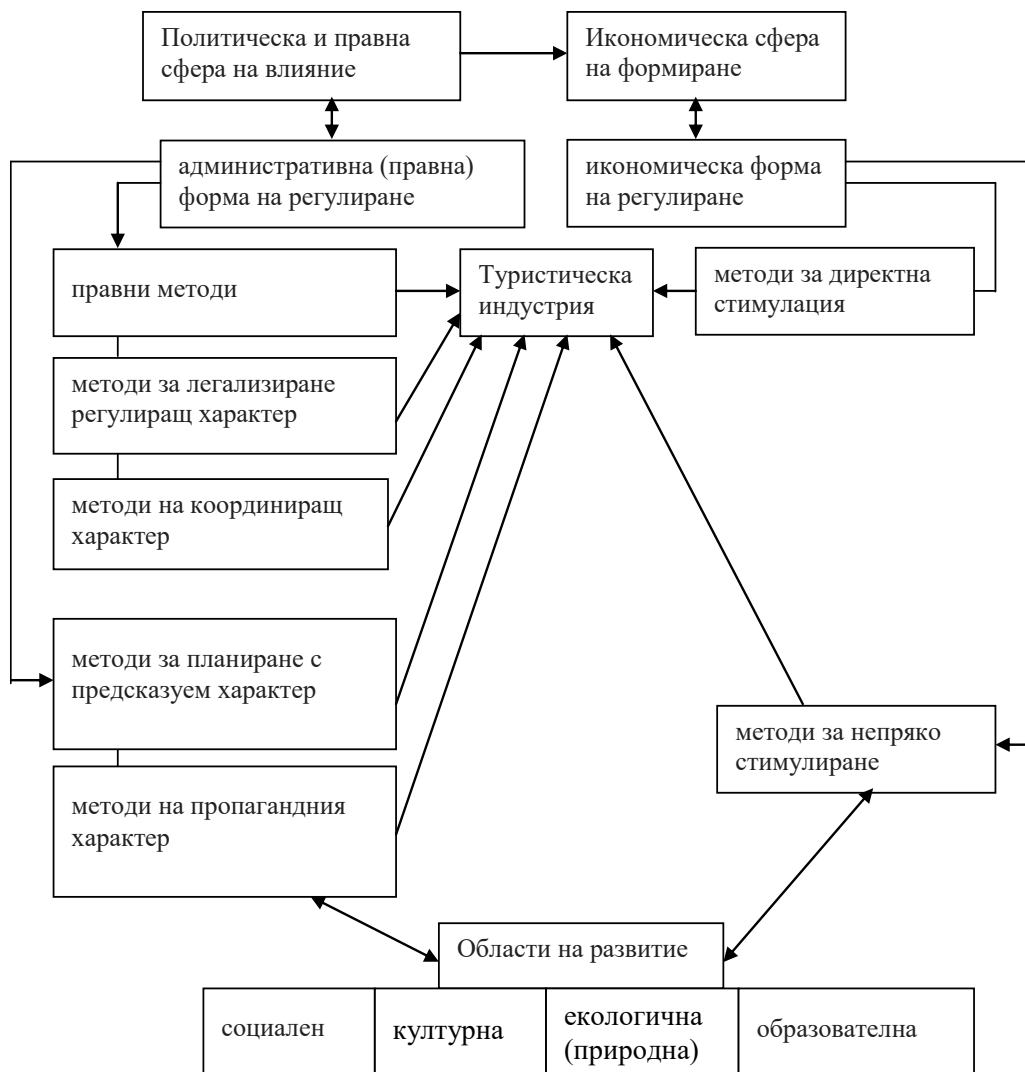
В същото време, към директния метод принадлежат административните методи (легализирането, регулирането и координирането на закона), икономическите методи (за пряко стимулиране) и косвените методи (административни, насочващи) – планиране, прогнозиране и пропаганда, икономически косвени стимули.



Фиг. 1. Форми и методи на държавно регулиране на туристическата индустрия

Източник: В. Герасименко, С. Галасюк, С. Нездоимин и др. (2013) Пазари на туристически услуги: състояние и тенденции на развитие: монография / за общ. изд. Професор В. Герасименко, Мил. Астропринт, Одеса, стр. 34

Ясното разпределение на формите и методите на държавното регулиране дава възможност да се определят техните приоритети за всяка от идентифицираните сфери (фиг. 2).



Фиг. 2. Организация на сферите на туристическата индустрия по класифицирани форми и методи на държавно регулиране

Източник: В. Герасименко, С. Галасюк, С. Нездоимов и др. (2013) Пазари на туристически услуги: състояние и тенденции на развитие: монография / за общ. изд. Професор В. Герасименко, Мил. Астропринт, Одеса, стр. 32

Следователно, поради класификацията на формите и методите на държавното регулиране, се определят приоритетните (основни) области, в които се провежда държавната политика в туристическата индустрия. В същото време, независимо от развитието на индустрията (възход, стагнация или криза), прилагането на административната (политическа) форма и нейните методи е предпоставка, която формира благоприятна политическа и правна сфера на влияние. Тази сфера пряко влияе върху икономическата сфера на формирането на индустрията чрез прилагане на икономическата форма на регулиране и съответните му методи.

2.3. Правно нормативна ситема на хотелиерската индустрия в Украйна

С цел да се премине към световния туристически пазар с високи стандарти на обслужване, повечето от развитите хотели в света се обединяват чрез хотелските вериги. С оглед на това в структурата на хотелиерската индустрия могат да се разграничат два вида хотелиерски мениджмънт:

- самостоятелни хотелски предприятия и места за настаняване, които са част от хотелската верига;

- корпоративно управление – система от взаимоотношения между собствениците, управителните органи на акционерното дружество, нейните ръководители, както и други заинтересовани страни (служители, доставчици, потребители, кредитори, държавни и местни органи, обществеността и т.н.), за да се гарантира ефективното функциониране на дружеството, интересите на собствениците и други заинтересовани страни.

Доказана е необходимостта от формиране на собствен модел на корпоративно управление в предприятията от хотелиерската индустрия от корпоративен тип. Корпоративните отношения в Украйна през последните 10 години са преминали три етапа, които могат да бъдат наречени: формиране, развитие и подобрене. На този етап е необходимо да се създаде система за управление на макроравнище, която да включва принципите на корпоративното право, системата на органите на управление, взаимодействието между участниците в корпоративните отношения и на микроравнище, което включва култура на корпоративно управление в отделно предприятие на хотелски тип акционерно дружество. Интелигентното управление в експлоатация трябва да даде по-голямо значение на негативните мнения на клиентите. Защото само чрез тях компанията може да се усъвършенства и поучи от дадените грешки. Трябва да се знае кога едно или повече мнения са от значение, за да насърчат подобряването и положителната промяна. Важно е бизнес резултатите да се споделят с целия екип. Повече работници трябва да бъдат обучени в основни финансови принципи, по този начин бизнес резултатите могат да бъдат

споделени и разбрани. Ако даден екип е цялата бизнес единица, то резултатът, който има най-голямо значение е бизнесът.

