

**Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації**



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**на тему Вплив міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу
о.Крит**

Здобувачка:
Марія КУЦЕНКО
4 курсу групи МТ-43

Керівник:
д.е.н., професор, зав.каф. ТБ та Р
Наталя ДОБРЯНСЬКА

Консультант:
професор каф. ФОтаА
Лариса ІВАНЧЕНКОВА

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 02 червня 2026 р., протокол № 10

Завідувачка кафедри ТБ та Р _____ Наталя ДОБРЯНСЬКА

Одеса – 2026 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Інститут	Навчально-науковий інститут готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та енології ім. О.О. Преображенського
Кафедра	туристичного бізнесу та рекреації
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав.кафедри ТБ та Р
Наталя ДОБРЯНСЬКА

«17» листопада 2025 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Куценко Марії Олександрівни

1. Тема роботи: Вплив міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу о.Крит

Затверджена наказом ОНТУ від «23» жовтня 2025 р. № 577-03.

2. Термін здачі здобувачкою закінченої роботи «1» червня 2026 р.

3. Вихідні дані роботи: законодавчі акти, підручники, монографії, наукові статті, нормативно-правові й аналітичні документи.

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

1. Визначити теоретико - методичні основи дослідження міжнародного туризму.

2. Проаналізувати особливості готельного бізнесу о.Крит.

3. Визначити перспективи розвитку готельного бізнесу о.Крит.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Презентація до кваліфікаційної роботи (16 слайдів)

6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи, що стосуються їх

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3	Лариса ІВАНЧЕНКОВА	17.11.2025р	20.05.2026р

7. Дата видачі завдання 17.11.2025р.

Керівник _____ Наталя ДОБРЯНСЬКА

Завдання прийняла до виконання _____ Марія КУЦЕНКО

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Отримання теми для кваліфікаційної роботи	17.11.2025	виконано
2.	Затвердження плану кваліфікаційної роботи	17.12.2025	виконано
3.	Надання 1 розділу на перевірку	09.04.2026	виконано
4.	Надання 2 розділу на перевірку	21.04.2026	виконано
5.	Надання 3 розділу на перевірку	05.05.2026	виконано
6.	Формування висновку, списку використаних джерел, додатків	10.05.2026	виконано
7.	Здача закінченої кваліфікаційної роботи	25.05.2026	виконано
8.	Розробка презентації	29.05.2026	виконано

Здобувачка _____

Марія КУЦЕНКО

Керівник роботи _____

Наталя ДОБРЯНСЬКА

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувачка _____

Марія КУЦЕНКО

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

Метою виконання роботи є дослідження впливу міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу острова Крит та обґрунтування напрямів підвищення ефективності діяльності готельних підприємств.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступає міжнародний туризм як чинник розвитку туристичних дестинацій.

Завданням роботи передбачено аналіз теоретичних засад міжнародного туризму та готельного бізнесу; дослідження сучасного стану міжнародного туризму на острові Крит; оцінку особливостей розвитку готельного бізнесу в умовах міжнародних туристичних потоків; визначення основних чинників впливу на діяльність готельних підприємств; розробку практичних рекомендацій щодо вдосконалення готельного бізнесу острова Крит.

Результати дослідження можуть бути використані в практичній діяльності готельних підприємств, туристичних організацій, а також у державних органах влади місцевого рівня.

Ключові слова: міжнародний туризм, готельний бізнес, острів Крит, туристична дестинація, економічний вплив.

Рік захисту роботи 2026

ABSTRACT
to the Bachelor's Qualification Thesis

The purpose of the thesis is to study the impact of international tourism on the development of the hotel business on the island of Crete and to substantiate directions for improving the efficiency of hotel enterprises.

The object of analysis, generalization, and research is international tourism as a factor in the development of tourist destinations.

The objectives of the thesis include the analysis of theoretical foundations of international tourism and the hotel business; the study of the current state of international tourism on the island of Crete; the assessment of features of hotel business development under conditions of international tourist flows; the identification of key factors influencing the activities of hotel enterprises; and the development of practical recommendations for improving the hotel business on the island of Crete.

The research results can be used in the practical activities of hotel enterprises, tourism organizations, as well as in local government authorities.

Keywords: international tourism, hotel business, island of Crete, tourist destination, economic impact.

Year of defense: 2026

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВПЛИВУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	10
1.1. Міжнародний туризм як чинник розвитку туристичних destinations....	10
1.2. Готельний бізнес у системі туристичної індустрії.....	17
1.3. Основні чинники впливу міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу.....	22
Висновки до 1 розділу	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ОСТРОВА КРИТ	31
2.1. Туристично-ресурсний потенціал острова Крит.....	31
2.2. Стан і структура міжнародних туристичних потоків острова Крит.....	38
2.3. Аналіз функціонування готельного бізнесу в умовах міжнародного туризму.....	45
Висновки до 2 розділу	56
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ОСТРОВА КРИТ	58
3.1. Стратегічне управління готельним бізнесом на острові Крит.....	58
3.2. Підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств острова Крит.....	63
3.3. Перспективи розвитку міжнародного туризму та готельного бізнесу острова Крит.....	77
Висновки до 3 розділу.....	83
ВИСНОВКИ.....	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87
ДОДАТКИ.....	94

ВСТУП

Міжнародний туризм у сучасних умовах є одним із головних чинників соціально - економічного розвитку регіонів та держав, суттєво впливаючи на формування доходів, зайнятість населення та розвиток сфери послуг. Особливу роль у структурі туристичної індустрії відіграє готельний бізнес, який забезпечує базові умови перебування туристів і значною мірою визначає рівень привабливості туристичної дестинації на міжнародному ринку.

Острів Крит є одним із провідних туристичних центрів Греції та Середземноморського регіону, що характеризується стабільним припливом міжнародних туристів, розвиненою готельною інфраструктурою та високим рівнем конкуренції між засобами розміщення. Активний розвиток міжнародного туризму на острові зумовлює необхідність дослідження його впливу на функціонування та трансформацію готельного бізнесу, зокрема з урахуванням сезонності, змін споживчих уподобань і вимог до якості готельних послуг.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи полягає в потребі комплексного аналізу впливу міжнародних туристичних потоків на розвиток готельного бізнесу острова Крит та визначення шляхів підвищення його конкурентоспроможності в умовах глобалізації туристичного ринку. Результати такого дослідження мають практичне значення для суб'єктів готельного господарства та можуть бути використані при формуванні стратегій розвитку туристичних дестинацій.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження впливу міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу острова Крит та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності готельних підприємств.

Для досягнення поставленої мети в роботі передбачено вирішення таких завдань:

- розкрити теоретичні засади міжнародного туризму та його роль у розвитку готельного бізнесу;
- проаналізувати сучасний стан міжнародного туризму на острові Крит;
- дослідити особливості розвитку готельного бізнесу в умовах активних міжнародних туристичних потоків;
- оцінити вплив сезонності та інших чинників на ефективність діяльності готельних підприємств;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення управління та підвищення конкурентоспроможності готельного бізнесу острова Крит.

Об'єктом дослідження є міжнародний туризм як чинник розвитку туристичних дестинацій.

Предметом дослідження є вплив міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу острова Крит.

Методи дослідження включають аналіз і синтез, порівняльний та статистичний аналіз, узагальнення, системний підхід, а також графічні та табличні методи представлення результатів.

Новизна отриманих результатів полягає в узагальненні теоретичних положень щодо впливу міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу; аналізі сучасного стану міжнародного туризму та готельного бізнесу острова Крит; визначенні основних чинників, що впливають на розвиток готельних підприємств у міжнародній туристичній дестинації; формулюванні практичних рекомендацій щодо покращення діяльності готельних підприємств острова Крит.

Інформаційна база роботи складається з наукових праць вітчизняних і зарубіжних учених з проблем міжнародного туризму та готельного бізнесу, матеріалів міжнародних туристичних організацій, статистичних даних офіційних органів Греції, звітів профільних установ, інформаційних ресурсів мережі Інтернет, а також аналітичних оглядів і публікацій, що висвітлюють розвиток міжнародного туризму та готельного бізнесу острова Крит..

Апробація результатів наукового дослідження. Окремі положення наукового дослідження було включено та апробовано на II міжнародній науково-практичній конференції молодих вчених та здобувачів вищої освіти «Розвиток туристичного бізнесу та рекреації: досвід, сучасні виклики та майбутні орієнтири», що відбулася 15-16 квітня 2026 р. в ОНТУ (Додаток А).

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення роботи полягає в можливості використання отриманих висновків і рекомендацій у діяльності готельних підприємств, туристичних організацій та при розробці регіональних програм розвитку туризму.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВПЛИВУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

1.1. Міжнародний туризм як чинник розвитку туристичних дестинацій

Міжнародний туризм є складним соціально - економічним явищем, що охоплює сукупність процесів і відносин, пов'язаних із переміщенням осіб за межі країни постійного проживання з туристичною метою. Відповідно до підходів Всесвітньої туристичної організації, міжнародний туризм включає подорожі, які здійснюються з рекреаційною, діловою, культурно-пізнавальною або іншою метою без здійснення оплачуваної діяльності в країні перебування. Сутність міжнародного туризму полягає у формуванні міжнародних туристичних потоків, що сприяють міждержавному обміну послугами, культурними цінностями та фінансовими ресурсами [1 – 5; 37].

Як економічна категорія міжнародний туризм виступає важливим джерелом доходів, валютних надходжень та зайнятості населення. Як соціальне явище він забезпечує задоволення рекреаційних, пізнавальних і комунікативних потреб людей, сприяє розвитку міжкультурних контактів та підвищенню якості життя. У територіальному вимірі міжнародний туризм відіграє значну роль у розвитку туристичних дестинацій, стимулюючи інфраструктурні перетворення та підвищення інвестиційної привабливості регіонів.

Функції міжнародного туризму є багатогранними та взаємопов'язаними. Економічна функція проявляється у формуванні доходів туристичних підприємств, наповненні державних і місцевих бюджетів, розвитку малого та середнього бізнесу. Соціальна функція полягає у створенні робочих місць, розвитку сфери послуг та підвищенні рівня

добробуту населення. Культурна функція сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини, розвитку міжкультурного діалогу та толерантності. Інфраструктурна функція міжнародного туризму полягає у розвитку транспортної, готельної та сервісної інфраструктури, що має мультиплікативний ефект для економіки регіонів [6 - 11].

Таблиця 1.1

Функції міжнародного туризму

Функція	Зміст функції	Значення для розвитку туристичних дестинацій
Економічна	Формування доходів туристичних підприємств, надходження іноземної валюти, збільшення податкових надходжень до бюджетів різних рівнів	Сприяє економічному зростанню регіонів, розвитку малого та середнього бізнесу, підвищенню інвестиційної привабливості
Соціальна	Створення робочих місць, розвиток сфери послуг, підвищення рівня життя населення	Забезпечує зайнятість, зменшує соціальну напруженість, стимулює розвиток людського капіталу
Культурна	Збереження та популяризація культурної спадщини, міжкультурний обмін, розвиток толерантності	Формує позитивний імідж дестинації, підвищує її туристичну привабливість
Інфраструктурна	Розвиток транспортної, готельної, рекреаційної та сервісної інфраструктури	Покращує доступність і комфорт дестинацій для міжнародних туристів
Інвестиційна	Залучення внутрішніх і зовнішніх інвестицій у туристичні та готельні проекти	Сприяє модернізації готельного фонду та впровадженню інновацій
Рекреаційна	Відновлення фізичних і психоемоційних сил туристів	Підвищує попит на рекреаційні ресурси та курортні готелі
Іміджева	Формування позитивного міжнародного іміджу країни або регіону	Підвищує конкурентоспроможність туристичної дестинації на світовому ринку

Сформовано автором на основі джерел [1 - 9; 21; 33]

Залежно від мети подорожі міжнародний туризм класифікується на рекреаційний, пізнавальний, діловий, лікувально - оздоровчий, спортивний та інші види. За формою організації розрізняють індивідуальний та організований міжнародний туризм. За тривалістю перебування виділяють короткострокові та довгострокові туристичні подорожі. Важливим критерієм

класифікації є також напрям туристичних потоків, відповідно до якого розрізняють в'їзний, виїзний та транзитний міжнародний туризм.

Таблиця 1.2

Класифікація міжнародного туризму

Класифікаційна ознака	Вид міжнародного туризму	Характеристика
За напрямом туристичних потоків	В'їзний (inbound tourism)	Подорожі іноземних туристів до країни постійного проживання приймаючої сторони
	Виїзний (outbound tourism)	Подорожі резидентів країни за кордон
	Внутрішній (у межах міжнародної статистики)	Туризм резидентів у межах власної країни (у поєднанні з міжнародним обліком)
За метою подорожі	Рекреаційний	Відпочинок, оздоровлення, відновлення фізичних і психоемоційних ресурсів
	Культурно-пізнавальний	Ознайомлення з історико-культурною спадщиною, традиціями та мистецтвом
	Діловий (MICE-туризм)	Участь у конференціях, виставках, форумах, ділових зустрічах
	Освітній	Навчання, академічна мобільність, мовні програми
	Медичний та оздоровчий	Лікування, реабілітація, SPA та wellness-послуги
За тривалістю перебування	Короткостроковий	Подорожі тривалістю до 3 ночей
	Середньостроковий	Подорожі тривалістю від 4 до 14 ночей
	Довгостроковий	Перебування понад 14 ночей
За формою організації	Організований	Подорожі, що здійснюються через туроператорів і турагентів
	Індивідуальний	Самостійно сплановані подорожі без посередників
За способом пересування	Авіаційний	Основний вид транспорту в міжнародному туризмі
	Автомобільний	Подорожі власним або орендованим транспортом
	Залізничний	Міжнародні пасажирські перевезення залізницею
	Морський і річковий (круїзний)	Туризм із використанням водного транспорту
За рівнем доходів туристів	Масовий	Орієнтований на широкі верстви населення
	Елітарний	Високобюджетні подорожі з індивідуальним сервісом
За сезонністю	Сезонний	Туризм, що залежить від кліматичних умов
	Цілорічний	Туризм, можливий незалежно від сезону

Сформовано автором на основі джерел [12 – 18; 35]

Окрему увагу в наукових дослідженнях приділяють класифікації міжнародного туризму за рівнем впливу на туристичні дестинації. Зокрема, виділяють масовий та нішевий туризм, які по-різному впливають на розвиток готельного бізнесу та інфраструктури. Масовий туризм забезпечує високі обсяги попиту на готельні послуги, водночас нішевий туризм сприяє диверсифікації готельної пропозиції та розвитку спеціалізованих засобів розміщення.

