

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет агротехнологій та природокористування
Кафедра туризму

До захисту
Допускається
Завідувач кафедри

Олександр КОВАЛЕНКО

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти

На тему: «Аналіз готельної індустрії Республіки Польща: прогнози
майбутніх тенденцій розвитку»

Виконала:

(підпис)

Дрозденко А. В.

(прізвище, ініціали)

Група:

ТУР 2001-1

(Науковий) керівник:

(підпис)

Баштовий М. Г.

(прізвище, ініціали)

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу студентці

Дрозденко Анні Володимирівні

- 1. Тема роботи:** «Аналіз готельної індустрії Республіки Польща: прогнози майбутніх тенденцій розвитку».
- 2. Термін здачі студентом закінченої роботи на кафедрі:** 10.06.2024 р.
- 3. Вихідні дані до роботи:** за результатами проходження виробничої практики в Польщі (готель «Korel»), та дослідженні готельних туристичних комплексів в найбільших містах країни, маємо різноманітну інформацію, з допомогою якої можна сформувані перспективні для подальшого розвитку об'єкти готельної індустрії. В процесі написання кваліфікаційної (бакалаврської) роботи використовувались різноманітні джерела інформації, такі як: наукова література, інтернет-ресурси, наукові дослідження, проводився порівняльний аналіз готельних підприємств середнього та вищого класів з метою одержання необхідних даних, а також взято інтерв'ю у фахівця сфери туризму для отримання цінної інформації щодо роботи готелів у такі невизначені часи та проблем, перед якими все частіше стикаються готельєри.
- 4. Перелік завдань, які будуть виконуватися в роботі:** проаналізувати використання туристичних готельних закладів розміщення за минулі роки; розглянути теоретичні аспекти та особливості організації готельного бізнесу в Республіці Польща на прикладі найбільших готельних мереж; систематизувати та висвітлити прогнози майбутніх тенденцій розвитку готельної справи.

Керівник дипломної роботи _____ доцент Микола
БАШТОВИЙ

Завдання прийняла до виконання _____ студентка Анна ДРОЗДЕНКО

Дата отримання завдання «16» жовтня 2023 р.

АНОТАЦІЯ

Дрозденко А. В. «Аналіз готельної індустрії Республіки Польща: прогнози майбутніх тенденцій розвитку», ОПП «Туризм», спеціальність 242 «Туризм», Сумський національний аграрний університет, м. Суми, 2024 р.

В даній роботі зазначено, що готельна індустрія — це широкий сектор, який включає низку підприємств, які надають житло, харчування та інші послуги мандрівникам і туристам. Ця галузь включає все: від великих міжнародних мереж готелів до невеликих готельних закладів типу «B&B», а також ресторанів, барів та інших підприємств, які обслуговують мандрівників.

Сфера готельного бізнесу вносить великий внесок у світову економіку, оскільки мільйони людей працюють у готелях, ресторанах та інших пов'язаних підприємствах. Крім того, галузь відіграє вирішальну роль у туристичній індустрії, яка є основним джерелом доходу для багатьох країн світу.

Готельна індустрія є однією з найбільш стійких, адаптивних і динамічних галузей на планеті. Це місце, де технології та інновації об'єднуються для покращення досвіду гостей.

В роботі проаналізовано використання туристичних готельних закладів Республіки Польща за минулі роки, висвітлено наслідки та вплив міжнародної міграції на розвиток галузі. У кваліфікаційній (бакалаврській) роботі розглянуто теоретичні аспекти та особливості організації готельного бізнесу в Республіці Польща на прикладі певних напрацювань та досягнень найбільших готельних мереж. Також у дослідженні визначено переваги та недоліки готелю "Korel", а також перспективи розвитку готельного підприємства у сфері туризму. Було висвітлено прогнози майбутніх тенденцій розвитку готельної справи. В даній роботі зазначено, що отримані результати й висновки можуть удосконалити та пришвидшити розвиток готельної індустрії, покращити

стратегію розвитку туризму та курортів на сучасному етапі. Також дане дослідження надає можливості визначити перспективні для подальшого розвитку об'єкти готельної індустрії. Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, додатків.

Ключові слова: туризм, готельний бізнес, засоби розміщення, готельна мережа, Республіка Польща.

ABSTRACT

Drozdenco A. V. «Analysis of the hotel industry of the Republic of Poland: forecasts of future development trends», EPP «Tourism», specialty 242 «Tourism», Sumy National Agrarian University, Sumy, 2024.

This paper states that the hotel industry is a broad sector that includes a number of businesses that provide accommodation, food and other services to travellers and tourists. This industry includes everything from large international hotel chains to small B&Bs, as well as restaurants, bars and other businesses that serve travellers.

The hotel business sector makes a major contribution to the global economy, with millions of people working in hotels, restaurants and other related businesses. In addition, the industry plays a crucial role in the tourism industry, which is the main source of income for many countries around the world.

The hotel industry is one of the most resilient, adaptive and dynamic industries on the planet. It is a place, where technology and innovation combine to improve the guest experience.

The paper analyses the use of tourist hotel facilities in the Republic of Poland in the past years, highlights the consequences and impact of international migration on the development of the industry. The qualification (bachelor's) thesis examines the theoretical aspects and peculiarities of the hotel business organisation in the Republic of Poland on the example of certain developments and achievements of the largest hotel chains. Also, this study identifies the advantages and disadvantages of the hotel "Korel", and the prospects for the development of the hotel enterprise in the tourism sector.

Forecasts of future trends in the development of the hotel industry were highlighted. This paper states that the results and conclusions obtained can improve and accelerate the development of the hotel industry, upgrade the strategy of tourism and resorts development at the present stage. Also, this study provides an opportunity to identify promising hotel industry facilities for further improvement. The work consists of an introduction, three sections, general conclusions, a list of used sources, and appendices.

Keywords: tourism, hotel business, accommodation facilities, hotel chain, Republic of Poland.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ДАНИХ ТА ОЦІНКА СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ПОПЕРЕДНІХ РОКІВ	11
1.1. Використання готельних та інших об'єктів розміщення туристів у	11

2020-2021 році	
1.2. Дослідження готельного та туристичного бізнесу країни в 2022-2023 роках	20
1.3. Виклики сучасності та їх вплив на діяльність готельних підприємств	27
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА НА ПРИКЛАДІ НАЙБІЛЬШИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ	31
2.1. Готельні мережі та їх бренди: чим відзначилися та чого чекати в майбутньому	31
2.2. Переваги та недоліки готелю "Korel": перспективи розвитку готельного підприємства в сфері туризму	48
РОЗДІЛ 3. ПРОГНОЗИ МАЙБУТНІХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ СПРАВИ	54
ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	65
ДОДАТКИ	68

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Польський готельний ринок спостерігає постійне зростання попиту та ключових показників ефективності. Очікується, що ці позитивні тенденції триватимуть у 2024 році, коли кількість ночівель іноземних гостей у польських готелях відновиться. У довгостроковій перспективі ринок все більше зосереджуватиметься на модернізації готелів та впровадженні сучасних технологічних та ESG рішень.

Хоча власники готелів стикаються з численними проблемами, пов'язаними, серед іншого, з інфляцією, зростанням витрат на оплату праці та комунальних послуг, готельні заклади залишаються прибутковими. Поступове розширення авіасполучення збільшило пасажиропотік в готелях аеропортів, так, наприклад, лише за минулий рік доходи компаній відомих польських марок чудово зросли. Тому сподіваємося, що наступні роки принесуть ще більш дивовижні результати.

У зв'язку зі зростаючими очікуваннями гостей готелю, збільшенням операційних витрат і необхідністю відповідати вимогам ESG, все більше інвесторів готелів вирішують модернізувати свої установки, системи та процедури, а також здійснюють інвестиції в нові технології.

У 2024 році готельна індустрія передусім відзначиться появою на ринку нових готелів. Ті, що вирізняються не лише сучасним дизайном, цілісним і тематичним стилем, а й технологічними можливостями. Завдяки додатку автоматичного надсилання SMS та електронних повідомлень допоможе не тільки отримати нові бронювання, але й ефективно збільшити продажі додаткових послуг і розвантажить команду керівництва від простих і повторюваних завдань.

Очікується, що на ринку домінуватимуть спонтанні та короткі бронювання людьми, які подорожують з невеликим багажем. Тому перевагу отримають заклади, які гарантують швидке та зручне онлайн-бронювання зі зручними способами оплати. Готельну індустрію чекає дуже активний рік, який супроводжуватиметься численними спортивними та культурними подіями, що сприятиме збільшенню туристичного потоку.

Інтерес до готельного бізнесу зараз на висоті. Сьогодні кожен новий готель прагне якнайшвидше розвинути та досягти успіху в даній сфері, тому все більше власників готельних комплексів звертаються до інтернет-маркетингу, оскільки для розвитку того чи іншого закладу потрібно постійно залучати нових клієнтів, необхідно просувати свій бренд, й тим самим, залишатися конкурентоспроможним на ринку послуг. Інтернет, безсумнівно, є

нескінченим джерелом знань з усіх тем, що постійно розвивається. Тому впровадження маркетингу це чудова можливість охопити людей, зацікавлених у тих чи інших послугах. Не зважаючи на те, що просування в Інтернеті може здатися простим, варто обміркувати й спланувати цей процес належним чином.

Готельна індустрія Польщі невпинно розвивається, а нові готельні заклади приваблюють туристів зі всього світу, і це й не дивно, адже країна по своєму унікальна, починаючи від незабутніх пейзажів гір, прозорих озер, заповідників до завжди популярного Прибалтійського узбережжя, де багато туристичних місць та пам'яток. Тут знайдеться все, щоб задовольнити потреби будь-якого мандрівника та залишити лише позитивні спогади. Готельний бізнес в країні з кожним роком прогресує та все більше притягує туристів, по-різному розкриваючи нові, унікальні готелі та їх можливості. Це й сприяло вибору теми дослідження: **«Аналіз готельної індустрії Республіки Польща: прогнози майбутніх тенденцій розвитку».**

Аналіз літературних джерел і результатів наукових досліджень показав, що проблеми ведення та організації готельного бізнесу, перспективи розвитку даної галузі в країні представляють науковий та практичний інтерес, є предметом досліджень багатьох українських та закордонних вчених таких як: П. В. Гудзь [1], А. Янковський, Д. Футома [10], І. Капера [16, 17], П. Богданович-Годфрі, П. Зієнтара, М. Бонк [4, 30], А. Замойська [30], А. Панасюк, Д. Шостак [22], М. Мілевська, Б. Влодарчик [21], Глінська-Невеш, Р. Хаффер, Й. Вінська, Б. Юзефович [11] та інші.

Метою написання даної роботи є аналіз готельної індустрії Республіки Польща.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

1. Проаналізувати використання туристичних готельних закладів розміщення за минулі роки.
2. Розглянути теоретичні аспекти та особливості організації готельного бізнесу в Республіці Польща на прикладі найбільших готельних мереж.

3. Систематизувати та висвітлити прогнози майбутніх тенденцій розвитку готельної справи.

Об'єкт дослідження – готельна індустрія Республіки Польща.

Предмет дослідження – аналіз готельної сфери послуг в Республіці Польща.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети та вирішення завдань дослідження в даній роботі використано наступні методи: аналіз, порівняння, дедукція, індукція, синтез, узагальнення, класифікація.

Теоретичне та практичне значення дослідження. Отримані результати та узагальнені матеріали даної роботи дозволять не лише сформулювати уявлення та збагатити знання щодо готельної сфери послуг, але й знайти рішення щодо удосконалення та пришвидшеної реалізації стратегії розвитку туризму. Також, надати певні рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності готельних закладів, їх подальший розвиток, ефективного та злагодженого функціонування підприємства шляхом розробки комплексної програми розвитку. Розв'язання проблем, з якими все частіше стикаються готельєри: низький рівень заповнюваності, зростання витрат, обвал попиту та зниження доходів.

Апробація результатів дослідження. Результати даного дослідження були висвітлені в матеріалах II Міжнародної науково-практичної конференції: «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства», яка проходила у Національному університеті «Запорізька політехніка», 10 листопада 2023 р. м. Запоріжжя, Україна (Додаток 1).

Також результати були опубліковані в матеріалах Всеукраїнської наукової конференції студентів та аспірантів, присвяченої Міжнародному дню студента, яка проходила у Сумському національному аграрному університеті, 13-17 листопада 2023 р. м. Суми, Україна (Додаток 2).

Структура роботи наступна: вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел (30 найменувань), 17 додатків, 2 таблиці, 8 рисунків. Загальний обсяг дослідження становить 51 сторінку (не враховуючи додатки).

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ДАНИХ ТА ОЦІНКА СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ПОПЕРЕДНІХ РОКІВ

1.1. Використання готельних та інших об'єктів розміщення туристів у 2020-2021 році

Більшу частину 2020 року готельний ринок був переважно замороженим через урядові обмеження, пов'язані з пандемією. Це стосується як Польщі, так і більшості європейських ринків. Проте дані ринкового попиту вказують на те, що певні сегменти готельного сектора виявилися більш стійкими до пандемії, ніж інші.

Як наголошують аналітики Hotel Professionals, як у Польщі, так і на більшості європейських ринків, готелі нижчих сегментів (економ і середнього рівня) зафіксували більш стрімкий підйом у перші місяці після локдауну порівняно з готелями сегментів високого рівня та класу люкс. У готелях цих категорій зниження заповнюваності зазвичай спостерігалось дедалі менше, ніж у готелях вищих сегментів.

У 2020 році в туристичних закладах розміщення зупинилося 17,9 млн туристів, які скористалися 51,4 млн ночівель. Порівняно з 2019 роком це на 49,9% та 45,0% менше. Рівень заповнюваності всіх закладів розміщення туристів у 2020 році становив 26,8%, що на 13,8 в. п. менше, ніж у попередньому році [23, с. 59].

Станом на 31 липня 2020 року в Польщі функціонувало 10 291 заклад розміщення туристів, що на 960 одиниць (8,5%) менше, ніж торік. З урахуванням стандарту наданих послуг з проживання, база розміщення складалася з 23990 готельних закладів та 6 301 іншого об'єкту [23, с. 56].

Серед туристичних закладів найчисельнішою групою, як і в попередні роки, були готелі 2498 (на 137 менше, ніж у 2019 році) та інші заклади готельного типу, до яких належать, зокрема, пансіонати [23, с. 31].

Наприкінці липня 2020 року заклади розміщення пропонували туристам 775 300 місць, з яких понад 70% були цілорічними. У порівнянні з попереднім роком кількість готельних місць була на 50,2 тис. (тобто на 6,1%) меншою. Індекс щільності розміщення, що вимірюється кількістю ліжко-місць на км² площі, також був дещо нижчим - 2,5 (2,6 у 2019 році) (Рис. 1.1).

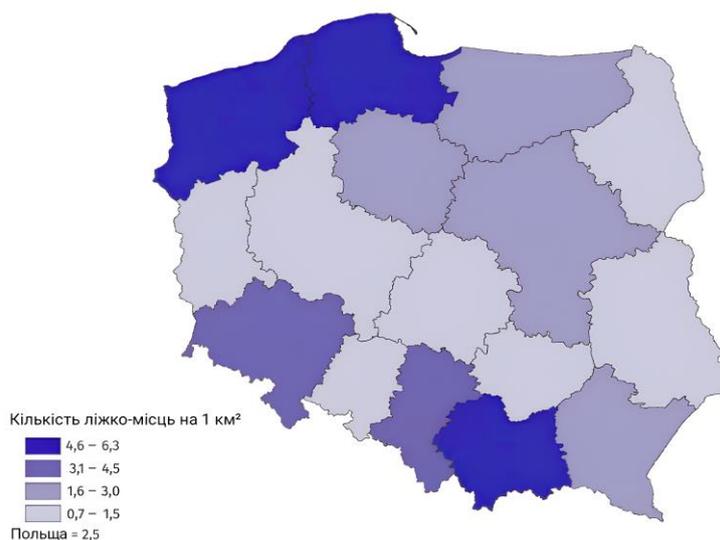


Рис. 1.1 Показник щільності розміщення у 2020 році (дані GUS)

У середньому на один об'єкт розміщення туристів припадало 75 ліжко-місць. Як і у 2019 році, найбільше номерів пропонували готелі (276,4 тис.) та санаторії (122,3 тис.) [23, с. 57].

Найбільші ресурси розміщення були виявлені в Західнопоморському, Поморському та Малопольському воєводствах, які у 2020 році запропонували туристам 141,1 тис., 115,7 тис. і 95,5 тис. ліжко-місць відповідно, при цьому в Малопольському воєводстві переважну більшість (понад 90%) становили цілорічні місця, а у двох інших переважали сезонні місця [7].

У готельних закладах зупинилося понад 13 млн осіб, у тому числі найбільше (11,1 млн) з них розмістилися в готелях (23,5 млн у 2019 році). В інших туристичних об'єктах відпочило 4,8 млн туристів, з них найбільше у курортних закладах – 1,2 млн туристів. Популярністю користувалися також

бази відпочинку (31,9%), санаторії (54,5%), літні табори (32,5%), гуртожитки (30,7%), а також хостели та туристичні котеджні комплекси [7].

У 2020 році серед осіб, які проживали в туристичних закладах розміщення, було 2,3 млн іноземних туристів - 13% (у 2019 році – 21%). Найбільша кількість іноземних туристів перебувала в таких воєводствах: Західнопоморському (435,9 тис.), Мазовецькому (390,6 тис.) та Малопольському (367,1 тис.) [7].

У загальній кількості іноземців, які скористалися засобами розміщення, переважали туристи з Німеччини (797 тис.), України (206 тис.) та Великої Британії (186 тис.). Серед інших країн найбільше туристів прибуло з Чехії (73 тис.), США (69 тис.), Франції та Італії (64 тис.) [23, с. 60].

Не зважаючи на обмеження роботи туристичних закладів розміщення, спричинені пандемією, суттєвих змін у сезонності та інтенсивності туристичного руху в Польщі у 2020 році не спостерігалось (Рис. 1.2).