Във втората глава на дисертационната теза се дефинират и проучват актуалните промени в позиционирането на Украйна на международните туристически пазари; идентифициране и анализиране на конкурентните предимства на дестинация Украйна. В тази част на изследването се прави анализ на индексите за развитие на хотелската промишленост на Украйна.

В първи параграф на втора глава е представен анализа на настоящото състояние на хотелиерството в Украйна.

Обобщавайки предварителните резултати, трябва да отбележим, че за разлика от страните по света, индустрията на хотелиерството в Украйна се характеризира с липса на силно конкурентни позиции. Това се дължи на редица проблеми: несъвършенството на правната и регулаторна подкрепа за дейността на украинската хотелиерска индустрия и липсата на ясно законодателно определение на хотелиерската индустрия в туристическата индустрия; нерегламентирана собственост върху земята, особено за чуждестранни инвеститори; несъответствие на инфраструктурата на хотелските предприятия с международните стандарти и изисквания на потребителите на услуги; както и факта, че въпросите за промяната на собствеността не са решени; недостатъчно качество на обслужване в хотели от висок клас.

По този начин търсенето на ефективни начини за преодоляване на икономическата криза, ускоряване на темповете на формиране на пазарни отношения, увеличаване на броя на печелившите хотелиерски предприятия налагат използването на организационно-административни, финансово-управленски лостове, търговски програми в системата на хотелиерството, разширяване на практиката на използване на научно обосновани теории формиране на ефективен механизъм за развитие на хотелиерството в Украйна.

2.4. Методологически подход за оценка на ефективността на хотелиерството

Развитието на хотелиерството в Украйна не е възможно без определяне на неговата ефективност и ефикасност. Както всяка държавна политика, регулирането на икономическите и организационните компоненти изисква разумни и изчислени мерки от тактически и стратегически характер. Следователно, за да се формира ефективен механизъм за развитие на хотелиерството, е целесъобразно да се разгледат методологическите подходи за оценка на неговата ефективност в рамките на съвременните особености на развитието на държавната система за управление на икономическата система.

В рамките на очертаните проблеми изследванията на С. В. Семикопенова, която предлага да се определи степента на развитие на хотелиерските предприятия и да се оцени тяхното изпълнение чрез система от показатели, които включват следното: общи икономически показатели за дейността на хотелиерските предприятия, финансови показатели за дейността на хотелиерските предприятия, показатели за качеството на обслужване на дейността на хотелиерските предприятия, показатели за предоставяне на услуги на хотелиерските предприятия в региона на дейност на хотелиерските предприятия и интегриран индекс на инвестиционна привлекателност на региона на дейност на хотелиерските предприятия. Характеристиките на изчисляване на показателите са дадени в Таблица 1. По-конкретно, икономическите показатели за хотелиерската бизнес дейност според автора трябва да включват такива позиции като: среден капацитет на хотелското предприятие, брой стаи на хотелското предприятие, жилищна площ на помещенията на хотелското предприятие, среден брой хора на ден, осигурени от хотелското предприятие, брой на хората в хотела, осигурени от хотелското предприятие, гражданите и броя на служителите в хотелиерския бизнес. В допълнение, хотелските предприятия в Украйна на 1 милион жители, заетост на хотелското предприятие.

Таблица 1

**Общи икономически показатели за дейността на
хотелиерските предприятия**

Индикатор	Мерна единица	Предназначение
Средният капацитет на хотел	брой легла	капацитет на хотелските предприятия; брой хотелиерски предприятия.
Среден брой хотелски стаи	елементи	брой стаи; брой хотелиерски предприятия.
Средната жилищна площ на хотелските стаи	м ³	жизнено пространство на помещенията; брой хотелиерски предприятия.
Брой хотелски предприятия в Украйна на 1 милион жители	хотел бизнес	брой хотелиерски предприятия население.
Средният брой човекодни дни, осигурени от хотелското предприятие	човеко-дни	общо време, прекарано в хотелски заведения; брой хотелиерски предприятия.
Средният брой служители в хотелско предприятие	хора	броят на служителите в хотелските предприятия; брой хотелиерски предприятия.
Натовареността на хотелското предприятие	%	престой в хотелските заведения (човеко-дни); капацитет на хотелските предприятия.

Източник: формира се въз основа на източника: С. Семикопенова. Методически подходи за формиране на система от статистически показатели на хотелиерските предприятия / С. Семикопенова // Научни бележки. Икономически науки. – 2006. – Т. 56. – С. 75–80.

За финансовите показатели на дейността на хотелиерските предприятия ученият С. В. Семикопенова се приписва на: доход от операция на едно място, от операция на човек на ден от предоставени услуги, печалба, печалба на човек и на служител, печалба на единица разходи. Аналитичната форма на блока с финансови показатели са показани в Таблица 2.

Таблица 2

Финансови резултати на хотелските компании

Показател	Единица	Обозначение
Приходи от експлоатация на едно място	1000 гривни	приходи от експлоатация на хотелските предприятия; капацитет на хотелските предприятия.
Приходи от експлоатация на базата на един човек-ден на предоставените услуги	1000 гривни	приходи от експлоатацията на хотелските предприятия; общо време на престой в хотелските предприятия.
Печалба	1000 гривни	доход; разход.
Печалба за едно място	1000 гривни	печалба; капацитет на хотелските предприятия.
Печалба на служител	гривни	печалба; работник.
Печалба за единица разходи	%	печалба; разход.

Източник: създаден въз основа на проучване на източника: С. Семикопенова. Методически подходи за формиране на система от статистически показатели на хотелиерските предприятия / С. Семикопенова // Научни бележки. Икономически науки. – 2006. – Т. 56. – С. 75–80.

Показателите за качеството на обслужване в хотелиерските предприятия са предназначени да отразяват конкурентоспособността на вътрешния клон на хотелиерската индустрия при предоставянето на висококачествено обслужване, което се отразява стойностите представени в Таблица 3.

