

КОЛЕКТИВНІ ЗАСОБИ РОЗМІЩЕННЯ В ЧЕСЬКІЙ РЕСПУБЛІЦІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ

Турло Н. П., Мархонос С. М., Літвін О. Г.

ВСТУП

Готельна сфера – ключовий елемент туристичної індустрії, що забезпечує проживання та обслуговування відвідувачів, незалежно від мети їхньої подорожі – відпочинок, розваги чи комерційні цілі. Розміщення у готелях вважається необхідною складовою будь-якої туристичної програми, незалежно від її спрямованості та тривалості.

Актуальність дослідження сучасного стану, проблем та перспектив розвитку колективних засобів розміщення в Чехії зумовлена необхідністю адаптації їх функціонування до нових умов після пандемії, вирішенням економічних і екологічних викликів, впровадженням інновацій та підтримкою туризму на внутрішньому й міжнародному рівнях. Це допомагає готельному бізнесу залишатися конкурентоспроможним та успішно розвиватися у змінюваному середовищі.

В процесі дослідження була застосована низка загальнонаукових і спеціальних методів, серед яких основним був статистичний аналіз. Для характеристики туристичної та готельної індустрії в Чеській Республіці було використано описовий метод, а для виявлення тенденцій та впливових чинників, що формують стан готельної сфери та виражають характер і розмір річних змін окремих показників туризму метод порівняльного аналізу.

Інформаційною базою дослідження слугували роботи чеських науковців, серед яких Радка МакГрегор Пеліканова, Ева Даніела Цвік та Роберт Кеньон МакГрегор¹. При вивченні питань функціонування колективних засобів розміщення вони зосередили свою увагу на аналізі того, як малі та середні підприємства готельного сектору Чехії адаптуються до викликів пандемії COVID-19 та досліджували стратегії, які використовуються для подолання кризи, а також вивчали впровадження екологічних і стійких практик у готельній індустрії.

¹ МакГрегор Пеліканова, Р.; Цвік, Е. Д.; МакГрегор, Р. К. Вирішення викликів COVID-19 МСП у готельній індустрії – чеське повідомлення щодо сталого розвитку для країн з економікою, що розвивається. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. 09 вересня 2021 р., том 13. Випуск 4, С. 525–546. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JEEE-07-2020-0245/full/html>

Крім того, було використано дослідження колективу чеських авторів під назвою «Зміни у структурі розміщувальної потужності готельної індустрії Чехії в умовах економічної глобалізації»², в якому розглядалися зміни в потужності колективних засобів розміщення та їхні наслідки для подальшого розвитку туризму та впровадження сталих практик у готельній індустрії Чехії.

Колективні засоби розміщення як організації рекреаційної сфери були дослідженні з використанням результатів наукових доробок Бондаренко Ю. Г., Кулиняк І. Я.³, а при статистичному оцінюванні колективних засобів розміщення були використані розробки, запропоновані Милашко О. Г. та Підгорним А. З.⁴

Інформаційною базою дослідження також були офіційні матеріали Чеського статистичного управління та електронні ресурси, представлені в мережі Інтернет.

Мета дослідження полягає в тому, щоб оцінити поточний стан готельного господарства Чехії, виявити ключові проблеми та проаналізувати вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на готельний сектор країни, визначити можливості та перспективи його подальшого розвитку.

1. Діагностика розвитку колективних засобів розміщення Чехії за період 2019-2023 рр.

Чехія – популярна туристична країна в Центральній Європі, на території якої знаходиться 15 об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, що складає 1,3% від їх загальної кількості у світі⁵. Країна має кілька визначених туристичних центрів, серед яких:

1. Прага – столиця та культурний центр з багатою історією та архітектурою.

² Северова Л., Шредл К., Прашилова М., Свобода Р., Сукуп О., Дворжак М., Прахаржова І. Зміна структури розміщення місткості чеського готельного господарства в умовах глобалізації економіки. *Сталий розвиток*. 2021. 13 (16). 9064. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13169064>

³ Бондаренко Ю. Г., Кулиняк І. Я. оцінювання діяльності колективних засобів розміщення як організації рекреаційної сфери. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: *Проблеми економіки та управління*. 2018. № 897. Вип. 2. С. 3–15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPP_2018_2_3

⁴ Підгорний А. З., Милашко О. Г. Статистика туризму : навч. посіб. Одеса : ОНЕУ, ротاپронт, 2014. 204 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2631/1/Статистика%20туризму.pdf>

⁵ Чешский «курортный треугольник» внесен в Список всемирного наследия ЮНЕСКО. URL: <https://czechtoday.eu/turizm/2021/cheshskij-kurortnyj-treugolnik-vnesen-v-spisok-vsemirnogo-naslediya-yunesko>

2. Середньочеський край – регіон навколо Праги з численними замками та природними парками.

3. Південна Чехія – відома своїми озерами, історичними містами, такими як Чеський Крумлов, та мальовничими селами.

4. Західна Чехія – регіон знаменитий своїми курортами та природними красотами.

5. Північна Чехія – включає гірський район Крконоше та інші природні пам'ятки.

6. Східна Чехія – багата на історичні міста, такі як Кутна Гора, та природні заповідники.

7. Моравія та Сілезія – східна частина країни, відома виноробними регіонами, культурними традиціями та національними парками.

Кожен з цих регіонів має свої унікальні туристичні атракції, що робить Чехію різноманітною та цікавою, дає можливість розвивати як внутрішній, так і в'їзний туризм (рис. 1).

Дані рис. 1 свідчать про скорочення загальної чисельності гостей Чехії протягом 2019-2022 рр. на 28,5 %, місцевий туризм зменшився на 7,5 %, виїзний – на 11,0 %, внутрішній – на 13,9 %. В 2022 р. у порівнянні з доковідним періодом в ЧР спостерігалось деяке поживлення в сфері туризму, але досягти показників 2019 р. країна не змогла.

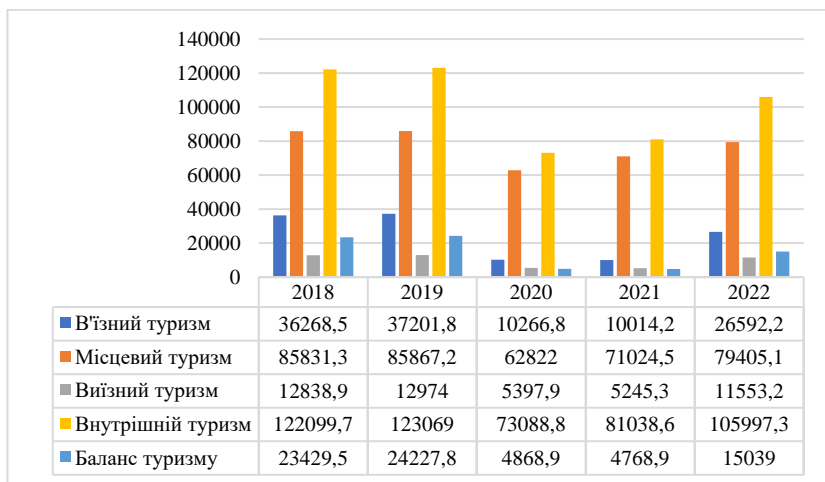


Рис. 1. Туристичний потік в Чеській Республіці (ЧР) протягом 2018-2022 рр.⁶

⁶ Складено авторами на основі даних: Czech statistical office. URL: <https://www.czso.cz/csu/czso/home>

У літньому сезоні 2023 р. загальна чисельність туристів перевищила показники 2019 р. Кількість відвідувань Чехії та ночівель в третьому кварталі 2023 р. зросла та перевищила показники чотирирічної давності відповідно на 4,3 % та 2,4 %. Чисельність чехів, що зупинялися в колективних засобах розміщення, зросла на 15 % в порівнянні з 2019 р., але бракувало приблизно десятої частини іноземних гостей⁷.