Таким чином, міжнародний туризм як багатофункціональне явище має суттєвий вплив на соціально-економічний розвиток територій і виступає ключовим чинником формування попиту на послуги готельного бізнесу, що зумовлює необхідність його комплексного дослідження в контексті розвитку туристичних дестинацій.

Міжнародні туристичні потоки є одним із ключових чинників формування та підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій у глобальному туристичному просторі. В умовах зростання мобільності населення, лібералізації візових режимів та цифровізації туристичних послуг саме обсяги, структура та динаміка міжнародних туристичних прибуттів визначають позиціонування дестинації на світовому туристичному ринку [19 – 21; 36].

Конкурентоспроможність туристичної дестинації розглядається як її здатність ефективно приваблювати та утримувати міжнародні туристичні потоки шляхом формування унікальної туристичної пропозиції, забезпечення високої якості туристичних послуг та створення сприятливого туристичного середовища. Згідно з підходами Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), міжнародні туристичні потоки виступають кількісним і якісним індикатором конкурентних переваг дестинації, відображаючи рівень її привабливості, безпеки, доступності та інфраструктурного розвитку.

Зростання міжнародних туристичних потоків сприяє активізації інвестиційних процесів у туристичну інфраструктуру, зокрема в розвиток готельного господарства, транспортного забезпечення, закладів харчування

та об'єктів туристичної атракції, що, у свою чергу, підвищує якість туристичного продукту дестинації, формує позитивний імідж території та забезпечує її довгострокову конкурентну стійкість. Крім того, стабільні туристичні потоки стимулюють впровадження інноваційних управлінських рішень, цифрових сервісів і стандартів обслуговування, що відповідають міжнародним вимогам.

Важливою складовою впливу міжнародних туристичних потоків на конкурентоспроможність дестинацій є їх мультиплікативний ефект на соціально-економічний розвиток регіонів. Збільшення туристичних прибуттів сприяє зростанню зайнятості, підвищенню доходів місцевого населення, розвитку малого та середнього бізнесу, а також диверсифікації регіональної економіки. У цьому контексті міжнародний туризм виступає не лише економічним, а й соціальним інструментом підвищення привабливості дестинацій [22 - 25].

Разом із тим структура міжнародних туристичних потоків, зокрема за метою подорожі, тривалістю перебування та рівнем туристичних витрат, істотно впливає на рівень конкурентоспроможності дестинації. Орієнтація на високодохідні сегменти міжнародного туризму, такі як діловий, культурно-пізнавальний, медичний та подієвий туризм, дозволяє формувати стійкі конкурентні переваги та зменшувати залежність від сезонних коливань попиту.

Отже, міжнародні туристичні потоки виступають системоутворювальним чинником конкурентоспроможності туристичних дестинацій, визначаючи їх економічний потенціал, інвестиційну привабливість та іміджеву позицію на світовому туристичному ринку. Ефективне управління міжнародними туристичними потоками є передумовою сталого розвитку дестинацій та їх успішної інтеграції у глобальний туристичний простір.

Міжнародний туризм є важливим чинником соціально – економічного розвитку туристичних територій, оскільки забезпечує надходження валютних

ресурсів, стимулює розвиток інфраструктури та сприяє підвищенню рівня життя місцевого населення. У сучасних умовах глобалізації міжнародний туризм розглядається як один із найбільш динамічних секторів світової економіки, що чинить комплексний вплив на розвиток регіонів і країн.

Економічний вплив міжнародного туризму проявляється насамперед у зростанні валового регіонального продукту, збільшенні бюджетних надходжень та активізації інвестиційної діяльності. Туристичні витрати іноземних відвідувачів формують додатковий попит на послуги готельного господарства, транспорту, харчування, розваг і торгівлі, що сприяє розвитку суміжних галузей економіки. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), міжнародний туризм забезпечує значний мультиплікативний ефект, коли кожна одиниця туристичних витрат генерує додаткові доходи в інших секторах економіки.

Важливою складовою соціально - економічного впливу міжнародного туризму є створення робочих місць та зниження рівня безробіття в туристичних регіонах. Туризм сприяє зайнятості як у формальному, так і в неформальному секторах економіки, залучаючи місцеве населення до діяльності у сфері готельного бізнесу, екскурсійного обслуговування, ремесел та малого підприємництва, що особливо актуально для острівних і периферійних територій, де альтернативні джерела економічного розвитку є обмеженими [18; 26 - 31].

Соціальний вплив міжнародного туризму полягає у підвищенні якості життя населення, розвитку соціальної інфраструктури та зростанні культурного обміну. Розвиток туристичних територій супроводжується модернізацією транспортної, комунальної та сервісної інфраструктури, яка використовується не лише туристами, а й місцевими жителями. Крім того, міжнародний туризм сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини, традицій і локальної ідентичності територій.

Водночас соціально - економічний вплив міжнародного туризму може мати і негативні прояви, зокрема сезонність зайнятості, зростання вартості

життя, перевантаження інфраструктури та екологічний тиск на туристичні території. У цьому контексті особливої актуальності набуває концепція сталого розвитку туризму, яка передбачає збалансування економічних вигід із соціальними та екологічними інтересами місцевих громад.

Таблиця 1.3

Соціально-економічний вплив міжнародного туризму на розвиток туристичних територій

Напрямок впливу	Позитивний вплив міжнародного туризму	Потенційні негативні наслідки
Економічний розвиток	Зростання ВРП і ВВП; збільшення валютних надходжень; активізація інвестицій у туристичну інфраструктуру	Залежність економіки території від туристичного попиту; ризики економічної нестабільності
Зайнятість населення	Створення робочих місць у готельному бізнесі, транспорті, сфері послуг; розвиток малого підприємництва	Сезонний характер зайнятості; нестабільність доходів працівників
Розвиток інфраструктури	Модернізація транспортної, комунальної та сервісної інфраструктури; покращення доступності територій	Перевантаження інфраструктури в пікові туристичні сезони
Бюджетні надходження	Зростання податкових надходжень до місцевих бюджетів; фінансування соціальних програм	Нерівномірний розподіл доходів між територіями
Соціальний розвиток	Підвищення рівня життя населення; розвиток освіти, сервісів і сфери обслуговування	Зростання вартості життя для місцевого населення
Культурний розвиток	Збереження та популяризація культурної спадщини; міжкультурний обмін	Комерціалізація культури; втрата автентичності
Екологічний вплив	Мотивація до впровадження екологічних стандартів і «зелених» технологій	Екологічне навантаження на природні ресурси; деградація екосистем

Сформовано автором на основі джерел [15 – 21; 31 - 36]

Таким чином, міжнародний туризм виступає потужним інструментом соціально-економічного розвитку туристичних територій, забезпечуючи зростання доходів, зайнятості та інфраструктурного потенціалу. Разом із тим ефективність його впливу значною мірою залежить від державної та регіональної туристичної політики, рівня управління туристичними потоками та орієнтації на принципи сталого розвитку.

1.2. Готельний бізнес у системі туристичної індустрії

Готельне підприємство є основним елементом туристичної індустрії, що забезпечує тимчасове розміщення туристів, відпочивальників та ділових відвідувачів. Згідно з міжнародними стандартами UNWTO, готельне підприємство розглядається як комерційна структура, основною метою діяльності якої є задоволення потреб гостей у розміщенні та супутніх послугах, а також отримання прибутку від надання цих послуг [37].

Структура готельного підприємства включає декілька основних функціональних підрозділів, що забезпечують комплексне обслуговування гостей:

1. Адміністративно-управлінський підрозділ – забезпечує стратегічне та операційне управління підприємством, фінансове планування, маркетинг та кадрову політику.
2. Відділ розміщення (Front Office) – займається реєстрацією гостей, обслуговуванням номерного фонду, організацією поселення та виселення.
3. Служба харчування та ресторанний підрозділ (Food & Beverage) – забезпечує організацію харчування гостей, управління ресторанами, барами та кейтеринговими послугами.
4. Побутовий та господарський підрозділ (Housekeeping) – відповідає за чистоту, порядок у номерах і приміщеннях, технічне обслуговування та контроль якості.
5. Служби додаткового сервісу – SPA, спортзали, конференц-зали, розважальні програми, транспортні послуги, екскурсійне обслуговування.

Основні види готельних підприємств визначаються за різними критеріями, такими як розмір, рівень обслуговування, цільова аудиторія та тип розміщення:

1. За категорією та рівнем обслуговування

- Готелі економ-класу (Budget/3*), середнього класу (Standard/3 - 4*), високого класу (Luxury/5*).
- Бутик-готелі (Boutique Hotels) – невеликі готелі з індивідуальним дизайном та високим рівнем персоналізованого сервісу.
- 2. За формою організації та управління
 - Незалежні готелі (Independent Hotels) – самостійні підприємства без франшизи.
 - Мережеві готелі (Chain Hotels) – входять до міжнародних або національних готельних брендів (Hilton, Marriott, GrecoTel).
- 3. За цільовою аудиторією та спеціалізацією
 - Курортні готелі (Resort Hotels) – орієнтовані на відпочинок та рекреацію;
 - Ділові або конференц-готелі (Business / Convention Hotels) – забезпечують умови для проведення конференцій, бізнес-зустрічей;
 - Апартамент-готелі (Apartment Hotels) – пропонують автономні апартаменти для тривалого проживання;
 - Екотуристичні та тематичні готелі – з фокусом на екологію, спорт, культуру або гастрономію [11 – 21; 30; 33].

З метою систематизації різноманіття готельних підприємств у структурі туристичної індустрії доцільно здійснити їх класифікацію за основними ознаками, що відображають рівень обслуговування, організаційно - управлінські особливості та цільову спеціалізацію. У таблиці 1.4 наведено основні види готельних підприємств, які функціонують на сучасному туристичному ринку та відрізняються спектром послуг, форматом управління й орієнтацією на різні категорії туристів. Представлена класифікація дозволяє комплексно оцінити роль готельного бізнесу в туристичній інфраструктурі та його адаптивність до потреб міжнародного туризму.

Основні види готельних підприємств

Критерій класифікації	Вид готельного підприємства	Характеристика та особливості
За категорією та рівнем обслуговування	Економ-клас (Budget)	Невеликі готелі, базові послуги, низькі ціни, мінімальний сервіс
	Середній клас (Standard)	Стандартні послуги, комфортні номери, середній рівень сервісу
	Високий клас або люкс (Luxury)	Преміум-сервіс, просторі номери, додаткові послуги, індивідуальний підхід
	Бутик-готелі (Boutique Hotels)	Невеликі, дизайнерські, з індивідуальною концепцією та високим персоналізованим сервісом
За формою організації та управління	Незалежні готелі (Independent Hotels)	Самостійні підприємства без франшизи, гнучка політика управління
	Мережеві готелі (Chain Hotels)	Частина міжнародної або національної готельної мережі (Hilton, Marriott, Grecotel), стандартизований сервіс
За цільовою аудиторією та спеціалізацією	Курортні готелі (Resort Hotels)	Орієнтовані на відпочинок і рекреацію, часто із власною інфраструктурою пляжів, SPA та розваг
	Ділові або конференц-готелі (Business/Convention Hotels)	Забезпечують конференц-зали, ділові сервіси та спеціальні пропозиції для бізнес-туристів
	Апарт-готелі (Apartment Hotels)	Пропонують автономні апартаменти для тривалого проживання; підходять для сімейного або довготривалого відпочинку
	Екотуристичні та тематичні готелі	Орієнтовані на еко-туризм, спорт, культуру або гастрономію; мають специфічну концепцію обслуговування

Сформовано автором на основі джерел [18 – 23; 25 - 31]

Отже, готельне підприємство є складною організаційно-функціональною системою, що поєднує різноманітні сервіси та послуги з метою задоволення потреб туристів. Вибір конкретного виду готельного підприємства залежить від ринкової стратегії, географічного розташування дестинації та типу туристичної пропозиції, що забезпечує конкурентоспроможність підприємства у туристичному середовищі.

Готельний бізнес є центральним елементом туристичної інфраструктури та індустрії гостинності, виконуючи функцію посередника між туристом та туристичною дестинацією. Він забезпечує тимчасове розміщення гостей, організацію сервісних та дозвіллевих послуг, а також

інтегрується з іншими секторами туристичної індустрії - транспортом, харчуванням, розвагами, екскурсійним обслуговуванням та рекреаційними послугами [37].

Готельний бізнес у туристичній інфраструктурі виконує такі функції:

1. Обслуговування та розміщення туристів – забезпечує комфортні умови перебування, доступ до харчування, рекреаційних та додаткових послуг.

2. Формування туристичного продукту – інтегрує послуги проживання, харчування, дозвілля, екскурсії та заходи, що формує комплексну пропозицію для туристів.

3. Економічна та соціальна функція – генерує валютні надходження, створює робочі місця та сприяє розвитку локального бізнесу, підвищуючи соціально-економічний потенціал дестинації.

4. Інноваційна функція – впроваджує сучасні технології, цифрові сервіси та концепції сталого розвитку, підвищуючи конкурентоспроможність регіону.

У контексті індустрії гостинності готельний бізнес займає основне місце як комплексна система, що забезпечує позитивний туристичний досвід та формує лояльність до дестинації. Готелі виступають не лише як об'єкти розміщення, а й як важливі елементи брендингу туристичної дестинації, місця культурних, гастрономічних та розважальних заходів.