Таблица 3

**Показатели за качество на обслужване на дейността на
хотелиерските предприятия**

Показател	Единица	Обозначение
Среден брой места в стая	месец	капацитет на хотелските предприятия; брой стаи.
Средна жилищна площ	м ²	жилищна площ на стаите; брой стаи.
Средната жилищна площ се изчислява на едно място	м ²	жилищна площ на стаите; капацитет на хотелските предприятия.
Специфично тегло на стаите "люкс" и "Junior Suite" в общия брой стаи	%	брой луксозни стаи (junior suite»); Общ брой стаи.
Специфичното тегло на структурните единици в общия им брой	%	брой единици на хотелските предприятия; Общ брой единици.
Броят на работниците на едно място	брой	броят на работниците в хотелските предприятия; капацитет на хотелските предприятия.
Броят на работниците на базата на хиляда човекочасове	брой	броят на работниците в хотелските предприятия; общо време за престой в хотелско предприятие (човеко-дни).

Източник: формира се на базата на обработката на източника С. Семикопенова. Методически подходи за формиране на система от статистически показатели на хотелиерските предприятия / С. Семикопенова // Научни бележки. Икономически науки. – 2006. – Т. 56. – С. 75–80.

По отношение на предоставянето на услуги от страна на хотелиерските предприятия в региона на тяхната дейност на украинският учен С. Семикопенова предлага да се анализира численият фонд на хотелиерството. Данни за този показател се съдържат в Таблица 4.

Таблица 4

**Показатели за наличие на услуги на хотелиерските предприятия в региона
на дейност на хотелиерските предприятия**

Показател	Единица	Обозначение
Броят на хотелиерите в регионите се изчислява на 1000 жители	хотелски предприятия	брой хотелски предприятия в региона; население в региона.
Жилищна площ на хотелските предприятия в размер на 1000 жители	м ²	жилищна площ на хотелските предприятия; население.
Брой места на 1000 жители	брой	брой стаи; население.

Източник: формира се на базата на обработката на източника С. Семикопенова. Методически подходи за формиране на система от статистически показатели на хотелиерските предприятия / С. Семикопенова // Научни бележки. Икономически науки. – 2006. – Т. 56. – С. 75–80.

За проверка на предположенията беше направен анализ на провеждането на анкета относно оценката на качеството на услугата по приемане и настаняване, свързана с цялостното качество на обслужването в хотела. В хода на проучването е проведено проучване в три различни хотела от 01.07.2020 г. до 30.03.2021 г. с различни стаи и принадлежащи към различни пазарни сегменти:

1. Хотел №1, Одеса, стаен фонд 87;
2. Хотел № 2, "Бизнес клуб", Харков, 227 стаи;
3. Хотел №3, Ужгород, 48 стаи.

Въпросник – Приложение 1.

Горните хотели предоставиха статистически данни за използването на методологията за проучване на потребителите чрез попълване на въпросници на хартиен носител (Таблица 5, фигура 3), както и всички данни, свързани с оценката на критерия за качество на услугата в услугата за прием и настаняване. Въз основа на получените данни бяха направени изчисления за определяне на броя и единиците в извадката.

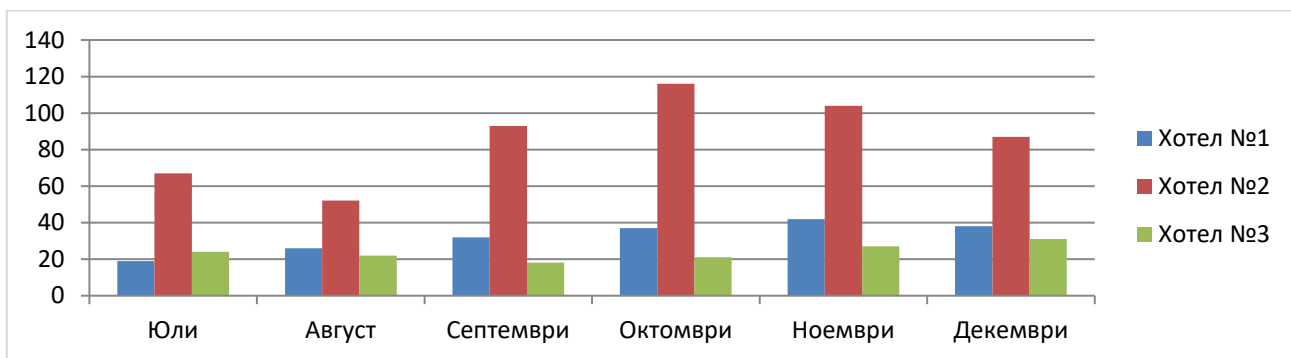
Таблица 5

Броят на попълнените въпросници за периода юли-декември 2021г.

Хотел	Юли	Август	Септември	Октомври	Ноември	Декември	Обща сума
Хотел №1 87 стаи	19	26	32	37	42	38	194
Хотел №2 227 стаи	67	52	93	116	104	87	519
Хотел №3 48 стаи	24	22	18	21	27	31	143

Източник: Таблицата е изготвена от автора.

Въз основа на получените данни, както и на предоставената информация за заетостта на хотелите през периода на изследване, е възможно да се изчисли процентът на попълнените въпросници спрямо продадените стаи. Въз основа на броя на стаите, потенциалният обем на продажбите на хотела беше изчислен чрез умножаване на броя на наличните за продажба стаи и броя на дните за периода на проучване (184 дни).



Фиг. 3. Броят на попълнените въпросници за периода юли-декември 2021г

Източник: Фигурата е изготвена от автора.

Въз основа на проучването си струва да се отбележи, че методът на разпит на потребителите не позволява на хотела да получи подробна оценка на различните характеристики на услугите и тяхното качество. За задълбочен анализ на данните и тяхното последващо използване е необходимо да се получи най-подробна информация за всеки процес на взаимодействие между потребителя и организацията, предоставяща хотелски услуги. Като има предвид, че използването на въпросник не дава възможност за създаване на подробна анкета, тъй като броят на точките за оценка е обратно пропорционален на процента на попълване на въпросниците.

Съвременните дигитални системи за проучване (например специализираната система TrustYou или популярната между индустрията система Survey Monkey) позволяват на ръководството на хотелска компания бързо да реагира на обратната връзка на потребителите и, ако е необходимо, да коригира действията си по отношение на госта, докато все още в хотела, вместо да го елиминират недоволството или да продават допълнителни услуги. Тази функция не само намалява негативните отзиви, но също така ви позволява бързо да получите обратна връзка за качеството на хотелските услуги, за да можете да предприемете действия навреме.

Методът за използване на въпросници на хартия в хотелската индустрия днес практически загуби своите предимства. Задачата на хотелите е да предоставят най-ефективна обратна връзка от госта, за да идентифицират

положителни и отрицателни фактори, влияещи върху качеството. Въпреки това, с оглед на гореизложеното, за да се получи достатъчно информация за анализ, е необходимо да се вземат предвид много характеристики от методи за събиране. В момента предпочитаният метод е електронен въпросник, който е лишен от повечето недостатъци на хартиените формуляри. Въпреки това много хотели в Украйна продължават да използват този метод, така че най-важната задача е да информират индустрията за нейните недостатъци.