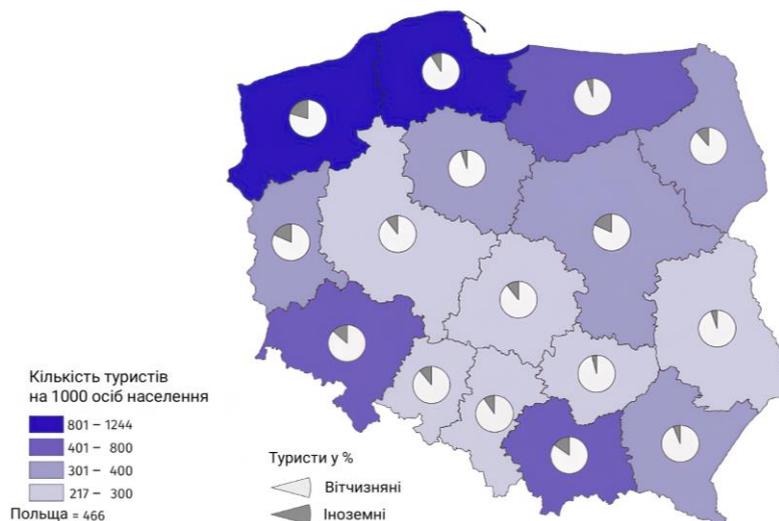


Рис. 1.2 Показник інтенсивності туристичного руху по воєводствах у 2020 році (дані GUS)

Як і в попередні роки, пік туристичного сезону припав на літні місяці (липень та серпень), коли 5,9 млн осіб, або 33,1% від загальної кількості туристів, скористалися засобами розміщення (у 2019 році цей показник становив 23,5%) [23, с. 61].

Коефіцієнт заповнюваності всіх закладів розміщення туристів у 2020 році становив 26,8% (у 2019 році – 40,6%) на 13,8% менше, ніж у 2019 році (Рис. 1.3).



Рис. 1.3 Заповненість туристичних закладів розміщення по місяцях (дані GUS)

Найвищі показники були зафіксовані в літні місяці: у липні – 38,3% та у серпні – 44,5%, але порівняно з попереднім роком вони були нижчими відповідно на 13,5 в. п. та 8,7 в. п. [23, с. 62].

Туризм є одним із секторів, які безпосередньо постраждали від наслідків пандемії COVID-19. Таким чином, запроваджені у 2020 році обмеження щодо пересування людей та діяльності, пов'язаної з наданням готельних послуг, призвели до суттєвого зменшення кількості гостей, які користувалися туристичними закладами розміщення. Один галузевий портал Gov.pl, який неодноразово інформував населення щодо ситуації в країні повідомив, що в Польщі діють найсуворіші обмеження щодо готелів у Європі. Власні дослідження та спостереження також підштовхнули мене до висновку, що на період 2020-2021 років готелі в Республіці Польщі, а саме в місті Познані суворо дотримувалися правил і ніяким чином їх не порушували.

Початок 2021 року не приніс суттєвих змін. Європа та Польща продовжували працювати над розробкою вакцини та проводити клінічні дослідження препаратів. Поступове зняття обмежень відбулося лише навесні. У

готелях одразу зросло завантаження, хоча це відбувалося поступово, тому лише через деякий час готельні заклади змогли як і раніше розпочати роботу та приймати більше гостей (Рис 1.4).



Рис. 1.4 Діаграма росту заповнюваності в готелях на період 2020-2021 років (дані STR)

Однак законодавство обмежило максимальну заповнюваність підприємств готельного бізнесу до 50%. У травні середній рівень бронювання в жодному з найбільших міст Польщі не перевищував 30 відсотків, при цьому найкращий результат зафіксовано в Тримісті 25,8 %, а найнижчий у Кракові - 12,7 %.

У 2021 році об'єктами розміщення туристів скористалися 22,2 мільйона туристів, які здійснили 62,8 мільйона ночівель. Порівняно з 2020 роком це на 22,3% більше відповідно. Рівень заповнюваності всіх туристичних закладів розміщення у 2021 році становив 32,3%, що на 5,5 в.п. більше, ніж у попередньому році [24, с. 76].

Станом на 31 липня 2021 року в Польщі працювало 9942 закладів розміщення туристів, тобто на 349 менше (3,4%), ніж у попередньому році. Окрім готелів (збільшення на 23 об'єкти), шкільних молодіжних гуртожитків (збільшення на 14 об'єктів) та санаторно-курортних закладів (збільшення на 11 об'єктів) [3].

З урахуванням стандарту наданих послуг з проживання, база розміщення складалася з 3949 готельних об'єктів та 5993 інших об'єктів. Серед готельних закладів найчисельнішою групою, як і в попередні роки, були готелі - 2521 та інші заклади готельного типу, до яких належали, зокрема, пансіонати та заїжджі двори. На кінець липня 2021 року таких закладів налічувалося 957, що на 2,6% менше, ніж у 2020 році.

На кінець липня 2021 року заклади розміщення пропонували туристам 784,2 тис. ліжко-місць, з яких 71,0% були цілорічними. У порівнянні з попереднім роком кількість вільних номерів була на 8,9 тис. (тобто на 1,1%) більшою. Показник щільності розміщення був таким самим, як і в попередньому році, і становив 2,5.

На один об'єкт розміщення туристів припадало в середньому 79 ліжко-місць (минулого року - 75). Як і у 2020 році, найбільшу кількість місць пропонували готелі (296,8 тис.) та курорти (117,8 тис.). Найбільший фонд розміщення був у Західнопоморському воєводстві - 144,2 тис., за ним йдуть Поморське та Малопольське воєводства, які у 2021 році запропонували туристам 111,3 тис. та 99,3 тис. місць відповідно, причому переважна більшість (91,6%) місць у Малопольському воєводстві були цілорічними, тоді як у двох інших переважали сезонні місця [3].

У 2021 році 22,2 млн туристів зупинялися в туристичних закладах розміщення, що на 4,3 млн більше (24,2%), ніж у попередньому році. Понад 16,6 млн осіб зупинялися на ночівлю в готельних об'єктах, з них найбільша кількість зупинялася в готелях 14,4 млн (тобто на 29,0% більше, ніж у 2020 році). В інших туристичних засобах було розміщено 5,6 млн туристів, з яких найбільша кількість перебувала в санаторіях - 1,5 млн (на 19,0% більше). Також цікавими для туристів були ночівлі в гостьових кімнатах та навчально-оздоровчих закладах, які розмістили на відпочинок 699,7 тис. (на 11,3% більше) та 690,8 тис. (на 26,9% більше) осіб відповідно. Ночівлею в санаторно-

курортних закладах у 2021 році скористалися 599,8 тис. осіб, що на 28,7% більше, ніж у 2020 році [24].

Найбільша кількість туристів зупинилася в закладах розміщення, розташованих у Малопольському воєводстві - 3,2 мільйона, на другому місці Мазовецьке воєводство - 3,0 мільйони й понад 2,0 мільйони в Західнопоморському, Нижньосілезькому, Поморському воєводствах.

Серед тих, хто зупинявся в закладах розміщення туристів у 2021 році, було 2,5 мільйона іноземних туристів, що становило 11,3% від загальної кількості мандрівників (12,7% у 2020 році) (Рис. 1.5).

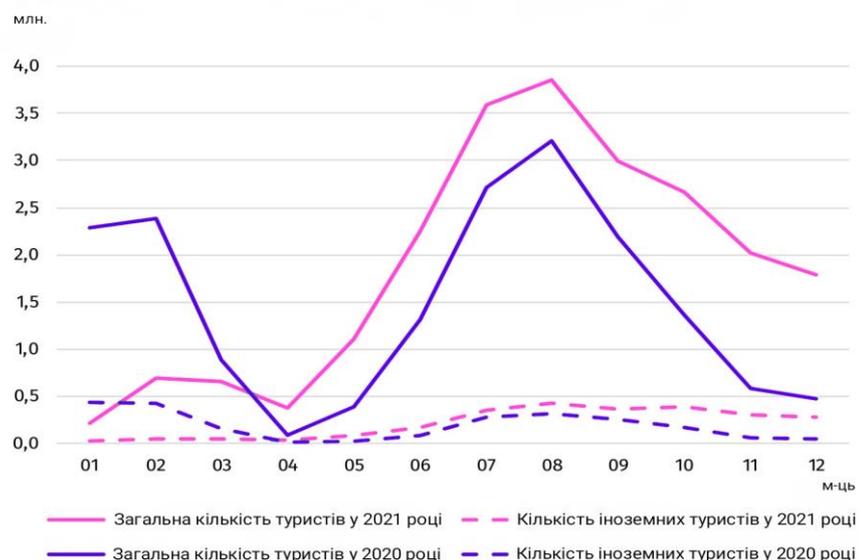


Рис. 1.5 Кількість туристів у закладах розміщення по місяцях (дані GUS)

Найбільша кількість іноземців зупинилася в Мазовецькому воєводстві (527,5 тис.), далі йдуть Західнопоморське воєводство (434,3 тис.) і Малопольське воєводство (409,7 тис.) [24, с. 75].

Основну частину загальної кількості іноземних туристів становили туристи з Німеччини (835,3 тис.), за ними йдуть громадяни України (208,8 тис.) та Великої Британії (132,9 тис.). З решти країн найбільша кількість туристів прибула зі Сполучених Штатів Америки (117,7 тис.). Туристи з Чехії (97,5 тис.), Франції (94,9 тис.), Литви (92,7 тис.) та Італії (86,5 тис.) також склали велику групу мандрівників у 2021 році [24, с. 76].

У порівнянні з 2020 роком найбільше зростання кількості іноземних туристів, які використовували туристичні заклади розміщення, відбулося в Мазовецькому воєводстві (на 35,1%), а найбільше зниження у Вармінсько-Мазурському воєводстві (на 15,9%).

Незважаючи на обмеження роботи туристичних закладів розміщення, спричинені пандемією, суттєвих змін у сезонності туристичного руху в Польщі у 2021 році не спостерігалось. Як і в попередні роки, пік туристичного сезону припав на літні місяці (липень та серпень).

У 2021 році в туристичних закладах розміщення надано 62,8 млн ночівель (на 22,3% більше, ніж у 2020 році). Найбільше туристів здійснили ночівлі у готелях – 29,1 млн (46,3%), курортах – 7,9 млн (12,5%) та санаторно-курортних закладах – 7,2 млн (11,4%) [24, с. 77].

Як і в попередні роки, також у 2021 році найбільше ночівель було надано у Західнопоморському воєводстві (11,9 млн), далі йдуть Малопольське (8,8 млн) та Поморське (8,0 млн). На вищезазначені воєводства припадає майже половина (45,7%) ночівель у туристичних закладах розміщення Польщі.

У 2021 році заповненість ліжко-місць у закладах розміщення туристів становила 32,3% (у 2020 році – 26,8%). Найвищі показники зафіксовані в літні місяці: у липні – 49,9% та у серпні – 52,4%.

Початок літа і довгі вихідні принесли зростання показників заповнюваності в усіх великих містах. Познань приймала два міжнародні змагання з веслування на байдарках і каное в перший і останній тиждень червня, вплив яких на готельний ринок міста можна дуже чітко побачити на графіку нижче (Рис. 1.6).

РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА: ПОМІТНЕ ЗБІЛЬШЕННЯ
ЗАПОВНЮВАНOSTІ ГОТЕЛІВ
Середньозважена зайнятість R7 днів (%), 2021

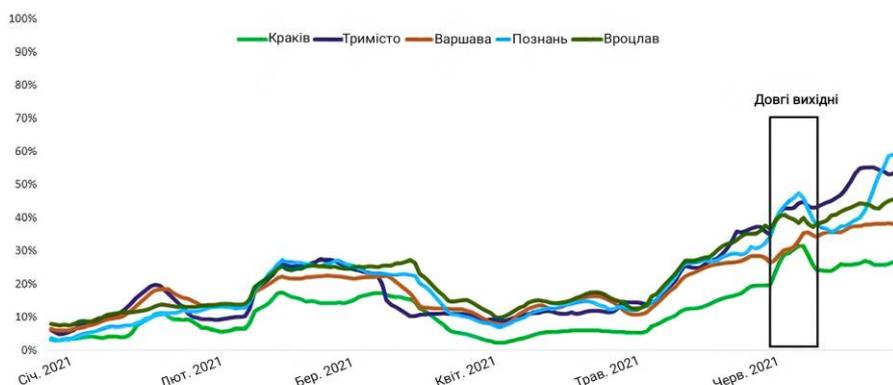


Рис. 1.6 Діаграма заповнюваності готелів в найбільших містах Польщі у 2021 році (дані STR)

Найвищий рівень зайнятості в червні знову було зафіксовано в готелях мережі Tricity. Дані з готелів Польщі демонструють картину, знайому з попереднього сезону. Популярністю починають користуватися курорти, в горах і на морі, на відмінну від невеликих міських агломерацій. Як ми бачимо, тенденція збереглася й до нині, дивлячись на показники рівня зайнятості готелів по всій Європі.

Період бронювання відзначився досить коротким терміном - від 7 до 14 днів. Регіони, орієнтовані на відпочинок, неабияк покращили своє становище та почали мати велику популярність.

Діловий і міжнародний трафік активно почав відновлюватися. Але разом з тим, багато компаній ще не повернули своїх співробітників до офісів, а складна система правил і вимог перешкоджають міжнародним поїздкам.

Як ми можемо спостерігати, контроль над поширенням вірусу та вакцинування дозволило нам поступово повернутися до нормального життя. Для готельної індустрії це означає повернення бізнес-клієнтів, проведення конференцій та зустрічей.

1.2. Дослідження готельного та туристичного бізнесу країни в 2022-2023 роках

У 2022 році туристичними закладами розміщення скористалися 34,2 млн туристів, які отримали 90,0 млн ночівель. Порівняно з 2021 роком це на 54,3% та 143,2% більше відповідно. Рівень заповнюваності всіх туристичних закладів у 2022 році становив 40,4%, що на 8,1 в.п. вище, ніж у попередньому році [8].

На збільшення кількості туристів вплинули два фактори: відсутність обмежень, спричинених пандемією Covid-19, у роботі закладів розміщення та збройна агресія Російської Федерації проти України, що призвела до масового напливу українських біженців до Польщі, які використовували здебільшого туристичні заклади розміщення.

Станом на 31 липня 2022 року в Польщі працювало 9766 туристичних закладів розміщення, що на 1,8% менше, ніж у попередньому році. Окрім готелів (збільшення на 48 об'єктів), мотелів (збільшення на 2 об'єкти), туристичних будинків та кемпінгів (збільшення на 1 об'єкт) та будинків творчості, відбулося зменшення кількості в усіх інших типах туристичних об'єктів. На кінець місяця заклади розміщення пропонували туристам 779 900 місць, з яких 71,7% були цілорічними. У порівнянні з попереднім роком кількість ліжко-місць була на 4,2 тис. (тобто на 0,5%) меншою. Показник щільності не змінився за рік [27].

Найбільша кількість закладів розміщення була у Західнопоморському воєводстві - 143,3 тис. ліжко-місць. За ним слідували Поморське та Малопольське воєводства, які у 2022 році запропонували туристам 110,9 тис. та 97,9 тис. ліжко-місць відповідно, при цьому в Малопольському воєводстві переважну більшість (91,8%) становили цілорічні місця, тоді як у Західнопоморському та Поморському переважали сезонні заклади. Один об'єкт розміщення туристів мав в середньому 80 ліжко-місць (79 роком раніше). Як і у 2021 році, найбільшу кількість місць пропонували готелі (302,8 тис.) та пансіонати (116,6 тис.) [27].

Відповідно до стандарту послуг, що надаються, база розміщення складалася з 3974 готельних об'єктів та 5792 інших об'єктів. Серед готельних засобів найчисельнішою групою, як і в попередні роки, були готелі - 2569 та інші заклади готельного типу, до яких належали, зокрема, пансіонати та заїжджі двори. На кінець липня 2022 року таких закладів було на 933 (на 2,5%) менше, ніж у 2021 році [24, с. 62].

Серед інших закладів найчисельнішими були гостьові кімнати/приватне житло - 1937 закладів (на 3,5% менше, ніж роком раніше) та пансіонати - 918 закладів, кількість яких у 2022 році зменшилася на 3,1% [27].

У 2022 році в туристичних закладах зупинилося 34,2 мільйона туристів, а це на 12,1 млн більше (тобто на 54,3%), ніж у попередньому році. Готельні заклади розмістили 27,2 млн осіб, з яких більшість зупинилися в готелях 23,8 млн (тобто на 65,6% більше, ніж у 2021 році). Інші туристичні об'єкти розмістили 7,1 млн туристів, з яких найбільша кількість зупинилася на курортах - 1,8 млн (на 23,5% більше). Також популярними серед туристів були ночівлі в гостьових будинках та навчально-оздоровчих комплексах, які розмістили 891,6 тис. (на 27,4% більше) та 864,9 тис. (на 25,2% більше) осіб відповідно. Ночівлею в санаторно-курортних закладах у 2022 році скористалися 832,9 тис. осіб (на 38,9% більше, ніж у 2021 році) [24, с. 65].

За даними GUS загальна кількість туристів активно зросла в порівнянні з 2021 роком (Рис. 1.7).

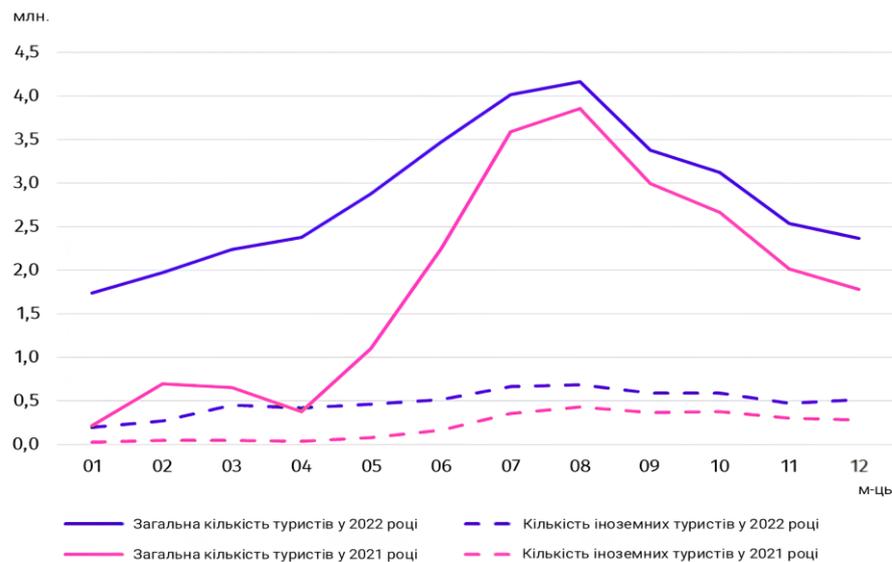


Рис. 1.7 Кількість туристів у закладах розміщення по місяцях (дані GUS)

Найбільша кількість туристів зупинялася в закладах розміщення, розташованих у Мазовецькому воєводстві (5,9 млн), далі йдуть Малопольське воєводство (5,2 млн), а також Нижньосілезьке (3,7 млн), Західнопоморське та Поморське воєводства (по 3,3 млн) [25, с. 74].