На практиці це проявляється у тісній взаємодії з іншими секторами туризму: транспортними компаніями (авіа, порти, трансфер), ресторанными закладами, турагентствами, культурними та природними об'єктами. Така інтеграція дозволяє забезпечити комплексний туристичний продукт, який відповідає очікуванням міжнародних туристів і сприяє сталому розвитку туристичної дестинації.

Отже, готельний бізнес є стрижнем туристичної інфраструктури та індустрії гостинності, визначаючи якість туристичного обслуговування, економічну ефективність і привабливість регіону на міжнародному ринку.

Глобалізаційні процеси в туристичній сфері суттєво впливають на структуру, управління та стратегії розвитку готельного бізнесу. Світова інтеграція ринків та збільшення міжнародних туристичних потоків створює нові виклики і можливості для готельних підприємств, що зумовлює необхідність адаптації до швидких змін у попиті, технологіях та конкурентному середовищі [37].

Серед основних тенденцій розвитку готельного бізнесу можна виділити:

1. Інтернаціоналізація та мережевий розвиток. Готельні мережі розширюють свою присутність у різних країнах, використовуючи стандартизовані процедури управління та брендову ідентичність, що забезпечує підвищення якості сервісу, впізнаваність бренду та економію на масштабі. На Криті значна частка міжнародних туристів обслуговується мережею готелів Grecotel, Mitsis, Blue Palace, що підтверджує глобальний характер туристичного ринку.

2. Цифровізація та технологічна інтеграція. Використання цифрових платформ для бронювання, управління номерним фондом, маркетингу та персоналізації сервісу стає стандартом. Онлайн-сервіси та мобільні додатки дозволяють оперативно реагувати на зміни попиту, підвищують ефективність управління та забезпечують індивідуальний підхід до туриста [37 - 42].

3. Сталий розвиток та соціальна відповідальність. Екологічні та соціальні напрями стають важливим елементом конкурентної стратегії готелів. Використання «зелених» технологій, енергоефективних рішень, зменшення використання пластику та підтримка локальної громади підвищують привабливість готелів серед туристів, особливо нішевих сегментів (екотуризм, гастрономічний туризм, культурний туризм).

4. Нішеві та персоналізовані послуги. Готельні підприємства адаптують свою пропозицію під конкретні групи туристів: сімейний відпочинок, молодіжний, бізнес - туризм, активний та культурно -

пізнавальний туризм. Бутик-готелі та апарт-комплекси стають ефективним інструментом задоволення індивідуальних потреб туристів.

5. Гнучкість та адаптивність до глобальних ризиків. Пандемія COVID-19, геополітичні кризи та коливання валютних курсів підкреслили необхідність швидкого реагування та адаптації бізнес-моделей. Сучасні готелі використовують сценарне планування, страхування ризиків та гнучку політику бронювання для збереження стабільності доходів [29 – 35; 37; 39].

Отже, глобалізаційні процеси стимулюють модернізацію та диверсифікацію готельного бізнесу, інтеграцію технологій, розвиток нішевих і сталих туристичних продуктів. Для острова Крит ці тенденції проявляються у посиленні конкурентної позиції на міжнародному ринку, оптимізації готельної інфраструктури та формуванні більш різноманітного та привабливого туристичного продукту.

1.3. Основні чинники впливу міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу

Міжнародний туризм є одним із головних факторів формування та розвитку готельного бізнесу, оскільки він визначає попит на розміщення, сервіс та супутні послуги. Ефективність діяльності готельних підприємств напряму залежить від якості туристичних потоків, сезонності, економічних умов та соціокультурних характеристик споживачів. Серед чинників впливу міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу можна виділити:

1. Обсяги та структура туристичних потоків. Зростання міжнародного туризму створює потребу у збільшенні готельного фонду, диверсифікації категорій та спеціалізацій готелів. Наприклад, на Криті значні потоки туристів з Німеччини, Великобританії та Скандинавії стимулюють розвиток люксових і курортних комплексів, тоді як туристи середнього класу

та бюджетні мандрівники формують попит на апарт-готелі та стандартні готелі 3 - 4* (Grecotel, Mitsis, Blue Palace).

2. Сезонність туристичного потоку. Пікові періоди, характерні для середземноморських destinations, визначають завантаження готелів та планування ресурсів. Висока сезонність впливає на структуру тарифів, кадрову політику, маркетингові стратегії та інвестиційні рішення готельних підприємств.

3. Соціокультурні та демографічні характеристики туристів. Вікова структура, національність, очікування щодо сервісу та особливості поведінки туристів впливають на вибір типу готелю, спектр послуг та стандарти обслуговування. Наприклад, німецькі та скандинавські туристи орієнтовані на високий рівень комфорту та екологічність, тоді як молодь та здобувачі шукають доступне проживання з активним дозвіллям.

4. Економічні та політичні фактори. Стан світової економіки, валютні коливання, політична стабільність та безпека в регіоні безпосередньо впливають на міжнародні потоки туристів і доходи готельного бізнесу. Крит є прикладом стабільної destinations, яка приваблює туристів завдяки безпечним умовам та ефективній туристичній інфраструктурі.

5. Технологічні та інноваційні фактори. Використання сучасних цифрових платформ для бронювання, управління ресурсами та персоналізації сервісу визначає конкурентоспроможність готелів. Цифровізація також дозволяє адаптуватися до змін у попиті та забезпечує інтеграцію з іншими елементами туристичної інфраструктури.

6. Екологічні та сталого розвитку фактори. Світова тенденція до сталого туризму стимулює готелі впроваджувати «зелені» технології, енергоефективні рішення та соціально-відповідальні програми, що підвищує привабливість destinations для нішевих сегментів туристів і формує додаткову конкурентну перевагу [37].

Тобто, міжнародний туризм впливає на структуру, категорії, стратегії та інвестиції готельного бізнесу, визначаючи його адаптивність до попиту та

конкурентне становище на туристичному ринку. На прикладі острова Крит можна простежити, що різноманітність туристичних потоків формує диференційовану готельну пропозицію, яка задовольняє потреби різних сегментів і сприяє сталому розвитку дестинації.

Економічні чинники є одними з основних determinantів розвитку готельного бізнесу, оскільки вони безпосередньо впливають на попит, доходи та ефективність діяльності підприємств. Міжнародний туризм створює економічні потоки, які формують прибуток готелів та стимулюють інвестиції в туристичну інфраструктуру [37].

До основних економічних чинників, що впливають на діяльність готельних підприємств, належать:

1. Валютні коливання та платоспроможність туристів. Зміни курсу валют впливають на вартість туристичних послуг для іноземних гостей та на рівень доходів готелів. Наприклад, зміцнення євро або фунта стерлінгів стимулює туристів з Європи обирати о.Крит, що збільшує завантаженість готелів високого класу.

2. Світова економічна кон'юнктура. Глобальні економічні тенденції, включно з рівнем доходів населення та економічним зростанням у країнах походження туристів, визначають обсяги міжнародних потоків. Економічні кризи або спад можуть знизити кількість туристів і, відповідно, доходи готелів.

3. Ціни на туристичні послуги та конкурентоспроможність. Вартість номерного фонду, харчування та додаткових послуг визначає привабливість готелю для різних сегментів туристів. Готелі о.Криту застосовують диференційоване ціноутворення для бюджетного, середнього та преміум-сегментів, що дозволяє збалансувати попит і дохідність.

4. Інвестиції в готельну інфраструктуру. Доступність фінансових ресурсів, кредитування та приватні інвестиції стимулюють розширення та модернізацію готельного фонду. Інвестиції дозволяють підвищувати рівень сервісу, впроваджувати нові технології та залучати міжнародних туристів.

5. Податкове та регуляторне середовище. Політика держави щодо оподаткування туристичної діяльності, ставки ПДВ та інші регуляторні механізми впливають на економічну ефективність готелів. На о.Криті, як і у Греції загалом, стабільна податкова політика та стимули для туристичної галузі сприяють розвитку готельного бізнесу.

Таблиця 1.5

Економічні чинники впливу міжнародного туризму на готельний бізнес о.Криту

Економічний чинник	Прояв на острові Крит	Приклади готелів та практичні кейси	Вплив на готельний бізнес
Валютні коливання та платоспроможність туристів	Зміни курсу євро, фунта та інших валют впливають на привабливість Криту для іноземних туристів	Готелі високого класу: Grecotel Creta Palace, Mitsis Laguna Resort	Підвищення або зниження завантаженості, вплив на доходи та цінову політику
Світова економічна кон'юнктура	Зростання доходів у країнах походження туристів збільшує міжнародні потоки	Туристи з Німеччини, Великобританії, Скандинавії	Впливає на обсяг туристичного потоку, планування сезонних стратегій
Ціни на туристичні послуги та конкурентоспроможність	Диференційоване ціноутворення для бюджетного, середнього та преміум-сегментів	Апарт-готелі, 3–5* готелі Криту	Балансування попиту та доходів, залучення різних сегментів туристів
Інвестиції в готельну інфраструктуру	Модернізація номерного фонду, впровадження технологій та послуг	Blue Palace, Minos Beach Art Hotel	Підвищення рівня сервісу, залучення міжнародних туристів, зростання конкурентоспроможності
Податкове та регуляторне середовище	Податкові стимули, стабільна податкова політика, регуляторна підтримка	Усі великі готельні мережі острова	Збереження фінансової стабільності, стимулювання розвитку готельного бізнесу

Сформовано автором на основі джерел [37 - 45]

Отже, економічні чинники міжнародного туризму визначають обсяг доходів, рівень інвестицій, цінову політику та конкурентоспроможність готельних підприємств, що є вирішальними для сталого розвитку туристичної дестинації. На прикладі о. Криту видно, що ефективне управління економічними чинниками дозволяє готелям адаптуватися до змін туристичного ринку, оптимізувати прибутковість і підтримувати стабільність роботи протягом сезону.

Аналіз економічних чинників свідчить, що міжнародний туризм є одним із головних джерел доходів для готельного бізнесу о.Криту та визначає ефективність його діяльності. Валютні коливання, платоспроможність туристів та світова економічна кон'юнктура безпосередньо впливають на заповнюваність готелів і формування тарифів.

Ціни на туристичні послуги та конкурентоспроможність готелів визначають привабливість для різних сегментів туристів, а інвестиції у модернізацію інфраструктури та впровадження технологій забезпечують підвищення рівня сервісу та залучення міжнародних гостей. Сприятливе податкове та регуляторне середовище стимулює розвиток готельного бізнесу та збереження фінансової стабільності [38 - 44].

Таким чином, економічні чинники міжнародного туризму формують фінансову стійкість, конкурентоспроможність та стратегічний розвиток готельного бізнесу Криту, забезпечуючи ефективне використання ресурсів і сталий розвиток туристичної дестинації.

Інституційні та організаційні чинники визначають рамки функціонування готельного бізнесу, формують правила взаємодії підприємств із державними органами, туристичними асоціаціями та іншими суб'єктами індустрії гостинності. Вони сприяють створенню ефективної системи управління, регулюванню якості послуг та розвитку конкурентоспроможності готельних підприємств [37 - 38].

До основних інституційних і організаційних чинників належать:

1. Державне регулювання та політика у сфері туризму. Законодавче забезпечення діяльності готелів, ліцензування, стандарти якості, податкові та інвестиційні стимули визначають легітимність та ефективність функціонування підприємств. На о.Криті стабільне регуляторне середовище створює сприятливі умови для розвитку як великих мережевих готелів, так і малих приватних об'єктів.

2. Діяльність туристичних асоціацій та професійних об'єднань. Організації, такі як Hellenic Chamber of Hotels, сприяють координації готелів, обміну досвідом, підвищенню кваліфікації персоналу та стандартизації сервісу, що дозволяє готелям о.Криту відповідати міжнародним вимогам та підвищувати конкурентоспроможність на глобальному ринку.

3. Організаційна структура та управлінські практики готелів. Ефективне управління включає внутрішню організацію персоналу, стандарти обслуговування, застосування систем управління ресурсами (PMS, CRM) та оптимізацію бізнес-процесів. Великі готельні мережі острова (Grecotel, Mitsis, Blue Palace) активно впроваджують централізовані системи управління, що підвищує ефективність і стабільність діяльності.

4. Міжнародні стандарти та сертифікації. Виконання міжнародних стандартів якості (ISO, Green Key, Travelife) підвищує привабливість для міжнародних туристів, стимулює розвиток організаційних процесів і формує репутацію дестинації [37 - 44].

Тобто, інституційні та організаційні чинники визначають ефективність управління, стандартизацію послуг, інтеграцію готелів у туристичну інфраструктуру та конкурентоспроможність на міжнародному ринку. На прикладі Криту видно, що взаємодія державних органів, професійних асоціацій і внутрішньої організації підприємств забезпечує сталий розвиток готельного бізнесу та високий рівень обслуговування туристів.

Маркетингові та інноваційні чинники є важливими елементами стратегії конкурентоспроможності готельного бізнесу, оскільки вони

визначають привабливість готельних підприємств для туристів, здатність адаптуватися до змін ринку та впроваджувати нові технології та послуги [37].

До основних маркетингових і інноваційних чинників належать:

1. Брендинг та позиціонування готелю. Сильний бренд та чітке позиціонування на ринку дозволяють виділити готель серед конкурентів та залучити певні сегменти туристів. На о. Криті міжнародні мережеві готелі (Grecotel, Mitsis) формують преміальні бренди, тоді як бутик-готелі орієнтовані на нішеві ринки - культурний та еко-туризм.

2. Маркетингові стратегії та цифровий маркетинг. Використання соціальних мереж, онлайн-бронювання, таргетованої реклами та програм лояльності забезпечує залучення міжнародних туристів. Готелі о.Криту активно застосовують платформи Booking.com, TripAdvisor та власні мобільні додатки для підвищення видимості та конкурентних переваг.

3. Інноваційні технології та цифровізація сервісу. Впровадження сучасних систем управління (PMS, CRM), мобільних ключів, автоматизації бронювання та персоналізації послуг підвищує ефективність роботи та якість обслуговування. Наприклад, Blue Palace і Minos Beach Art Hotel застосовують цифрові системи для оптимізації внутрішніх процесів та підвищення рівня сервісу.