2.5. Организационен и методичен подход за осигуряване на формирането (развитието) на ефективното развитие на хотелиерството в Украйна

Организационният механизъм се основава на процеси като формиране на управителни органи, разделяне на компетенциите между тях, формиране на система от вътрешни регулаторни документи, подбор и назначаване на длъжностни лица, формиране и утвърждаване на правила за взаимодействие между управителните органи, длъжностните лица и служителите. Основните елементи на организационния механизъм са:

- организационно планиране;
- формиране на организационна структура;
- организация на управленските процеси;
- правно регулиране;
- администриране и контрол;
- информационна подкрепа на персонала и мотивация на персонала.

Всеки от тези елементи е насочен към постигане на конкретна цел. По този начин управленската организация има за цел да мобилизира възможността за въздействие върху системата от механизми за управление от различно естество във всички аспекти на кампанията (предприятието). На практика съществуват: организацията на стратегическо управление, които поради нестабилността на външната среда, в която предприятието оперира, се характеризират със специфични модели на управление на програмите; организация на оперативно и

текущо управление, която се характеризира с комбинация от функционално предназначение и функционално управление.

Според А. Каплина¹ организационно-икономически механизъм за управление на развитието на хотелското предприятие е показан на фиг. 19. Авторът обръща внимание на факта, че подсистемата за осигуряване на организационно-икономическия механизъм за управление на развитието на хотелското предприятие се състои от правна, ресурсна, регулаторна, методическа, научно-техническа и информационна подкрепа. Функционалната подсистема на организационно-икономическия механизъм за управление на развитието на хотелско предприятие включва планиране, организация, мотивация и контрол на развитието.



Фиг. 4. Структура на механизма

Източник: (Д. Хазова) (2018) Моделиране на устойчивото развитие на туризма Теоретични и приложни аспекти на съвременната наука: сборник с научни трудове по материалите на IV Международна научно-практическа конференция 31 октомври 2014 г.: в 3 ч. Изд. Къща Петрова М. Белгород, част II, стр. 198-201.)

¹ А. Каплина. Организационно-икономически механизъм за управление на развитието на предприятията в хотелиерската индустрия: дис. ... Кандидат Sc. Науки: 08.00.04 / Анна Каплина; Висше учебно заведение на Укоопспилкс "Полтавски университет по икономика и търговия". – Р., 2016. – 247 стр.

В наши дни туризмът може да бъде считан за най-обещаващият бизнес в света и в Украйна. Туризмът е важен социален и политически феномен, главен фактор за икономиката на Украйна. Туристическата индустрия спокойно може да се нарече един от най-важните компоненти на световната икономика. В Украйна хотелиерският бизнес е един от най-обещаващите и успешни бизнеси. Също така украинският хотелски бизнес е много доходоносен сектор за инвестиции. В днешно време туризмът е най-важната част от световната икономика, така с отворените граници всяка държава набира напредък в своята икономика. Хотелиерската индустрия, оглавявана от своите хотелиери, се стреми да подобри условията на живот и предлаганите услуги. За всеки човек, който пътува до друг град или държава, е важно да усеща удобствата като у дома си. Това е целта на хотелиерите. Украинската туристическа индустрия не прави изключение и също се развива бързо от година на година. Не остава скрито, обаче, че има належащи проблеми при развитието на туристическата индустрия в Украйна.

Международният фактор също играе важна роля в планирането на дейностите. Украинските компании може да използват материалите и ресурсите на друга държава, както и да прилагат чужди технологии. Различни фактори от законодателен и държавен характер могат да повлияят на нивото на съществуващите възможности и заплахи в организацията на хотелиерският бранш. Националните и чуждестранните правителства могат да бъдат за редица организации, основните регулатори на тяхната дейност, източници на субсидии, работодатели и клиенти. Това може да означава, че оценката на тези организации за политическата ситуация може да бъде най-важният аспект на анализа на външната среда. Такава оценка се извършва чрез подробности за политическите и правните фактори, влияещи върху организацията. Такива фактори като: промени в данъчното законодателство; подреждане на политическите сили; връзката между бизнеса и правителството; патентно право; законодателство за опазване на околната среда; държавни разходи; антитръстов закон; паричната политика; правителствено регулиране; избори; политически условия в чужди държави; размера на държавния бюджет; правителствени отношения с чужди

държави. Някои от тези фактори засягат всички търговски организации, като например промени в данъчното законодателство. Други – се отнасят само до малък брой фирми, работещи на пазара, като антитръстовото законодателство. Трети са от съществено значение, особено за политическите организации, като баланса на политическите сили или резултатите от изборите за Народно събрание. По един или друг начин, пряко или косвено, политическите и правните фактори засягат всички организации. Например, върху производителите на консумативи за хотелиерския бранш ще повлияят промените на стандартите за безопасност на тези консумативи, промените в правилата за внос и износ на суровини, оборудване, технологии и продукти, както и промените в данъчната политика на държавата и др.

Значително влияние върху развитието на туризма имат политически и правни фактори: политическата ситуация в света с наложените санкции и инфлация в отделните страни; политика на отворени граници; облекчаване на административния контрол в туристическия сектор; хармонизация на фискалната и паричната политика. Туристическата дейност по същество зависи от политическата ситуация. Стабилната политическа ситуация допринася за развитието на туризма и, напротив, напрегнатата ситуация причинява нисък темп на растеж и дори сриване на цели отрасли.

В Украйна има много екологични курорти като Буковел, Трускавец или Зенков, чиито територии са привлекателни поради своите лечебни свойства и природни ресурси. Сезонността има специално място сред факторите, влияещи върху развитието на туризма. Сезонността е важен специфичен проблем, който определя концентрацията на местата на туристическите потоци поради климатичните условия. Сезоните влияят и на традициите, модата и други психологически фактори. В Украйна има много хотели за колективно настаняване, като този брой постоянно се увеличава.

Третата глава е структурирана в три основни части и се представя авторовата оценка на представените във втора глава дейности за подобряване на механизма за действие на хотелското икономическо развитие в Украйна.

2.6. Алгоритъм за разработване на продуктивна стратегия за развитие на хотелиерството в Украйна

Основните изводи и оценки се отнасят към реализирането и управлението на хотелската икономика на страната, които да я позиционират като конкурентна дестинация на международните туристически пазари.

Увеличаването на ролята на държавата в регулирането на макроикономическите процеси, приоритетното развитие на сектора на услугите, който е компонент на хотелиерската индустрия, и ролята, която хотелиерското управление играе в икономиката на страната, свидетелстват за необходимостта от създаване на единен държавен орган за управление на хотелиерството и туристическата индустрия, който отсъства на настоящия етап.