Для прийому як внутрішніх, так і в'їзних туристів у Чехії створена відповідна база колективних засобів розміщення (табл. 1).

Таблиця 1

Заклади розміщення в ЧР за категоріями⁸

Категорії закладів розміщення	Роки					2023 р. у % до 2019 р.
	2019	2020	2021	2022	2023	
Заклади колективного розміщення, всього, од	9383	10699	10898	10652	10293	109,7
у тому числі:						
готель*****, од.	65	68	69	71	75	115,4
готель, мотель, ботель****, од.	705	819	809	837	842	119,4
готель, мотель, ботель***, од.	1442	1586	1589	1587	1528	106,0
готель, мотель, ботель**, од.	194	219	211	207	194	100,0
готель, мотель, ботель*, од.	115	113	112	112	100	87,0
готель Гарні****, ***, **, *, од.	105	159	159	162	155	147,6
пансіонати, од	3610	4527	4736	4555	4373	121,1
туристична база, од	567	581	580	579	572	100,9
святкове житло	321	314	321	305	291	90,7
хостел для туристів	651	751	754	733	695	106,8
інші КЗР	1608	1562	1558	1504	1468	91,3

Дані табл. 1 свідчать про те, що протягом 2019-2023 рр. готельна індустрія Чехії зазнала значних змін під впливом пандемії COVID-19 і наступних фаз відновлення.

⁷ Обчислено авторами на основі даних: Czech statistical office. URL: <https://www.czso.cz/csu/czso/home>

⁸ Складено та обчислено авторами на основі даних: Czech statistical office. URL: <https://www.czso.cz/csu/czso/home>

Початковий вплив пандемії у 2020 році призвів до значних порушень, з різким зниженням доходів та рівня заповнюваності КЗР. Багато підприємств готельного господарства зіткнулися з фінансовими труднощами, що призвело до тимчасового або постійного їх закриття.

З поліпшенням ситуації у 2021-2023 роках спостерігалось поступове відновлення туристичного сектора завдяки поверненню як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Протягом цього періоду продовжилось інвестування в готельну інфраструктуру. Відкривалися нові готелі, а існуючі проходили реновації для підвищення привабливості та відповідності очікуванням туристів.

Зростання популярності поєднання бізнес-поїздок з відпочинком («bleisure») стало більш помітним, оскільки багато людей поєднували робочі поїздки з дозвіллям. Це вплинуло на пропозиції готелів, з більшим акцентом на зручності для роботи та відпочинку.

Збільшився акцент на екологічність у сфері гостинності. Багато готелів впроваджували екологічно чисті практики та сертифікації для залучення екологічно свідомих туристів.

Колективні засоби розміщення поділяються на два основні типи⁹:

1. Готелі та аналогічні засоби розміщення, до яких належать: готелі, гуртожитки для приїжджих, мотелі, кемпінги, агроготелі, хостели, туристичні бази, гірські притулки, студентські літні табори та інші місця для тимчасового проживання.

2. Спеціалізовані засоби розміщення, до яких включаються: санаторії, пансіонати відпочинку, дитячі санаторії, пансіонати з лікуванням, дитячі оздоровчі заклади цілорічної дії, дитячі центри, санаторії-профілакторії, бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязелікарні (включаючи дитячі), будинки відпочинку, бази відпочинку та інші оздоровчі заклади для одно- чи дводенного перебування (крім турбаз).

Відповідно до цього поділу, в табл. 2 наведено дані щодо основних характеристик колективних засобів розміщення Чеської Республіки.

Дані табл. 2 показують, що в Чеській Республіці протягом 2019-2023 рр. частка готелів та аналогічних засобів розміщення в загальній кількості КЗР впала з 58,1% до 54,7 %, т. т. на 3,4 п. п., а спеціалізованих засобів розміщення за цей же період зросла з 41,9% до 45,3 %. Проте питома вага розміщених у готелях все ще перевищує частку тих, хто зупиняється у спеціалізованих засобах тимчасового проживання. Ця тенденція характерна і для іноземних відвідувачів,

⁹ Бондаренко Ю. Г., Кулиняк І. Я. Оцінювання діяльності колективних засобів розміщення як організації рекреаційної сфери. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Проблеми економіки та управління. 2018. № 2. С. 5.

більше ніж 90 % яких обирають готелі та аналогічні засоби для тимчасового проживання.

Таблиця 2

Колективні засоби розміщення та їх структура¹⁰

Тип КЗР	Кількість КЗР, од.		Кількість місць, од	Чисельність розміщених, осіб			
	усього	питома вага, %		усього	питома вага, %	у т. ч.	
						іноземці	питома вага, %
2019 рік							
Всього	9383	100,0	539685	21998366	100,0	10890500	100,0
у т. ч.							
готелі та аналогічні засоби розміщування	5452	58,1	412018	1931132 2	87,8	10421786	95,7
спеціалізовані засоби розміщування	3931	41,9	127667	2687044	12,2	468714	4,3
2020							
Всього	10699	10,0	592314	10836444	100,0	2784170	100,0
у т. ч.							
Готелі та аналогічні засоби розміщування	5858	57,5	437407	8855780	81,7	2606039	93,6
Спеціалізовані засоби розміщення	4841	45,2	154907	1950664	18,3	178131	6,4
2021							
Всього	10898	100,0	586061	11383601	100,0	2569658	100,0
у т. ч.							
Готелі та аналогічні засоби розміщення	5841	53,6	428320	9341523	82,1	2419995	94,2
Спеціалізовані засоби розміщування	5057	46,4	157741	2042078	17,9	149663	5,8
2022							
Всього	10652	100,0	586836	19424164	100,0	7343400	100,0

¹⁰ Складено авторами на основі даних: Czech statistical office. URL: <https://www.czso.cz/csu/czso/home>

У т. ч.							
Готелі та аналогічні засоби розміщення	5792	54,4	433036	16496792	84,9	6959886	94,8
Спеціалізовані засоби розміщення	4860	45,6	153800	2927372	15,1	383514	5,2
2023							
Всього	10293	100,0	567195	21977671	100,0	9558930	100,0
У т. ч.							
Готелі та аналогічні засоби розміщення	5629	54,7	420826	18902934	86,0	9060502	94,8
Спеціалізовані засоби розміщення	4664	45,3	146369	3074737	14,0	498428	5,2

Для характеристики рівномірності (нерівномірності) розподілу чисельності розміщених за окремими типами КЗР розраховуємо коефіцієнт концентрації та локалізації¹¹. Оцінювання концентрації базується на відхиленнях між двома розподілами: перший розподіл відображає кількість одиниць сукупності (d_i) а другий – величину ознаки (D_i).

У табл. 3, відповідно до методики, запропонованої Підгорним А. З. та Милашко О. Г., наведена інформація про структуру готелів та аналогічних засобів розміщення за різними показниками (частка розподілу за кількістю засобів – d_i , частка розподілу за кількістю розміщених – D_i).

Якщо розподіл за величиною ознаки в сукупності є рівномірним, то частки будуть рівними ($d_j = D_j$), а відхилення часток вказуватиме на певну концентрацію. Верхня межа суми відхилень $\sum |d_j - D_j| = 2$, а отже коефіцієнт концентрації, визначається за формулою¹²:

$$K = \frac{1}{2} \sum |d_j - D_j|. \quad (1)$$

Межа коливання: $0 \leq K \leq 1$:

- при $K = 0$, констатуємо рівномірний розподіл;
- при $K = 1$, фіксуємо повну концентрацію;
- чим більшим є ступінь концентрації, тим більшим є значення.