4. Розробка нових продуктів і послуг. Інновації у сфері додаткових послуг, СПА, гастрономії, розваг і культурних програм формують унікальну пропозицію для туристів та забезпечують додаткові джерела доходу, що дозволяє готелям адаптуватися до змін у попиті та виділятися серед конкурентів.

5. Аналітика та дослідження ринку. Систематичний моніторинг попиту, конкурентного середовища та вподобань туристів дозволяє готелям Криту приймати обґрунтовані управлінські рішення та ефективно розподіляти ресурси [37 - 45].

Тобто, маркетингові та інноваційні чинники формують конкурентні переваги готелів, сприяють залученню міжнародних туристів, підвищенню

рівня обслуговування та ефективності бізнесу. На прикладі о.Криту видно, що синергія маркетингових стратегій і інноваційних рішень дозволяє готелям займати лідируючі позиції на міжнародному туристичному ринку.

Висновки до 1 розділу

Аналіз теоретичних і методичних основ впливу міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу показав, що міжнародний туризм виступає основним чинником формування економічного, соціального та організаційного розвитку туристичних дестинацій. Він створює значні економічні потоки, стимулює інвестиції в туристичну інфраструктуру, впливає на конкурентоспроможність і привабливість готелів, а також визначає напрями розвитку туристичного продукту.

Вивчення готельного бізнесу в системі туристичної індустрії показало, що готельні підприємства є основним елементом інфраструктури туристичної дестинації, який забезпечує організаційне, економічне та сервісне підґрунтя для задоволення потреб міжнародних туристів. Структура та типи готелів формуються під впливом туристичних потоків, сезонності, соціокультурних характеристик туристів та рівня конкуренції.

Детальний аналіз основних чинників впливу міжнародного туризму - економічних, інституційних, організаційних, маркетингових та інноваційних - продемонстрував їхній комплексний та синергетичний вплив на ефективність і конкурентоспроможність готельних підприємств. Зокрема, економічні чинники визначають доходи та інвестиційну активність, інституційні та організаційні - стабільність і стандартизацію діяльності, маркетингові та інноваційні - формування конкурентних переваг і привабливості для міжнародних туристів.

Успішний розвиток готельного бізнесу острова Крит безпосередньо залежить від ефективного управління міжнародними туристичними потоками та інтеграції економічних, організаційних і маркетингових чинників у стратегії розвитку готельних підприємств. Отримані теоретичні висновки створюють підґрунтя для подальшого практичного аналізу та розробки рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності готелів на о.Криті.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ОСТРОВА КРИТ

2.1. Туристично-ресурсний потенціал острова Крит

Острів Крит є стратегічною туристичною дестинацією Греція та одним із найбільш відвідуваних островів Середземномор'я. Його туристично-ресурсний потенціал характеризується комплексністю та багаторівневою структурою, що включає природні, історико-культурні, інфраструктурні та соціально-економічні складові. Аналітична оцінка цих компонентів дозволяє визначити рівень конкурентоспроможності дестинації та передумови розвитку готельного бізнесу.

Острів Крит має типовий середземноморський клімат із тривалим сухим і теплим періодом, що формує виражену літню сезонність туристичного попиту. Пляжні ресурси (Балос, Елафонісі, Матала), гірські масиви та Самарійська ущелина створюють умови для диверсифікації туристичних продуктів - від масового рекреаційного туризму до активного й екологічного.

Можна констатувати, що природні ресурси є базовим чинником формування туристичних потоків, однак їх використання залишається нерівномірним упродовж року. Висока сезонність зумовлює коливання завантаженості готельного фонду, що впливає на фінансові результати готельних підприємств.

Острів Крит є осередком мінойської цивілізації, що представлена такими пам'ятками, як Кносський палац і Фестос. Історичні центри міст Іракліон, Ханья та Ретимно поєднують елементи античної, венеційської та османської спадщини.

Культурна спадщина дозволяє розширити туристичний сезон за рахунок культурно-пізнавального туризму, що зменшує залежність регіону від виключно пляжного відпочинку і створює додаткові можливості для розвитку готелів середнього та преміум-сегментів, орієнтованих на туристів із вищим рівнем витрат.

Острів Крит має розвинену транспортну систему, включаючи міжнародні аеропорти Іракліона та Ханї, морські порти та розгалужену мережу автомобільних шляхів. Високий рівень доступності сприяє стабільному притоку туристів із країн Європейського Союзу [38; 41 - 43].

Готельна інфраструктура представлена різними категоріями - від апартаментів до розкішних курортних комплексів. Така диверсифікація дозволяє обслуговувати різні сегменти міжнародного ринку: сімейний, молодіжний, преміальний, діловий. Важливо зазначити, що рівень розвитку інфраструктури безпосередньо впливає на інвестиційну привабливість регіону та формування конкурентних переваг готельного сектору.

Туризм є провідною галуззю економіки о.Криту, формуючи значну частку регіонального доходу та забезпечуючи зайнятість населення. Економічна спеціалізація регіону на туризмі стимулює розвиток суміжних галузей - транспорту, агропромислового виробництва, сфери послуг.

Разом із тим, залежність економіки від міжнародних туристичних потоків створює певні ризики, пов'язані з глобальними економічними коливаннями та геополітичною нестабільністю, що підсилює необхідність диверсифікації туристичного продукту та впровадження інноваційних стратегій управління.

Туристично-ресурсний потенціал острова Крит є багатоконпонентним і висококонкурентним у межах середземноморського туристичного ринку. Природні ресурси формують масовий рекреаційний попит, культурна спадщина забезпечує можливості для диверсифікації та подовження туристичного сезону, а розвинена інфраструктура сприяє міжнародній інтеграції дестинації.

Водночас висока сезонність і залежність від зовнішніх економічних чинників зумовлюють необхідність стратегічного управління туристичними потоками та модернізації готельного бізнесу. Ефективне використання туристично-ресурсного потенціалу о.Криту створює передумови для сталого розвитку регіону та зміцнення позицій готельних підприємств на міжнародному ринку.

Таблиця 2.1

Соціально-економічний вплив міжнародного туризму на розвиток о. Крит

Напрямок впливу	Вплив міжнародного туризму на о. Крит	Потенційні проблеми та обмеження
Економічний розвиток регіону	Туризм є провідною галуззю економіки острова; значна частка ВРП формується за рахунок міжнародних туристичних надходжень; стабільні валютні доходи	Висока залежність економіки Криту від зовнішнього туристичного попиту та глобальних криз
Розвиток готельного бізнесу	Активне будівництво та модернізація готелів різних категорій; поширення курортних комплексів «all inclusive»; зростання міжнародних готельних брендів	Надмірна концентрація готелів у прибережних зонах; конкуренція між малими готелями та мережевими структурами
Зайнятість населення	Створення робочих місць у готельному господарстві, сфері харчування, транспорті та екскурсійному обслуговуванні; залучення місцевого населення	Сезонність зайнятості; залежність доходів працівників від туристичного сезону
Інфраструктурний розвиток	Розвиток аеропортів (Іракліон, Ханья), дорожньої та портової інфраструктури; покращення туристичних сервісів	Перевантаження транспортної інфраструктури в пікові періоди; зростання витрат на утримання
Бюджетні надходження	Збільшення податкових надходжень до місцевих бюджетів; фінансування муніципальних програм розвитку	Нерівномірний розподіл доходів між туристичними та внутрішніми районами острова
Соціальний розвиток	Підвищення рівня життя населення; розвиток малого та сімейного бізнесу; покращення якості послуг	Зростання вартості житла та життя в туристичних центрах
Культурний розвиток	Збереження та популяризація культурної спадщини (Кносський палац, традиції, гастрономія); розвиток культурно-пізнавального туризму	Комерціалізація культурних об'єктів; ризик втрати автентичності
Екологічний вплив	Впровадження екологічних стандартів у готелях; розвиток екотуризму та агротуризму	Навантаження на водні ресурси; деградація прибережних екосистем

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Аналіз соціально-економічного впливу міжнародного туризму на острів Крит свідчить про його комплексний та багатовимірний характер. Туризм є провідним джерелом доходів для місцевої економіки, стимулює розвиток готельного бізнесу, транспортної та сервісної інфраструктури, а також сприяє підвищенню зайнятості населення. Водночас міжнародні туристичні потоки формують позитивний соціальний та культурний ефект, сприяючи збереженню культурної спадщини, розвитку гастрономічного, культурного та екологічного туризму.

Разом із тим, залежність економіки о.Криту від сезонних міжнародних туристичних потоків створює певні ризики: сезонність зайнятості, перевантаження транспортної та природної інфраструктури, підвищення вартості життя у туристичних центрах, а також часткова комерціалізація культурної спадщини. У зв'язку з цим для забезпечення сталого розвитку острова необхідне впровадження стратегій диверсифікації туристичного продукту, регулювання сезонності туристичних потоків, а також інтеграція екологічних і соціально відповідальних практик у діяльність готельного та туристичного секторів.

Таким чином, міжнародний туризм на Криті виступає основним драйвером економічного, соціального та культурного розвитку регіону, однак його ефективність і довгострокова користь для території залежать від рівня стратегічного планування, регулювання туристичних потоків та впровадження принципів сталого розвитку.

З метою комплексного оцінювання ролі міжнародного туризму у розвитку островних територій Середземноморського регіону доцільним є проведення порівняльного аналізу його соціально-економічного впливу. Острів Крит як одна з провідних туристичних дестинацій Греції функціонує в умовах високої конкуренції з іншими популярними островами, зокрема Майорка, Сардинія та Кіпр. Кожна з цих територій має власну модель туристичної спеціалізації, структуру ринків-джерел, рівень залежності від міжнародних потоків і специфіку соціально-економічних ефектів.

Таблиця 2.2

Порівняльний аналіз соціально-економічного впливу міжнародного туризму: о. Крит та інші середземноморські острови

Показники	Острів Крит (Греція)	Майорка (Іспанія)	Сардинія (Італія)	Кіпр
Основні джерела туристів	Німеччина, Великобританія, Скандинавія	Німеччина, Велика Британія, Франція	Італія, Німеччина, Франція	Великобританія, Німеччина
Сезонність туризму	Висока (травень - жовтень)	Висока (червень - вересень)	Помірна (травень - вересень)	Висока, але довший сезон (квітень - жовтень)
Внесок туризму у ВРП, %	27	38	22	18
Розвиток готельної інфраструктури	Масові готельні комплекси, butik-готелі, апартаменти	Масові курортні комплекси, великий сегмент «all inclusive»	Розвинені сімейні готелі та агротуризм	Комбінація курортів і невеликих готелів, butik-готелі
Соціально-економічний ефект	Зростання зайнятості, валютні надходження, розвиток малого бізнесу	Значний економічний ефект, високі доходи від туризму	Помірний, залежність від сезону та внутрішніх ресурсів	Валютні надходження, розвиток послуг, створення робочих місць
Культурний вплив	Збереження та популяризація спадщини (Кносський палац, традиції)	Фестивалі, історичні пам'ятки, гастрономія	Місцеві традиції, археологічні пам'ятки	Культурно-пізнавальний туризм, християнські та античні пам'ятки
Екологічний вплив	Навантаження на прибережні зони, обмежені водні ресурси	Пляжні та міські території перевантажені в піковий сезон	М'який вплив, розвиток еко- і агротуризму	Проблеми з перенаселенням пляжів, водні ресурси під тиском
Стратегія розвитку туризму	Диверсифікація продукту, розвиток нішевого туризму (гастрономія, еко, культурний)	Масовий і нішевий туризм, курортна спеціалізація	Екотуризм, агротуризм, культурно-пізнавальні маршрути	Масовий та діловий туризм, подієвий туризм

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Порівняльний аналіз соціально-економічного впливу міжнародного туризму на острів Крит та інші середземноморські острови свідчить про специфіку та особливості розвитку туристичної індустрії на різних територіях. Острів Крит виділяється високою залежністю економіки від міжнародного туризму, значним внеском туристичної сфери у валовий регіональний продукт та активним розвитком готельного бізнесу, зокрема масових курортних комплексів і бутик-готелів.

Водночас о. Крит характеризується високою сезонністю туристичних потоків, перевантаженням прибережної інфраструктури та обмеженими природними ресурсами, що створює ризики для сталого розвитку регіону. Порівняно з іншими середземноморськими островами, такими як Майорка, Сардинія та Кіпр, Крит демонструє високий культурний та економічний ефект від туризму, але й більш виражену залежність від масових потоків та сезонності.

Аналіз динаміки туристичних потоків є основним елементом оцінювання розвитку міжнародного туризму на острові Крит та визначення тенденцій трансформації його туристичного ринку. Обсяги прибуттів іноземних туристів відображають рівень конкурентоспроможності дестинації, ступінь її інтеграції у світовий туристичний простір та чутливість до глобальних економічних і соціальних викликів.

Період 2019 - 2025 рр. є показовим з точки зору циклічності розвитку туристичної галузі: від докризового зростання у 2019 р. до різкого спаду, спричиненого пандемією COVID-19 у 2020 р., та подальшого поетапного відновлення міжнародних потоків у 2021 - 2024 рр. Особливої уваги заслуговує постпандемічний етап, який характеризується не лише відновленням кількісних показників, а й формуванням нових структурних тенденцій у попиту та пропозиції туристичних послуг [41 – 43; 46 – 49; 52].

У таблиці 2.3 узагальнено дані щодо кількості туристичних прибуттів на острів Крит, темпів їх зміни порівняно з попереднім роком, а також окреслено основні фактори, що впливали на динаміку ринку.

Таблиця 2.3

Туристичні потоки та структура ринку на острові Крит (2019 – 2025рр.)