Стратегиите, които прилага украинския хотелиерски бизнес в сегашни условия са:

1. Стратегия на икономическия баланс, основана на оптимизиране на разходите и ценова конкуренция;

2. Стратегия на развитие на устойчив хотелиерски продукт, базирана върху основните конкурентни предимства на дестинацията, хотелиерското предлагане и обслужване и преди всичко на високата конкурентоспособност на украинския ол инклузив;

3. Стратегия за въвеждане на иновации и високи технологии, улесняващи бързото туристическо резервиране от всяка точка на планетата;

4. Стратегия, основана на имидж, интегрираща в себе си бранда на Украйна като туристическа дестинация.

Паритетът на цените представлява ограничение за хотелите, тъй като позволява на клиента да получи една и съща продажна цена, на една и съща дата, при същите условия и независимо от дистрибуционния канал, през който е резервирал. Ето защо се появяват нови начини за продължаване, за да се определи правилната ценова стратегия за хотел. Перфектната стратегия се основава на информацията, която имате за движенията от предишни периоди, сегментацията на клиентите, тяхното поведение, начинът, по който те

възприемат или оценяват хотела и, разбира се, действията и поведението на конкуренцията. Очевидно, за да се определи правилна ценова стратегия за хотел, е необходимо да се знаят целите на тази стратегия и нейните фактори, които я определят. Необходимо е преди всичко да се вземе предвид динамиката и непредсказуемостта, характеризиращи настоящия хотелиерски пазар.

Неотложният проблем е разработването на национални, междурегионални и регионални програми за туризъм и хотелиерство, което изисква научно обосноваване и всеобхватност, като се вземе предвид практически опит, подход за планиране и прогнозиране на развитието на хотелиерството като цялостна страна и отделните ѝ региони. Основната характеристика на хотелиерската индустрия е нейната много-функционалност, поради сложността и разнородността на нейната дейност в процеса на производство, продажба и организация на процеса на потребление на хотелски услуги. Установено е, че факторите, които влияят върху управлението на хотелиерската индустрия, получават малко внимание. Използването на фактора като типологизация на хотелиерството, е недостатъчно за една прецизна класификация на различните хотелиерски услуги предлагани в сферата на туризма в Украйна.

2.7. Подобряване на концепцията за развитие на украинската хотелиерска

Процесите, протичащи на световния туристически пазар, пряко са повлияли на състоянието на хотелиерството в Украйна, принуждавайки го активно да търси начини за преодоляване на последиците от световната финансова икономическа криза.

Преодоляването на негативните тенденции, създаването на благоприятни условия за развитието на туризма и курортите трябва да се превърнат в приоритетни области за ускоряване на икономическия и социален растеж на страната. Според стратегията за устойчиво развитие „Украйна 2020“², основната цел на развитието на страната е въвеждането на европейски жизнен стандарт в

² Стратегия за устойчиво развитие "Украйна - 2020" <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>

Украйна и водещата позиция на Украйна в света. За целта движението ще се извършва в следните вектори:

- векторът на развитие е да се осигури устойчиво развитие на държавата, да се проведат структурни реформи и в резултат на това да се повиши жизнения стандарт;

- векторът за сигурност е гаранция за сигурността на държавата, бизнеса и гражданите, защитата на инвестициите и частната собственост;

- векторът на отговорността е да гарантира, че всеки гражданин, независимо от раса, цвят, политически, религиозни и други убеждения, пол, етнически и социален произход, собственост, място на пребиваване, езикови или други характеристики, има достъп до висококачествено образование, система здравни и други услуги в публичния и частния сектор;

- векторът на гордостта е да гарантира взаимно уважение и толерантност в обществото, гордост за собствената държава, своята история, култура, наука, спорт. Украйна трябва да заеме достойно място сред водещите страни в света, да създаде подходящи условия за живот и труд за отглеждане на собствените си таланти, както и да привлече най-добрите световни специалисти в различни индустрии.

Гостоприемството става все по-печелившо, а строителството на хотели се осъществява главно за търговски цели. Има три основни тенденции в развитието на хотелиерството в Украйна:

- изпълнение на проекти за хотелиерско развитие с участието на международни оператори, тъй като управлението на качеството на хотелския комплекс е критичен фактор за успешната му дейност, а международните мрежи предлагат нови стандарти за работа;

- активно развитие на хотели в многофункционални комплекси, където хотелският компонент функционира наред с администрация, търговията на дребно, забавленията, жилищните сгради и др.;

- изграждане на малки хотели, които могат да създадат уникално разнообразие за националния туризъм.

2.8. Развитие на хотелиерския бранш в икономиката на Украйна

Аргументират се препоръки за управление на хотелска икономика на Украйна чрез представяне на работен модел за създаване на туристическа марка на страната, която да е в следствие на националния бранд. Тук се взимат под внимание силните и слабите страни на украински туристически продукт, разпознаваемостта на Украйна като туристическа дестинация, наложения бранд имидж на страната в условията на силно конкурентен пазар.

Моделът на организационната структура на управлението на ГК има три нива: по-високо (стратегическо); средно (функционално); по-ниско (работещо). Основните функции на по-високото (стратегическото) ниво на управление включват: определяне на стратегическите цели и цели на Гражданския кодекс, стратегическо планиране и прогнозиране на развитието; решаване на търговски, ценови и експедиционни въпроси. Основните функции на междинното (функционално) ниво на управление на ГК са: управление и контрол върху производството и предлагането на пазара на един вид хотелиерски услуги и отговорност за него. По-ниското (оперативното) ниво на управление има функциите за вземане на оперативни решения в рамките на своите подразделения.

Могат да се изведат следните **основни тенденции в съвременното развитие на хотелиерството:**

- Повишаване на търсенето и предлагането на хотелиерски продукт;

Тази тенденция се обуславя от нарасналия брой и интензивност на пътуванията. Все пак, броят на реализираните нощувки се повишава по-бавно от броя на реализираните пътувания. Това е свързано с тенденцията за разбиване на годишния отпуск на части и реализирането на по-голям брой, но по-кратки пътувания. В различните дестинации търсенето и предлагането нарастват с различен темп в зависимост от фазата на жизнения цикъл, в която се намира хотелиерския продукт. В много дестинации хотелиерското предлагане значително превишава или започва да превишава търсенето на хотелиерски услуги, което води до стагнация в туристическия бранш, както и до изостряне на

конкуренцията особено в неценовите ѝ измерения.

- Намаляване продължителността на престоя на посетителите;

Тази тенденция е свързана с промяната на потребителското поведение на туристите още в края на миналия век, когато модела на годишната продължителна морска ваканция бива изместен от по-честите, но по-кратки и разнообразни предимно уикенд пътувания. Това до известна степен се обуславя, но и провокира от повишените цени на хотелиерския продукт.