¹¹ Підгорний А. З., Милашко О. Г. Статистика туризму : Навч. посіб. Одеса : ОНЕУ, ротапринт, 2014. С. 60–62.

¹² Там само

**Розподіл готелів та інших засобів розміщування
за кількістю засобів та за кількістю розміщених протягом 2023 р.¹³**

Тип КЗР	У % до підсумку		Модуль відхилень часток $\frac{1}{100} d_j - D_j $	$\frac{D_j}{d_j}$
	Кількість КЗР d_j	Чисельність розміщених D_j		
Всього	100,0	100,0	1,359	-
Готель****	0,7	6,2	0,055	8,9
Готель, мотель, ботель****	8,2	34,8	0,266	4,2
Готель, мотель, ботель***	14,8	24,5	0,097	1,7
Готель, мотель, ботель**	1,9	1,8	0,001	1,0
Готель, мотель, ботель*	1,0	0,7	0,003	0,7
Готель Гарні****,***,**,*	1,5	1,7	0,002	1,1
Пансіонат	42,5	13,1	0,294	0,3
Туристична база	5,6	6,7	0,011	1,2
Святкове житло	2,8	0,9	0,019	0,3
Хостел для туристів	6,8	2,6	0,042	0,4
Інший КЗР	14,3	6,9	0,074	0,5

На основі формули (1) розрахуємо коефіцієнт концентрації в цілому для КЗР:

$$K = \frac{1,359}{2} = 0,6795$$

Значення цього показника свідчить про те, що рівень концентрації розміщених у різних типах КЗР є вище середнього (або про вище ніж середній ступінь нерівномірності розподілу). Таким чином, коефіцієнт концентрації є узагальненою характеристикою відхилень розподілу від рівномірного.

Для кожної j -ї групи сукупності обчислюють коефіцієнт локалізації. Він показує співвідношення часток двох розподілів і часто використовується для оцінки територіального розподілу:

¹³ Складено та розраховано авторами на основі даних: Czech statistical office. URL: <https://www.czso.cz/csu/czso/home>

$$L_j = \frac{D_j}{d_j}. \quad (2)$$

При рівномірному розподілі усі значення $L_j = 1$. У випадку концентрації значень ознаки в j групі $L_j > 1$ і навпаки.

Отже, коефіцієнти локалізації, розраховані за даними табл. 3, свідчать про найвищу концентрацію розміщених в готелях**** (8,9), готелях, мотелях, ботелях****,*** (відповідно 4,2 та 1,7), готелях Гарні (В&В)****,***,**,*(1.1) та туристичних базах (1,2). Рівномірний розподіл спостерігається в готелях, мотелях, ботелях** (1,0). В усіх інших закладах колективного розміщення коефіцієнт локалізації знаходиться в межах від 0,3 (пансіонати, святкове житло) до 0,7 (готелі, motelі, ботелі*).

Розрахунок коефіцієнта локалізації за територіальною ознакою (табл. 4) показав, що його найвище значення має столиця ЧР. Це пояснюється тим, що Прага є одним із найбільш відвідуваних міст Європи. Вона відома своєю багатю історією, архітектурою, пропонує безліч культурних заходів, фестивалів та гастрономічних вражень.

В цілому коефіцієнт концентрації за територіальною ознакою становить 0,264. Це свідчить про те, що рівень концентрації розміщених у різних типах КЗР є нижче середнього (або про нижчий ніж середній ступінь нерівномірності розподілу).

Зазнала змін у період з 2019 по 2023 роки і місткість закладів розміщення Чехії (рис. 2).

Кількість кімнат протягом 2019-2023 рр. зросла на 4,7 %, а ліжок – на 5,1 %. Найбільше за цей період зросла місткість у готелях категорій 4- та 5-зірок, що зумовлено збільшенням чисельності туристів з високим рівнем доходів та високими вимогами до якості послуг і комфорту.

Таким чином, протягом 2019-2023 років готельна база Чехії пройшла через значні виклики, продемонструвала стійкість і здатність до адаптації та поступово відновлюється. Це створює передумови для подальшого її розвитку, незважаючи на виклики, що їх ставить глобальне економічне середовище.

Колективні засоби розміщення (КЗР) є одним із джерел інформації щодо туристичних потоків. Про зміну останніх свідчать такі показники як чисельність осіб, що зупинялися в цих закладах (зокрема іноземці), кількість проведених ночівель, а також середня тривалість перебування гостей¹⁴ (табл. 5).

¹⁴ Милашко О. Г. Колективні засоби розміщування як об'єкт статистичного вивчення. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2014. № 2 (53). С. 202–206.

Таблиця 4

Розподіл КЗР та розміщуваних за регіонами ЧР¹⁵

Регіони	У % до підсумку		Модуль відхилень часток $\frac{1}{100} d_j - D_j $	$\frac{D_j}{d_j}$
	Кількість КЗР d_j	Чисельність розміщених D_j		
ЧР, всього	100,0	100,0	0,527	-
Прага, столиця	8,2	33,9	0,257	4,1
Середньочеський край	7,8	6,0	0,018	0,7
Південночеський край	12,4	7,5	0,049	0,6
Пльзенський край	5,5	4,1	0,014	0,7
Карловарський край	6,0	6,1	0,001	1,0
Устецький край	5,0	2,8	0,022	0,6
Ліберецький край	9,2	5,3	0,044	0,6
Градець Кралове	11,3	6,9	0,044	0,6
Пардубицький край	3,7	2,4	0,013	0,6
Край Височина	4,4	3,0	0,014	0,7
Південно-моравський край	9,7	9,9	0,002	1,0
Оломоуцький край	5,3	3,6	0,017	0,7
Злинський край	5,1	3,7	0,014	0,7
Моравсько-Сілезький край	6,5	4,7	0,018	0,7

За даними табл. 5, найбільше падіння завантаженості КЗР у порівнянні з 2019 р. спостерігалось протягом 2020-2021 рр. Загальна чисельність гостей, які скористалися послугами засобів розміщення, скоротилася відповідно на 50,7 % та 48,2 %, а кількість ночівель зменшилася на 45,1 % і на 44,3 %.

Ще більш катастрофічного спаду у 2020 році вдалося уникнути завдяки внутрішнім туристам, які зупинялися в готелях Чехії у липні та серпні. Їх чисельність в літні місяці зросла більш ніж на 20 % у порівнянні з попереднім роком після пом'якшення обмежувальних заходів.

¹⁵ Складено та розраховано авторами на основі даних: Czech statistical office. URL: <https://www.czso.cz/csu/czso/home>

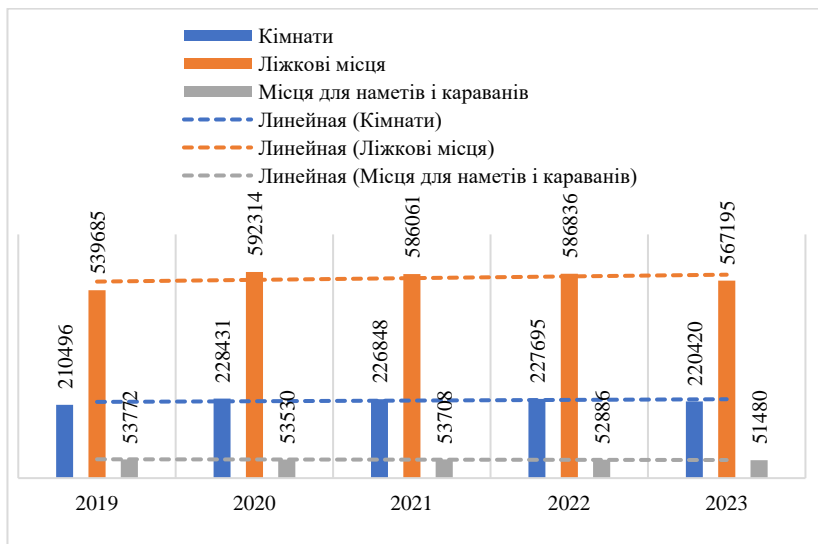


Рис. 2. Місткість закладів розміщення в ČR¹⁶

Чисельність нерезидентів у колективних засобах розміщення Чехії зменшилася у 2020 та 2021 роках порівняно з 2019 роком на 8,107 млн осіб та 8,321 млн осіб відповідно.