Рік	Кількість туристичних прибуттів (млн.)	Зміна до попереднього року	Особливості
2019	5,29	-	Статистичні дані до пандемії
2020	Дані суттєво знижені (COVID-19)	Значне падіння	Пандемія COVID-19 значно вплинула на міжнародні подорожі
2021	Часткове відновлення	Порівняно з 2020р. зростання	Початок відновлення міжнародних потоків
2022	Дані зростання	Помітне зростання після пандемії	Відновлення туристичного руху
2023	5,0	Приріст після пандемії	О.Крит відвідано рекордною кількістю туристів
2024	5,3	+7,1	туристична галузь продовжує зростати
2025	6,2	Зростання близько +17	Попередні дані показують істотне зростання туристичного притоку

Сформовано автором на основі джерел [46 - 52]

Протягом 2019 - 2025 років спостерігається чітка тенденція відновлення туристичного потоку на острів Крит після пандемії COVID-19. Якщо 2019 рік був рекордним до кризи, то 2023 - 2025 роки характеризуються поверненням обсягів міжнародних прибуттів до докризових рівнів та навіть їх перевищенням. Зокрема, у 2025 році кількість відвідувачів, за даними INSETE та статистичних джерел, оцінюється більш ніж у 6,2 млн., що демонструє позитивну динаміку і відновлює роль о.Криту як провідної середземноморської туристичної дестинації [46 – 52].

Отримані дані підтверджують необхідність диверсифікації туристичного продукту о.Криту, розвитку нішевих видів туризму (гастрономічний, культурний, екологічний) та впровадження стратегій сталого управління туристичними потоками. Такий підхід дозволить підвищити конкурентоспроможність острова на світовому туристичному ринку, зменшити ризики сезонності та забезпечити більш рівномірний соціально-економічний розвиток регіону.

2.2. Стан і структура міжнародних туристичних потоків острова Крит

Стан і структура міжнародних туристичних потоків острова Крит характеризуються високим рівнем інтенсивності, стійкою інтеграцією у європейський туристичний простір та чітко вираженою сезонною концентрацією попиту. Острів Крит є одним із провідних туристичних регіонів Греції, формуючи значну частку загальнонаціональних міжнародних прибуттів. Завдяки вигідному географічному положенню, розвиненій інфраструктурі та потужному історико-культурному потенціалу острів стабільно зберігає конкурентні позиції на середземноморському ринку.

Динаміка туристичних потоків упродовж останніх років демонструє циклічний характер. Докризовий період відзначався стабільним зростанням міжнародних прибуттів, що забезпечувало високий рівень завантаженості готельного фонду та позитивну динаміку доходів від туризму. Пандемія COVID-19 спричинила різке скорочення обсягів міжнародних подорожей, однак уже з 2021 року розпочався етап поступового відновлення, який у 2023 - 2025 рр. трансформувався у стійку тенденцію зростання, що свідчить про адаптивність туристичної системи острова та ефективність заходів з відновлення ринку [38; 41 – 43; 46 – 49; 52].

Структура міжнародних туристичних потоків о.Криту має виражену європейську орієнтацію. Основними країнами-донорами традиційно виступають Німеччина, Велика Британія, Франція, країни Скандинавії та Польща. Переважання європейських ринків зумовлене як географічною близькістю, так і налагодженими авіаційними сполученнями, зокрема через міжнародні аеропорти Іракліона та Ханьї. Водночас частка туристів з інших регіонів світу (Північна Америка, Близький Схід) залишається порівняно невеликою, але має потенціал до зростання в умовах диверсифікації ринку.

Важливою характеристикою туристичних потоків є їх сезонність. Пік прибуттів припадає на період травень - жовтень, із максимальною

концентрацією у літні місяці. Така сезонна структура зумовлює нерівномірність використання туристичної інфраструктури, коливання зайнятості та доходів підприємств сфери гостинності. У відповідь на це регіональна туристична політика орієнтується на розширення меж туристичного сезону шляхом розвитку культурно-пізнавального, гастрономічного, подієвого та оздоровчого туризму.

За типологією попиту міжнародні туристи, що відвідують о.Крит, переважно орієнтовані на пляжно-рекреаційний відпочинок у форматі пакетних турів, організованих туроператорами. Значну частку становлять сімейні туристи та пари середнього й вищого рівня доходів. Останніми роками простежується тенденція до зростання індивідуальних бронювань через цифрові платформи, що впливає на трансформацію каналів збуту та структуру готельного ринку.

У структурному вимірі міжнародні туристичні потоки о.Криту характеризуються високим рівнем концентрації у прибережних районах, що створює просторову диспропорцію розвитку. Північне узбережжя острова, зокрема райони Іракліона та Ханї, акумулює основну частину туристичних прибуттів, тоді як внутрішні території мають значно нижчий рівень туристичної активності, що актуалізує потребу у територіальній диверсифікації туристичного продукту та стимулюванні розвитку сільського й екотуризму [46 – 49; 52].

З економічної точки зору міжнародні туристичні потоки формують вагомий внесок у регіональний валовий продукт, стимулюють розвиток готельного бізнесу, ресторанного господарства, транспорту та сфери послуг. Водночас залежність від зовнішнього попиту підвищує чутливість регіону до глобальних кризових явищ, що потребує стратегічного підходу до управління туристичними ризиками та формування більш стійкої моделі розвитку.

Отже, сучасний стан міжнародних туристичних потоків острова Крит характеризується стабільною позитивною динамікою, домінуванням європейських ринків, вираженою сезонністю та територіальною

концентрацією. Подальший розвиток туристичної системи острова пов'язаний із диверсифікацією ринків, зменшенням сезонних коливань та впровадженням принципів сталого розвитку, що забезпечить підвищення конкурентоспроможності дестинації у довгостроковій перспективі.

Таблиця 2.4

Стан і структура міжнародних туристичних потоків на о. Крит

Рік	Загальна кількість міжнародних прибуттів, млн. осіб	Частка іноземних туристів, %	Основні країни-джерела	Сезонна концентрація (%) травень - жовтень	Середня тривалість перебування, днів
2019	5,29	93	Німеччина, Велика Британія, Франція, Скандинавія	82	7 - 8
2020	1,8	90	Обмежений ринок через COVID-19	75	6 - 7
2021	3,5	92	Німеччина, Франція, Польща	80	7
2022	4,8	93	Німеччина, Велика Британія, Скандинавія	83	7 - 8
2023	5,0	94	Німеччина, Велика Британія, Франція	84	8
2024	5,3	94	Німеччина, Велика Британія, Польща, Скандинавія	85	8
2025	6,2	95	Німеччина, Велика Британія, Франція, Польща	86	8 - 9

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Аналіз стану та структури міжнародних туристичних потоків острова Крит у 2019 - 2025 рр. дозволяє констатувати стабільну орієнтацію регіону на зовнішні ринки та високий рівень інтеграції у європейський туристичний простір. Частка іноземних туристів у загальному обсязі прибуттів традиційно перевищує 90 %, що свідчить про експортно орієнтований характер туристичної моделі розвитку острова. Основними країнами - донорами

залишаються Німеччина, Велика Британія, Франція, Польща та країни Скандинавії, що формує відносно концентровану, але водночас стабільну структуру попиту.

Пандемічний спад 2020 року суттєво вплинув на обсяги міжнародних прибуттів, однак уже з 2021 року розпочалося поетапне відновлення, яке у 2023 - 2025 рр. трансформувалося у стійке зростання та перевищення докризових показників. Така динаміка свідчить про високу адаптивність туристичної системи о.Криту та її конкурентоспроможність у середземноморському регіоні.

Водночас структура туристичних потоків характеризується значною сезонною концентрацією, оскільки переважна частка прибуттів припадає на період травень – жовтень, що зумовлює нерівномірність використання інфраструктури, сезонні коливання зайнятості та залежність доходів від літнього періоду. Поступове збільшення середньої тривалості перебування та розширення географії ринків-джерел створюють передумови для диверсифікації туристичного продукту та пом'якшення сезонності.

Отже, міжнародні туристичні потоки острова Крит характеризуються позитивною динамікою, високою концентрацією на європейських ринках і суттєвим економічним значенням для регіону. Подальший розвиток дестинації потребує стратегічної диверсифікації ринків, розширення туристичного сезону та впровадження принципів сталого управління, що забезпечить довгострокову стійкість і конкурентоспроможність острова на міжнародному туристичному ринку.

Для комплексного розуміння механізмів трансформації готельного сектору острова Крит доцільним є систематизування основних чинників, що визначають характер і масштаби впливу міжнародного туризму на його розвиток. Готельний бізнес функціонує в умовах багатофакторного середовища, де зміни у структурі міжнародних туристичних потоків, соціально-економічні процеси, технологічні інновації та екологічні виклики

безпосередньо впливають на управлінські рішення, інвестиційну активність і конкурентоспроможність підприємств розміщення.

Таблиця 2.5

Основні чинники впливу міжнародного туризму на готельний бізнес о.Криту

Чинник	Прояв на острові Крит	Приклади готелів	Вплив на готельний бізнес
Обсяги та структура туристичних потоків	Зростання числа туристів із різних країн; різні сегменти ринку	Greotel Creta Palace, Mitsis Laguna Resort, Blue Palace	Потреба у різних категоріях готелів, розширення номерного фонду, диференціація послуг
Сезонність туристичного потоку	Пік туристичного сезону у липні - серпні; низький сезон навесні та восени	Курортні комплекси Херсоніосу, Ретимно	Планування тарифів, кадрової політики, оптимізація ресурсів
Соціокультурні та демографічні характеристики туристів	Вікова та національна структура туристів, очікування щодо сервісу	Бутик-готелі (Casa Vitae), апарт-готелі	Персоналізація послуг, адаптація продукту під цільові групи
Економічні та політичні фактори	Коливання валют, економічна стабільність, безпека	Всі великі готельні комплекси острова	Вплив на заповнюваність, доходи та інвестиційні рішення
Технологічні та інноваційні фактори	Онлайн-бронювання, цифрові ключі, CRM, мобільні додатки	Blue Palace, Greotel Creta Palace	Оптимізація управління, інтеграція з туристичною інфраструктурою, підвищення конкурентоспроможності
Екологічні та сталого розвитку фактори	Використання енергоефективних рішень, екологічні сертифікати	Minos Beach Art Hotel, апарт-готелі з локальною продукцією	Підвищення привабливості для еко-туристів, формування позитивного іміджу дестинації

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Острів Крит як одна з провідних туристичних дестинацій Середземномор'я характеризується високим рівнем залежності готельного сектору від міжнародного попиту. Зростання обсягів прибуттів, зміна структури ринків-джерел, виражена сезонність, а також посилення вимог туристів до якості сервісу формують нові умови функціонування підприємств гостинності. Водночас економічні, політичні та валютні

коливання, цифровізація туристичного простору й імплементація принципів сталого розвитку зумовлюють необхідність адаптації бізнес-моделей готелів до глобальних тенденцій.

Аналіз основних чинників впливу міжнародного туризму на готельний бізнес о.Криту демонструє, що ефективність та розвиток готельних підприємств безпосередньо залежать від характеру туристичних потоків, їх обсягів, сезонності, соціокультурних та демографічних особливостей туристів, економічних умов, технологічного рівня та екологічних вимог.

На практиці це проявляється у диференціації готельного фонду за категоріями та сегментами ринку, адаптації послуг до очікувань різних груп туристів, впровадженні цифрових та інноваційних рішень, а також у реалізації програм сталого розвитку. Високий потік туристів із Європи стимулює розвиток люксових та курортних комплексів, тоді як бюджетні туристи формують попит на апарт-готелі та середній сегмент.

Таким чином, міжнародний туризм виступає ключовим чинником формування стратегії розвитку, конкурентоспроможності та економічної стабільності готельного бізнесу Криту, забезпечуючи при цьому сталий розвиток туристичної дестинації.

Диференціація міжнародних туристичних потоків острова Крит безпосередньо корелює з рівнем готельного обслуговування та типологією туристів, що формують попит на відповідні категорії засобів розміщення. Ринок гостинності регіону характеризується чіткою сегментацією, де кожен рівень сервісу відповідає певному соціально-економічному профілю споживачів, їхній платоспроможності, мотивації подорожі та тривалості перебування. В умовах зростання міжнародної мобільності та диверсифікації туристичних потреб острів Крит сформував багаторівневу структуру готельного сектору - від люксових та бутик-готелів до економічних засобів розміщення й апарт-комплексів. При цьому структура країн-джерел туристів демонструє певну закономірність: висококатегорійні об'єкти орієнтовані переважно на туристів із країн Західної та Північної Європи, тоді як

бюджетний сегмент формується значною мірою за рахунок ринків Центрально-Східної Європи. Окремі ніші - зокрема екотуризм і діловий туризм - характеризуються специфічною сезонністю та меншою залежністю від пікових літніх періодів [38; 46 – 49; 52].

Дані таблиці 2.6 відображає взаємозв'язок між рівнем обслуговування, типом туриста, географією походження міжнародних потоків та їх функціональними характеристиками. Узагальнення цих показників дозволяє простежити структурні особливості попиту та визначити напрямки подальшої спеціалізації готельного бізнесу острова відповідно до трансформації міжнародного туристичного ринку.

Таблиця 2.6

Рівень обслуговування, тип туриста та міжнародні туристичні потоки на острові Крит

Рівень обслуговування	Тип туриста	Основні країни походження туристів	Характеристика потоків
5* та Люкс або Бутик*	Сімейний, романтичний, преміум-відпочинок	Німеччина, Великобританія, Скандинавія	Високі витрати на проживання та послуги; сезонний, піковий у липні - серпні
4* та Стандарт + Курортні комплекси*	Сімейний, пляжний відпочинок, активний туризм	Німеччина, Великобританія, Франція	Стабільний туристичний потік, середні витрати; піковий сезон: червень - вересень
3* та Економ*	Бюджетний турист, молодь, студенти	Польща, Чехія, Угорщина	Помірний потік; короткострокові перебування; сезонний характер
Апарт-готелі	Довготривалий відпочинок, сімейні групи	Німеччина, Швеція, Нідерланди	Протягом усього сезону; високий попит на автономні апартаменти
Екотуризм та тематичні готелі	Культурно-пізнавальний, активний, гастрономічний туризм	Великобританія, Франція, Італія	Сезонні потоки з низькою щільністю, орієнтація на нішеві сегменти; менш залежні від піку сезону
Ділові та конференц-готелі	Бізнес-туристи, делегації, конференції	Німеччина, Греція (внутрішні), Великобританія	Потоки розподілені протягом року; стабільні, менш залежні від пляжного сезону

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Аналіз взаємозв'язку рівня обслуговування готелів острова Крит із типом туристів та країнами їх походження свідчить про чітку сегментацію ринку. Готелі високого класу (5* Люкс та бутик-готелі) орієнтовані на сімейний, преміум та романтичний відпочинок туристів із Німеччини, Великобританії та Скандинавії, які формують високі витрати на проживання та супутні послуги. Стандартні курортні комплекси (4* - 3*) обслуговують широкий спектр туристів середнього класу та бюджетних мандрівників, переважно з Європи Центральної та Східної частини.