У порівнянні з 2021 роком зростання кількості туристів, які використовували готельне розміщення, було зафіксовано у всіх воєводствах, з найбільшим зростанням у Мазовецькому воєводстві (на 94,7%), а найменшим - у Вармінсько-Мазурському воєводстві (на 28,6%) [25, с. 86].

Серед тих, хто зупинявся в туристичних закладах розміщення у 2022 році, було 5,8 млн іноземних туристів, і вони становили 17,1% від загальної кількості мандрівників (11,3% у 2021 році). Найбільша кількість закордонних осіб перебувала в Мазовецькому воєводстві (1,5 млн), за ним йдуть Малопольське (1,2 млн) та Західнопоморське (0,7 млн) воєводства [25, с. 74].

У загальній кількості іноземних туристів, які користувалися базою розміщення, найчисленнішими були туристи з Німеччини (1,4 млн). За ними йдуть туристи з України (962,4 тис.) та Великої Британії (429,0 тис.). З решти країн найбільша частка прибуттів спостерігалася зі Сполучених Штатів

Америци (397,6 тис. осіб), Чехії (227,6 тис.), Литви (223,2 тис.), Франції (160,3 тис.) та Італії (152,8 тис.) [8].

Пік туристичного сезону, як і в попередні роки, припав на літні місяці, коли закладами розміщення скористалися 8,2 млн осіб, або 23,9% від загальної кількості туристів (у 2021 році - 33,5%) [27].

У 2022 році заповнюваність закладів розміщення туристів становила 40,4%. Найвищі показники були зафіксовані в літні місяці: у липні 53,2% та у серпні 53,8%, а порівняно з попереднім роком вони були вищими на 3,3 в.п. та 1,4 в.п. відповідно [24, с. 75].

Таблиця 1.2

Використання готельних закладів розміщення туристів у 2022 році

Види готельних об'єктів	Туристи, які користуються послугами ночівлі		Надання житла		Рівень заповнюваності (у %)
	Загалом	Іноземні туристи	Загалом	Іноземні туристи	
	у тисячах				
<i>Разом</i>	3 4249,0	5846,6	89 953,8	14 759,2	40,4
<i>Готельні заклади</i>	27 175,3	5 268,3	55 235,2	12 253,4	41,3
<i>Готелі</i>	23 780,2	4820,3	46 778,0	10740,9	43,2
<i>Мотелі</i>	186,2	20,8	323,7	34,4	27,4
<i>Пансіонати</i>	578,4	53,7	1 498,7	135,9	28,9
<i>Інші готельні об'єкти</i>	2630,6	373,5	6 634,9	1 342,3	34,6

У 2022 році біженці з охопленої війною України також користувалися послугами закладів розміщення туристів. На відміну від українців, які оплачували своє перебування власним коштом, бронюючи житло особисто в об'єкті розміщення, телефоном або через портали бронювання (наприклад, Booking.com), перебування біженців фінансувалося завдяки зовнішнім фондам або самого об'єкту проживання.

У період з березня по грудень 2022 року в базі розміщення було зареєстровано 567,4 тис. біженців. Житлом користувалися як ті, хто шукав

притулку в країні, так і ті, хто розглядав Польщу як транзитну країну. Найбільше біженців перебувало в об'єктах, розташованих у Мазовецькому воєводстві 126,1 тис., а також у Малопольському (88,3 тис.) і Нижньосілезькому (47,4 тис.) воєводствах [24, с. 76].

У I кварталі 2023 року туристичними засобами розміщення скористалися 7,0 млн туристів, які отримали 17,4 млн ночівель. Порівняно з I кварталом 2022 року кількість туристів, які зупинялися в закладах розміщення, збільшилася на 18,1% [25, с. 80].

За результатами проведеного дослідження засобів розміщення туристів, 7,0 млн відвідувачів скористалися послугами закладів ночівлі в I кварталі цього року, з яких 5,7 мільйона були внутрішніми, а 1,3 мільйона - іноземними туристами. У порівнянні з I кварталом 2022 року загальна кількість туристів зросла на 18,1%, з них число внутрішніх туристів зросло на 13,2%, іноземних - на 45,1% (Рис. 1.8).

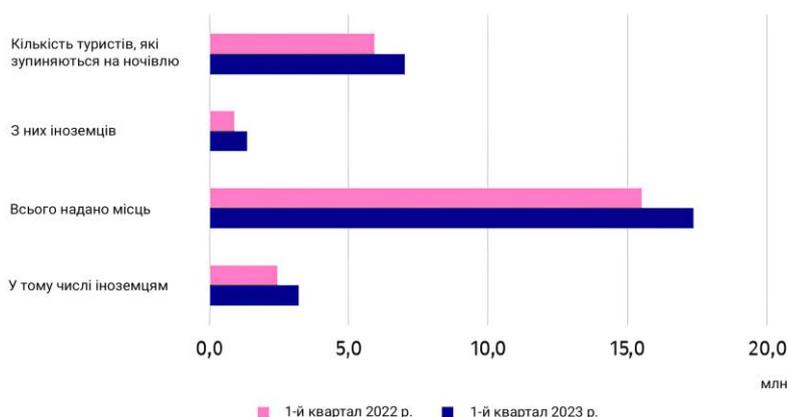


Рис. 1.8 Кількість туристів, які перебувають у закладах розміщення та надані їм ночівлі (дані GUS)

Серед іноземних туристів найчастіше об'єктами розміщення користувалися гості з Європи - 1,2 млн. Вони склали 86,0% від усіх закордонних гостей, що на 44,6% більше, ніж в I кварталі 2022 року. Найбільша кількість туристів прибула з Німеччини (284,4 тис.). На другому місці були громадяни України (222,5 тис.), а на третьому - Великобританії (140,4 тис.). Туристи з трьох вищезгаданих країн склали в цілому 48,1% від загальної

кількості іноземців, які скористалися послугами розміщення в туристичних об'єктах Польщі в 1 кварталі 2023 року [25, с. 80].

Порівняно з аналогічним періодом попереднього року, у 14 з 20 типів туристичних закладів спостерігалось зростання кількості туристів. Найбільше збільшилась чисельність гостей у кемпінгах (на 102,1%). Також суттєво зросла кількість туристів у молодіжних гуртожитках (на 56,4%), будинках творчості (на 39,8%) та хостелах (на 29,9%). Відвідувачі у 1 кварталі 2023 року найчастіше обирали для проживання готелі, де зупинилося 5,3 млн осіб. Ночівлю в цих закладах скористалися 73,4% всіх внутрішніх туристів та 84,4% всіх іноземних туристів [25, с. 80].

Збільшення кількості туристів, які зупинилися на ночівлю, порівняно з першим кварталом 2022 року, зафіксовано в усіх воєводствах, а найбільше – у Мазовецькому воєводстві (на 28,3%). Найменше зростання зафіксовано в Підкарпатському воєводстві (на 0,3%). Майже половина туристів (48,4%), які зупинилися на ночівлю, зупинилися в трьох воєводствах: Мазовецькому, Малопольському та Нижньосілезькому (загалом 3,4 млн осіб) [25, с. 81].

За перші три місяці 2023 року туристам було надано 17,4 мільйона ночівель, що на 12% більше, ніж торік. Внутрішні туристи скористалися 14,2 мільйонами номерів, а міжнародні 3,2 мільйонами, що на 8,2% та 32,6% більше. Туристи найчастіше обирали готелі, де вони провели 10,4 мільйона ночівель [28].

Коефіцієнт заповнюваності збільшився на 5,7 в.п. порівняно з аналогічним періодом минулого року до 44,9%. У готелях у першому кварталі було орендовано 7,1 мільйона номерів (6 мільйонів за аналогічний період 2022 року) [28].

Ситуація на готельному ринку Польщі у 2023 році була динамічною. Після вдалого початку року червень і липень дали трохи гірші результати. Заповненість готелів під час курортного сезону була вищою, ніж у 2019 році до пандемії коронавірусу. У серпні, який був найкращим місяцем для готельєрів, середня завантаженість склала 70%. У липні – 60%, у червні – 50% [28].

Успіх готельного ринку Польщі у 2023 році є результатом кількох факторів, зокрема:

- помірний клімат, що робить країну привабливим місцем для відпочинку влітку;
- хороша інфраструктура, включаючи доступ до аеропортів, залізниць і автомагістралей;
- дедалі вищий рівень достатку польського суспільства;
- великий туристичний потенціал країни, включаючи прекрасну природу та багату історію.

Єдина проблема, з якою бореться польський готельний ринок, це висока інфляція. Зростання цін на енергоносії, харчові продукти та інші товари й послуги призводить до зростання витрат на ведення готельного бізнесу, що обмежує прибутки.

Проте загалом підсумки 2023 року доволі сприятливі, про що свідчать дані STR, який відстежує завантаженість та середні ціни на найбільших міських ринках.

Доходи від доступної кімнати RevPAR (середній прибуток у перерахунку на один номер) вже були вищими, крім Кракова, попри гірший перший квартал. Наповнюваність ще не повернулася на попередній рівень через відсутність іноземних гостей – але середні ціни у другій половині року були значно більшими. Це ще не переконує банки відновити фінансування нових інвестицій у готелі, але вони все одно починаються. Будівництво триває у Варшаві, Кракові, Вроцлаві, Лодзі, Познані та Катовіце, анонсуються нові проєкти, що свідчить про повернення оптимізму серед інвесторів. Справжній інвестиційний бум відбувається в туристичних регіонах, хоча тут вони здебільшого фінансуються в системі кондомініуму, що може викликати певні проблеми в майбутньому [8].

Готельний ринок країни виглядає позитивним. Як оператори об'єктів, так й інвестори вказують на Польщу як на найкраще місце для роботи. У найближчі роки очікується подальше збільшення кількості гостей, подолання кризи

шляхом високого внутрішнього попиту, а також подальші інвестиції в готельний бізнес.

1.3. Виклики сучасності та їх вплив на діяльність готельних підприємств

Доступність вакцин і нижчий рівень зараження Covid-19 означали, що ринок очікує відновлення або принаймні деяка стабілізація у 2022 році. Однак після двох важких років перед готельною індустрією з'явився ще один виклик, пов'язаний з наступом російських військ на Україну. З 24 лютого в секторі знову відбуваються проблеми й постає питання, що робити далі.

Багато польських закладів надали українцям безоплатне проживання. Проте не всі українці потребували прихистку та допомоги. Невелика частина людей, які приїжджали з-за східного кордону, мали готівку і могли самостійно організувати проживання. Багато компаній, які мають філії в Україні, вирішили привезти своїх співробітників та їхні сім'ї до Польщі, оплативши розміщення в готельних закладах. Парадоксально, але в перші місяці війни в готелях була зафіксована дуже хороша наповнюваність, що навряд чи є довгостроковою тенденцією.

Як зазначають фахівці компанії Emmerson Evaluation, збройний конфлікт на східному кордоні має негативні наслідки для польського готельного ринку. Іноземні туристи, сприймаючи Польщу як прифронтову країну, злякалися потенційної загрози й почали відмовлятися від запланованих поїздок та проживання в місцевих готелях. Зараз бронювання здійснюється дуже пізно, навіть безпосередньо перед прибуттям. Польські туристи, побоюючись наслідків економічного конфлікту та прискореної інфляції, також утримуються від рішення бронювати житло [15].

Додатковою проблемою є рекордно висока інфляція. З гострою проблемою подорожчання енергоносіїв борються всі підприємці, в тому числі готельєри. Інфляційний тиск і збільшення операційних витрат готелю змушують індустрію збільшувати кількість послуг. Становище споживачів, чії

гроші втрачають цінність, в довгостроковій перспективі може знизити попит на готельні та громадські послуги [15].

Беручи до уваги загальні умови розвитку готельної індустрії в Польщі, економічні чинники, безсумнівно, є найважливішими, оскільки вони визначають розвиток туристичної галузі в Польщі. Виходячи з дослідження А. Панасюка та Д. Шостака, їх можна перерахувати в такому порядку [9, 22]:

- політична та економічна ситуація в країні;
- географічне та кліматичне положення;
- привабливість країни та її регіонів;
- стан безпеки та зв'язку;
- багатство суспільства та його туристична обізнаність;
- стан розвитку як внутрішнього, так і міжнародного туризму;
- потреби бізнесу з точки зору попиту на готельні послуги.

Економічна ситуація протягом наступного року точно не покращиться різко, і фахівці прогнозують, що перші помітні падіння інфляції відбудуться лише в середині 2024 року. Попри складні економічні умови, не втрачаємо надії. Готельну індустрію чекає дуже активний рік, який супроводжуватиметься численними спортивними та культурними подіями, що сприятиме збільшенню туристичного потоку [26].

Ринок готельної нерухомості під час пандемії постраждав найбільше з усіх секторів. Багато вказує на те, що на нього також найбільше вплине нинішня ситуація – нестабільна економіка, інфляція і насамперед війна в Україні. Залежно від того, коли завершиться конфлікт на східному кордоні та наскільки швидко вдасться побороти інфляцію та стабілізувати економіку, можна буде більш точно прогнозувати майбутнє галузі. Однак готельній індустрії не вперше доводиться адаптуватися до нової реальності. Ринок стає все більш зрілим, і готельєри, навчені досвідом пандемії, все краще справляються з несприятливими умовами [15].

На думку аналітиків, сучасна готельна індустрія має адаптуватися до постпандемічних та інфляційних звичок гостей. Очікується, що наступного

року на ринку домінуватимуть спонтанні та короткі бронювання людьми, які подорожують з невеликим багажем. Тому перевагу отримають заклади, які гарантують швидке та зручне онлайн-бронювання зі зручними способами оплати. Отримати бронювання має допомогти не лише автоматизований онлайн-маркетинг, а й доповнена реальність, яку починає використовувати все більше об'єктів у всьому світі [26].

Також варто звернути увагу на тенденції – стан об'єктів покращать сучасні технології. Вони дозволять готельєрам краще справлятися з нестачею персоналу, оптимізувати й автоматизувати роботу готелю, а також дозволять отримати більше бронювань.

Самообслуговування і незалежність - один із трендів, який наступного року стане постійним і розвиватиметься. Це можна реалізувати не лише через дедалі популярніші кіоски самообслуговування, а й через додатки, які зроблять гостей незалежними. Кіоски дозволять не тільки самостійно зареєструватися або оплатити бронювання, але й нададуть всю необхідну інформацію та зменшать черги на стійку реєстрації. Відтепер, завдяки додаткам заклади отримали можливість двостороннього зв'язку, що дозволяє персоналу швидше реагувати на потреби гостей, підвищити комфортність їх перебування в закладі та оптимізувати роботу рецепції [26].

Атмосфера невизначеності, що оточувала галузь, і повторна поява обмежень змусили кожного забезпечити собі не тільки комфортне, але й безпечне перебування. Протягом цього часу було докладено зусиль для обмеження контактів між гостями та використання автоматизованих процесів бронювання.

Саме завдяки новим технологіям галузь змогла значно швидше відновити свій потенціал. Впроваджені рішення дозволили готельєрам не тільки гарантувати безпеку, але й впоратися з дефіцитом персоналу в цей складний час. За оцінками, під час пандемії з роботи в готельній індустрії звільнилося до 100 000 людей [26].

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА НА ПРИКЛАДІ НАЙБІЛЬШИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

2.1. Готельні мережі та їх бренди: чим відзначилися та чого чекати в майбутньому

Готельний бренд - це ідентичність, яка об'єднує групу готелів в очах клієнтів. Ця особливість генерується маркетингом у вигляді дизайну, символів і слів. За допомогою фірмового стилю готелі можуть відрізнитись від своїх конкурентів. Крім того, окрім фірмового образу, який представляється клієнту, готельні бренди часто мають певні стандарти якості та деталі, яких повинен дотримуватися кожен готель, що входить до складу торгової марки. Все це сприяє створенню більш вираженої ідентичності бренду.

Таблиця 2.1

8 найбільших готельних мереж, які активно працюють та розвивають готельну індустрію Польщі

Назва готельної мережі	Кількість кімнат	Кількість об'єктів	Нові об'єкти 2022-2023 (всього номерів)	Плани до кінця 2023 року (всього)

				кімнат)
1. ACCOR	13 959	86	Mercure: Білосток, Шклярська Поремба; ibis Styles: Щецин (393)	Конверсія — ibis Styles: Варшава (124)
2. GRUPA POLSKI HOLDING HOTELOWY	5819	53	Придбання курортних мереж Interferie, Elbest, Geovita та Podczele- Kolobrzeg	—
3. HILTON	4645	29	Curio Collection by Hilton: Краків; Hampton by Hilton: Лодзь Краків- Баліце, Білосток, Сважендз (664)	—
4. MARRIOTT INTERNATIONAL	4347	22	Autograph Collection: Варшава; Tribute Portfolio: Краків; Маху: Щецин (268)	Autograph Collection: Краків (125)
5. RADISSON HOTEL GROUP	3991	18	Radisson Blu: Оструда; Radisson Red: Гданськ; конверсія — Radisson Individuals:	—

			Познань (440)	
6. LOUVRE HOTELS GROUP	3168	24	Royal Tulp: Ввршава; Sampanile: Краків, Kyriad: Старгард (645)	Kyriad: Войцешнице; конверсія — Kyriad: Вроцлав; Tulip Inn: Вроцлав (203)
7. GRUPA ARCHE	3101	17	—	Fabryka Samolotów: Мельно (120)
8. IHG	2548	15	—	Holiday Inn Resort: Шклярська Поремба (87)

Протягом останніх кількох років нові готельні бренди та мережі виходять на ринок з неймовірною швидкістю, оскільки інвестори зацікавилися послідовним підвищенням рівнів ADR і OCC у великих містах, а міжнародні готельні мережі активізували розвиток своїх брендів [10].

1. Accor - найбільша готельна мережа в Польщі, що має близько 14 938 номерів у 91 готелях під вісьмома брендами, найбільшим з яких вважається Mercure з понад 4 300 номерами у 26 закладах [13].