Зростання завантаженості КЗР Чехії в 2022 та 2023 роках можна пояснити кількома причинами:

- скасування обмежувальних заходів. З послабленням або повним скасуванням обмежень, пов'язаних з пандемією COVID-19, люди стали активніше подорожувати, що призвело до збільшення чисельності туристів;

- ревіталізація міжнародного туризму. Відновлення авіасполучень та відкриття кордонів для іноземних туристів сприяли збільшенню кількості відвідувачів з інших країн, але досягти доковідного показника щодо чисельності іноземних туристів Чехії поки що не вдалося. Масштаби в'їзного туризму Чехії в 2023 р. становили 87,8 % рівня 2019 р.;

- відкладений попит. Після двох років обмежених можливостей для подорожей багато людей відклали свої подорожі, що призвело до збільшення кількості бронювань і ночівель у 2022 та 2023 роках;

¹⁶ Складено авторами на основі даних: Czech statistical office. URL: <https://www.czso.cz/csu/czso/home>

– активне просування туризму. Рекламні кампанії та ініціативи уряду та приватних компаній з метою відновлення туристичної галузі сприяли залученню більшої кількості туристів;

– зростання внутрішнього туризму. Внутрішні туристи продовжували підтримувати туристичну індустрію, особливо у зв'язку з популяризацією внутрішніх подорожей і відкриттям нових туристичних маршрутів та атракцій. Чисельність внутрішніх туристів зроста протягом 2022-2023 рр. у порівнянні з 2019 р. відповідно на 8,8 % та 11,8 %;

– поліпшення інфраструктури. Інвестиції в розвиток туристичної інфраструктури, включаючи модернізацію готелів і створення нових туристичних об'єктів, зробили Чехію привабливішою для туристів.

Таблиця 5

Завантаженість закладів розміщення ЧР протягом 2019-2023 рр.¹⁷

Рік	Всього гостей	у т. ч.		Всього ночівель	у т. ч.		Середня кількість ночівель
		мешканці	нерезиденти		мешканці	нерезиденти	
2019	21998366	11107866	10890500	57024767	29844204	27180563	2,6
2020	10836444	8052274	2784170	31382494	23994436	7388058	2,9
2021	11383601	8813943	2569658	31924242	25376927	6547315	2,8
2022	19424164	12080764	7343400	50599312	32459645	18139667	2,6
2023	21977671	12418741	9558930	55842471	32480862	23361609	2,5

Ці фактори разом сприяли збільшенню завантаженості колективних засобів розміщення Чехії в 2022 та 2023 роках.

Зміна ситуації у колективних засобах розміщення вплинула на їх доходи, розмір яких після 2019 року зазнав значних змін, обумовлених впливом пандемії COVID-19 та наступними економічними і туристичними трендами.

Так, у 2020 р. спостерігалось їх різке зниження через обмеження на міжнародні та внутрішні подорожі, закриття кордонів і карантинні заходи. Багато готелів, хостелів і інших колективних засобів розміщення були змушені призупинити свою діяльність або працювати з обмеженою

¹⁷ Складено авторами на основі даних: Czech statistical office. URL: <https://www.czso.cz/csu/czso/home>

потужністю. Внутрішні туристи частково компенсували втрати, але загальний обсяг доходів залишився значно нижчим, ніж у 2019 році.

З послабленням обмежень в 2021 р. та початком вакцинації доходи почали відновлюватися, хоча і залишалися нижчими за докризовий рівень. Зростання внутрішнього туризму продовжувало відігравати важливу роль у підтримці доходів галузі.

Зі зняттям більшості карантинних обмежень, відновленням міжнародних подорожей та активним просуванням туризму у 2022-2023 рр. доходи колективних засобів розміщення почали зростати. Туристи, які відклали поїздки через пандемію, почали повертатися, що призвело до збільшення заповнюваності КЗР і, відповідно, до зростання їх доходів. Доходи у багатьох випадках повернулися до рівня 2019 року або навіть перевищили його. Певний вплив на доходи мали також інфляційні процеси, які збільшили вартість послуг у сфері туризму та гостинності.

В цілому, доходи колективних засобів розміщення в Чехії після різкого падіння у 2020 році поступово відновлювалися у 2021 році і досягли значного зростання у 2022 та 2023 роках завдяки відновленню туристичних потоків і збільшенню попиту на туристичні послуги.

Під впливом негативних факторів, що виникли протягом останніх років у сфері туризму в загалі, та у функціонуванні КЗР зокрема, змінилась частка їх внеску у валову додану вартість, створену в туристичній сфері, та валовий внутрішній продукт країни в цілому. Так, частка туризму у ВВП Чехії в 2022 р. становила 2,22 %, що на 0,65 п. п. нижче за показник 2019 р. Найбільше зменшення питомої ваги туризму у валовому внутрішньому продукті ЧР спостерігалось в 2020-2021 рр. (1,37 та 1,32 п. п. відповідно)¹⁸.

Відношення туризму до валової доданої вартості в 2022 р. було на рівні 2,18 %, що 0,58 п. п. менше ніж у 2019 р. Протягом 2021-2022 р. цей показник знаходився в межах 1,47 %-1,53 %¹⁹.

Зменшення частки туризму у ВВП Чехії та у валовій доданій вартості можна пояснити кількома факторами:

1. Істотне зниження туристичних потоків через обмеження на подорожі, закриття кордонів та впровадження карантинних заходів через пандемію COVID-19 негативно відобразилося на всій туристичній індустрії, скоротивши її вклад в економіку країни.

2. Зміна туристичних уподобань. Навіть після послаблення обмежень, змінилися туристичні вподобання. Деякі туристи стали

¹⁸Обчислено авторами на основі даних: Czech statistical office. URL: <https://www.czso.cz/csu/czso/home>

¹⁹ Так само

обирати безпечніші або ближчі до дому напрямки, що вплинуло на потік туристів до Чехії.

3. Економічна нестабільність. Глобальні економічні труднощі, спричинені пандемією, вплинули на доходи населення та їхню спроможність подорожувати. Це призвело до зниження попиту на туристичні послуги.

4. Конкуренція з іншими країнами. Відновлення туризму відбувалося нерівномірно, і деякі країни швидше адаптувалися до нових умов та залучили більше туристів завдяки активним маркетинговим кампаніям та покращенню туристичної інфраструктури.

5. Підвищення вартості послуг. Зростання цін на енергоносії, харчування та інші послуги могло зробити туристичні поїздки дорожчими, знижуючи їх доступність для туристів.

6. Зміна структури економіки. Внесок туризму у ВВП може зменшуватися через зростання інших секторів економіки, які починають займати більшу частку у ВВП і валовій доданій вартості. Наприклад, зростання ІТ-сектору, промисловості або інших сфер послуг.