Апарт-готелі та тематичні заклади забезпечують довготривалий відпочинок і задоволення нішевих потреб туристів, орієнтованих на культурно-пізнавальний, гастрономічний та екологічний туризм. Ділові та конференц-готелі приваблюють туристів, які подорожують з бізнес-метою, та забезпечують стабільні потоки протягом року, менш залежні від пляжного сезону.

Таким чином, структура готельного бізнесу Криту демонструє високий ступінь адаптації до вимог міжнародного туристичного ринку, що дозволяє ефективно розподіляти туристичні потоки, оптимізувати доходи підприємств та підвищувати конкурентоспроможність дестинації. Водночас існує потреба у регулюванні сезонності та диверсифікації туристичних продуктів, що сприятиме сталому розвитку готельної індустрії та економіки острова.

2.3. Аналіз функціонування готельного бізнесу в умовах міжнародного туризму

Функціонування готельного бізнесу острова Крит в умовах міжнародного туризму характеризується високим рівнем залежності від зовнішніх туристичних потоків, сезонною концентрацією попиту та значною інтегрованістю у європейський туристичний простір. Як одна з провідних

дестинацій Греція, о.Крит формує модель розвитку готельного сектору, орієнтовану переважно на іноземного споживача, що визначає специфіку його організаційної структури, категоріальної диференціації та інвестиційної активності.

Структура готельного господарства острова представлена широким спектром засобів розміщення - від великих курортних комплексів міжнародних мереж до сімейних готелів, апартаментів і бутик-формату. Домінування туристів із Німеччини, Великобританії, Франції та скандинавських країн зумовлює орієнтацію значної частини готелів на стандартизований сервіс високої якості, систему «all inclusive», а також наявність розвиненої рекреаційної та розважальної інфраструктури. Водночас поступово зростає сегмент нішевого розміщення - еко-готелів, агротуристичних комплексів і тематичних закладів, що відображає диверсифікацію туристичного попиту [38; 41 – 43; 52].

Сезонність міжнародних потоків виступає основним фактором організації діяльності готельних підприємств. Основне навантаження на номерний фонд припадає на період травень - жовтень, із піковими показниками у липні - серпні. Така концентрація попиту спричиняє нерівномірність доходів, сезонну зайнятість персоналу та необхідність гнучкого тарифного регулювання. У відповідь на ці виклики готельний бізнес активно впроваджує стратегії продовження туристичного сезону шляхом розвитку культурно-пізнавального, гастрономічного, спортивного та ділового туризму.

Економічна ефективність готельного сектору о.Криту значною мірою визначається валютними надходженнями від міжнародних туристів, що сприяє зростанню регіонального валового продукту та зайнятості населення. Разом із тим залежність від зовнішніх ринків підвищує вразливість галузі до глобальних кризових явищ, що було продемонстровано під час пандемії COVID-19. Подальше відновлення та перевищення докризових показників засвідчило адаптивність готельного бізнесу, його здатність до швидкої

реорганізації операційних процесів і впровадження санітарних та цифрових інновацій.

Сучасний етап розвитку готельного господарства острова Крит характеризується посиленням уваги до принципів сталого розвитку. Використання енергоефективних технологій, управління водними ресурсами, впровадження екологічних стандартів та підтримка локальних виробників формують нову модель конкурентоспроможності, орієнтовану на довгострокову стійкість. Водночас цифровізація процесів бронювання, управління клієнтським досвідом і маркетингових комунікацій підвищує ефективність функціонування підприємств і сприяє інтеграції в глобальні туристичні платформи [38; 41 – 43; 46 – 49; 52].

Отже, готельний бізнес острова Крит в умовах міжнародного туризму функціонує як динамічна, структурно диференційована система, що поєднує масовий курортний сегмент із нішевими форматами розміщення. Його розвиток визначається поєднанням зовнішнього попиту, сезонних чинників, інноваційних трансформацій та необхідності забезпечення сталості, що формує основу для подальшої конкурентоспроможності регіону на міжнародному туристичному ринку.

Для комплексного аналізу розвитку готельного бізнесу на острові Крит важливо виділити сучасні тенденції, які формують конкурентне середовище та визначають стратегії функціонування підприємств розміщення. Глобалізація туристичних ринків, зростання вимог до якості обслуговування, технологічні інновації та увага до сталого розвитку створюють умови для трансформації традиційної моделі готельного бізнесу.

На о.Криті спостерігається тенденція до диверсифікації готельних продуктів: зростає частка преміум-сегменту, активно розвиваються butik-готелі, апарт-формати та тематичні заклади, орієнтовані на нішеві види туризму - гастрономічний, культурно-пізнавальний, еко- та спортивний. Одночасно традиційні курортні комплекси адаптують послуги під міжнародні стандарти та цифрові платформи бронювання, що забезпечує

ефективність управління і підвищує привабливість для різних цільових груп туристів. У таблиці 2.7 узагальнено основні сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу на острові Крит, наведено приклади їх реалізації та визначено вплив на функціонування підприємств розміщення, що дозволяє оцінити динаміку трансформацій і стратегічні напрямки розвитку регіональної туристичної індустрії.

Таблиця 2.7

Сучасні тенденції готельного бізнесу на острові Крит

Тенденція	Прояв на Криті	Приклади готелів	Очікуваний ефект
Інтернаціоналізація та мережевий розвиток	Розширення присутності міжнародних та національних мереж; стандартизовані послуги	Grecotel Creta Palace, Mitsis Laguna Resort, Blue Palace	Підвищення впізнаваності бренду, стабільність сервісу, залучення іноземних туристів
Цифровізація та технологічна інтеграція	Онлайн-бронювання, мобільні додатки, цифрові ключі, CRM-системи	Blue Palace – мобільні check-in/check-out; Grecotel – CRM для персоналізації сервісу	Підвищення ефективності управління, персоналізація послуг, швидка адаптація до змін попиту
Сталий розвиток та соціальна відповідальність	Використання енергоефективних технологій, «зелені» сертифікати, підтримка локальної спільноти	Minos Beach Art Hotel – еко-сертифікати; апарт-готелі з локальною продукцією	Підвищення привабливості для екотуристів, зменшення впливу на довкілля, формування позитивного іміджу
Нішеві та персоналізовані послуги	Орієнтація на різні сегменти: сімейний, романтичний, бізнес, гастрономічний туризм	Casa Vitae Boutique Hotel – романтичний туризм; Asterion Suites & Spa – персоналізоване обслуговування	Збільшення задоволеності туристів, диференціація продукту, зростання доходів
Гнучкість та адаптивність до глобальних ризиків	Адаптація до сезонності та криз; гнучкі політики бронювання	Mitsis Laguna Resort – політика free-cancellation; Grecotel – сценарне планування доходів	Мінімізація фінансових ризиків, підтримка стабільності доходів, збереження лояльності гостей

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Аналіз сучасних тенденцій готельного бізнесу на острові Крит свідчить про високий рівень адаптації підприємств до глобалізаційних процесів. Інтернаціоналізація та розвиток мережевих готелів дозволяють підвищити впізнаваність брендів і забезпечити стандартизований сервіс для міжнародних туристів. Цифровізація та впровадження технологічних рішень сприяють оптимізації управління, персоналізації обслуговування та ефективному реагуванню на зміни туристичного попиту.

Сталий розвиток та соціальна відповідальність стають невід'ємними елементами стратегії готелів, що підвищує привабливість о.Криту для нішевих сегментів туристів, зменшує екологічний вплив та формує позитивний імідж дестинації. Нішеві та персоналізовані послуги дозволяють диференціювати туристичний продукт, залучати різні цільові аудиторії та збільшувати доходи підприємств. Гнучкість і адаптивність до глобальних ризиків, таких як сезонність та непередбачувані кризові ситуації, забезпечують стабільність діяльності готелів та лояльність туристів.

Таким чином, сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу на о.Криті формують конкурентоспроможну, гнучку та стійку туристичну інфраструктуру, що дозволяє ефективно залучати міжнародні туристичні потоки, підвищувати економічну віддачу та забезпечувати сталий розвиток регіону.

Для детального аналізу готельного сектору о. Крит доцільним є представлення конкретних прикладів підприємств розміщення з урахуванням їх категорії, рівня обслуговування та спеціалізації. Таке систематизоване уявлення дозволяє оцінити розмаїтість готельної пропозиції, її відповідність міжнародним стандартам та орієнтацію на різні сегменти туристичного попиту. Острів Крит характеризується високим рівнем диференціації готельного сектору: від великих курортних комплексів високого класу до бутик-готелів та середньо-класових закладів. Підприємства розміщення адаптують послуги під різні типи туристів - сімейні групи, молодь, бізнес-туристів, а також клієнтів, зацікавлених у преміальному або тематичному

відпочинку. Крім того, розподіл готелів за географією та спеціалізацією дозволяє ефективно використовувати туристичні ресурси острова і підтримувати баланс між масовим та нішевим туризмом.

У таблиці 2.8 наведено приклади провідних готельних підприємств о.Криту з відображенням їх місцезнаходження, категорії та основної спеціалізації, що дає змогу систематизувати інформацію для подальшого аналізу функціонування та розвитку готельного бізнесу в умовах міжнародного туризму.

Таблиця 2.8

Готельні підприємства острова Крит: приклади та категорії

Назва готелю	Місцезнаходження	Категорія та рівень обслуговування	Основна спеціалізація
Grecotel Creta Palace	Херсоніос	5* Люкс	Курортний, сімейний та преміум-відпочинок
Blue Palace, a Luxury Collection Resort	Елафонісі	5* Люкс	Курортний, романтичний, пляжний відпочинок
Mitsis Laguna Resort & Spa	Херсоніос	5* Люкс	Курортний, сімейний, СПА та рекреація
Asterion Suites & Spa	Ханья	5* Люкс	Бутик-готель, романтичний, індивідуальний сервіс
Castello Village Resort	Ретимно	4*	Курортний, сімейний відпочинок
Minos Beach Art Hotel	Агія-Пелагія	4*	Курортний, еко та культурно-пізнавальний туризм
Samaria Hotel	Ретимно	3*	Стандартний готель, бюджетний відпочинок
Kydon The Heart City Hotel	Ханья	4*	Міський, діловий та культурний туризм
Avra Imperial Beach Resort	Ретимно	5* Люкс	Курортний, пляжний, сімейний відпочинок
Casa Vitae Boutique Hotel	Ханья	Бутик-готель	Бутик-готель, індивідуальний сервіс, романтичні подорожі

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Аналіз готельних підприємств о.Крит свідчить про високу різноманітність типів та категорій розміщення, що відповідає різним потребам міжнародних туристів. На острові представлені як великі курортні комплекси 5* класу, орієнтовані на сімейний та преміум-відпочинок, так і

бутик-готелі з індивідуалізованим сервісом для романтичних та культурно-пізнавальних туристів. Крім того, функціонують готелі середнього та економ-класу, що забезпечують доступність послуг для широкого спектра відвідувачів.

Сучасна структура готельного бізнесу о.Криту формує конкурентні переваги регіону, сприяє залученню міжнародних туристичних потоків та створенню робочих місць для місцевого населення. Разом із тим, висока концентрація масових курортів у прибережних зонах підкреслює необхідність впровадження принципів сталого розвитку, диверсифікації туристичних продуктів та управління сезонністю туристичних потоків.

Таким чином, готельний бізнес о.Криту є стратегічним чинником економічного та соціального розвитку острова, а його ефективне функціонування визначає привабливість дестинації на світовому туристичному ринку.

Для всебічного розуміння функціонування готельного бізнесу острова Крит доцільним є розгляд його місця в туристичній інфраструктурі та індустрії гостинності. Готельні підприємства виступають центральним елементом туристичної системи, забезпечуючи не лише розміщення, а й інтеграцію інших складових туристичного продукту - транспортних, гастрономічних, розважальних, культурних та сервісних послуг.

На о.Криті готельний сектор формує основу для комплексного туристичного досвіду, поєднуючи фізичну доступність дестинації, організацію харчування та дозвілля, взаємодію з культурними та природними об'єктами, а також цифрове просування й партнерство з локальними підприємствами. Така інтеграція сприяє підвищенню конкурентоспроможності дестинації, збільшенню тривалості перебування туристів, формуванню додаткового доходу та соціально-економічного розвитку регіону.

У таблиці 2.9 систематизовано роль готельного бізнесу у взаємодії з основними елементами туристичної інфраструктури о.Криту, наведено

прикладі конкретних проявів та очікувані ефекти для розвитку туристичного продукту, що дозволяє оцінити його стратегічне значення для регіональної індустрії гостинності.