Основні досягнення, майбутні проєкти та пропозиції компанії Accor:

- Під брендом Mercure відкрився готель на 92 номери в Білостоці, який належить Hotel City Interhotels, власнику єдиного 5-зіркового готелю в цьому місті й на всьому Підляшші - Royal & Spa, і в Шклярській Порембі на 140 номерів, яким управляє компанія Condo pl.

- Відкрито готель ibis Styles у Щецині із загальним номерним фондом майже 400 номерів.

- Готель Kasprowy в Закопане, придбаний в Orbis, вийшов з-під бренду Mercure. Однак власники з самого початку планували, що після закінчення 10-річної франшизи, яка була частиною договору купівлі-продажу, вони почнуть керувати готелем під власним ім'ям, тому зараз підприємство працює як незалежний Bachleda Hotel Kasprowy.

- На відновленому курорті Orle Gniazdo у місті Щирк, під брендом Mercure будується один з найбільших готельних комплексів у Польщі, з 447 номерами, що продаються як кондомініуми. Готель матиме величезний простір для розміщення в ньому конференц-залів, виставкових площ, аквапарку, вертолітного майданчика тощо. Наразі тривають будівельні роботи в оновленій будівлі, відкриття готелю заплановане на наступний рік, а також призначено нового генерального директора - Мацея Книрека, який донедавна очолював Park Inn by Radisson у Познані.

- У Вроцлаві та Карпачі відкриваються нові для Польщі готелі під брендом Mövenpick.

- На початку серпня 2023 року у Варшаві розпочав роботу ibis Styles Airport на 124 номери, який замінив відкритий у 2012 році Holiday Inn Express Airport у комплексі Poleczki Park із шістьма офісними будівлями.

- У 2021 році були підписані контракти на готелі Mövenpick у Познані на Мальтійському озері, будівництво яких ще не розпочалося, та у Закопаному, на території колишнього Імператорського курорту.

Отже, протягом останніх років під брендами мережі Ассор було відкрито три готелі: два готелі Mercure у Білостоці та Шклярській Порембі, а також готель ibis Styles у Щецині із загальною кількістю майже 400 номерів. На жаль, мережа залишила Mercure в Закопане зі 188 номерами, який зараз працює як незалежний Bachleda Hotel Kasprowy. Mercure у Щирку на 447 номерів знаходиться на стадії будівництва, а у Вроцлаві та Карпачі відкриваються нові для Польщі готелі під брендом Mövenpick. Пізніше під брендом ibis Styles у

Варшаві запрацював колишній готель Holiday Inn Express Airport Warsaw на 124 номери [14].

2. Grupa Polski Holding Hotelowy нараховує понад 50 об'єктів з майже 6 тисячами номерів. РНН є лідером з найбільшим досвідом, який співпрацює з провідними світовими готельними мережами, такими як Marriott International, Hilton International, Best Western Hotels & Resorts, InterContinental Hotels Group і Louvre Hotels Group.

Основні досягнення, майбутні проекти та пропозиції компанії РНН:

- На початку 2019 року було оголошено, що мережа готелів AMW з 1 000 номерів у більш ніж десяти об'єктах, а також кілька компаній, в тому числі готелі Korernik в Ольштині та в Катовіце, будуть включені до структури РНН.

- Другим етапом консолідації стала купівля мереж "Interferie", "Elbest" і "Geovita" (а також підприємства "Holtur" з реабілітаційно-відпочинковим центром "Колобжег-Подчеле").

- Наприкінці минулого року розпочався третій етап - генеральна реконструкція готелів під світовими брендами, на яку РНН отримала 600 млн злотих з Фонду реприватизації.

- Завершено реконструкцію фасаду та даху готелю Royal у Кракові, який працюватиме під брендом Le Meridien.

- Триває процес модернізації інших об'єктів, які увійшли до групи РНН. Вже завершено роботи в готелі "Cassubia" в місті Хель (за власні кошти компанії), а також планується закінчення робіт на курорті Загронь. Тривають роботи в готелі Rucerski в Щецині та готелі Korernik в Торуні, які мають невдовзі завершитися.

- Готель "Mazowiecki" у центрі Варшави, який перейшов у власність AMW, був повернутий Агентству військового майна, оскільки інвестувати в нього було неможливо через претензії щодо реприватизації.

- Що стосується придбаних цього року мереж з понад 20 об'єктами, зокрема готелів Interferie у Свіноуйсьці, Wolin у Мендзиздрі та Krupica в

Криниця-Здруї, то вони перебувають на початку інвестиційного процесу, а їхні потреби в цей час аналізуються.

- У 2021 році компанія спеціального призначення, створена РНН та Polski Holding Nieruchomości, завершила процедуру купівлі готелю Regent на 246 номерів у Варшаві за 130,5 млн злотих.

- У 2022 році РНН досягла доходів у розмірі понад 222 мільйони злотих. Найкращі результати показали 5-зірковий Renaissance Airport у Варшаві - 490 злотих при заповнюваності понад 80% та готель Holiday Inn Express, який досягнув рівня зайнятості у 80% і середньої ціни 411 злотих.

Таким чином, РНН є найбільшою готельною групою в Польщі. До її складу увійшли три мережі - Interferie (KGHM), Elbest (PGE) та Geovita (PGNiG). В результаті компанія збільшилася майже вдвічі й зараз налічує близько 5 800 номерів у більш ніж 50 готелях та інших об'єктах. Наприкінці 2023 року розпочався масштабний процес реконструкції готелів, придбаних на першому етапі консолідації брендів Marriott, IHG та BWH Hotel Group. Очікується, що незабаром РНН також оголосить про плани щодо свого нового софт-бренду [14].

3. Hilton - готельний бренд з майже 5000 готелів по всьому світу анонсує нові можливості. Протягом останніх п'яти років мережа Hilton відкривала в Польщі в середньому два об'єкти на рік, та наразі група має намір подвоїти цей результат. Усе тому, що попит зростає в сегментах індивідуальних та бізнес-клієнтів.

Подібно до того, як Hilton закріпив за собою позицію №2 серед світових готельних мереж у Польщі після Assor, коли її номерний фонд перевищив 4 500 номерів, Hampton by Hilton став другим готельним брендом у Польщі за кількістю об'єктів (18), нарівні з ibis Styles, після Mercure, і третім за кількістю номерів (понад 2 500) після Mercure і Novotel.

Основні досягнення, майбутні проекти та пропозиції компанії Hilton:

- Минулого року збіглися відкриття проєктів готелю у Лодзі на 149 номерів, а також у Сважендзі на 103 номери. Незабаром було розпочато будівництво.

- Ще два готелі будуються в Тарнові-Підгірному, поблизу Познані, на 135 номерів, і в східній частині Щецина на 106 номерів, відкриття яких заплановане на 2024 рік.

- Контракт на будівництво готелю Hampton на 124 номери в центрі Зеленої Гури був підписаний у 2019 році. Antczak Group, яка раніше відкрила Hampton у Каліші, поки що не розпочала інвестиції через брак банківського фінансування.

- У 2024 році також має відкритися 115-кімнатний готель Hilton Garden Inn у центрі Радома від компанії Unirest, яка також володіє комплексом DoubleTree by Hilton Hampton by Hilton у Кракові та Hamptons у Гданську та Освенцимі. Інвестиції в реконструкцію історичного палацу, поєданого з новою частиною, були призупинені через пандемію, але були відновлені минулої осені [29].

- У березні минулого року мер міста Ольштин Петр Гржимович оголосив, що видав дозвіл на будівництво 18-го готелю мережі Hilton на озері Укель, який відповідатиме світовому рівню, оскільки матиме п'ять зірок. На жаль, проєкт потрібно розглядати в перспективі щонайменше п'яти років, якщо він взагалі буде побудований.

- Контракт на будівництво готелю Hampton біля аеропорту Вроцлава на близько 100 номерів, який досі не був офіційно оголошений, був підписаний, але поки немає жодних ознак того, що ця інвестиція зрушила з місця, хоча інвестором є компанія, що належить аеропорту Вроцлава.

- Найбільшою подією минулого року не лише в масштабах мережі, але й усієї польської готельної індустрії стало відкриття розкішного готелю Saski Krakow, Curio Collection by Hilton на 117 номерів у Старому місті в трьох з'єднаних між собою таунхаусах. Він належить компанії Abriz відомого інвестора ринку одягу Яна Пільха. І хоча Краків зараз не є найкращим ринком

для розкішних готелів, сама будівля добре представила даний бренд у Польщі, пропонуючи найвищу якість в інтер'єрах, де історичні деталі були ретельно відреставровані.

Загалом, компанія Hilton була найбільш динамічно розвинутою мережею готелів у Польщі минулого року. Вона відкрила цілих п'ять готелів з більш ніж 660 номерами: чотири готелі Hamptons by Hilton в аеропорту Краків-Баліце, в Лодзі, Білостоці та Сважендзі, а також у Кракові - перший в Польщі готель під софт-брендом Curio Collection by Hilton. Останній одразу ж отримав титул "Дебют року 2022" в номінації "Готельєр" та переміг у конкурсі "Готель з ідеєю". Наступного року планується запуск ще двох "Хемптонів" - у Щецині й Тарнові-Підгірному. А також Hilton Garden Inn у Радомі [14].

4. Marriott - третя за величиною міжнародна мережа готелів у Польщі, що має понад 4300 номерів у 22 об'єктах під десятима брендами. Минулого року мережа розширилася майже на 270 номерів.

Основні досягнення, майбутні проєкти та пропозиції компанії Marriott:

- У березні 2023 року в Щецині відкрився четвертий готель під брендом Моху в Польщі на 121 номер. Він доповнює 134-кімнатний Courtyard by Marriott, який відкрився у 2021 році в комплексі Poseidon. Оператором готельної частини є естонська компанія Legend Hotels, яка також управляє готелями Sopot Marriott і Sound Garden в Польщі.

- У листопаді минулого року відкрилися два готелі під новими брендами. У Варшаві, біля Королівського замку, в об'єднаному палаці Браницьких і Шанявських, відкрився 94-кімнатний готель Verte, Autograph Collection - з вищого сегмента Budizol, який також володіє готелями Indigo у Варшаві та Holiday Inn у Бидгощі. Тим часом Garamond Tribute Portfolio - з сегмента висококласних готелів - під управлінням Portfel Inwestycyjny Apartamenty & Hotele, який також є оператором AC by Marriott у Кракові, відкрився в міському парку Плани у старовинній будівлі.

- В Гданську, серед інших запланованих будівництв, з'являться також готелі Renaissance Tribute Portfolio.

- У квітні 2023 року було відкрито готель Autograph Collection 12/14 Stradom House на 125 номерів неподалік від Вавельського замку. Згідно із заявами інвестора, яким є розробник Angel Poland Group, що раніше брав участь, зокрема, у відкритті готелів DoubleTree by Hilton та The Granary у Вроцлаві, це має бути найрозкішніший готель у Кракові [1].

- Третій готель Autograph Collection у Польщі буде побудований у відреставрованому палаці Хацфельд у Старому місті Вроцлава. Угоду підписав розробник Rafin, а будівництво планується розпочати наприкінці 2023/2024 року, після завершення реконструкції колишнього Гранд-готелю (довоєнний Hotel Du Nord – Hotel Północny), який працюватиме під новим міжнародним готельним брендом Mövenpick.

- Marriott підписав контракти ще на понад 20 готелів у Польщі. Наразі робота ведеться над кількома з них. У Вроцлаві, в бізнес-парку Business Garden від Vastint, будується апарт-готель на 116 номерів, який працюватиме під одним з брендів апарт-готелів Marriott.

- Наприкінці минулого року Polski Holding Hotelowy розпочав генеральну реконструкцію готелів-близнюків Wieniawa у Вроцлаві та Ikar у Познані, кожен з яких має приблизно 160 номерів і працюватиме під брендом Four Points by Sheraton.

- У Кракові під брендом Le Meridien працюватиме готель Royal, що належить групі РНН, на 120 номерів в історичній будівлі. Нещодавно завершилися роботи з реставрації історичного фасаду, а навесні буде обрано генерального підрядника для решти проекту.

- Триває підготовка до будівництва готелю Моху на 267 номерів у Варшаві. Партнером виступає турецька група інвесторів, яка вже відкрила готель Hampton by Hilton Reduta у Варшаві та розпочала інвестиції в комплекс Campanile Premiere Classe в Окенці на місці знесеного готелю Sangate (колишній Gromada Lotnisko).

- З іншого боку, інвестиції, підписані ще до пандемії, все ще перебувають у стані очікування, наприклад, для AC by Marriott у Познані (150 номерів у колишньому універмазі Kupiec Poznański), Маху в Любліні (120 номерів), Renaissance on Wyspa Spichrzów у Гданську (250) або Four Points by Sheraton в аеропорту Гданська (170). Те саме стосується угоди, укладеної в середині минулого десятиліття з Polski Holding Nieruchomości на комплекс Residence Inn-Моху на 300 номерів біля Galeria Mokotów, яким мав керувати Polski Holding Hotelowy.

- За неофіційною інформацією, в Катовіце біля Центрального залізничного вокзалу в ряді багатоквартирних будинків, придбаних у 2016 році медичною групою Epione Group, мав бути побудований комплекс Tribute Portfolio Fairfield з двома брендами, приблизно на 100 номерів у кожному, але інвестиції ще не розпочалися.

Отже, минулого року було відкрито чотири готелі під брендами мережі Marriott, у тому числі два під софт-брендами, які дебютували в Польщі - Autograph Collection у Варшаві та Tribute Portfolio у Кракові, а також Моху у Щецині. Ще один Autograph Collection було відкрито у Кракові, а в бізнес-парку у Вроцлаві будується об'єкт під одним із брендів мережі апарт-готелів [14].

5. Radisson Hotels - міжнародна мережа готелів зі штаб-квартирою у США. Підрозділ Radisson Hotel Group управляє брендами Radisson Blu, Radisson Red, Radisson Collection, Country Inn & Suites та Park Inn by Radisson. Готельна мережа включає понад 1600 активних готелів у 120 країнах світу. На цей час, в Польщі розташовано 18 готелів Radisson Hotels.

Основні досягнення, майбутні проєкти та пропозиції компанії Radisson:

- Готель Radisson Blu Resort & Conference Ostróda, відкриття якого спочатку було заплановано на 2020 рік, з 238 номерами, аквапарком, конференц-центром на 1 000 осіб і великою спа-зоною, відкрився на рубежі

січня і лютого минулого року. Це єдиний готель міжнародної мережі в Мазурському регіоні, а також найбільший у Вармінсько-Мазурському воєводстві. Інвестором виступає компанія Europlan, яка також готує готелі у Варшаві, Карпачі та Закопане. Об'єкт знаходиться в управлінні мережі Radisson.

- Водночас, перший Radisson Red у Польщі під цим брендом несподівано відкрився у серпні в Гданську на острові Wyspa Spichrzów, хоча він є доволі незвичним, оскільки має 30 номерів в окремій будівлі, в якій також розташований ресторан на відкритому повітрі, без будь-яких додаткових готельних функцій, окрім стійки реєстрації.

- Контракт на перший готель під брендом Radisson Red на 230 номерів у Кракові був підписаний ще у 2017 році. Готель мав відкритися у 2020 році в одному з будинків комплексу Unity Centre, який вже був повністю введений в експлуатацію два роки тому, але роботи над Radisson так і не розпочалися [1].

- У березні 2023 року компанія Re-Vau оголосила про те, що її обрано для підготовки робочого проекту та виконання оздоблювальних робіт, а також постачання обладнання для готелю Radisson RED в бізнес-комплексі UNITY CENTER у Кракові. Тому на відкриття доведеться ще трохи почекати. Комплекс також включатиме 40 квартир, які працюватимуть під брендом Radisson Serviced Apartments.

- У 2019 році також було оголошено про плани відкриття готелю Radisson Red у Варшаві на 267 номерів у комплексі Liberty Tower, але ця інвестиція так і не зрушила з місця, а компанія Golub GetHouse, яка мала бути його розробником, зіткнулася з фінансовими проблемами й у 2021 році продала земельну ділянку з проектом фонду AT Capital з Сінгапуру.

- У 2022 році відбувся дебют суббренду Radisson Individuals у Польщі, під яким відкрився 172-кімнатний готель Andersia у Познані, що раніше працював у мережі IBV. Компанія описує Radisson Individuals як партнерський бренд, що доповнює портфолію інших восьми філій і є ідеальним першим кроком для готелів з високими рейтингами обслуговування, які можуть розглянути можливість переходу до одного з основних брендів мережі пізніше. Зрештою,

Andersia, оператором якого стала німецька група RIMC Hotels & Resorts (після закінчення 15-річної угоди про управління з мережею IBB), буде працювати під брендом Radisson Blu.

- Radisson Hotel Group є найбільшою зі світових мереж у туристичних регіонах. Окрім Radisson Blu в Оструді, до мережі також увійшли готелі у Свіноуйсьце, Колобжегу, Сопоті, Закопаному та Шклярській Порембі. Наразі підписуються угоди про відкриття нових об'єктів. На офіційній сторінці Uber мережа оголосила про плани відкрити 4-зірковий Radisson Resort & Suites в Устроні Морському на 187 апартаментів і 89 номерів у 2025 році. Об'єкт буде управлятися компанією VHM Hotel Management.

- Ще наприкінці 2021 року було оголошено про будівництво 5-зіркового курорту Radisson Blu Resort на 220 квартир у Мендзиводзі на острові Волін. Інвестором виступає вроцлавська компанія Sea Invest, акціонером якої є співвласник вроцлавського готелю AC Hotel by Marriott.

- Найбільш обговорюваним аспектом діяльності мережі Radisson у Польщі останнім часом були не нові інвестиції, а оприлюднені плани перефарбувати фасад готелю Radisson Blu Sobieski, який відкрився у 1992 році й з самого початку викликав багато ажіотажу своїм різноколірним фасадом. Коли через 30 років закінчився термін дії авторського права австрійського художника, який забороняв будь-які зміни в цій роботі, мережа вирішила надати їй більш стриману біло-сіру колірну гаму, яка також зустріла критику, оскільки дехто в архітектурному середовищі вважав фасад однією з ікон польського постмодернізму. Роботи над фасадом вже розпочалися.