Ці фактори разом призвели до зменшення частки туризму у ВВП та валовій доданій вартості Чехії.

Таким чином, дослідження показало, що сучасний стан колективних засобів розміщення в Чехії характеризується як стабільний, але під впливом кількох важливих чинників. Туристичний сектор поступово відновлюється після впливу пандемії COVID-19, зокрема завдяки зростанню внутрішнього туризму та поверненню іноземних туристів. Інфраструктура готелів та інших засобів розміщення змінюється завдяки впровадженню новітніх технологій для покращення сервісу.

2. Проблеми та перспективи подальшого розвитку готельного господарства країни

Готельне господарство Чехії стикається з низкою проблем, які можуть впливати на його ефективність та конкурентоспроможність. Серед основних проблем можна виділити:

1. Сезонність туризму. Зміни в туристичних потоках, як вказувалося у першій частині дослідження, можна відстежувати за допомогою чисельності осіб, які зупиняються в колективних закладах розміщення. Ці показники відображають динаміку туристичної активності та допомагають проаналізувати вплив сезонних факторів на туризм (рис. 3).

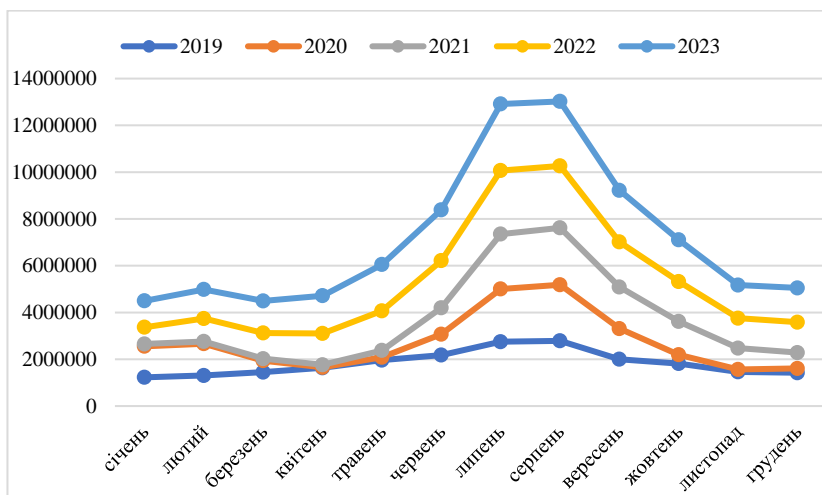


Рис. 3. Чисельність розміщених у КЗР протягом року²⁰

Значна частина туристичного потоку Чехії припадає на літні місяці (зростання розпочинається з травня) і поступово починає спадати з вересня. Це призводить до нерівномірного завантаження готелів протягом року.

Побороти сезонність у сфері туризму Чехії та забезпечити більш-менш рівномірне завантаження колективних засобів розміщення можна за допомогою різних стратегій, спрямованих на залучення туристів протягом усього року. На думку авторів, до них належать: розвиток подієвого туризму; організація фестивалів (музичних, культурних, гастрономічних тощо), спортивних змагань та інших заходів, які можуть привернути увагу туристів в несеzon; розширення спектра послуг, серед яких розвиток спа-центрів, оздоровчих курортів та велнес-програм, що користуються попитом упродовж року; створення конференц-залів і спеціальних пропозицій для бізнес-туристів, проведення конгресів та семінарів; проведення рекламних кампаній, спрямованих на просування туризму в несеzonні періоди, з акцентом на перевагах поза сеzonних подорожей (менша чисельність туристів, знижені ціни); співпраця з блогерами та впливовими особами для просування зимових, весняних або осінніх поїздок до Чехії; розробка спеціальних пакетів, що включають знижки на проживання, харчування та розваги в несеzonні

²⁰ Складено авторами на основі даних: Czech statistical office. URL: <https://www.czso.cz/csu/czso/home>

місяці та пропозиція знижок для довгострокового перебування або для сімей; розвиток альтернативних видів туризму таких як екотуризм, агротуризм, зимовий туризм; покращення інфраструктури, що забезпечить транспортну доступність до туристичних об'єктів незалежно від сезону, створення нових атракцій і покращення існуючих; співпраця з туристичними агенціями за кордоном та участь у міжнародних туристичних виставках і форумах для презентації туристичних можливостей Чехії та просування країни як цілорічного туристичного напрямку.

Запровадження цих стратегій, на думку авторів, допоможе збалансувати потік туристів протягом року, зменшуючи вплив сезонності на готельне господарство та туристичний сектор Чехії в цілому.

2. Зростаюча конкуренція як з боку міжнародних готельних мереж, так і альтернативних засобів розміщення, таких як Airbnb. Це призводить до зниження заповнюваності номерного фонду та вимагає, для залучення клієнтів, знижувати ціни. З метою зниження напруги в конкурентній боротьбі пропонується застосувати наступні стратегії:

- покращення якості обслуговування та впровадження унікальних пропозицій: пропонувати індивідуальні послуги для гостей (особистий консьерж та ін.), розробити ексклюзивні пакети, які включають місцеві культурні та гастрономічні заходи, щоб відрізнитися від стандартних готельних мереж та Airbnb;

- розвиток локального бренду та автентичність. Перетворення історичних або культурно значущих будівель на готелі може привабити туристів, зацікавлених в унікальних і автентичних місцях проживання;

- інновації та цифрові технології. Інвестувати у власні онлайн-системи бронювання, що зручно інтегруються з популярними платформами, але пропонують додаткові переваги при прямому бронюванні. Розробити мобільні додатки для гостей, які надають інформацію про місцеві визначні пам'ятки, маршрути, послуги готелю та спеціальні пропозиції;

- екологічні ініціативи. Запровадження зелених практик, таких як енергозберігаючі технології, програми вторинної переробки та використання місцевих екологічно чистих продуктів. Отримання екологічних сертифікатів, що може стати конкурентною перевагою, особливо для екологічно свідомих туристів;

- застосування маркетингових стратегій. Використання даних для розробки цільових рекламних кампаній, орієнтованих на конкретні ринки та демографічні групи. Забезпечити активну присутність у

соціальних мережах та співпрацювати з відомими блогерами та інфлюенсерами для просування бренду;

- розширення спектра послуг: пропонувати пакетні пропозиції та створити мультифункціональні простори (конференц-зали, зони для відпочинку, коворкінг-простори);

- розробити програми лояльності, що пропонують знижки, бонуси та спеціальні привілеї для постійних клієнтів; активно працювати з відгуками клієнтів, швидко реагувати на зауваження та пропозиції, щоб покращити сервіс;

- розвивати партнерство та кооперацію. Налагодження партнерських відносин з ресторанами, туристичними агенціями та іншими місцевими підприємствами для створення інтегрованих туристичних пропозицій. Пропонувати туристичні пакети, що включають відвідування визначних місць, транспорт та харчування;

- регуляторні заходи. Підтримка урядових ініціатив спрямованих на захист місцевих готелів від надмірної конкуренції та створення сприятливих умов для готельного бізнесу, включаючи регулювання Airbnb та інших альтернативних засобів розміщення;

- аналіз ринку, вивчення потреб та уподобань туристів для своєчасного адаптування пропозиції, постійний моніторинг діяльності конкурентів, впровадження успішних практик та інновацій.

Запропоновані стратегії допоможуть чеським готелям залишатися конкурентоспроможними в умовах зростаючої конкуренції, приваблювати туристів і забезпечувати високий рівень обслуговування.