- Повишаване на цените на хотелиерския продукт;

Това се обуславя от една страна от стремежа за повишаване на качеството на хотелиерските услуги за привличане на по-платежоспособни клиенти. От друга страна тази тенденция се обуславя от инфлационните процеси и процесите на монополизация. С повишаването на жизнения стандарт на населението в развитите страни се предполага, че пътуващите могат да си позволят повече средства за туристически услуги. Така хотелиерските заведения се стремят да максимизират печалбата си. Това обаче отблъсква част от туристическия контингент в т. ч. и платежоспособни туристи, които не търсят непременно лукс на високи цени. Поради това търсени са също паракотелиерските заведения, а в хотелите първо се заемат по-евтините, а не по-луксозните стаи.

- Увеличаване на заетите в хотелиерството;

Поради спецификата на услугите, които предлага хотелиерството трудно може да ограничи броя на персонала. С нарастването на броя и капацитета на хотелиерските заведения се увеличава и броят на заетите в тях. Хотелите вече не се нуждаят само от рецепционисти и камериерки. Появяват се нови позиции и разнообразни професии в хотелиерството като аниматор, консиерж, асистент и т.н. Повишава се също образователната и квалификационната структура на заетите в хотелиерството във връзка с повишените изисквания към персонала, както и поради цялостното повишаване на образователната структура на населението.

- Изменение в териториалната структура и експанзия на хотелиерството;

В съвременната териториална структура на хотелиерството водещ е делът на Европейския туристически регион, следван от Азиатско-тихоокеанският регион и Североамериканският подрегион. Най-динамични са промените в Азиатско-тихоокеанския регион. Поради търсенето на нови и нестандартни места за туризъм постепенно се развива настанителната база и в останалите туристически региони и подрегиони. Навлизането на хотелиерските вериги в развиващи се дестинации повишава качеството на услугите, но води до бързо окрупняване на пазара, което затруднява свободната конкуренция, защото местните предприемачи се оказват неконкурентноспособни. Съществен проблем е и „изтичането” на реализираните приходи.

- Ускорено нарастване дела на хотелиерските вериги, коопериране и монополизация;

Поради високите стандарти за качество, както и поради единната финансова и маркетингова политика хотелиерските вериги се оказват по-конкурентноспособни. Това води до силна концентрация и монополизиране на пазара на хотелиерския продукт, което е една от причините за повишаване на цените.

- Концентрация, окрупняване, интеграция, консолидация;

Консолидацията, концентрацията и интеграцията са резултат от изключително динамичното развитие на пазарните процеси. Консолидацията се изразява в обединяване на много на брой малки компании в една голяма с общо име и търговска марка, което повишава конкурентноспособността в глобален мащаб, поради придобиването на значителен финансов ресурс и прилагането на общи маркетингови дейности. При вертикалната концентрация хотелиерският бизнес се свързва с други туристически и нетуристически сфери на дейност чрез общи консорциуми. Консорциумите са обединения за провеждане на обща дейност. Хотелиерският консорциум, подобно на хотелиерските вериги, обединява хотели, които провеждат единна политика при маркетинга и продажбите, но те запазват напълно управленската си независимост. Хотелиерските консорциуми имат най-голям обхват във Франция и

Великобритания. В хотелиерството навлизат все по-разнородни капитали – от финансови институции (банкови, застрахователни и др.), транспортни компании (предимно авиокомпани), посреднически компании и т.н. Навлизането на транснационалните мегакомпани се съпътства с появата и разпространението на разнообразни организационни форми на управление като фрайчайзинг, джойнт-венчър, договори за управление, филиали и други.

- Глобализация и интернационализация на хотелиерството;

Всичко това размива националните граници и глобализира хотелиерството. Сред най-големите и влиятелни хотелиерски компании в света са Accor, Best Western International, Inter-Continental Hotels Corporation, Holiday Inn Worldwide, ITT Sheraton, Marriott International, Forte Hotels, Hilton International и други. Започнала от началото на 90-те години, тази тенденция продължава и сега и може да се очаква по-голяма дългосрочност в проявлението ѝ. Глобализацията в хотелиерството има своите противници. Глобалните вериги почти не използват местни суровини и местни специалисти. Те са по-конкурентно способни от местните предприемачи. Така те ощетяват туристическата дестинация. Поради това някои страни създават защитни механизми срещу тяхното проникване.

Хотелиерските вериги създават стандартен продукт, който може да се намери във всички краища на света. Той се харесва на бизнес туристите, на туристите от третата възраст и други, които навсякъде искат да се чувстват като у дома си и държат на високото качество. От друга страна това уеднаквява и обезличава туристическите дестинации. Все повече туристи държат да намерят нещо специфично, типично само за посетената дестинация в т. ч. и специфични места за настаняване. Хотелиерските вериги реагират на това търсене като се стремят да създадат специфичен интериор.

- Нарастване на дела на нощувките в средно-категорийните заведения;

Потребителите търсят по-добри условия при пребиваването си и по-качествени и разнообразни услуги. От друга страна те често са с ограничен бюджет. Поради това голяма част от туристите се ориентират към средно-

категорийните заведения, които предлагат добри условия на приемливи цени. Среднокатегорийните хотели постепенно изместват ниско категорийните, както и се ограничава делът на паракотелиерството. Последните са били особено предпочитани през 90-те.

- Индивидуализация на хотелиерския продукт;

Индивидуализацията е свързана със стремежа към удовлетворяване на разнообразните потребности на туристите. Хотелиерският продукт все повече се специализира като се ориентира от масовия към индивидуализирания пазар чрез продуктова сегментация и диференциация. Във връзка с тях са тенденциите към разнообразяване на средствата за пребиваване, разнообразяване на интериора, разнообразяване на предлаганите услуги и т.н.

- Разнообразяване на интериора;

Вече отминава времето на стандартните еднотипни хотелски стаи, които се различават единствено по номера си. Потребителите желаят персонално ориентиран продукт. Поради това високо-категорийните хотели предлагат стаи с различен интериор за различните клиенти. Предлагат се ретро стаи, стаи за влюбени, стаи в ориенталски стил и т.н. Интересните и оригинални дизайнерски решения са предпоставка за привличане на клиенти с добри финансови възможности.

- Разнообразяване на средствата за настаняване;

Разнообразието и персонализирането на хотелиерския продукт се постига не само чрез стаите, но и чрез естеството на хотела. През последните години се появяват подводни хотели, пещерни хотели, хотели-иглу и много други нестандартни решения. Те са насочени към туристи, които търсят нестандартно преживяване, а те са все повече.