Таблиця 2.9

Місце готельного бізнесу в туристичній інфраструктурі та індустрії гостинності на острові Крит

Елемент туристичної інфраструктури	Роль готельного бізнесу	Приклади прояву на острові Крит	Очікуваний ефект
Транспорт (авіа, порти, трансфери)	Забезпечення доступності та інтеграція туристів у дестинацію	Трансфери з аеропорту Іракліон до готелів Mitsis, Grecotel	Зручність прибуття туристів, підвищення лояльності
Ресторанні та гастрономічні послуги	Організація харчування та кулінарних дослідів	Ресторани при готелях Blue Palace, Minos Beach Art Hotel	Підвищення якості туристичного продукту, формування гастрономічної привабливості
Розважальна та рекреаційна інфраструктура	Надання дозвілля, СПА, спорт, анімація	Курортні програми в Grecotel Creta Palace, Asterion Suites & Spa	Збільшення задоволеності туристів, збільшення тривалості перебування
Культурні та природні об'єкти	Інтеграція туристичного продукту з культурою та природою	Експерсії до Кносського палацу, Самарійського каньйону	Формування комплексного туристичного досвіду, стимулювання повторних відвідувань
Туристичні агенції та онлайн-платформи	Просування, бронювання та інформаційна підтримка	Онлайн-бронювання через Booking.com, TripAdvisor; місцеві турагентства	Збільшення міжнародних потоків, ефективна маркетингова підтримка
Місцеві підприємства та ремесла	Партнерство та підтримка локальної економіки	Продаж локальної продукції в готелях, сувенірні крамниці	Створення додаткового доходу, розвиток соціально-економічного потенціалу регіону

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Аналіз структури туристичної інфраструктури показує, що готельний бізнес займає центральне місце у формуванні комплексного туристичного продукту. Готелі не лише забезпечують тимчасове розміщення та харчування

туристів, а й інтегруються з транспортною системою, гастрономічними, культурними та рекреаційними послугами.

На прикладі острова Крит це проявляється у тісній взаємодії готельних підприємств із транспортними компаніями, туристичними агентствами, місцевими підприємствами та культурними об'єктами. Така інтеграція сприяє підвищенню привабливості дестинації, збільшенню міжнародних туристичних потоків, створенню додаткових робочих місць і стимулюванню соціально-економічного розвитку регіону [38; 52].

Таким чином, готельний бізнес є стержнем туристичної інфраструктури та індустрії гостинності, формуючи конкурентоспроможний туристичний продукт, який відповідає потребам сучасних міжнародних туристів і сприяє сталому розвитку дестинації.

Таблиця 2.10

Інституційні та організаційні чинники розвитку готельного бізнесу о. Криту

Чинник	Прояв на острові Крит	Приклади готелів	Вплив на готельний бізнес
Державне регулювання та політика у сфері туризму	Ліцензування, податкові стимули, стандарти якості	Всі великі готельні мережі (Grecotel, Mitsis, Blue Palace)	Сприяє легітимності діяльності, стабільності та розвитку готельного бізнесу
Діяльність туристичних асоціацій та професійних об'єднань	Координація, підвищення кваліфікації персоналу, стандартизація послуг	Hellenic Chamber of Hotels; локальні асоціації готелів Криту	Підвищує професійний рівень персоналу, сприяє відповідності міжнародним стандартам, зміцнює конкурентоспроможність
Організаційна структура та управлінські практики готелів	Централізовані системи управління, стандарти обслуговування, цифрові системи PMS/CRM	Blue Palace, Grecotel Creta Palace, Mitsis Laguna Resort	Оптимізація бізнес-процесів, підвищення ефективності та стабільності діяльності
Міжнародні стандарти та сертифікації	ISO, Green Key, Travelife, сертифікація сталого розвитку	Minos Beach Art Hotel, бутик-готелі Криту	Підвищення привабливості для міжнародних туристів, формування репутації дестинації, стимулювання організаційного розвитку

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Аналіз інституційних та організаційних чинників свідчить, що розвиток готельного бізнесу о.Криту значною мірою визначається регуляторними, координаційними та управлінськими механізмами. Державне регулювання забезпечує стабільність та легітимність діяльності, стандартизацію якості послуг і створює податкові та інвестиційні стимули для підприємств.

Професійні асоціації та об'єднання готелів сприяють підвищенню кваліфікації персоналу, координації діяльності та відповідності міжнародним стандартам, що підвищує конкурентоспроможність готелів о.Криту на глобальному туристичному ринку. Внутрішня організаційна структура та застосування сучасних управлінських практик дозволяють оптимізувати бізнес-процеси, підвищувати ефективність та забезпечувати високий рівень обслуговування туристів.

Таким чином, інституційні та організаційні чинники формують стійку основу для ефективного функціонування та розвитку готельного бізнесу о.Криту, забезпечують інтеграцію підприємств у туристичну інфраструктуру та сприяють формуванню конкурентоспроможного та привабливого туристичного продукту.

Для оцінки сучасного стану готельного бізнесу острова Крит важливо виділити маркетингові та інноваційні чинники, які формують його конкурентні переваги на міжнародному ринку туристичних послуг. У сучасних умовах глобалізації та високої мобільності туристів ефективно позиціонування готелю, використання цифрового маркетингу, впровадження інноваційних технологій та розробка нових продуктів визначають здатність підприємств розміщення привертати цільові сегменти, підвищувати рівень завантаженості та оптимізувати бізнес-процеси [41 – 43; 52].

На о.Криті провідні готельні підприємства поєднують брендове позиціонування, активні маркетингові стратегії, цифровізацію сервісу та інноваційні пропозиції - від СПА і гастрономічних програм до культурно-розважальних активностей. Такі підходи забезпечують формування

унікального туристичного продукту, підвищують ефективність управління та інтегрують готелі у міжнародний туристичний ринок.

У таблиці 2.11 систематизовано основні маркетингові та інноваційні чинники, наведено їх практичне проявлення на прикладі готельних підприємств острова Крит та визначено вплив на конкурентні переваги.

Таблиця 2.11

Маркетингові та інноваційні чинники конкурентних переваг готелів о.Криту

Чинник	Прояв на острові Крит	Приклади готелів	Вплив на конкурентні переваги
Брендинг та позиціонування готелю	Преміальні мережеві бренди, бутик-готелі для нішевих сегментів	Grecotel, Mitsis, Blue Palace, Casa Vitae	Формує унікальний образ, залучає цільові сегменти туристів, підвищує впізнаваність
Маркетингові стратегії та цифровий маркетинг	Соцмережі, онлайн-бронювання, програми лояльності, таргетована реклама	Booking.com, TripAdvisor, власні мобільні додатки	Збільшення видимості, залучення міжнародних туристів, підвищення завантаженості
Інноваційні технології та цифровізація сервісу	PMS, CRM, мобільні ключі, автоматизація обслуговування	Blue Palace, Minos Beach Art Hotel	Підвищення ефективності управління, оптимізація бізнес-процесів, покращення якості сервісу
Розробка нових продуктів і послуг	СПА, гастрономія, культурні та розважальні програми	Готелі Херсонікосу та Ретимно	Формування унікальної пропозиції, додаткові джерела доходу, підвищення привабливості для туристів
Аналітика та дослідження ринку	Моніторинг попиту, конкурентів та уподобань туристів	Grecotel Creta Palace, Mitsis Laguna Resort	Обґрунтоване управління, адаптація до змін у попиті, підвищення стратегічної ефективності

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Аналіз маркетингових та інноваційних чинників свідчить, що конкурентоспроможність готельних підприємств о.Криту значною мірою визначається здатністю ефективно позиціонувати бренд, впроваджувати сучасні маркетингові стратегії та інноваційні технології, а також пропонувати нові послуги та продукти для туристів.

Брендинг та чітке сегментування ринку дозволяють готелям виділитися серед конкурентів і залучити цільові групи туристів. Використання цифрового маркетингу, онлайн-бронювання та програм лояльності сприяє підвищенню видимості та завантаженості готелів. Інноваційні технології та системи управління (PMS, CRM) оптимізують бізнес-процеси та підвищують якість обслуговування, тоді як розробка нових продуктів і послуг забезпечує унікальну пропозицію для різних сегментів туристів.

Таким чином, маркетингові та інноваційні чинники є основними для формування стійких конкурентних переваг готелів о.Крит, підвищення їх ефективності та привабливості на міжнародному туристичному ринку.

Висновки до 2 розділу

Проведений у другому розділі аналіз дозволив комплексно оцінити особливості розвитку міжнародного туризму та готельного бізнесу острова Крит як однієї з провідних туристичних дестинацій Греції.

У підрозділі 2.1 встановлено, що туристично-ресурсний потенціал острова має багатокомпонентний характер і поєднує сприятливі природно-кліматичні умови, розвинену прибережну рекреаційну зону, значну концентрацію історико-культурних пам'яток, а також сформовану туристичну інфраструктуру. Поєднання морських, гірських та культурно-історичних ресурсів створює передумови для розвитку як масового пляжного, так і нішевих видів туризму - культурно-пізнавального, гастрономічного, екологічного та активного, що забезпечує високу привабливість регіону на міжнародному туристичному ринку.

У підрозділі 2.2 проаналізовано стан і структуру міжнародних туристичних потоків. Встановлено, що о.Крит характеризується стійкою орієнтацією на зовнішні ринки, з домінуванням туристів із країн Західної та

Північної Європи. Після різкого спаду у період пандемії COVID-19 відбулося поступове відновлення туристичних прибуттів, а у 2023 - 2025 рр. - стабільне зростання з перевищенням докризових показників. Водночас зберігається висока сезонна концентрація попиту, що обумовлює нерівномірність навантаження на туристичну інфраструктуру та залежність економічних результатів від літнього періоду.

У підрозділі 2.3 здійснено аналіз функціонування готельного бізнесу в умовах міжнародного туризму. Доведено, що готельний сектор острова Крит є структурно диференційованим та орієнтованим на різні сегменти міжнародного попиту - від масового курортного до преміального й нішевого. Його розвиток визначається впливом сезонності, змінами в географії туристичних потоків, посиленням конкуренції та впровадженням цифрових технологій. Важливою тенденцією є підвищення ролі маркетингових стратегій, брендингу, інноваційного менеджменту та принципів сталого розвитку, що формують довгострокові конкурентні переваги готельних підприємств о. Крит.

Таким чином, результати дослідження свідчать, що міжнародний туризм є основним чинником соціально-економічного розвитку острова Крит, а готельний бізнес виступає його системоутворюючим елементом. Подальший розвиток регіону потребує диверсифікації туристичних продуктів, зменшення сезонної залежності, розширення ринків-джерел та впровадження інноваційних і сталих моделей управління, що забезпечить збереження конкурентоспроможності дестинації в умовах глобальної туристичної конкуренції.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ОСТРОВА КРИТ

3.1. Стратегічне управління готельним бізнесом на острові Крит

Для підвищення ефективності функціонування готельного бізнесу на острові Крит та зміцнення його конкурентних позицій на міжнародному ринку необхідно визначити стратегічні напрями вдосконалення, що враховують сучасні тенденції туризму, очікування туристів та особливості регіональної інфраструктури.

По-перше, важливим напрямом є диференціація туристичного продукту та розвиток нішевого туризму, що передбачає створення спеціалізованих пропозицій для преміум-, сімейних, культурно-пізнавальних, гастрономічних та екологічних сегментів туристів. Реалізація таких підходів дозволяє розширити цільову аудиторію, зменшити сезонну залежність та підвищити рівень доходів підприємств розміщення.

По-друге, пріоритетом є підвищення якості обслуговування та стандартизація послуг. Впровадження сучасних систем управління якістю, сертифікація сервісу та навчання персоналу забезпечують відповідність міжнародним стандартам, формують позитивний імідж готелів та сприяють підвищенню лояльності туристів.

По-третє, важливим напрямом є інтеграція інноваційних технологій та цифровізація бізнес-процесів. Використання PMS, CRM-систем, мобільних ключів, онлайн-бронювання та цифрового маркетингу оптимізує управління, підвищує оперативність реагування на зміни попиту та дозволяє ефективніше просувати туристичні продукти на глобальних ринках.

По-четверте, слід звернути увагу на принципи сталого розвитку та екологічної відповідальності. Впровадження енергоефективних технологій, систем сортування відходів, використання локальної продукції та екологічних сертифікатів сприяє підвищенню привабливості для еко-туристів, формує позитивний імідж дестинації та забезпечує довгострокову стійкість готельного бізнесу.

По-п'яте, доцільним є поглиблення маркетингових стратегій та співпраця з міжнародними туристичними платформами. Активне використання соціальних мереж, програм лояльності, таргетованої реклами та аналітики туристичного попиту дозволяє адаптувати пропозиції під очікування різних сегментів, збільшити завантаженість готелів та зміцнити позиції о.Криту як конкурентоспроможної туристичної дестинації.

Таким чином, комплексна реалізація цих напрямів дозволяє готельним підприємствам острова Крит підвищити ефективність своєї діяльності, забезпечити задоволення потреб міжнародних туристів та зміцнити позиції регіону на глобальному туристичному ринку.

Таблиця 3.1

Напрями вдосконалення розвитку готельного бізнесу острова Крит

Напрямок вдосконалення	Основні заходи	Очікуваний ефект
Диференціація туристичного продукту	Розробка пропозицій для преміум, сімейних, гастрономічних, культурних та екологічних сегментів	Розширення цільової аудиторії, зменшення сезонної залежності, підвищення доходів
Підвищення якості обслуговування	Впровадження міжнародних стандартів сервісу, сертифікація, навчання персоналу	Підвищення задоволеності туристів, формування позитивного іміджу, зростання лояльності
Цифровізація та інновації	Використання PMS, CRM, мобільних ключів, онлайн-бронювання, цифровий маркетинг	Оптимізація управління, швидке реагування на попит, підвищення конкурентоспроможності
Сталий розвиток та екологічна відповідальність	Енергоефективні рішення, сортування відходів, локальна продукція, екосертифікація	Підвищення привабливості для еко-туристів, формування позитивного іміджу, стійкий розвиток
Маркетингові стратегії	Активне використання соцмереж, програм лояльності, аналітика попиту, таргетована реклама	Збільшення міжнародних потоків, підвищення завантаженості готелів, зміцнення конкурентних позицій

Сформовано автором

Аналіз напрямів вдосконалення готельного бізнесу острова Крит дозволяє визначити основні стратегічні пріоритети для підвищення конкурентоспроможності та ефективності функціонування підприємств розміщення. Комплексна реалізація заходів з диференціації туристичного продукту, підвищення якості обслуговування, впровадження інноваційних технологій, дотримання принципів сталого розвитку та посилення маркетингових стратегій забезпечує формування привабливої, гнучкої та адаптивної моделі готельного бізнесу.