3. Нестача кваліфікованого персоналу, особливо під час високого сезону та висока плинність кадрів. Відсутність компетентних працівників призводить до зниження якості обслуговування, зростання витрат на навчання та підвищення кваліфікації.

Стан зайнятості на підприємствах КЗР наведено в табл. 6.

Проведене дослідження наочно доводить нестачу працівників, зайнятих у сфері готельного бізнесу. Так, протягом 2019-2022 рр. кількість КЗР збільшилася на 13,5 % (табл. 1), а чисельність зайнятих за цей же період зменшилася на 11,4 % (табл. 6). Залишалися не зайнятими, з усієї кількості запропонованих робочих місць на підприємствах готельного господарства Чехії, від 101 од. (2019-2020 рр.) до 369 од. в 2022 р.

Таблиця 6

Співвідношення кількості робочих місць та чисельності зайнятих на підприємствах готельного господарства ČR²¹

Рік	Кількість робочих місць, од.			Кількість зайнятих, осіб		
	само-зайняті*	співробітники	всього	само-зайняті	співробітники	всього
2019	4191	39145	43337	4319	38816	43135
2020	3932	32624	36556	4070	32384	36455
2021	3711	29512	33223	3814	29215	33029
2022	4101	34475	38576	4151	34057	38207
2022 у % до 2019	97,9	88,1	89,0	96,1	87,7	88,6

*Входять власники підприємств та члени їх сімей, діяльність яких на підприємстві є основною роботою

У 2023 р. колективні засоби розміщення в Чехії мали, порівняно з попередніми роками, кращі показники зайнятості в готельному бізнесі, що суттєво вплинуло на економіку країни та індустрію туризму. Але закрити потребу у робочій силі в КЗР не вдалося.

Щоб подолати нестачу кваліфікованого персоналу та зменшити плинність кадрів у колективних засобах розміщення Чехії, можна застосувати наступні стратегії:

1. Розробка нових освітніх програм та проведення тренінгів. Це передбачає розширення співпраці з навчальними закладами для забезпечення підготовки, стажування й практики для студентів, впровадження спеціалізованих курсів та тренінгів з метою підвищення кваліфікації персоналу. Запровадження програм менторства, де досвідчені працівники допомагають новачкам адаптуватися і розвиватися.

2. залучення іноземних працівників. З цією метою спростити процес отримання робочих віз для іноземців та проводити активні кампанії з найму персоналу за кордоном, особливо в країнах з високим рівнем безробіття.

3. Покращення умов праці, що передбачає пропонування заробітної плати, яка відповідає або перевищує ринковий рівень, покращення соціальних пакетів, впровадження гнучких графіків роботи та створення можливостей для кар'єрного зростання.

²¹ Складено та обчислено авторами на основі даних: Czech statistical office. URL: <https://www.czso.cz/csu/czso/home>

4. Використання сучасних технологій: автоматизація рутинних завдань для зниження навантаження на персонал; використання CRM-систем для підвищення ефективності роботи.

5. Проведення рекламних кампаній для популяризації кар'єри в готельному бізнесі, співпраця з впливовими особами та соціальними мережами для залучення молоді.

6. Стимулювання внутрішньої мобільності: розробка програм внутрішньої ротації та перепідготовки для співробітників інших секторів; надання можливостей для переведення всередині компанії.

7. Проведення регулярного аналізу причин плинності кадрів і на основі цього вдосконалення умов праці та управлінських практик. Забезпечення зворотного зв'язку з працівниками для виявлення проблем і пошуку шляхів їх вирішення.

8. Проведення корпоративних заходів, які сприяють згуртованості колективу та підвищують мотивацію працівників.

Впровадження цих заходів, на думку авторів, допоможе знизити плинність кадрів і забезпечити стабільність та розвиток у сфері готельного бізнесу в Чехії.

4. Деякі готелі, особливо в старих будівлях, потребують модернізації та оновлення інфраструктури. Подолання вказаної проблеми передбачає залучення державних та європейських грантів і субсидій, пошук приватних інвесторів для фінансування великих проєктів оновлення та модернізації старих будівель з метою покращення їх дизайну, підвищення безпеки та комфорту проживання (забезпечення доступності для людей з обмеженими можливостями); впровадження інноваційних технологій та екологічних ініціатив; розширення спектру та цифровізації послуг; використання соціальних медіа та цифрових маркетингових кампаній для залучення нових клієнтів

Реалізація цих заходів дозволить значно покращити інфраструктуру колективних закладів розміщення в Чехії, підвищити рівень обслуговування та задовольнити зростаючі потреби туристів.

5. Недостатнє використання сучасних технологій та інструментів цифрового маркетингу для просування послуг, що призводить до втрати потенційних клієнтів, недостатнього залучення вільних ніш на нових ринках. Розв'язання цієї проблеми можливе завдяки створенню та оптимізації веб-сайту підприємства; використанню соціальних медіа; застосуванню контент- та інфлюенсер-маркетингу, електронного й персоналізованого маркетингу, регулярний аналіз ефективності маркетингових кампаній для оптимізації витрат та підвищення рентабельності інвестицій; платна реклама в інтернеті; робота з онлайн-агенціями та платформами бронювання; використання інструментів веб-

аналітики для відслідковування поведінки користувачів на сайті підприємства, джерел трафіку та конверсій; залучення клієнтів через мобільні додатки.

Впровадження цих заходів допоможе ефективно використовувати сучасні технології та інструменти цифрового маркетингу для просування послуг колективних засобів розміщення в Чехії, що сприятиме залученню нових клієнтів і підвищенню рівня задоволеності існуючих.

6. Регуляторні та податкові зміни.

Протягом останніх п'яти років у Чехії відбулися кілька змін у законодавстві та податковій політиці, які негативно вплинули на діяльність колективних засобів розміщення. До основних з них належать:

1) підвищення податку на додану вартість (ПДВ)²². Відбувся перегляд ставок ПДВ, що стосуються послуг з розміщення. Зокрема, були внесені зміни щодо місця надання послуги та особи, відповідальної за сплату податку. Це ускладнило податковий облік для колективних засобів розміщення, особливо тих, що працюють через інтернет-платформи;

2) збільшення ставки корпоративного податку. З 2024 року ставка корпоративного податку зросла з 19% до 21%, що призвело до збільшення витрат для готелів та інших колективних засобів розміщення, які функціонують як юридичні особи;

3) зміни в оподаткуванні нерухомості²³. Реальні ставки податку на нерухомість були збільшені за рахунок введення державного коефіцієнта, а також автоматичної індексації ставок на інфляцію. Це збільшило податкове навантаження на власників готелів та інших об'єктів нерухомості, які використовуються для бізнесу;

4) підвищення ставок соціальних внесків²⁴. Зміни в соціальному страхуванні, такі як збільшення мінімальної бази для розрахунку внесків для самозайнятих осіб та введення додаткового внеску на випадок хвороби, підвищили витрати на утримання персоналу для підприємств у сфері розміщення;

²² ASB Group. URL: <https://asbgroup.eu/en/news/boundaries-pausal-residency-tax-from-acceptance-of-physical-persons>; Посібник з ПДВ ведення бізнесу в Чехії. URL: <https://vatdesk.eu/en/czech-republic/>

²³ Посібник з ПДВ ведення бізнесу в Чехії. URL: <https://vatdesk.eu/en/czech-republic/>

²⁴ ASB Group. URL: <https://asbgroup.eu/en/news/boundaries-pausal-residency-tax-from-acceptance-of-physical-persons>; Посібник з ПДВ ведення бізнесу в Чехії. URL: <https://vatdesk.eu/en/czech-republic/>

5) обмеження на відрахування витрат²⁵. Введення лімітів на відрахування витрат, пов'язаних з придбанням пасажирських автомобілів для бізнесу, та інші зміни в податкових відрахуваннях, ускладнили фінансове планування для готельного бізнесу.