- Разнообразяване на предлаганите услуги;

Отмина времето, когато хотелът беше просто място за нощувка. В стремежа си за привличане на клиенти и за реализиране на по-високи приходи хотелите се надпреварват да предлагат все повече и повече допълнителни услуги. Понякога тяхното предлагане изпреварва търсенето им. Това обаче се

оказва наистина успешна политика.

- Повишаване комплексността на хотелиерското предлагане;

Все по-голяма част от времето и разходите на туристите остават в хотелския комплекс. Това ограничава интересите на туристите да излязат извън него, където често ползват системата all-inclusive, както и хотелска анимация. Така хотелиерският продукт повишава комплексността си. Резултатът от това е намаляване на посетителите и приходите в туристическите обекти и атракции в дестинациите за сметка на увеличените приходи на хотелите. Появява се нов тип конкуренция между хотелите (водещи до „изтичане” на приходите) и туристическите забележителности (носещи приходи на дестинацията). Така се появява последната курортна алтернатива за сравнително изолираният затворен „резорт хотел”, който разполага с необходимата инфраструктура и всички удобства, за да позволи на туриста да прекара там целия си отпуск.

- Увеличаване на специализираните хотели;

Във връзка със стремежа към разнообразяване на услугите хотелите започват да се диференцират специализирайки се към предлагането на определен тип услуги. Пример в това отношение са бизнес хотелите, SPA хотелите и други. Бизнес хотелите се разпространяват във връзка с нарастващите мащаби на бизнес пътуванията. SPA хотелите дължат своя бум на нарасналата грижа за здравето, както и поради застаряването на населението.

- Промени в търсенето на хотелиерски услуги;

Последните посочени тенденции се основават на промените в потребителското търсене. Те са свързани с промените в културното и образователното равнище на населението, които се повишават. Във връзка с това се повишава използването и значението на интернет в маркетинга, рекламата и резервациите. Променя се ценностната ориентация на потребителите, като се повишават техните изисквания, а на преден план излизат мотиви от психологическо естество като „социални контакти”, „емоционални преживявания”, „специфични хоби интереси”, търсене на автентичност и

специфична атмосфера и т.н. За да бъде адекватно, хотелиерското предлагане се стреми да удовлетвори тези интереси.

- Възникване на т. нар. „международен потребител“;

Наред със значителното нарастване на специфичните изисквания се проявява и противоположната тенденция на унифициране на потребностите на клиентите. Тя се дължи на глобализацията и унифицирания стил и начин на живот.

- Паралелно предлагане на икономични и на луксозни хотелиерски продукти;

Тази тенденция се обуславя от търсенето на достъпни цени от нараснали брой туристи в т. ч. с ниски доходи от една страна и от борбата за спечелване на деловия сегмент привлекателен с високите си разходи от друга страна.

- Повишено внедряване на иновационните процеси и повишаване на степента на техническо и технологично осигуряване на хотелиерската дейност;

Новите технологии се внедряват за облекчаване и намаляване на ръчния труд и за намаляване на разходите.

- Разрастване на икономичното хотелиерство;

Икономите в хотелиерството са важна предпоставка за увеличаване на печалбата чрез намаляване на разходите. Те не са синоним на ниска категория и ниско качество. Все повече високо-категорийни хотели прилагат редица средства за икономии (фотоклетки, слънчеви коректори, карти за стаите и други). Дори много от високотехнологичните нововъведения са по възможностите само на високо-категорийните хотелиерски вериги. Икономичното хотелиерство се прилага внимателно. То не е за сметка на предлагания лукс.

- Развитие на т. нар. алтернативно хотелиерство;

Алтернативния туризъм и неговата философия с оригинален, нетрадиционен тематичен продукт, който не се стандартизира и съдейства за удовлетворяване на специфичните потребности на алтернативното туристическо

търсене. Обособяват се няколко аспекта на алтернативното хотелиерство, а именно тайм шеър, устойчиво хотелиерство, реципрочно настаняване в домовете или вилите на хората по време на ваканцията, за което те се договарят предварително, настаняване с по-голяма продължителност от месец, бутиково хотелиерство като нещо по-различно от масовия продукт.

Посочените главни тенденции в развитието на хотелиерството определят до голяма степен перспективите за бъдещо развитие. Може да се очаква, че хотелиерството ще остане един от главните двигатели на туристическия бранш. Поради засилването на позициите на хотелиерството от неговите особености ще се определят много от тенденциите в развитието на туризма. Хотелиерството ще играе важна роля при разпределянето на туристопотоците и приходите от туризма.

Можем да обобщим, че категоризацията е основен инструмент за определяне качеството на туристическата леглова база чрез нормативите, заложи в нормативните документи, с помощта на които се оценяват, регулират и контролират нивата на предлагане във всички видове и категории заведения за настаняване и в хотелиерската индустрия като цяло. Днес развитите страни разполагат с мрежа от съвременни и модерни хотели. Хотелиерските вериги представляват обединение на два или повече хотела, работещи под обща фирмена марка. Особено важно значение за хотелиерския бизнес имат икономическите фактори. Хотелиерските вериги създават стандартен продукт, който може да се намери във всички краища на света. Той се харесва на бизнес туристите, на туристите от третата възраст и други, които навсякъде искат да се чувстват като у дома си и държат на високото качество.

Главните тенденции в развитието на хотелиерството определят до голяма степен перспективите за бъдещо развитие. Може да се очаква, че хотелиерството ще остане един от главните двигатели на туристическия бранш. Поради засилването на позициите на хотелиерството от неговите особености ще се определят много от тенденциите в развитието на туризма.

Туризмът е индустрия, която може да се превърне в основа за развитието

на определен град, като в този сектор може да се произведе най-голямото търсене на стоки и услуги, като се има предвид, че туристически комплекс или хотелски сектор могат да генерират редица преки и косвени работни места, които допринасят за социално-икономическото подобрене на региона. Съвременните тенденции в туризма също водят до промяна в концепцията за туризма и нови хотелиерски заведения. Наблюдават се следните тенденции:

- Професионализация: с все по-специализирани управления и обучения;
- Диференциацията: ключов елемент от бизнеса и лоялността;
- Иновативни продукти и услуги, диверсификация на офертите;
- Сегментиране на пазара по следните критерии: демографски, географски, поведенчески и психографски;
- Потребителска сложност: клиентите са по-взискателни;
- Социална отговорност: значение на околната среда, социално и мултикултурно уважение;
- Нови технологии, особено платформите за онлайн резервации;
- Конкуренция: все по-конкурентни и динамични пазари: поява на програми и клиентска лоялност;
- Персонализация: индивидуализирано лечение, директна намеса на клиента при подбора и резервацията;
- Възникващи дестинации: търсене на нови и изненадващи дестинации;
- Стратегически съюзи: нарастващото значение на специализацията и съюзите между допълващите се организации. Тези фактори водят до повишаване на конкурентоспособността на сектора, следователно размерът на заведенията и курортите се увеличава.