Таким чином, з початку минулого року мережа готелів Radisson Hotel Group розширилася на три готелі на 440 номерів: великий Radisson Blu в Оструді, невеликий Radisson Red у Гданську, перший під цим брендом у Польщі, та перехідний бренд Radisson Individuals у готелі Andersia в Познані, який згодом буде працювати як Radisson Blu. Також було оголошено про два великі проекти на морському узбережжі із загальною кількістю близько 500

номерів. Але найгучніше у провідних ЗМІ про мережу заговорили у зв'язку з планами перефарбувати Radisson Blu Sobieski у Варшаві [14].

6. Louvre Hotels Group є лідером на міжнародному готельному ринку з понад 1175 готелями та понад 100 000 номерів у 51 країні. Представлена 6 брендами від 1 до 5 зірок: Première Classe, Campanile, Kyriad, Tulip Inn, Golden Tulip Royal Tulip. Louvre Hotels Group належить Jin Jiang International Holding Co. Ltd., одна з провідних готельних і туристичних груп у Китаї та 5-та готельна група у світі. У Польщі є готелі під трьома брендами: Golden Tulip, Campanile і Première Classe, усі вони представлені у Варшаві.

Основні досягнення, майбутні проєкти та пропозиції компанії Louvre Hotels Group:

- У травні відкрилися апартаменти Royal Tulip Apartments в комплексі Marvopol's Unique Tower, в одному із промислових районів Варшави (Wola), з 312 апартаментами 5-зіркового стандарту, які продаються в кондомініумі. Таким чином, це найбільший готельний об'єкт, відкритий у 2022 році в Польщі.

- У лютому 2023 року відкрився Campanile South у Кракові на 220 номерів, один з найбільших готелів у місті. Тим часом перший у Польщі готель під брендом Kyriad на 60 номерів під управлінням WIK Capital відкрився восени в Старгарді поблизу Щецина. Ще один Kyriad розпочав роботу в колишньому готелі "Ян" у Войцешницях біля Єленя-Гури на 113 номерів, який також продається як кондомініум і також знаходиться в управлінні WIK.

- Незабаром Kyriad відкриється у Вроцлаві. У середині позаминулого року мережа підписала угоду з Zagiel Group про відкриття двох готелів у центрі міста під брендом Louvre Hotels Group, який існує на ринку вже майже 20 років. Готель Duet на 40 номерів працюватиме під брендом Kyriad, а готель Ratio на 50 номерів під брендом Tulip Inn, який таким чином розпочне свою роботу в Польщі.

- У Шклярській Поренбі ведеться будівництво великого готелю під ще одним новим брендом мережі Louvre Hôtels & Préférence на 268 номерів.

- Найбільш приголомшлива інвестиція відбувається у Варшаві. 350-кімнатний готель Sangate Airport Hotel (колишній Gromada Lotnisko), який вже був знесений, буде замінений на комплекс під двома брендами Campanile-Premiere Classe з приблизно 200 номерами кожен. Інвестором виступає компанія RESSE, яка вже відкрила готель Hampton by Hilton Reduta в районі Охоти й збирається розпочати будівництво Моху.

- В іншому кінці міста, планується будівництво готелю Campanile на 154 номери після розширення 50-кімнатного готелю Grot, який був придбаний групою Europlan ще до пандемії. Нещодавно розробник оголосив, що забезпечив позабанківське фінансування для будівництва цього готелю і розпочинає інвестиції.

Отже, мережа готелів Louvre Hotels Group перевищила поріг у 3 000 номерів у Польщі, обігнавши IHG, завдяки відкриттям, що відбулися з початку позаминулого року. Royal Tulip Apartments у Варшаві, Kyriad у Старгарді та Campanile у Кракові з майже 450 номерами. А до кінця 2023 року буде відкрито Kyriad Karkonosze та два готелі у Вроцлаві [14].

7. Група Arche є найбільшою польською готельною мережею після РНН, що має понад 3100 номерів у 16 готелях та готельних комплексах.

Основні досягнення, майбутні проєкти та пропозиції компанії Група Arche:

- У 2023 році було відкрито 18-й завод групи Arche - Arche Fabryka Samolotów. На першому етапі пропонується 115 квартир чотирьох- та п'ятизіркових стандартів, площею від 35 до 127 кв. м. Зрештою, весь комплекс включатиме близько 500 квартир у п'яти будинках та 3 500 кв. м простору для проведення заходів у колишньому ангарі.

- Роботи також тривають у Наленчуві, де Arche Sanatorium Militium будується на ділянці площею 3 га, придбаній у 2020 році в Агентства військового майна. Це буде найбільший готель у Люблінському регіоні з 308 номерами, рестораном, СПА-центром з басейном та реабілітаційною зоною.

- У Вроцлавському районі Карловіце будується готель Klasztor на 85 номерів, ресторан, спа-центр та конференц-зал у більш ніж 100-річній будівлі, придбаній ще у 2015 році.

- За останні роки Grupa Arche придбала згорілий Młyn Szancera (Млин Шанцера) у центрі міста Тарнува, де планує побудувати готель з великими конференц-залами у новозбудованій частині, а також Fort VI - частину колишньої Познанської фортеці, де планується відкриття 4-зіркового готелю на 50 номерів та палац Доннерсмарків у центрі Семяновіцах Шльонських, де також планується будівництво готелю.

- Планується відновити інвестиції в Гарнізонний комплекс казарм XIX століття з новим готельним закладом на 211 номерів.

- Grupa Arche має намір купити ще два не добудовані, але вже дійові готелі.

- У Констанціні-Єзьорній має бути побудований готель на 400 номерів та конференц-зал. Компанія вже отримала дозвіл на реконструкцію та перебудову колишнього складу.

- Компанія придбала теплоелектростанцію "Szombierki" в Битомі, одну із найбільших постіндустріальних будівель у Верхній Сілезії. Окрім готелю, там планується будівництво культурного та конгрес-центру, а також університету європейського масштабу.

Отже, минулого року було введено в експлуатацію 18-й об'єкт групи Arche - Arche Fabryka Samolotów, розташований між Балтійським морем та озером Ямно в місті Мельно. На черзі - готельний заклад в Наленчуві, який планується відкрити весною та готель "Klasztor" у Вроцлаві, що відкриється вже 3 квітня 2024 року. Більше десятка інших інвестицій знаходяться на різних стадіях, і компанія постійно купує нові історичні та постіндустріальні об'єкти [14].

8. IHG Hotels & Resorts глобальна готельна компанія, метою якої є надання справжньої гостинності. Маючи 19 готельних брендів та IHG One

Rewards, одну з найбільших у світі програм лояльності, IHG налічує понад 6 000 відкритих готелів у більш ніж 100 країнах світу, а ще понад 1900 - у стадії розробки.

Наразі в Польщі мережа IHG Hotels & Resorts налічує 15 готелів з приблизно 2,5 тис. номерів.

Основні досягнення, майбутні проєкти та пропозиції компанії IHG Hotels & Resorts:

- До кінця 2023 року мережа поповнилася готелем Holiday Inn Resort у Шклярській Поренбі на 87 номерів, які продаються в кондомініумі.

- На другому етапі проєкту компанії АКМЕ, що базується у Вроцлаві, у 2024 році має відкритися Voco Resort на 100 номерів.

- Наприкінці 2022 року компанія Mostostal Warszawa оголосила про підписання контракту з компанією, що належить до групи РНН, на модернізацію готелю в Катовіце, який працюватиме під брендом Voco, вартістю 130,3 мільйона євро. Кінцевий термін завершення робіт - 26 червня 2024 року.

- РНН також розпочала реконструкцію 128-кімнатного готелю Huzar у Любліні, який буде працювати під брендом Holiday Inn Express. Очікується, що витрати складуть 61,3 млн злотих.

- У Колобжегу будується готель Crowne Plaza на 468 номерів, які продаються у вигляді кондомініуму. Відкриття було анонсовано на кінець 2023 року, але поки що інвестиція лише наближається до завершення. Позаминулого року попередню угоду на бренд Crowne Plaza також підписав інвестор кондо-готелю Infinity Zieleniec Ski & Spa на 356 номерів, що будується в Душниках-Здруй.

- 1 травня 2021 року, відповідно до франчайзингової угоди, підписаної з мережею IHG восени 2018 року, Marvipol Development мала відкрити кондо-готельний комплекс Staybridge Suites - Holiday Inn Express на 346 номерів у Гданську-Олива. Однак будівництво досі не розпочалося.

- За неофіційною інформацією, до бренду Voco має увійти готель на 124 номери в Сопоті, який відкриється у 2026 році.

Таким чином, курорт Holiday Inn у Шклярській Порембі, частина комплексу Happy Valley, який раніше працював під назвою Horizon Hotel, згідно з заявою інвестора, буде відкрито до кінця 2023 року. Поки що номери в системах мережі IHG Hotels & Resorts можна забронювати з лютого 2024 року. Також ведеться робота над запуском п'яти нових готельних комплексів. Під брендом Voco також має з'явитися готель у Сопоті. Готель на 124 номери у Варшаві, який раніше працював під брендом Holiday Inn Express Airport, що належить IHG, змінив мережу. Його власники підписали угоду про управління з мережею Accor, а заклад буде представлений під брендом ibis Styles [14].

2.2. Переваги та недоліки готелю "Korel": перспективи розвитку готельного підприємства в сфері туризму

Проходячи виробничу практику в готелі "Korel" минулого літа, неможливо було не ознайомитися з невпинною роботою команди готельного закладу, самостійно розв'язувати проблеми гостей, поглибити знання та вміння бронювати номери, заповнювати анкету мешканця та професійно комунікувати із людьми як онлайн, так й на рецепції.

Готель "Korel" розташований у Республіці Польщі, в самому центрі міста Познань, за адресою вул. 28 Czerwca 1956, 209, 61-485, активно працює з 2013 року. Готельне підприємство має лінійний тип організаційних структур. Таким чином, заклад поділений на чотири основні ланки, це - кухня, ресторан, рецепція та "хаускіпінг".

Основними формами організації праці в готелі є:

- 1) Проживання, в тому числі елементи: бронювання, підготовка кімнат для гостей і підтримання їх у належному вигляді, зустріч і розміщення (реєстрація, заселення та облік, оплата), зберігання речей гостей, виселення;
- 2) Харчування;

- 3) Обслуговування;
- 4) Прибирання номерів;
- 5) Оренда конференц-залу;
- 6) Керування номерним фондом;
- 7) Інженерно-технічний відділ;
- 8) Адміністративно-фінансовий відділ;
- 9) Додаткові послуги (Конференц-зали, WiFi тощо).

Штатний розклад безпосередньо в готелі "Korel" доволі простий та зрозумілий, подібний до інших туристичних підприємств.

1) Адміністрація:

- директор;
- генеральний менеджер готелю.

2) Бухгалтерія:

- головний бухгалтер;
- бухгалтер.

3) Служба розміщення та приймання:

- начальник служби (відділу) приймання та розміщення;
- адміністратори;
- спеціаліст з бронювання;
- покоївки;
- прибиральники службових приміщень;
- охоронці.

4) Ремонтно-енергетичний відділ:

- керівник відділу ремонту та енергосервісу;
- технік-механік з починки обладнання;
- слюсарі з ремонту.

5) Служба товаропостачання:

- товарознавець;
- завідувач складу;

- вантажники.

6) Виробничо-цеховий персонал:

- шеф-кухар;
- кухар 6-го розряду;
- кухар 5-го розряду;
- кухар 4-го розряду;
- посудомийники.

7) Пральня:

- завідувач пральні;
- оператор прасувально-сушильного агрегату та пральних машин.

Весь технологічний процес організовується директором готелю. Процес виробництва готельних послуг визначається традиційним гостьовим циклом: прибуття - проживання - виїзд.

Розглянемо та проаналізуємо, в першу чергу, плюси та мінуси даного готелю, і в результаті визначимо перспективи розвитку готельного підприємства в сфері готельного бізнесу аби збільшити туристичний потік та зміцнити конкурентоспроможність.

Переваги:

- чудове місце розташування;

Ідеальний вибір як для ділових, так і для туристичних поїздок, адже готель знаходиться в мальовничому робітничому районі Вільда, в оточенні красивих старих багатоквартирних будинків та історичних заводів, недалеко від головної вулиці та трамвайної зупинки, звідки можна вільно подорожувати по місту. Поблизу річки Варта розміщені численні парки, ресторани та бари.

- професійний та доброзичливий персонал;

За вісім років роботи в готелі «Korel» команда підприємства набула знань і навичок, необхідних для задоволення потреб і розв'язання проблем гостей. Багаторічний досвід та професійний підхід до відвідувачів забезпечує комфортне проведення.

- чистота;

Піклуючись про чистоту та високий рівень послуг, в готелі сформувався унікальний простір - гості почувають себе безпечно, розслаблено, відчують дружню та домашню атмосферу.

- кількість номерів;

Готельне підприємство пропонує 40 затишно мебльованих номерів різних стандартів, розроблених спеціально для потреб клієнтів.

- додаткові послуги;

Готель дозволяє організувати навчальні курси, семінари, конференції, ділові зустрічі та сімейні свята.

- наявність ресторану;

Ресторан Karmell пропонує сучасну європейську та польську кухню, створену спільно командою досвідчених кухарів та офіціантів. Ресторан в готелі Korel був розроблений з особливим планом, поєднуючи в собі клас, елегантність і сучасність. Тут можна організувати інтимну, вишукану вечірку чи конференцію.

- ліфт;

У готелі розміщений комфортний ліфт, що є великою перевагою для людей з обмеженими можливостями.

- особливі пропозиції, такі як:

1) Кондиціоновані конференц-зали з доступом до денного світла та опціями затемнення;

2) Широкий вибір кава-брейків та страв, які подаються в ресторані готелю Karmell. Також за додаткову плату ресторан організовує весілля, дні народження та інші урочисті заходи для своїх клієнтів;

3) Конференц-зали розташовані поруч із рецепцією та рестораном;

4) Сучасне обладнання;

5) Безкоштовний Wi-Fi на всій території закладу;

6) Проживання на підставі навчання та конференції за пільговими цінами;

7) Можлива індивідуальна вартість меню;

8) При постійній співпраці можлива відстрочка оплати послуг;

9) Можливість придбати картку туриста Познані, яка дозволяє, серед іншого — безкоштовний вхід до багатьох музеїв міста.

- Поряд із готелем є стоянки для автобусів та легкових автомобілів під охороною з понад 80 паркувальних місць.

Недоліки:

- ціна;

Якщо брати до уваги цінову політику готелю, то можна дійти висновку, що це не зовсім бюджетний 3* готельний заклад. В середньому одна ніч в стандартному номері складає 251 PLN або 2 403 гривень.

- відсутність басейну/джакузі;
- відсутність фітнес-центру/спа;
- номери на верхньому поверху мають низькі стелі;
- шум від трамваїв у кімнатах, які виходять на вулицю;
- відсутність спеціальних місць для куріння.

Палити тютюнові вироби, сигарети по всій території готелю заборонено.

Підсумовуючи, складається враження чудового комфортного готелю, який здатний привернути увагу звичайного туриста.

Беручи до уваги тип та ціну номера, то даний готельний заклад чудово підійде як сімейним парам, так й мандрівникам, чи навіть пересічним людям.

1) Номер "Стандарт" ідеально підійде для людей, які шукають короткострокове, але комфортне житло, студентів або працівників, які подорожують у справах. Висока якість, комфортне проживання за привабливою ціною.

2) Номер "Комфорт" створений для гостей, які особливо цінують спокій та затишок. Просторі кімнати, сучасне обладнання, м'яке ліжко. Цей варіант призначений для людей, які хочуть відпочити після насиченого робочого дня або огляду визначних пам'яток.

3) Номери "Преміум" складаються з великої кімнати, яка стане ідеальним рішенням для спокійного, романтичного відпочинку для пар або сімей, які подорожують з дітьми.

Перспективи для розвитку готелю "Korel", як ми можемо спостерігати, величезні. Готель має всі можливості й на далі активно конкурувати з готелями тієї ж категорії.

Якщо протягом наступних років готельний заклад буде лише покращуватися та зміцнювати свої позиції на готельному ринку, то згодом готель "Korel" матиме всі шанси стати якомога популярнішим не тільки серед туристів, а й звичайних людей. В процесі розвитку, готельне підприємство матиме змогу відкрити басейн чи спа-зону, що неабияк актуально влітку, або ж навіть виділити кошти та змайструвати ігрову кімнату. Чудовий варіант для сімей, коли можна розважити дитину та самому відпочити. Створити затишний куточок для любителів книжок, маючи спеціально обладнану кімнату під бібліотеку з різними жанрами книг, журналів, каталогів. Але все ж таки варто обрати щось одне. Варіацій покращення готелю стає дедалі більше, ось чому так важливо зосередитися на одному елементі, який стане візитною карткою готельного підприємства.

РОЗДІЛ 3. ПРОГНОЗИ МАЙБУТНІХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ СПРАВИ

Тема, яка викликає значний інтерес як серед інвесторів, так і серед професіоналів туристичної галузі, адже мова йде про аналіз перспектив

розвитку готельного господарства в Польщі – сектору, який динамічно змінюється та адаптується до нових ринкових умов.

В епоху глобалізації, зростальної конкуренції та мінливих потреб клієнтів важливо розуміти напрямки, в яких розвиватиметься готельна індустрія Польщі. Тож розглянемо поточні тенденції, прогнози та можливості для майбутнього цього гостинного сектору.

1. Вплив туристичних тенденцій на майбутнє готельної індустрії в Польщі

Розвиток готельної індустрії в Польщі тісно пов'язаний з динамічно мінливими туристичними тенденціями. Спостерігаючи наростальний інтерес до подорожей та індивідуального досвіду серед туристів, можна передбачити, що цій галузі доведеться адаптувати свої стратегії, щоб відповідати чимраз вищим очікуванням. Не тільки культура та історія формують туристичну привабливість Польщі, але також якість та різноманітність готельних послуг.

Розглянемо перспективи розвитку готельної індустрії в Польщі з урахуванням останніх тенденцій. Перш за все, сучасний турист шукає унікальних вражень, що безпосередньо впливає на зростання популярності, наприклад - бутік-готелі або поняття «готель як досвід». Це призвело до інвестицій у нішеві готельні послуги, прикладом яких є тематичні готелі, які пропонують гостям не лише проживання, але й можливість зануритися в обрану історичну епоху чи світ певного хобі. Така спеціалізація дозволяє виділитися на ринку та залучити клієнтів, які шукають незвичайні форми відпочинку.