В цілому ці зміни призвели до зростання операційних витрат та ускладнення податкового обліку, що негативно позначилося на фінансовій стабільності та конкурентоспроможності колективних засобів розміщення Чехії. Однак адаптація до них та активна робота з урядом та асоціаціями можуть допомогти готельєрам впоратися з новими викликами.

7. Економічна нестабільність та політичні зміни. Так, економічна нестабільність, яка включає високу інфляцію та зростання безробіття, може призвести до зниження купівельної спроможності як місцевих жителів, так і потенційних туристів. Це може зменшити внутрішній та зовнішній туристичний потік; в умовах економічної нестабільності бізнеси можуть скоротити інвестиції у розвиток туристичної інфраструктури, що може негативно вплинути на якість обслуговування та загальну привабливість країни для туристів; нестабільність на валютному ринку може впливати на вартість відвідування країни для іноземців, що може зробити подорожі менш привабливими з фінансової точки зору.

Політичні зміни часто призводять до змін у регуляторному середовищі, що може включати нові податкові ставки, підвищення вартості віз та інші бар'єри для туристів; політична нестабільність, включаючи протести та політичні конфлікти, створює відчуття небезпеки у потенційних туристів, зменшуючи бажання відвідувати країну; зміни у зовнішній політиці можуть впливати на туристичні потоки через візові обмеження, санкції та зміни у двосторонніх відносинах між країнами.

Для подолання вказаної проблеми пропонується:

– провести диверсифікацію туристичних ринків, т. т. орієнтація на нові ринки та залучення туристів з різних регіонів світу може допомогти зменшити залежність від окремих країн або регіонів, що стикаються з економічними чи політичними проблемами;

– здійснювати інвестиції в маркетинг. Активне просування країни як туристичного напрямку через маркетингові кампанії може допомогти залучити більше туристів навіть в умовах нестабільності. Використання соціальних мереж та інших сучасних каналів комунікації може підвищити ефективність таких кампаній;

²⁵ Там само

- покращити інфраструктуру та сервіс. Інвестиції у покращення туристичної інфраструктури, зокрема, транспортних мереж, готелів та туристичних об'єктів, можуть зробити країну більш привабливою для відвідувачів;

- застосування гнучкої цінової політики. Під час економічної нестабільності впровадження гнучких цінових стратегій, таких як знижки та спеціальні пропозиції, може допомогти залучити більше туристів;

- підтримка місцевого туризму. Заохочення до місцевого туризму може компенсувати втрати від зменшення міжнародних туристичних потоків. Це включає створення програм лояльності та спеціальних пропозицій для місцевих жителів;

- важливою є державна підтримка туристичної галузі, зокрема, через фінансові стимули, гранти та інші форми підтримки, які можуть допомогти бізнесу пережити складні часи.

Вказані заходи повинні сприяти зростанню туристичних потоків, а отже і збільшенню тих, хто буде потребувати тимчасового розміщення. Зростання потреби у послугах КЗР допоможе їм адаптуватися до економічної та політичної нестабільності, зберегти конкурентоспроможність та продовжувати залучати туристів.

8. Екологічні проблеми. Основними екологічними проблемами ЧР є: високий рівень забруднення повітря в деяких регіонах Чехії, особливо у великих містах, таких як Прага, що може негативно впливати на здоров'я туристів та робити ці місця менш привабливими для відвідування; забруднення річок та озер, які є популярними туристичними об'єктами, знижує привабливість цих місць для туристів та ускладнює діяльність готелів і курортів, що розташовані поблизу водних ресурсів; утилізація відходів та високий рівень забруднення пластиковими відходами створюють негативний імідж туристичних об'єктів і впливають на їх репутацію; зміна клімату, яка може впливати на сезонність туризму та умови для відпочинку (наприклад, скорочення зимового сезону через потепління може впливати на гірськолижні курорти).

Вище зазначені екологічні проблеми країни впливають на діяльність колективних засобів розміщення через зниження туристичного потоку; додаткові витрати готелів та інших засобів розміщення на впровадження екологічно чистих технологій, утилізацію відходів та підтримання високих стандартів екологічної стійкості; репутаційні ризики, пов'язані зі зниження довіри з боку туристів, особливо тих, хто приділяє увагу екологічній стійкості, у зв'язку з невиконання екологічних стандартів.

Для зниження впливу та подолання екологічних проблем пропонується:

1) провадження КЗР екологічних ініціатив таких як використання системи очищення води, енергозбереження та переробка відходів. Наприклад, використання сонячних панелей для забезпечення енергією або встановлення систем для збору дощової води;

2) отримання екологічних сертифікатів, таких як «Зелений ключ» або «ISO 14001», що підтверджують відповідність високим стандартам екологічної стійкості. Це може підвищити привабливість для еко-свідомих туристів;

3) розробка освітніх програм для персоналу та гостей щодо важливості екологічної стійкості та заходів, які вони можуть застосувати для зменшення впливу на навколишнє середовище;

4) співпраця з місцевими громадами та екологічними організаціями для розробки та реалізації проектів, спрямованих на збереження навколишнього середовища;

5) розвиток програм підтримки місцевого туризму, що знижує вуглецевий слід і стимулює економіку місцевих громад;

6) використання екологічних досягнень у маркетингових кампаніях для залучення туристів, які цінують екологічну відповідальність.

Реалізація цих стратегій може допомогти колективним засобам розміщення ЧР не лише зменшити негативний вплив на навколишнє середовище та подолати екологічні виклики, але й підвищити свою конкурентоспроможність та привабливість для сучасних еко-свідомих споживачів, забезпечити сталий розвиток у майбутньому.

Колективні засоби розміщення в Чехії мають кілька перспективних напрямів розвитку, що допоможуть галузі адаптуватися до сучасних викликів та потреб туристів.

1. Екологічна стійкість та «зелені» готелі. Зростаюча увага до екологічної стійкості створює як виклики, так і можливості для готельного бізнесу. Зростаючий попит на екологічно чисті варіанти розміщення стимулює готелі впроваджувати екологічні технології. Це включає використання відновлюваних джерел енергії, систем збереження води та скорочення відходів. Готелі, які сертифіковані за екологічними стандартами, такими як «Зелений ключ» або «ISO 14001», приваблюють еко-свідомих туристів. Інвестиції у зелені технології та стійкі практики будуть сприяти довгостроковому успіху.

2. Інтеграція сучасних технологій для покращення обслуговування гостей, що включає в себе автоматизацію процесів, CRM, впровадження інтернету речей (Internet of Things, IoT – це мережа фізичних пристроїв, обладнаних технологіями, які дозволяють їм взаємодіяти з навколишнім

середовищем, передавати дані про свій стан і приймати інформацію ззовні), мобільних додатків для управління бронюваннями та персоналізації послуг. Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) можуть використовуватися для віртуальних турів по готелях та туристичних місцях. Це дозволить покращити обслуговування клієнтів та підвищити операційну ефективність. Також використання великих даних та аналітики для розуміння поведінки клієнтів та оптимізації цінової політики стане важливою складовою успіху.

3. Розвиток внутрішнього туризму. Програми підтримки та просування внутрішнього туризму допоможуть зменшити залежність від міжнародних туристів. Пропозиції спеціальних пакетів та акцій для місцевих туристів, а також розвиток тематичних та екскурсійних програм можуть сприяти збільшенню попиту на внутрішні подорожі.