Подобряването на качеството на туристическите и хотелиерски услуги предполага обхващане на основните понятия за администрация, управление и организация на процесите в бранша, позволявайки процесите на планиране, организация, ръководство, контрол и изпълнение на различни дейности, които се случват в хотелиерския сектор, с цел да бъдат жизнеспособни и да разрешават различните проблеми, възникващи в рамките на хотелиерските компании и които

пряко влияят върху тяхното качество. Необходимо е също и визуализиране на външните ефекти, които смущават сектора и не могат да му позволят да се интегрира в различните групи по интереси. Всичко това може да доведе до негативни ефекти, които да доведат до влошаване на качеството на услугите, предоставяни от хотелите в района.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Резултатите от направните в дисертационния труд изследвания дават основание да се счита, че поставената основна цел е постигната и свързаните с нея задачи са решени.

Дисертационният труд е опит за обосноваване подобрената концепция за разрастване на хотелиерската мрежа в икономиката на Украйна, както и да се предложи структурна логическа схема на текущото състояние на икономиката на хотела, като структурна бизнес-единица, въз основа на анализа на особеностите на неговото функциониране в условията на Украйна.

Анализирано е хотелиерството в Украйна, качеството на хотелиерската суперструктура, структурата на реализираните нощувки и други статистически показатели, които помагат да се постигне цялостна картина на състоянието на Украинското хотелиерство. Направен е SWOT анализ на неговия потенциал и проблемите и заплахите пред които е изправено. Изводите от направения анализ са, че един от основните проблеми за Украинското хотелиерство остава сезонността, където иновациите представляват чудесна възможност за повечето собственици на този вид бизнес свързан с много сезонни колебания.

Проведените практически изследвания, анализи и апробиране на създадения модел потвърждават основната изследователска теза и поддържащите я микротези, че прилаганата от хотелските обекти политика невинаги осигурява конкурентоспособност на предлагания продукт. Изследването доказва, че политиката на хотелите е силно зависима от ключовите критерии и показатели за конкурентоспособност, които са основен двигател за изграждане на фирмени конкурентни предимства, и че чрез своята политика

хотелските обекти демонстрират успешно пазарно поведение в съответствие с динамично променящата се икономическа среда и същевременно генерират повече възможности за по-доброто противодействие на неблагоприятното състояние на средата.

3. СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Резултатите от направеното изследване допринасят за отговаряне на поставените във въведението изследователски въпроси и очертават основните **приносни моменти** на дисертационния труд. Последните могат да се разгледат в два аспекта – теоретичен и научно-приложен – и са обобщени както следва:

Научни приноси са:

1. Обогатено е научното знание в областта на хотелиерския бранш на Украйна чрез разработен теоретичен модел, допринасящ за надграждане на икономическата концепция в хотелиерския бизнес на Украйна и разкрива нови подходи към нейната интерпретация и приложение;

2. На базата на конструирания концептуален модел е разработена авторова методика за провеждане на проучване за състоянието на хотелиерската мрежа в икономиката на Украйна и тестване на научни хипотези относно приложението на иновативността в хотелиерския бизнес модел.

Научно-приложни приноси са:

1. Изведените тенденции в приложението на иновациите в хотелиерството в контекста на динамично променящата се бизнес среда на туризма;

2. Формулираните насоки за оптимизиране приложението на иновациите в Украинското хотелиерство, съобразени с условията на украинското общество и имащи потенциално влияние за възприемане на бъдещ устойчив модел на прилагане;

3. Допринесено е за повишаване познанията на мениджърите и други заинтересовани страни по отношение на въвеждането на иновативните технологии и особеностите на тяхното приложение;

4. Възможност на хотелиерите да разнообразят своето предлагане и повишат качеството на своя продукт при оптимизиране на разходите, чрез разширяване на приложението на иновативните технологии в тяхната дейност.

4. ПУБЛІКАЦІЇ ПО ДИСЕРТАЦІОННИЙ ТРУД

Статии

1. **Ingor, A., O. Trokhymets.** Сучасний стан та тенденції розвитку готельного бізнесу в Україні // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності, Випуск 1 (13), Том 1, Маріуполь. – 2016. – стр.188, УДК 338. – ISSN 2225 – 6407.

2. **Ingor, A.** Організація комунікаційної політики у готельному бізнесі. - // Сборник доклади от конференция на Економічні факультет у Universitate de stat din Moldova, 2016, Faculty of Economic Sciences, // Development of social and economic systems in a global competitive environment. – Moldova state university –2016. – s. 48. – ISBN 978-9975-3090-3-6.

3. **Ингор, А.** Організація комунікаційної політики у готельному бізнесі // Управління туристичною індустрією: методологія. – Полтава. – 2016. – с. 98, ISBN 978-966-97424-1-4.

4. **Ингор, А.** Управление взаимоотношениями с потребителями услуг в отельной индустрии: маркетинговые возможности // Экономическое развитие государства и его социальная стабильность. – Полтава. – 2017. – с. 88,

Доклади

1. **Ингор, А., Е. Трохимец.** Управление взаимоотношениями с потребителями услуг в отельной индустрии: маркетинговые возможности // Сборник „Управління туристичною індустрією: методологія і практика“. – Полтава, Видавництво: „Копі-центр“, 2016. – ISBN 978-966-97424-1-4.

2. **Ингор, А.** Зарубежный опыт франчайзинга отелей. // Сборник „Молодежь и глобальные проблемы современности“, том I, Караганда: Болашак-Баспа, 2016. – ISBN 978-601-273-173-6.

3. **Ингор, А.** Использование каналов коммуникации для продвижения отельных услуг. – Тези доповідей XXIV Міжнародної наукової конференції студентів і молодих учених, КПУ, Запоріжжя 2016. – с. 116.

4. **Ингор, А.** Зарубежный опыт франчайзинга отелей // Глобальные проблемы современности. Материалы Республиканской научно-практической конференции студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых (с международным участием). – Том 1, 2016, ISBN 978-601-273-173-6. – с. 173.

ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ

От **Алина Ингор**

Във връзка с процедурата за придобиване на доктор във ВСУ „Черноризец Храбър”, декларирам, ЧЕ:

1. Резултатите и приносите в научната продукция, които представям в процедурата, са оригинални и не са заимствани от изследвания и публикации, в които не участвам.

2. Представената от мен информация под формата на копия на документи и публикации, лично съставени доклади и т.н. отговаря на обективната истина.

3. В представената за оценка дисертация и публикации няма плагиатство.

Дата 30.05.2022

Декларатор: *подпис*