Крім того, екологічна свідомість стає дедалі сильнішим фактором, що впливає на рішення споживачів про покупку, включно з тими, хто вирішив зупинитися в готелі. Сталий розвиток, екологічні сертифікати та ініціативи, що сприяють захисту навколишнього середовища, стають стандартом у галузі.

У Польщі ми спостерігаємо зростальний інтерес до об'єктів, які сприяють екотуризму, що може призвести до збільшення кількості екологічно сертифікованих готелів і курортів із пропозиціями, вибраними для зменшення

негативного впливу на навколишнє середовище. Ми також не можемо забувати про технології, які проникають у всі аспекти повсякденного життя, включаючи туризм і готельну індустрію.

Такі зручності, як мобільна реєстрація, персоналізовані номери, керовані через програми, або віртуальні помічники, до яких ми можемо звертатися із запитом, стають все більш поширеними. Технологічні інновації спрямовані не лише на полегшення роботи закладів, а й на підвищення рівня обслуговування клієнтів, а отже на підвищення конкурентоспроможності та привабливості готелів на польському ринку. Беручи до уваги вищезазначені тенденції, готельна індустрія в Польщі стикається з можливостями, які можуть значно сприяти її майбутньому зростанню та трансформації.

Використовуючи унікальність, екологію та технологічний прогрес, польська готельна індустрія може не тільки задовольнити бажання сучасних мандрівників, але й встановити нові стандарти гостинності, які надихатимуть інших.

2. Інвестиції в готельну інфраструктуру як запорука розвитку галузі

Інвестиції в готельну інфраструктуру відіграють важливу роль у розвитку готельної індустрії. У Польщі, де діловий і культурний туризм процвітає, так само як і мальовничі пейзажі, попит на готельні послуги постійно зростає.

У такому секторі, що динамічно розвивається, де конкуренція така сильна, кожна деталь має значення. Від того, як компанії підходять до питання інвестування у свої об'єкти, може суттєво вплинути їх майбутнє на ринку. Зосереджуючись на розвитку інфраструктури, готельні підприємці не тільки підвищують рівень пропонованих послуг, а й залучають нові сегменти ринку.

Прикладом є модернізація та будівництво готелів високого стандарту, які приваблюють бізнес-клієнтів, які шукають місця для конференцій чи галузевих зустрічей. Наступним кроком може бути адаптація готелів до потреб сімей з дітьми, пропонуючи такі зручності, як ігрові майданчики, спеціальні сімейні номери або дитячі аніматори. Інвестиції в екологічні аспекти та сталий

розвиток також набувають значення у відповідь на зростання екологічної свідомості туристів.

Аналізуючи перспективи розвитку готельного господарства Польщі, можна побачити, що цей напрям є перспективним. Збільшення кількості іноземних туристів, а також зростання популярності Польщі як туристичного напрямку для земляків сприяють цій галузі.

Важливо, що програми підтримки інвестицій у туризм та співробітництво між державним і приватним секторами також виявляються ключовим фактором. Розширення дорожньої або авіаційної інфраструктури означає знаки, які вітають майбутніх інвесторів, а також забезпечують кращу доступність і комфорт для прибулих гостей готелю. Тому готельна інфраструктура, яка вміло поєднує інновації та високий стандарт у тканину місцевих традицій, стає майже синонімом успіху в сучасній готельній індустрії Польщі.

В довгостроковій перспективі успіх інвестування залежить від популярності готельного підприємства та ефективності роботи відділу продажів [5].

3. Важливість технологічних інновацій для конкурентоспроможності польських готелів

Важливість технологічних інновацій для конкурентоспроможності польських готелів неможливо переоцінити. В епоху глобалізації та постійної цифровізації кожна галузь зазнає метаморфоз, що впливає на її функціонування та очікування клієнтів.

Готельний бізнес не є винятком. Сучасні гості очікують не лише високого рівня обслуговування та комфорту, а й інноваційних рішень, які полегшать перебування та підвищать задоволеність готельними послугами. Одним із помітних трендів є цифровізація обслуговування клієнтів.

Мобільні додатки, які дозволяють зареєструватися в готелі без наявності стійки реєстрації, цифрові ключі від номерів, інтерактивні щоденні розклади та персональні голосові помічники – це лише деякі зручності, якими наповнений

простір готелю. Польські готелі, які інвестують у такі технологічні інновації, отримують конкурентну перевагу, залучають нову клієнтуру та підвищують лояльність постійних гостей, які цінують простоту використання та можливість персоналізувати своє перебування. Аналізуючи перспективи розвитку готельного господарства в Польщі, ключовим фактором є адаптація до сучасних вимог.

Впровадження систем енергоменеджменту, які не тільки сприяють захисту навколишнього середовища, але й знижують експлуатаційні витрати, стає стандартом серед готелів, які шукають переваги на ринку. Крім того, використання передових аналітичних рішень для вивчення вподобань гостей і адаптації пропозиції до них, або маркетинг із вуст в уста в соціальних мережах відрізняє перспективні об'єкти від конкурентів.

Польська готельна індустрія, яка не боїться інновацій, відкривається для нових груп клієнтів, шукаючи свою нішу на міжнародній туристичній арені. Варто пам'ятати, що технологічні інновації – це не лише крок у майбутнє, а й відповідь на поточні зміни в очікуваннях клієнтів. Польські готелі, які розуміють цю тенденцію та впроваджують інноваційні технологічні рішення, зміцнюють свою позицію та здатність конкурувати як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

4. Роль ділового туризму у формуванні готельного ринку Польщі

Діловий туризм є сектором, який завдяки своїй динамічній природі значно впливає на формування готельного ринку в Польщі. Ця країна, завдяки своєму стратегічному розташуванню в Європі та зростальному значенню в міжнародній економіці, приваблює підприємців, інвесторів та спеціалістів з усього світу. Це означає постійний попит на розміщення високого класу, що, зі свого боку, стимулює розвиток готельних об'єктів, які повинні відповідати вимогам сучасного бізнес-мандрівника.

Аналіз перспектив розвитку готельного господарства в Польщі дає багато приводів для оптимізму. Цей ринок демонструє значну гнучкість і

адаптивність: від ексклюзивних бутік-готелів, мережевих бізнес-центрів до конференц-залів і квартир для оренди.

Готелі, бажаючи відповідати очікуванням ділових гостей, впроваджують інноваційні технологічні рішення, забезпечуючи при цьому високий рівень послуг. Приклади включають готелі, що пропонують інноваційні системи бронювання, конференц-зали, обладнані новітніми технологіями для презентацій, або коворкінги, які набувають все більшого значення як місця роботи та зустрічей для ділових людей.

Останнім часом створюються нові, оригінальні та засновані на фактичних даних концепції доступності готелів, надаються практичні рекомендації щодо перетворення готельних підприємств на доступні об'єкти [4].

Економічне середовище та державна політика також сприяють розвитку готелів, орієнтованих на потреби ділового туризму. Польща є економічно привабливою країною для інвесторів, що призводить до постійного зміцнення туристичної та готельної інфраструктури. Організуючи міжнародні заходи, ярмарки та конференції, Польща завойовує репутацію бізнес-центру, що виливається в довгострокові прогнози позитивної динаміки в готельному секторі.

Власні програми підтримки та просування готельної індустрії Польщі, а також співпраця з іноземними партнерами не тільки підвищують рівень готельного сервісу, але й формують імідж Польщі як країни, дружньої до ділових поїздок. Підсумовуючи, діловий туризм має значний вплив на готельний ринок Польщі, визначаючи його обличчя та будучи каталізатором інновацій.

Продумані інвестиції, сприятливі умови ведення бізнесу та врахування світових тенденцій в менеджменті та технологіях є складовими успіху, завдяки якому готельна індустрія постійно розвивається і, здається, готова до майбутніх викликів.

5. Виклики та можливості, пов'язані з екотуризмом та сталим розвитком готелів

Діаграми та можливості, пов'язані з екотуризмом і сталим розвитком готельної індустрії Розглядаючи сучасні тенденції готельної індустрії, неможливо не помітити зростаючу важливість екотуризму та концепції сталого розвитку. У Польщі, де туризм відіграє значну роль в економіці, перспективи розвитку готельного господарства тісно пов'язані з цими тенденціями.

Аналіз ринку показує, що все більше мандрівників наголошують на екологічних аспектах свого відпочинку, що створює як виклики, так і можливості для готельної індустрії. З одного боку, чимраз більша екологічна обізнаність споживачів змушує готелі запроваджувати більш стійкі практики. Це включає зменшення споживання енергії та води, використання місцевих продуктів і впровадження систем перероблення.

Реалізація ощадливих і екологічних ініціатив може призвести до стійкої ділової практики [6].

Прикладом такої ініціативи може бути впровадження інтелектуальних систем управління в готелях, які оптимізують споживання енергії, або організація подій і атракціонів у дусі близькості до природи (наприклад, «зелені майстерні», пішохідні екскурсії околицями), які підвищують цінність готельної пропозиції, одночасно сприяючи екотуризму. З іншого боку, використання екотрендів стає маркетинговим інструментом, що дозволяє виділитися на ринку.

Готелі, які вибирають екологічні сертифікати або включають у свої пропозиції спеціальні пакети екотуризму, можуть залучити нові сегменти клієнтів. Наприклад, готель, який пропонує не лише розміщення, але й пізнавальні поїздки до найближчих національних парків чи заповідників, створює навколо себе позитивний імідж і приваблює туристів, які шукають екологічні форми відпочинку.

Таким чином, на горизонті польської готельної індустрії з'являється ландшафт, повний потенціалу. Перед цією галуззю стоїть важливе завдання

адаптації до екологічних стандартів, що не тільки сприятиме захисту навколишнього середовища, але й може виявитися вирішальним для подальшого розвитку та конкурентоспроможності.

Сталий розвиток – це не тільки необхідність, але й можливість для готельної індустрії Польщі стати піонером у просуванні відповідального туризму на міжнародному рівні.

Підсумовуючи, можна сказати, що перспективи розвитку готельної індустрії в Польщі видаються багатообіцяльними, враховуючи зростання популярності країни як туристичного напрямку та інвестиції в інфраструктуру та послуги. Розвиток технологій і екологічних тенденцій також матиме позитивний вплив на індустрію, вимагаючи адаптації до мінливих потреб гостей і стандартів ринку.

В рамках даної теми було вирішено створити п'ятиденний пізнавально-розважальний тур під назвою «Freya» для популяризації готельних послуг серед іноземних туристів, популяризації сфери гостинності та розширення привабливості країни в туристично-перспективному напрямі, який детально представлений в Додатку 17.

ВИСНОВКИ

1. В ході дослідження першого питання нашої роботи було досліджено теоретичні аспекти даних та проаналізовано стан готельного бізнесу за попередні роки в Республіці Польща. Було зроблено такі висновки, що готельна індустрія за весь час активно розвивалася наперекір таким раптовим проблемам як пандемія COVID-19, рекордно висока інфляція і на кінець збройна агресія Російської Федерації проти України, яка сильно позначилася на розвитку даної галузі. На сьогодні готельна справа є ключовою на сучасному ринку праці й має великий потенціал розвитку в майбутньому. Сфера готельного бізнесу стає все більш популярною та перспективною, тому багато вчених, науковців присвячують їй свої роботи та дослідження.

Економічні потрясіння та зростання витрат на ведення бізнесу змушують готельєрів та інших учасників готельного ринку стикатися з безпрецедентними викликами та повною трансформацією сфери послуг. Індивідуальні інвестори, фонди та банки мають справу з величезною проблемою при оцінці прибутковості інвестицій та своїх майбутніх прибутків.

Разом із загальною економікою глобальна індустрія гостинності зазнала стрімкого зростання за останнє десятиліття після закінчення фінансової кризи. Подолавши всі перешкоди галузь продовжує максимально задовольняти потреби гостей та надавати їм високий рівень комфорту та обслуговування.

Оскільки Республіка Польща є активним учасником соціально-економічної системи ЄС, готельними послугами користуються як корпоративні клієнти, так й іноземні туристи. Очікується, що глобальні інвестиції в готелі прискоряться у 2024 році, перевищуючи тогорічні на 15% — 25%, згідно з прогнозом глобальних інвестицій JLL Hotels & Hospitality Group.

2. На наступному етапі нашого бакалаврського дослідження було розглянуто особливості організації готельного бізнесу в Республіці Польща на прикладі найбільших готельних мереж. Було визначено наступне: велика кількість готельних брендів активно конкурують між собою. Кожного року підписуються нові угоди, будуються нові готелі, розпочинаються роботи з реконструкції готельних закладів. Не зважаючи на уповільнення інвестиційного ринку міських готелів через високу вартість банківського фінансування, у туристичних регіонах спостерігається інвестиційний бум, який спричинений фінансуванням у системі кондомініумів.

У Польщі активно працюють міжнародні мережі готелів, які пропонують такі ж стандарти та високу якість, як і в усьому світі. До послуг гостей розкішні номери, оформлені в різних стилях, конференц-зали з найсучаснішою аудіовізуальною технікою, оздоровчі салони. Щоб виділитися, заклади вводять різноманітні функції, наприклад, вони пропонують кімнати з кухнею для гостей, які залишаються на довше. Таким чином, готельні мережі та їх бренди чудово взаємодіють, створюючи комфортні умови для своїх клієнтів.

Також на даному етапі було висвітлено основні досягнення, майбутні проекти та пропозиції таких компаній як Accor, Grupa Polski Holding Hotelowy, Hilton, Marriott, Radisson, IHG Hotels & Resorts, Grupa Arche, Louvre Hotels Group. Accor є найбільшою мережею готелів у Польщі, що налічує близько 14 тис. номерів у 86 готелях під вісьмома брендами. А найбільшим готельним брендом у Польщі є Mercure з понад 4,3 тис. номерів у 26 готелях.

Цей рік буде насичений відкриттями готелів, яких чекають не тільки інвестори, але й звичайні туристи з великим інтересом. Міські бутік-готелі, готелі преміумкласу біля моря та в горах. Деякі відкриття переносилися з року

в рік і нарешті повинні побачити свій фінал. Кілька нових міжнародних брендів прийдуть до Польщі.

Цінність і відмінність готельного бренду можуть суттєво вплинути на його ринкову позицію та сприйняття потенційних гостей, роблячи розвиток бренду та управління критичним аспектом діяльності готелю.

Також на даному етапі було розкрито переваги та недоліки готелю "Korel", можливі перспективи для подальшого розвитку в готельному бізнесі. В ході дослідження ми визначили, що заклад має величезний потенціал та всі можливості й на далі активно конкурувати серед інших готельних підприємств. Даний готель чудово підходить як для іноземних туристів, так й для місцевого населення. Опираючись на великий досвід, працівники приділяють особливу увагу всім аспектам роботи не тільки готелю, але й власному ресторану Karmell, що знаходиться в приміщенні. Піклуючись про чистоту та високий рівень послуг, професійна команда готельного закладу, дотримуючись історії закладу, виконує кожен деталь з точністю та увагою, тому готель спроможний задовольнити вимоги навіть найвибагливіших гостей.

3. На останньому етапі нашого дослідження було простежено та спрогнозовано майбутні тенденції розвитку готельної індустрії в Республіці Польща. Ми вважаємо, що перспективи подальшого росту даної галузі в країні є багатообіцяльними з огляду на стрімке зростання популярності територій в туристичному напрямленні та збільшення надходжень нових інвестицій в інфраструктуру готельної справи. Технологічний розвиток та екологічні тенденції також матимуть позитивний вплив на галузь, яка повинна буде адаптуватися до примхливих гостей та їх потреб, а також ринкових стандартів.

На основі інформаційних матеріалів було розроблено пізнавально-розважальний тур «Freya», який дає можливість розширити привабливість даного регіону серед туристів та зміцнити конкурентоспроможність готельних комплексів.

4. Під час досліджень та написання кваліфікаційної роботи, була досягнута поставлена мета та вирішені всі завдання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гудзь П. В. Польський досвід для України у регулюванні розвитку готельного ринку регіону. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. Чернівці, 2018. Вип. 1-2(69-70). С. 60-68.
2. Про туризм : Закон України від 15.09.95 р. №324/95-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. (зі змінами, внесеними згідно із Законом № 1276-VI від 16.04.2009; в редакції Закону № 1909-IX від 18.11.2021).
3. Baza noclegowa w I półroczu 2021 roku. URL: <https://zainwestujwnieruchomosci.pl/artukul/rynek/baza-noclegowa-w-i-polroczu-2021-roku-ID57.html> (дата звернення: 15.11.2023).
4. Bohdanowicz-Godfrey P., Zientara P., & Bak M., Towards an accessible hotel: a case study of Scandic. *Current Issues in Tourism*, 22(10), 2019, pp. 1133-1137.
5. Bucholc-Srogosz K., Condohotele na polskim rynku nieruchomości. *Zeszyty Naukowe Instytutu Administracji AJD w Częstochowie*, 2 (14), 2016, pp. 241–249.
6. Caldera H. T. S., Desha C., & Dawes L., Exploring the role of lean thinking in sustainable business practice: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 20(167), 2017, pp. 1546–1565.
7. Dane GUS Pokazują skalę spadków w obiektach noclegowych. URL: <https://www.mrot.pl/aktualnosci/dane-gus-pokazuja-skale-spadkow-w-obiektach-noclegowych/> (дата звернення: 13.11.2023).
8. Emmerson Evaluation Sp. z o.o. Rynek hoteli oraz condohoteli w Polsce. Emmerson Evaluation Sp. z o.o., Warszawa, 2023. URL: <https://www.emmerson-evaluation.pl/wp-content/uploads/2023/06/raport-rynek-hoteli-oraz-condohoteli-w-polsce-2023.pdf?fid=1055> (дата звернення: 16.11.2023).
9. Firlej K., Spsychalska B. Wybrane uwarunkowania rozwoju branży hotelarskiej w Polsce, *Roczniki Ekonomiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy* 8, 2015, pp. 203-204, 216-219.