4. Орієнтація на нові ринки. Розширення туристичних потоків з нових ринків, зокрема з країн Азії та Близького Сходу. Маркетингові кампанії та участь у міжнародних туристичних виставках допоможуть залучити нових туристів. Важливо також забезпечити адаптацію послуг до потреб нових гостей, таких як надання інформації на різних мовах та відповідність культурним особливостям.

5. Розвиток спеціалізованих туристичних пропозицій. Розширення спектру спеціалізованих туристичних послуг, таких як медичний туризм, спортивний туризм, культурний та гастрономічний туризм. Це може включати створення тематичних готелів, що орієнтуються на конкретні групи туристів.

6. Підвищення якості обслуговування. Постійне підвищення кваліфікації персоналу та впровадження стандартів високої якості обслуговування допоможуть залучити та утримати клієнтів. Гостям важливо відчувати високий рівень комфорту та увагу до деталей.

7. Розвиток сегменту «Bleisure». Зростаючий тренд поєднання бізнес-подорожей з відпочинком («bleisure») відкриває нові можливості для колективних засобів розміщення. Пропозиції, які поєднують бізнес-інфраструктуру (конференц-зали, коворкінги) з рекреаційними послугами (спа, екскурсії), можуть привабити більше клієнтів з цього сегменту.

8. Інвестиції в інфраструктуру. Розвиток транспортної та туристичної інфраструктури, зокрема, модернізація аеропортів, залізниць та автомобільних доріг. Покращення інфраструктури зробить країну більш доступною та зручною для туристів.

9. Співпраця з місцевими громадами, використання місцевих продуктів та послуг, організація культурних заходів та підтримка

місцевих ініціатив можуть підвищити привабливість закладів для туристів, які шукають автентичний досвід.

10. Колективні заклади розміщення, які активно співпрацюють з державними органами та професійними асоціаціями для впливу на регуляторні зміни та отримання підтримки у вигляді грантів та субсидій, можуть зменшити негативний вплив змін у законодавстві та податковій політиці.

Отже, перспективи розвитку колективних засобів розміщення в Чехії є обнадійливими завдяки декільком ключовим напрямам. По-перше, очікується зростання туризму, що стимулюватиметься вдосконаленням транспортної інфраструктури та орієнтацією на нові ринки. По-друге, значна увага приділяється екологічній стійкості, що стає важливим чинником для залучення еко-свідомих туристів. Крім того, впровадження сучасних технологій, таких як автоматизація та використання інтернету речей (IoT), сприятиме покращенню обслуговування гостей. Розвиток внутрішнього туризму та створення спеціалізованих туристичних пропозицій також відкривають нові можливості для зростання. Однак, для успішної реалізації цих стратегій важливо враховувати економічні виклики та необхідність постійного підвищення якості обслуговування.

ВИСНОВКИ

Таким чином, дослідження показало, що сучасний стан колективних засобів розміщення в Чехії є стабільним, хоча і знаходиться під впливом кількох важливих чинників. Після пандемії COVID-19 туристичний сектор поступово відновлюється, зокрема завдяки збільшенню внутрішнього туризму та поверненню іноземних туристів. Інфраструктура готелів та інших засобів розміщення поліпшується, зокрема через впровадження нових технологій для покращення сервісу.

Водночас галузь стикається з такими викликами, як економічна нестабільність, зміни в податковій політиці, зростаюча необхідність екологічної стійкості, нестача кваліфікованого персоналу та ін. Готелі та інші заклади колективного розміщення ЧР змушені вкладати кошти в екологічні технології та покращувати свої послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Незважаючи на ці виклики, колективні засоби розміщення в Чехії мають позитивні перспективи для подальшого розвитку завдяки активним інвестиціям в інфраструктуру та інноваціям, а також зростанню туризму.

АНОТАЦІЯ

Дослідження на тему «Колективні засоби розміщення Чехії: сучасний стан, проблеми та перспективи подальшого розвитку» присвячене аналізу поточного стану готельної та туристичної інфраструктури в Чеській Республіці.

Особлива увага приділяється впливу пандемії COVID-19 на туристичний сектор і заходам, вжитим для його відновлення. Вивчення функціонування колективних засобів розміщення показало, що вони в своїй роботі стикаються з низкою проблем, серед яких виділяються сезонні коливання попиту, економічна нестабільність, зміни в податковій політиці, кадровий дефіцит та інші.

Дослідження також розглядає перспективи розвитку КЗР, включаючи цифровізацію послуг, розширення спектру пропозицій і підвищення стандартів екологічної стійкості. Запропоновані шляхи щодо покращення туристичної інфраструктури та маркетингові стратегії для залучення іноземних туристів.

Дослідження базується на детальному аналізі офіційних статистичних даних, наукових роботах чеських та українських дослідників сфери готельного бізнесу та туризму. Також були використані доступні джерела інформації з мережі Internet.

Це дослідження є джерелом інформації для тих, хто цікавиться розвитком туризму в Чехії.

Література

1. МакГрегор Пеліканова, Р.; Цвік, Є. Д.; МакГрегор, Р. К. Вирішення викликів COVID-19 МСП у готельній індустрії – чеське повідомлення щодо сталого розвитку для країн з економікою, що розвивається *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. 09 вересня 2021 р., том 13. Випуск 4. С. 525–546. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JEEE-07-2020-0245/full/htm>

2. Северова Л., Шредл К., Прашилова М., Свобода Р., Сукуп О., Дворжак М., Прахаржова Ї. Зміна структури розміщення місткості чеського готельного господарства в умовах глобалізації економіки. *Сталий розвиток*. 2021. № 13 (16). 9064. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13169064>

3. Чеський «курортний трикутник» внесений до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. URL: <https://czechtoday.eu/turizim/2021/cheshskij-kurortnyj-treugolnik-vnesen-v-spisok-vsemirnogo-naslediya-yunesko>

4. Бондаренко Ю. Г., Кулиняк І. Я. Оцінювання діяльності колективних засобів розміщення як організації рекреаційної сфери.

Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. 2018. № 2. С. 3–15. URL: https://www.researchgate.net/profile/IhorKulyniak/publication/333082892_evaluation_of_the_collective_means_of_placement_activity_as_recreational_sphere_organizations/links/5dd6c133458515dc2f41dd71/evaluation-of-the-collective-means-of-placement-activity-as-recreational-sphere-organizations.pdf

5. Підгорний А. З., Милашко О. Г. Статистика туризму : навч. посіб. Одеса : ОНЕУ, ротапінт, 2014. 204 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2631/1/Статистика%20туризму.pdf>

6. Czech statistical office. Public database. Tourism satellite account. URL: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/en/index.jsf?page=statistiky#katalog=32813>

7. ASB Group. URL: <https://asbgroup.eu/en/news/boundaries-pausal-residency-tax-from-acceptance-of-physical-persons>

8. Посібник з ПДВ ведення бізнесу в Чехії. URL: <https://vatdesk.eu/en/czech-republic/>

Information about the authors:

Nataliia Turlo

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Enterprise Economics
and Management,
Academy of Labour, Social Relations and Tourism
3-A, Kiltseva doroga, Kyiv, 03187, Ukraine

Olena Litvin

Senior Lecturer of the Department of Enterprise Economics
and Management,
Academy of Labour, Social Relations and Tourism,
3-A, Kiltseva doroga, Kyiv, 03187, Ukraine

Svitlana Markhonos

Candidate of Geographical Sciences,
Associate Professor of the Department
of International Economic Relations, Business and Tourism,
National Aviation University
1, Lyubomyr Huzar Avenue, Kyiv, 03058, Ukraine