10. Futoma D., Jankowski A. Poland: Hotel Market Report, Horwath HTL, Warszawa, 2021.
11. Glińska-Neweś A., Haffer R., Wińska J., Józefowicz B. The hospitality world in Poland: a dynamic industry in search of soft skills. *Shapes of Tourism Employment: HRM in the worlds of hotels and air transport*, 4, 2020, pp.77-94.
12. Hemmington N., Kim P. B., & Wang C. Benchmarking hotel service quality using two-dimensional importance-performance benchmark vectors (IPBV). *Journal of Service Theory and Practice*, 28(1), 2018, pp. 2–25.
13. Horwath HTL. Poland Hotels & Chains Report 2023, Horwath HTL, Warszawa, 2023. 40 p.
14. Hotelarz. Raport z rynku Hotelarskiego Gastronomicznego. Katalog dostawców. *Hotelarz*, 2023, pp. 18, 20–22, 24–25, 28–30.
15. Hotele wciąż nie powróciły do kondycji sprzed pandemii. URL: https://filarybiznesu.pl/hotele-wciaz-nie-powrocily-do-kondycji-sprzed-pandemii/a16477#google_vignette (дата звернення: 18.12.2023).
16. Kapera I., Sustainable development in the hotel industry: between theory and practice in Poland, *Turyzm/Tourism*, 28(2), 2018, pp. 25-28.
17. Kapera I., Sustainable tourism development efforts by local governments in Poland, *Sustainable Cities and Society*, 40, 2018, pp. 581-588.
18. Bucholc-Srogosz K., Condohotels on the Polish real estate market. *Scientific Notebooks of the AJD Administration Institute in Częstochowa*, 2, (14), 2016, pp. 241–249.
19. Kowalczyk-Anioł J., Zwolińska M. Condo Hotels in Poland – An outline of the phenomenon and research directions, *Economic Problems of Tourism*, 46(2), 2019, pp. 15–24.
20. Manaf M. H., Application of lean to hotel's operations. *Tourism Management Perspectives*, 2(12), 2018, pp. 103–115.
21. Milewska M., Włodarczyk B. *Hotelarstwo. Organizacja i funkcjonowanie obiektów noclegowych*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2018.

22. Panasiuk A., & Szostak D. Hotelarstwo Usługi—Eksploatacja—Zarządzanie. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2019.
23. Świat Hoteli. Rynek hotelarski w Polsce. Raport 2021. Świat Hoteli (wydanie specjalne), 2021, 31 p., 56-57, 59-62.
24. Świat Hoteli. Rynek hotelarski w Polsce. Raport 2022. Świat Hoteli (wydanie specjalne), 2022, pp. 62–65, 74-77.
25. Świat Hoteli. Rynek hotelarski w Polsce. Raport 2023. Świat Hoteli (wydanie specjalne), 2023, pp. 74, 80-81, 86.
26. Trendy i wyzwania w hotelach w 2023 roku. URL: <https://positivehotel.pl/trendy-i-wyzwania-w-2023-r/> (дата звернення: 18.12.2023).
27. Wykorzystanie turystycznych obiektów noclegowych w 2022 roku. URL: <http://gospodarkapodkarpacka.pl/news/view/56618/wykorzystanie-turystycznych-objektow-noclegowych-w-2022-roku-podkarpackie-na-tle-kraju> (дата звернення: 10.11.2023).
28. Wykorzystanie turystycznych obiektów noclegowych w I kwartale 2023 r. URL: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/wykorzystanie-turystycznych-objektow-noclegowych-w-i-kwartale-2023-r> (дата звернення: 13.12.2023).
29. Zbliża się otwarcie hotelu Hilton Garden Inn. URL: <https://twojradom.pl/zbliza-sie-otwarcie-hotelu-hilton-garden-inn/1418704> (дата звернення: 29.03.2024).
30. Zientara P., Bąk M., Zamojska A. Tourism and hospitality in Poland. An empirical study of selected issues. Gdańsk: Wydawnictwo UG, 2021.

ДОДАТКИ

Додаток 1



УДК 640.43:339

Дрозденко А.В.
студентка гр. ТУР 2001-1
Сумський національний аграрний університет
м. Суми, Україна
наук. кер. – к.б.н., доцент Баштовий М.Г.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА

Глобалізація та економічне зростання сприяють інвестуванню в ринок. Зростаюча конкуренція змушує зміцнювати позиції брендів. Як виявилось, головна складність, з якою стикаються готельєри, полягає в пошуку відповідної кваліфікованої команди, адже від них в основному залежить якість послуг [1].

Видавництво BROG B2B, яке редагує журнал Świat Hoteli, щорічно готує галузевий звіт. Виявилось, що останні роки були прихильними до готельєрів. Операційні доходи Polski Holding Hotelowy за перші три квартали 2023 року склали 193 мільйони злотих. Це означає рекордне зростання порівняно з тим самим періодом 2022 року [2].

Хоча готельний бізнес ще має величезні перспективи зростання, про що свідчить поява нових готелів, надто динамічний розвиток галузі може призвести до ситуації ринкового дисбалансу, коли рівень пропозиції перевищує рівень

897

нічний час, у вихідні та святкові дні. Польські працівники все рідше обирають такі умови праці з мінімальними зарплатами.

Трохи інша ситуація у великих мережах, які можуть дозволити собі вищі зарплати. Однак високі очікування та складні механізми найму там часто є проблемою.

Ще одна проблема – утримання відповідного персоналу. Готельна індустрія має явну проблему не лише із залученням молодих працівників, а й з утриманням тих, хто має великий досвід. Досвід у цій галузі надзвичайно важливий. Хоча у випадку з менеджерами проблема менша, ви все одно можете шукати покоївку, офіціанта чи портье з відповідною кваліфікацією. Через брак робочої сили адміністратори закладів беруть на роботу людей без досвіду та кваліфікації. Це негативно позначається на якості обслуговування.

Завданням для готельного господарства Польщі буде подолання труднощів на ринку праці. Демографічні зміни – старіння суспільства та велика економічна еміграція молоді призводять до зменшення кількості професійно активних людей. Рішенням може стати підвищення заробітної плати та системи стимулювання, що, на жаль, передбачає вищі витрати на утримання об'єктів.

Польща має великий туристичний потенціал, який є важливим фактором, що впливає на прийняття інвестиційних рішень у готельному секторі. Різноманітні ландшафти, багата культура та історія, туристичні визначні пам'ятки та зростаючий бізнес-сектор приваблюють все більше відвідувачів.

898

попиту. Це призведе до ситуації, коли найменші готелі втрачатимуть своїх клієнтів на користь більших мереж, які зможуть адекватно обслуговувати більшу кількість клієнтів.

Причин кадрових проблем у готельному господарстві декілька. По-перше, це економічна ситуація в країні, коли підприємці часто не можуть собі дозволити вищі зарплати. Не залежно від підвищення мінімальної заробітної плати, зарплати часто все ще набагато нижчі, ніж у західних країнах. Це породжує ще одну проблему – робота в готельній індустрії є вимогливою – є постійні обов'язки відповідати високим очікуванням гостей і позмінна робота, також у нічний час, у вихідні та святкові дні. Польські працівники все рідше обирають такі умови праці з мінімальними зарплатами.

Трохи інша ситуація у великих мережах, які можуть дозволити собі вищі

Інвестори бачать перспективи для розвитку туризму в Польщі та інвестують у нові об'єкти, які зможуть задовольнити висхідний попит.

Таким чином, готельний ринок та готельні інвестиції в Польщі стикаються з різними викликами та перспективами розвитку. Необхідно підтримувати високу якість послуг, конкурувати з іншими закладами, адаптуватися до мінливих уподобань гостей і розробляти нові концепції та інноваційні рішення.

Література:

1. Круль Г.Я., Заячук О.Г. Організація і технологія надання послуг гостинності: навч. посіб. Чернівці: ЧНУ ім. Ю. Фельдковича, 2022. 31 с.
2. PNH з рекордним прибутком після третього кварталу. URL: <https://www.e-hotelarz.pl/artykul/95160/pnh-z-rekordowym-zyskiem-potzeczim-kwartale/> (дата звернення 28.10.2023).

Додаток 2

Сумський національний аграрний університет

Матеріали Всеукраїнської наукової конференції студентів та аспірантів, присвяченої Міжнародному дню студента (13-17 листопада 2023 р.)

СПЕЦИФІКА ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Дрозденко А. В., студ. 4 курсу ФАТП
 Науковий керівник: доц. М. Г. Баштовий
 Сумський НАУ

За своєю природою як об'єкта обміну готельні послуги повністю належать до туристичного сервісу. Це пов'язано з тим, що потреба у користуванні службами розміщення найчастіше зумовлена перебуванням поза місцем постійного проживання. З цієї причини кількість наданих ночівель приймається як основний вимірник для оцінки обсягів туризму. До того ж на послуги гостинності припадає найбільша частка всіх туристичних витрат, що робить їх фундаментальним компонентом вимірювання розміру туристичного попиту та одним із найважливіших елементів допоміжного рахунку туризму.



Рис. 1. Сервісно - домінантна логіка – принципи обслуговування. Види готельних послуг

Готельні послуги схильні до сезонних коливань. Основними визначальними факторами з боку пропозиції є місце розташування та обсяг наданих послуг об'єкта (сегмент ринку). Взаємодоповнюваність та одночасна взаємозамінність готельних послуг проявляється у складі продукту. Він може складатися з численних додаткових послуг, які підбираються відповідно до обставин і потреб клієнта.

Готельна послуга має специфічну структуру. Послуги розміщення є основною функцією готельних закладів. Вони полягають у наданні ночівлі гостям за певну плату та гарантуванні їхньої безпеки. Оренда номерів і приміщень є найважливішою частиною готельної послуги й приносить найбільші прибутки готелям.

Другу важливу частину готельного сервісу формують послуги харчування, які включають закупівлю та перероблення сировини в готові до вживання страви та їх розповсюдження. Спектр послуг цієї категорії не обмежується приготуванням їжі, вони включають також широкий асортимент напоїв, а також розважальні послуги.

Третю, найширшу і найрізноманітнішу групу складають допоміжні послуги. Їх багатогранність зумовила їх поділ на три групи: додаткові (наприклад, гардероб, приміщення для зберігання багажу); необов'язкові; супутні (магазини, кіоски тощо) та особисті послуги (перукарні, косметологи).

Беручи до уваги представлені характеристики готельної послуги, а також реляційний характер, слід підкреслити, що обидві сторони (гість і готельний заклад разом з персоналом) спільно створюють цінність, яка залежить від якості послуги, ресурсів закладу і кінцевого споживача та їхніх взаємовідносин між собою. Адже якість послуги не обмежується однією стороною, а є результатом роботи багатьох джерел, одним з яких є гість. Згідно з концепцією логіки обслуговування (Service Dominant Logic), клієнт готелю є співтворцем цінності послуги (Рис. 1).

Ці поняття набувають особливого значення і реального вираження в умовах широкого використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Ці інструменти (соціальні медіа, великі дані, мобільні технології) створюють нові рівні маркетингової діяльності - SoCoMo, що представляють потенційні можливості у досягненні клієнта та активній участі у процесах створення цінності для гостя готелю.

Таким чином, величезний потенціал інформаційних технологій визнається на кожному етапі взаємодії з готельною послугою, починаючи з інформування потенційного клієнта, через етап її дистрибуції, послідовно її надання та збору думок щодо задоволеності гостя. Представлені особливості та складність готельних послуг зумовлюють широкое застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, створюючи все нові сфери їх використання в готельній індустрії.

Додаток 3

3. Готель *Sheraton* 5*, м. Познань

Додаток 4

4. Готель *Andersia & SPA 4**, м. Познань

5. Готель *Novotel Poznan Centrum 4, м. Познань**



Додаток 6

6. Готель *Mercure Poznan Centrum 4, м. Познань**

Додаток 7

7. Готель *Park Inn by Radisson* 4*, м. Познань

Додаток 8

8. Готель *City Solei Boutique Hotel 4**, м. Познань

Додаток 9

9. Апартаменти *Old Town Centrum Residence 4**, м. Познань

Додаток 10

10. Готель *Elite Apartments Galileo 4**, м. Познань

Додаток 11

11. База практики: готель *Korel* 3*, м. Познань

Додаток 12

12. Готель *Ibis Poznan Centrum 3**, м. Познань

Додаток 13

13. Готель *Meet Poznan Hotel 3, м. Познань**

14. Готель *Focus Hotel Poznan 3**, м. Познань



15. Апарт-готель *Apartamenty Klasztorna 25 3, м. Познань**

16. Готель *Ibis Poznan Stare Miasto 2, м. Познань**



П'ятиденний пізнавально-розважальний тур «Freya»

Мета туру: ознайомлення туристів зі всього світу не тільки з історичними фактами та культурною спадщиною Республіки Польща, але й зацікавити нових клієнтів до відпочинку в найкращому готелі міста Познань.

Завдання маршруту:

- розробити та представити загальні відомості про маршрут;
- скласти список літератури за тематикою маршруту;
- розробити технологічну картку маршруту;
- розробити картки (паспорти) об'єктів, що включені до маршруту;
- надати методичні розробки за темою екскурсійного маршруту;
- розробити контрольний текст маршруту (на об'єктах);
- розробити калькуляцію собівартості маршруту.

Схема маршруту: м. Суми → м. Пирятин → м. Київ → м. Ковель → м. Лодзь → м. Варшава → м. Познань.

Об'єкти показу: 1. Площа Старий ринок; 2. Імператорський замок; 3. Познанська ратуша; 4. Познанський королівський замок; 5. Парк «Цитадель»; 6. Тумський острів; 7. Кафедральний собор святих апостолів Петра і Павла; 8. Штучне озеро «Мальта»; 9. Музей музичних інструментів; 10. Познанський музей круасанів.

Далі у таблиці 3.1. представлено загальні відомості маршруту, що розробляється.

Таблиця 3.1.

Загальні відомості маршруту «Freya»

1	Назва маршруту	«Freya»
2	Рік початку функціонування маршруту	2024
3	Тематика маршруту	пізнавально-розважальний
4	Форма організації за категорією туристів	змішана

5	Вид туристичного маршруту	автобусний
6	Розмір групи (чол.)	від 20
7	Протяжність маршруту (км)	3028 км
8	Тривалість маршруту (днів)	5
9	Пункт початку маршруту	м. Суми
10	Пункт закінчення маршруту	м. Познань
11	Перелік географічних точок слідування за маршрутом	м. Суми, м. Пирятин, м. Київ, м. Ковель, м. Варшава, м. Лодзь, м. Познань, м. Суми
12	Об'єкти показу на маршруті (назви об'єктів)	1. Площа Старий ринок 2. Імператорський замок 3. Познанська ратуша 4. Познанський королівський замок 5. Парк «Цитадель» 6. Тумський острів 7. Кафедральний собор святих апостолів Петра і Павла 8. Штучне озеро «Мальта» 9. Музей музичних інструментів 10. Познанський музей круасанів
13	Розміщення	Готель Sheraton Poznan
14	Харчування	Сніданок, обід та вечеря
15	Спосіб пересування	автобусний
16	Необхідний персонал	Гід (Екскурсовод)
		Інші супроводжуючі особи
17	Послуги страхування	надаються
18	Дата затвердження	Червень 2024 р.

Далі на рисунку 3.1. представлено *схему проїзду* за маршрутом «Freya».

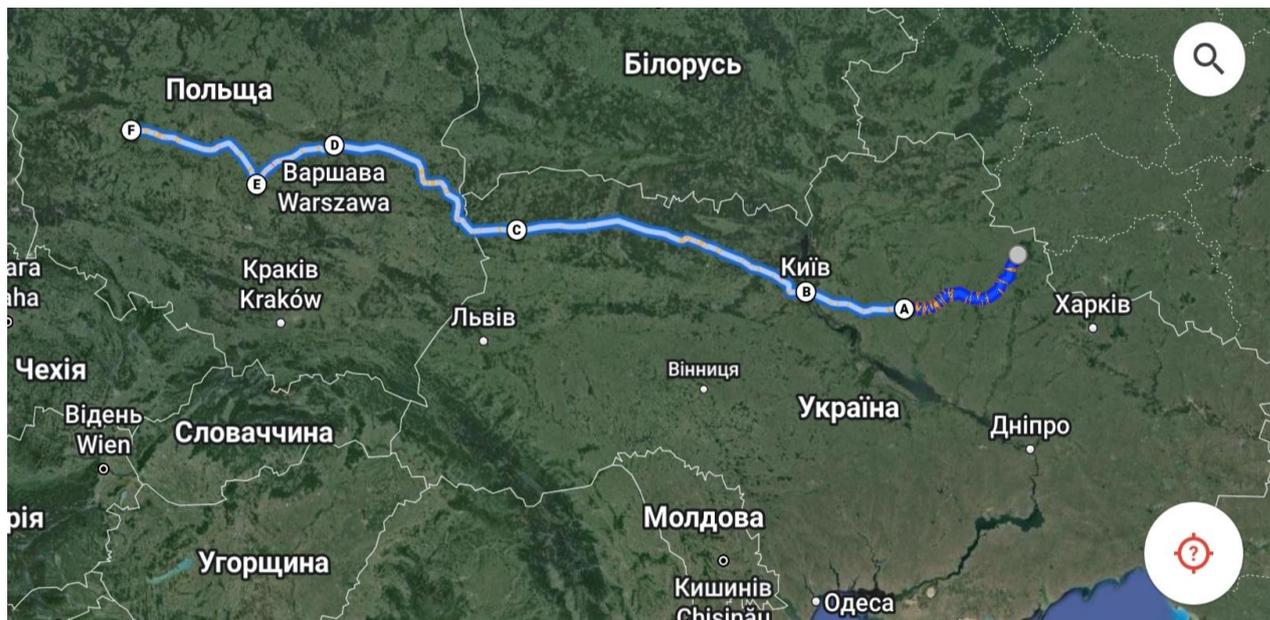


Рис. 3.1. Схема маршруту п'ятиденного туру «Freya»

Далі у таблиці 3.2. представлено Технологічну карту маршруту «Freya»

Таблиця 3.2.

Технологічна карта маршруту «Freya»

№ з/п	Пункти відправлення та призначення	Відстань, км	Спосіб долаття (вид транспорту)	Час перебування в дорозі	Інформація по маршруту / Об'єкти показу у пункті призначення	Тривалість зупинки/показу
1	м. Суми — м. Пирятин	212 км	Туристичний автобус	3 год 15 хв	1. Зустріч групи з організатором 2. Ознайомча інформація про тур 3. Відправлення автобуса до наступного пункту призначення 3. Зупинка. Ресторан "A la minute" 4. Вільний час на відпочинок та їжу 5. Зустріч в автобусі, відправлення до наступного міста призначення	30 хв 10-15 хв
2	м. Пирятин — м. Київ	155 км	Туристичний автобус	1 год 55 хв	1. Зупинка. Кав'ярня "AROMA KAVA" 2. Вільний час на відпочинок та їжу 3. Зустріч в автобусі, відправлення до наступного міста призначення	10-15 хв
3	м. Київ — м. Ковель	450 км	Туристичний автобус	5 год 12 хв	1 Зупинка. Ресторан "Берегиня" 2. Вільний час на відпочинок та їжу 3. Зустріч в автобусі, відправлення до наступного міста призначення	30 хв
4	м. Ковель — м. Варшава	345 км	Туристичний автобус	5 год 23 хв	1. Перетин кордону 2. Зупинка. Ресторан швидкого харчування "KFC" 3. Вільний час на відпочинок та їжу 3. Зустріч в автобусі, відправлення до	10-15 хв

					наступного міста призначення	
5	м. Варшава — м. Лодзь	140 км	Туристичний автобус	2 год 40 хв	1. Зупинка. Ресторан "Black Burger" 2. Вільний час на відпочинок та їжу 3. Зустріч в автобусі, відправлення до кінцевого пункту призначення	15 хв
6	м. Лодзь — м. Познань	212 км	Туристичний автобус	3 год 35 хв	1. Прибуття до автовокзалу Dworzec Główny Poznań 2. Трансфер 3. Заселення в готель "Sheraton Poznan"	30 хв
7	м. Познань	-	-	-	Протягом п'ятиденного пізнавально-розважальний туру будуть включені такі об'єкти показу: 1. Площа Старий ринок: відвідування Познанської ратуші, Імператорського замку, Познанського королівського замку 2. Прогулянки вздовж парку "Цитадель" 3. Штучне озеро «Мальта» 4. Пішохідна мандрівка до Тумського острова: відвідування Кафедрального собору святих апостолів Петра і Павла 5. Музей музичних інструментів 6. Познанський музей круасанів	2 год 30 хв 2 год 15 хв 2 год 30 хв 2 год 30 хв 1 год 30 хв 2 год.
6	м. Познань – м.	1514 км	Туристичний	21 год 40 хв	1. Підведення підсумків туру	-

	Суми		автобус		2. Прощання з групою	
--	------	--	---------	--	----------------------	--

Далі представлено відомості про загальний бюджет часу маршруту «Freya»:

Програма туристичної подорожі

День 1:

08:00 – прибуття до автовокзалу; знайомство з групою та надання ознайомчої інформації про тур

08:30 – відбуття туристичного автобусу; протягом подорожі буде здійснено п'ять зупинок для відпочинку та підзаправки транспортного засобу

21:00 – 23:00 – перетин кордону, важливо підготувати необхідні документи для перевірки та дотримуватися правил митного контролю

День 2:

10:45 – 11:00 – прибуття до автовокзалу Dworzec Główny Poznań

11:05 – 11:45 трансфер та заселення до готелю «Sheraton Poznan»

12:30 – 14:30 – обід в ресторані готелю польської кухні «Rynek» та відпочинок

15:00 – 17:30 – Площа Старий ринок: відвідування Познанської ратуші, Імператорського замку, Познанського королівського замку

18:00 – 20:30 – повернення та вечеря в готелі

20:30 – 22:00 – вільний час: готель пропонує сучасний конференц-центр, два ресторани, басейн, сауну, фітнес-центр та клубний лаунж

День 3:

08:00 – 10:30 – сніданок в ресторані готелю техасько-мексиканської кухні "SomePlace Else"

11:00 – 13:15 – пішохідна прогулянка вздовж парку «Цитадель»

13:30 – 15:00 – обід в готелі

15:00 – 17:00 – вільний час

17:00 – 19:30 – відвідування штучного озера «Мальта»: для бажаючих можна орендувати прогулянку на байдарці або каное

19:30 – 21:00 – повернення та вечеря в готелі

21:00 – 22:00 – вільний час

День 4:

08:00 – 10:30 – сніданок в готелі

11:00 – 13:30 – екскурсія до Познаньського музею круасанів

13:30 – 15:00 – обід в готелі

15:00 – 17:00 – вільний час

17:00 – 18:30 – невеличка мандрівка до Тумського острову: відвідування

Кафедрального собору святих апостолів Петра і Павла

18:30 – 20:30 – відвідування Музею музичних інструментів

20:30 – 21:30 – вечеря в ресторані «Катеа»

21:30 – 22:00 – вільний час

День 5:

08:00 – 10:15 – сніданок та час для виселення з номерів готелю

10:30 – 10:45 – трансфер до автовокзалу

11:00 – відправлення автобуса до м. Суми

Далі у таблиці 3.3. представлено Методичну розробку за темою маршруту

Таблиця 3.3.

Методична розробка за темою маршруту

№ з/п	Ділянка маршруту	Об'єкт показу	Організаційні відомості про об'єкт	Інформаційна пам'ятка
1	2	3	4	5
1	м. Познань	Площа Старий ринок	<u>Графік роботи:</u> працює цілодобово <u>Вхідний квиток:</u> безкоштовний	Центральна площа міста, заснована в 1253 році на лівому березі річки Варта. За розмірами Ринкова площа в Познані є третьою за величиною в Польщі: після Кракова та Вроцлава. Сучасна площа Старий Ринок є однією з головних туристичних визначних пам'яток міста. Крім того, тут завжди проводяться щорічні різноманітні заходи.
2		Познанська ратуша Stary Rynek 1, 61-768 Poznań	<u>Графік роботи:</u> понеділок та середа – з 10:00 до 16:00, четвер – з 10:00 до 18:00, п'ятниця – з 10:00 до 20:00, субота та неділя – з 10:00 до 17:00. Вівторок – вихідний. <u>Контакти:</u> +486 (18) 568-19-3 <u>Вхідний квиток та екскурсійне обслуговування:</u> звичайний – 20 zł/чол.;	Познанський музей, який до 2022 року працював під назвою Музей історії Познані, з 1954 року розташовувався в Ратуші – колишній резиденції міської влади. Витоки цієї будівлі сягають перших років 14 століття. Спочатку це була невелика одноповерхова будівля. У середині XVI століття міська влада доручила його реконструкцію італійському архітектору Яну Батисту Квадро з Лугано, який перетворив скромну готичну ратушу на розкішну представницьку резиденцію. Завдяки численним колекціям Познанська ратуша-музей організовує тимчасові

			пільговий – 13 zł /чол.; дитячий – 1 zł/чол.	виставки, які охоплюють усі сфери життя міста.
3	Імператорський замок Święty Marcin 80/82, 61-809 Poznań	<u>Графік роботи:</u> з 12:00 до 20:00 <u>Контакти:</u> +486 (16) 465-26-0 <u>Вхідний квиток та екскурсійне обслуговування:</u> відвідування замку з картою – 7 zł/чол. (без аудіогіда); екскурсія замком з аудіогідом: звичайний квиток – 15 zł/чол., пільговий – 12 zł/чол.	Імператорський замок, одна з найнезвичайніших будівель Познані. Побудований у 1905-1910 роках як резиденція німецького імператора Вільгельма II. У замку розташовано багато культурних закладів, таких як: «Театр анімації», кінотеатр «Pałacowe», галереї «Profil» та «Pf». У замку також працює джаз-клуб «Blue Note», який вважається одним із найкращих у країні, та ресторан «Pod Pretekstem», який спрямовує свою мистецьку пропозицію на шанувальників поетичної пісні.	
4	Познанський королівський замок Góra Przemysła 1, 60-101 Poznań	<u>Графік роботи:</u> вівторок та середа – з 10:00 до 16:00, четвер – з 10:00 до 18:00, п'ятниця – з 10:00–20:00, субота та неділя – з 10:00–17:00. Понеділок – вихідний. <u>Контакти:</u> +486 (18) 568-07-5 <u>Вхідний квиток та екскурсійне обслуговування:</u> звичайний - 20 zł/чол., пільговий – 13 zł/чол.,	Ім'я родини Мельжинських пов'язане з численними громадськими та культурними ініціативами в Познані XIX століття. Найважливішим було зібрання Северином Мельжинським великої колекції живопису та графіки, яку він подарував у 1871 році Познанському товариству друзів наук (нині в колекції Національного музею), а також фінансування будівлі, призначеної для нього.	

			дитячий – 1 zł/чол., груповий (до 25 осіб) – 250 zł/чол. У вівторок вхід безкоштовний.	
5		Парк «Цитадель» aleja Armii Poznań, 61-001 Poznań	<u>Графік роботи:</u> працює цілодобово <u>Контакти:</u> +486 (18) 608-50-0 <u>Вхід:</u> безкоштовний	Найбільший парк у Познані, площею приблизно 100 га, побудований у 1963– 1970 роках. Цікаві об'єкти в Цитаделі: Пам'ятник Героям, амфітеатр, розарій, історичний дуб на Гарнізонному кладовищі, Дзвін миру і дружби між народами, Молодіжний культурний центр "Narcówka", скульптури просто неба – "Зерно – епітафія життя", "Жалки". У вцілілих будівлях фортеці розташовані два музеї – Музей озброєння, Познанський армійський музей.
6		Тумський острів річка Варта, 61- 001 Poznań	<u>Графік роботи:</u> цілодобово <u>Вхід:</u> безкоштовний	Єдиний, що залишився з колись численних островів на річці Варта в Познані. На території Тумського острова розміщується: Палац архієпископа та резиденція Познанської архієпархії, Архікатедральна базиліка Святих Петра і Павла, в народі відома як собор, один із найстаріших храмів Польщі, Костел Пресвятої Діви Марії, Академія Любранських – перший вищий навчальний заклад у Познані, Археологічний заповідник Genius Loci.

7		Кафедральний собор святих апостолів Петра і Павла Ostrów Tumski 17, 61-109 Poznań	<u>Графік роботи:</u> з 07:00 до 19:00 <u>Контакти:</u> +486 (18) 529-64-2	Найстаріший польський собор та одна з найстаріших польських церков (з 968 року), розташований на Гумському острові в Познані. Це місце поховання перших правителів Польщі та ймовірно місце хрещення Мешка I. Нинішній готичний собор був побудований у 14–15 століттях, частково перебудований і оновлений після руйнувань Другої світової війни. Базилика є частиною пам'яток і визначних споруд туристичного маршруту Королівсько-імператорського шляху.
8		Штучне озеро «Мальта» Wiankowa 3, 61-131 Poznań	<u>Графік роботи:</u> цілодобово <u>Вхід:</u> безкоштовний	Територія навколо озера Мальта є одним із центрів відпочинку міста, а саме озеро є трасою для регат. Тут пролягає залізниця Maltanka Park Railway, а на березі та поверхні озера є: Курган Свободи, Пам'ятник скаутам, Біла гора, Новий зоопарк, Сад часу, Фонтан на Мальті в Познані та інше.
9		Музей музичних інструментів Stary Rynek 45, 61-772 Poznań	<u>Графік роботи:</u> вівторок та середа – з 10:00 до 16:00, четвер – з 10:00 до 18:00, п'ятниця – з 10:00–20:00, субота та неділя – з 10:00–17:00. Понеділок – вихідний. <u>Контакти:</u> +486 (18) 520-85-7 <u>Вхідний квиток та</u>	Єдиний подібний заклад у Польщі, де зібрані як професійні музичні інструменти, так і традиційні інструменти різних культур світу. Основою колекції стали 74 інструменти з приватної колекції Здзіслава Шульца. Постійна експозиція музею в його нинішньому місці на Старому Ринку була відкрита в 1952 році. Сьогодні музей зберігає близько 3000 експонатів, з яких близько 600 представлені в постійній

			<p><u>екскурсійне обслуговування:</u> звичайний – 15 zł/чол., пільговий – 10 zł/чол., дитячий – 1 zł/чол. У вівторок вхід безкоштовний.</p>	<p>експозиції музею. Крім музичних інструментів, колекція включає також сувеніри музикантів або важливих музичних подій.</p>
10		<p>Познаньський музей круасанів Stary Rynek 41, Klasztorna 23, 61-779 Poznań</p>	<p><u>Графік роботи:</u> з 11:00 до 15:30 субота – з 11:00 до 17:00 <u>Контакти:</u> +486 (90) 077-80-0 <u>Вхідний квиток та екскурсійне обслуговування:</u> "Шоу круасанів"/"Шоу Росса та козлів" – звичайний – 31 zł/чол./ 35 zł/чол., пільговий – 28 zł/чол./ 33 zł/чол., сімейний – 28 zł/чол./33 zł/чол., дітям до 3-х років – 1 zł/чол. Спеціальні шоу для груп англійською, німецькою або французькою мовою – 37 zł/чол.</p>	<p>Музей присвячений традиції випікання круасанів, якій вже 150 років. Відвідування музею є інтерактивним. Під час шоу відвідувачі зможуть навчитися готувати круасан за оригінальним рецептом. Метою музею є популяризація культури та історії Познані, найбільш характерними елементами якої є: дріжджові круасани Святого Мартіна, познаньський діалект і кози на вежі Ратуші.</p>

11	м. Познань	Заклади харчування	<p>Ресторан «Kamea» Klasztorna 18, 61-779 Poznań</p> <p><u>Графік роботи:</u> з 12:00 до 22:00, понеділок та неділя – з 12:00 до 21:00, п'ятниця та субота – з 12:00 до 23:00</p> <p><u>Контакти:</u> +486 (18) 517-21-1</p>	<p>Вечеря в найкращому ресторані гастрономічної естетики та смаку. Меню змінюється з сезонами під наглядом Ізабели Завал, власниці та шеф-кухаря, і є подорожжю кухнями світу в сучасній версії з акцентами Познані.</p>
12	м. Познань	Розміщення	<p>Готель «Sheraton Poznan» Bukowska 3/9, 60-809 Poznań</p> <p><u>Графік роботи:</u> Реєстрація заїзду – з 14:00 Реєстрація виїзду – до 12:00</p> <p><u>Контакти:</u> + 486 (16) 552-00-0</p> <p><u>Ціна:</u> 455 zł(4470 грн)/чол.</p>	<p>Готель Sheraton Poznan - це п'ятизірковий готель, розташований у центрі динамічного міста Познань. У готелі 180 нещодавно відремонтованих номерів, включаючи 13 апартаментів. Ексклюзивний клубний поверх містить розкішні номери з панорамним видом на Познань. Гості можуть скористатися багатьма зручностями для відпочинку. До послуг гостей критий басейн з підігрівом, фітнес-центр і сауна. У готелі Sheraton є два ресторани, де вранці подають різноманітний сніданок "шведський стіл".</p>

Пізнавально-розважальний маршрут «Freya» пропонує послуги обов'язкового туристичного страхування.

Згідно з статтею 16 «Страхування туристів при здійсненні туристичних поїздок» розділу III «Безпека туризму» Закону України «Про туризм» (№325/95-ВР від 15.09.1995 р.) страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) обов'язкове і здійснюється суб'єктами туристичної діяльності на основі угод зі страховими компаніями, які мають право на здійснення такої діяльності [2].

Туристичне страхування є ключовим елементом кожної подорожі. Завдяки цьому туристам під час поїздки не доведеться турбуватися про свою безпеку.

Страхування подорожей може покривати різні аспекти, такі як медичні витрати, втрата багажу, скасовані або затримані рейси та навіть юридичну допомогу за кордоном. Чим ширший обсяг покриття, тим вища ціна поліса. У разі серйозного інциденту, наприклад перелому кістки або раптової хвороби, туристичне страхування забезпечує медичний транспорт до країни.

Вартість страхування, що пропонується польським клієнтам, починається приблизно від 100 злотих за 7 днів. Залежно від обсягу страхування ціни зростають. Індивідуальна цінова пропозиція доступна на веб-сайтах мережі Інтернет або безпосередньо у страховика.

Страхування туристів здійснюється шляхом складання договору безпосередньо між туристом та страховою організацією. Поліс туристичного страхування оформлюється та надається на весь термін подорожі лише один раз.

Відшкодування збитків, а також заподіяної шкоди здоров'ю, життю, або майну туриста, здійснюється у встановленому порядку.

Далі наведено *план контрольного тексту маршруту «Freya»*.

План контрольного тексту маршруту

1. Площа Старий ринок:

1.1. Відвідування Познанської ратуші

1.2. Імператорського замку

- 1.3. Познанського королівського замку
2. Парк «Цитадель»:
 - 2.1. Огляд старовинного амфітеатру
 - 2.2. Історичного дубу на Гарнізонному кладовищі
 - 2.3. Скульптур просто неба
3. Штучне озеро «Мальта»:
 - 3.1. Сплави на байдарках або каное
 - 3.2. Оглядова прогулянка
4. Познанський музей круасанів:
 - 4.1. Майстер-клас з приготування круасанів
 - 4.2. Ознайомлення з історією міста та познанським діалектом
5. Тумський острів:
 - 5.1. Відвідування Кафедрального собору святих апостолів Петра і Павла
 - 5.2. Оглядова прогулянка вздовж острову
6. Музей музичних інструментів:
 - 6.1. Огляд експонатів
 - 6.2. Історія про створення музею

І на останньому етапі розробки маршруту «Freya» наведено *калькуляцію собівартості маршруту*:

1. Транспортні витрати:

1.1. Автобус від 20 місць – 25 грн/км * 3028 км = 75 700 грн.

2. Вхідні квитки та екскурсійне обслуговування на об'єктах:

2.1. Познанська ратуша: вартість квитка – 20 zł (197 грн/чол.)

2.2. Імператорський замок: вартість квитка – 15 zł (147 грн/чол.)

2.3. Познанський королівський замок: вартість квитка – 20 zł (197 грн/чол.)

2.4. Музей музичних інструментів: вартість квитка – 15 zł (147 грн/чол.)

2.5. Познанський музей круасанів: вартість квитка – 37 zł (364 грн/чол.)

3. Супровід по маршруту гідом-екскурсоводом:

3.1 Група – 1500 грн/день * 5 днів = 7500 грн.

4. Послуги харчування:

4.1. Сніданок (ресторан "SomePlace Else") – 45 zł (443 грн/чол.)

4.2. Обід (ресторан «Рунек») – 35 zł (345 грн/чол.)

4.3. Вечеря (ресторан «Kamea») – 51 zł (500 грн/чол.)

4.4. Сніданок «шведський стіл» – 75 zł (738 грн/чол.)

4.5. Континентальний сніданок – 55 zł (541 грн/чол.)

5. Послуги розміщення:

5.1. м. Познань, готель «Sheraton Poznan» – 1820 zł (17 835 грн)/чол.

Загальна собівартість (на групу від 20 осіб)*:

Група від 20 осіб – 27 600 грн/чол. (або 2 825 zł)

* **Примітки:** всі ціни вказані станом на червень місяць 2024 року.