Такі підходи сприяють не лише задоволенню потреб різних сегментів міжнародних туристів, а й зміцненню економічного потенціалу регіону, підвищенню тривалості перебування гостей, збільшенню доходів готелів та розвитку локальної економіки. Впровадження зазначених напрямів дозволяє о.Криту підтримувати високий рівень конкурентоспроможності на міжнародному ринку туристичних дестинацій та забезпечує сталий розвиток готельного сектору в умовах глобалізації та змін міжнародного попиту.

Стратегічне управління готельним бізнесом на острові Крит є основним елементом забезпечення ефективного функціонування туристичного сектору та зміцнення конкурентних позицій дестинації на міжнародному ринку. Воно передбачає системний підхід до планування, організації, контролю та оптимізації діяльності готельних підприємств із урахуванням сучасних тенденцій у міжнародному туризмі, демографічних та соціокультурних характеристик туристів, економічних і технологічних змін.

Одним із основних завдань стратегічного управління є формування довгострокових цілей розвитку готельного бізнесу, які враховують сезонність туристичних потоків, рівень міжнародного попиту та потреби різних сегментів клієнтів, що включає визначення категорій готелів, оптимізацію номерного фонду, розробку спеціалізованих туристичних продуктів (преміум, сімейний, еко- та культурно-пізнавальний туризм) і впровадження стандартів сервісу, що відповідають світовим практикам.

Важливим напрямом є інтеграція інноваційних та цифрових технологій у процеси управління. Використання PMS (Property Management System), CRM (Customer Relationship Management), онлайн-бронювання, мобільних додатків і цифрових ключів дозволяє підвищити ефективність адміністрування готелів, оперативно реагувати на зміни попиту, персоналізувати послуги та оптимізувати внутрішні бізнес-процеси.

Стратегічне управління також орієнтоване на підтримку сталого розвитку та соціальної відповідальності, що включає енергоефективні рішення, екологічні сертифікації, використання локальної продукції та партнерство з місцевими підприємствами. Такий підхід сприяє формуванню позитивного іміджу дестинації, підвищенню привабливості для еко-туристів та забезпечує довгострокову стійкість готельного бізнесу.

Крім того, управління стратегічного рівня передбачає активну маркетингову політику та позиціонування готельних підприємств. Застосування цифрового маркетингу, таргетованої реклами, програм лояльності та співпраця з міжнародними туристичними платформами дозволяє залучати нові сегменти туристів, підвищувати завантаженість готелів і зміцнювати конкурентні переваги острова Крит на глобальному туристичному ринку.

Таким чином, стратегічне управління готельним бізнесом на острові Крит забезпечує системний розвиток підприємств розміщення, інтеграцію інновацій, відповідність міжнародним стандартам обслуговування та формування комплексного, конкурентоспроможного туристичного продукту, що сприяє сталому розвитку туристичної дестинації.

Аналіз складових стратегічного управління готельним бізнесом на острові Крит дозволяє виділити комплекс взаємопов'язаних заходів, спрямованих на забезпечення стабільного розвитку туристичної дестинації.

Таблиця 3.2

Основні складові стратегічного управління готельним бізнесом на о. Крит

Складова стратегічного управління	Основні заходи	Очікуваний ефект
Планування та формування стратегічних цілей	Визначення категорій готелів, оптимізація номерного фонду, розробка спеціалізованих продуктів (преміум, сімейний, еко, культурно-пізнавальний туризм)	Забезпечення відповідності попиту туристів, підвищення доходності та конкурентоспроможності
Інновації та цифровізація	Використання PMS, CRM, онлайн-бронювання, мобільних додатків, цифрових ключів	Оптимізація внутрішніх процесів, персоналізація послуг, підвищення оперативності управління
Стійкий розвиток та соціальна відповідальність	Енергоефективні технології, екологічні сертифікати, використання локальної продукції, партнерство з місцевими підприємствами	Підвищення привабливості для еко-туристів, формування позитивного іміджу, забезпечення довгострокової стабільності
Маркетинг та позиціонування	Цифровий маркетинг, таргетована реклама, програми лояльності, співпраця з міжнародними платформами	Залучення нових сегментів туристів, підвищення завантаженості готелів, зміцнення бренду о.Криту
Контроль та оцінка ефективності	Моніторинг попиту, аналіз конкурентного середовища, оцінка задоволеності туристів	Вчасна корекція стратегії, підвищення якості послуг, підтримка сталого розвитку готельного бізнесу

Сформовано автором

Планування та формування стратегічних цілей забезпечує відповідність пропозиції готелів потребам різних сегментів туристів, тоді як впровадження інновацій та цифровізації сприяє оптимізації управлінських процесів та підвищенню якості обслуговування.

Водночас застосування принципів сталого розвитку та соціальної відповідальності формує позитивний імідж дестинації та підвищує привабливість для еко-туристів. Активна маркетингова політика та позиціонування готелів дозволяють залучати нові цільові аудиторії, підвищувати завантаженість номерного фонду та зміцнювати конкурентні переваги острова Крит. Системний контроль і оцінка ефективності реалізації стратегічних рішень забезпечують своєчасну корекцію діяльності та

підтримку довгострокового розвитку готельного сектору в умовах глобалізації та зростаючого міжнародного попиту.

Запропонований підхід підтверджує, що стратегічне управління є основним механізмом забезпечення комплексної, конкурентоспроможної та стійкої моделі розвитку готельного бізнесу на Криті.

3.2. Підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств острова Крит

Підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств острова Крит є головним фактором забезпечення стабільного розвитку туристичної дестинації та зміцнення її позицій на міжнародному ринку. Конкурентоспроможність у сучасних умовах визначається здатністю готелів пропонувати високоякісні послуги, задовольняти потреби різних сегментів туристів, оперативно реагувати на зміни попиту та інтегрувати інноваційні технології у процеси обслуговування.

Одним із головних напрямів підвищення конкурентоспроможності конкурентоспроможності готельних підприємств острова Крит є диференціація туристичного продукту, що передбачає створення різноманітних пропозицій для різних сегментів туристів та адаптацію послуг під їхні потреби. Готелі високої категорії орієнтуються на преміальний сегмент, пропонуючи унікальні сервіси, СПА, гастрономічні програми та культурні інтеграції, тоді як апарт-готелі та економ-клас забезпечують доступність і гнучкість для сімейних та молодіжних груп. Такий підхід дозволяє одночасно залучати різні категорії туристів і знижувати сезонну нерівномірність завантаженості.

Готелі високої категорії, такі як Grecotel Creta Palace (Херсонісос), Blue Palace, а Luxury Collection Resort (Елафонісі) та Mitsis Laguna Resort & Spa

(Херсонісос), орієнтуються на преміальний сегмент туристів. Вони пропонують унікальні сервіси: розкішні номери з панорамними видами на море, індивідуальні СПА-програми, гастрономічні майстер-класи та кулінарні дегустації, а також культурні інтеграції, наприклад, екскурсії до історичних пам'яток о.Криту, включно з Кносським палацом та традиційними ремісничими майстернями. Такий підхід дозволяє формувати преміальний туристичний продукт і задовольняти високі очікування туристів, водночас підвищуючи імідж готелів та всієї дестинації.

Для сімейних, молодіжних та бюджетних сегментів пропонуються інші формати. Апартамент-готелі, наприклад, Minos Beach Art Hotel (Агія-Пелагія) або Casa Vitae Boutique Hotel (Ханья), забезпечують автономність проживання, доступність і гнучкість перебування, що особливо привабливо для сімей з дітьми або груп молоді. Готелі економ-класу забезпечують базові послуги та більш доступні ціни, зокрема для короткострокових або сезонних відпочивальників.

Таке сегментування та диференціація продукту дозволяє одночасно залучати різні категорії туристів, збільшувати заповнюваність протягом усього сезону та знижувати сезонну нерівномірність завантаженості готелів. Крім того, це сприяє формуванню стійких конкурентних переваг на міжнародному ринку туристичних дестинацій, оскільки о.Крит пропонує комплексний спектр продуктів – від преміум-сервісу до економічно доступного та нішевого туризму, включаючи еко-, культурно-пізнавальні та гастрономічні маршрути.

Диференціація проявляється у формуванні преміального продукту для високодохідного сегмента, розвитку апартамент-формату для сімейних та довготривалих туристів, забезпеченні доступності для молодіжного та бюджетного ринку, а також створенні нішевих концепцій (екологічних, гастрономічних, культурних). Такий підхід дозволяє готелям одночасно працювати у кількох ринкових нішах, підвищуючи гнучкість бізнес-моделі та формуючи стійкі конкурентні переваги.

Систематизація основних напрямів диференціації туристичного продукту готельних підприємств острова Крит представлена у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Диференціація туристичного продукту готельних підприємств о. Крит

Сегмент туристів	Тип готелю	Основні сервіси та особливості	Приклади готелів	Вплив на конкурентоспроможність
Преміальний сегмент	Високий клас та люкс	Розкішні номери, індивідуальні СПА-програми, гастрономічні майстер-класи, культурні інтеграції, екскурсії до історичних пам'яток	Grecotel Creta Palace, Blue Palace, Mitsis Laguna Resort & Spa	Формування преміального туристичного продукту, підвищення іміджу готелю та дестинації, залучення платоспроможних туристів
Сімейні та довготривалі відпочивальники	Апарт-готелі	Автономні апартаменти, гнучкі умови проживання, зручності для дітей, тривале перебування	Minos Beach Art Hotel, Casa Vitae Boutique Hotel	Забезпечення доступності та гнучкості продукту, залучення сімейних та групових туристів, розподіл потоків протягом сезону
Бюджетні та молодіжні туристи	Економ-клас	Базові послуги, доступні ціни, короткострокові перебування	Samaria Hotel, невеликі економ-готелі в Херсоніосі та Ретимно	Підвищення заповнюваності в низький сезон, забезпечення туристичної доступності, формування стабільного потоку клієнтів
Нішеві сегменти (екотуризм, культурний, гастрономічний)	Тематичні та бутик-готелі	Спеціалізовані програми: еко-туризм, гастрономія, культурні маршрути, індивідуальний сервіс	Casa Vitae Boutique Hotel, Minos Beach Art Hotel	Формування унікальної пропозиції, залучення нішевих сегментів, підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Отже, диференціація туристичного продукту готельних підприємств острова Крит є основним стратегічним інструментом підвищення їх конкурентоспроможності в умовах високої насиченості середземноморського

ринку. Орієнтація готелів різних категорій на чітко визначені цільові сегменти (преміальний, сімейний, молодіжний, нішевий) дозволяє сформувати багаторівневу структуру пропозиції, що охоплює широкий спектр туристичних потреб та платоспроможності споживачів.

Готелі високої категорії формують іміджеву складову дестинації, інтегруючи СПА-послуги, гастрономічні програми та культурні продукти, що підвищує середній чек і валютні надходження. Апартаменти та засоби розміщення економ-класу забезпечують масовість і доступність туризму, стабілізуючи завантаженість номерного фонду та сприяючи зменшенню сезонних коливань.

Таким чином, поєднання преміалізації, доступності та нішевої спеціалізації створює синергічний ефект для туристичної дестинації, підвищує стійкість готельного сектору острова Крит та забезпечує його довгострокову конкурентну позицію на міжнародному туристичному ринку.

Важливу роль відіграє впровадження інновацій та цифрових технологій. Використання систем PMS і CRM, мобільних додатків для бронювання та обслуговування, цифрових ключів і онлайн-платформ підвищує ефективність управління, скорочує час реагування на запити клієнтів та сприяє персоналізації сервісу, що, у свою чергу, формує додаткові конкурентні переваги, адже сучасний турист очікує швидкого, зручного та адаптованого під себе обслуговування.

В умовах високої конкуренції на середземноморському туристичному ринку готельні підприємства острова Крит активно впроваджують інновації та цифрові технології як інструмент стратегічного підвищення конкурентоспроможності. Більшість великих курортних комплексів регіонів Іракліон, Ретимно та Ханья використовують сучасні системи управління готелем (Property Management System – PMS), які забезпечують:

- контроль завантаженості номерного фонду в режимі реального часу;
- автоматизацію процесів check-in/check-out;
- інтеграцію з каналами онлайн-бронювання;

- фінансову аналітику та управління доходами (Revenue Management).

Наприклад, мережеві комплекси, такі як Grecotel (зокрема Grecotel Creta Palace) або Mitsis Hotels (Mitsis Laguna Resort & Spa), впроваджують CRM-системи, що дозволяють:

- зберігати історію перебування гостей;
- аналізувати їхні вподобання (тип номеру, гастрономічні смаки, СПА-послуги);
- формувати персоналізовані пропозиції під час повторного бронювання.

У результаті підвищується рівень лояльності клієнтів і зростає частка repeat guests, що особливо важливо в умовах сезонності.

Багато готелів о.Криту інтегровані з міжнародними платформами бронювання, такими як Booking.com, Expedia Group та Airbnb. Однак сучасна тенденція полягає у стимулюванні прямих бронювань через:

- власні мобільні застосунки;
- оновлені офіційні сайти з онлайн-чатами;
- автоматизовані email-розсилки.

Наприклад, преміальні готелі північного узбережжя о.Криту пропонують мобільні сервіси, через які гість може:

- замовити трансфер;
- забронювати столик у ресторані;
- обрати СПА-процедуру;
- отримати інформацію про культурні події та екскурсії.

В результаті скорочується навантаження на рецепцію, оптимізуються операційні витрати та підвищується швидкість обслуговування.

Після пандемії COVID-19 на о.Криті активно впроваджуються:

- мобільні цифрові ключі;
- безконтактна реєстрація;
- електронні платіжні системи;
- QR-меню в ресторанах.

Таблиця 3.4

Впровадження інновацій та цифрових технологій у готельних підприємствах острова Крит

Напрямок інновацій	Сутність технології	Приклади впровадження	Економічний та конкурентний ефект
PMS-системи (Property Management System)	Автоматизація управління номерним фондом, бронюваннями, фінансами, аналітика завантаженості	Мережі Grecotel, Mitsis Hotels	Оптимізація операційних витрат; підвищення ефективності управління; зростання показників ADR та RevPAR
CRM-системи	Персоналізація обслуговування, збереження історії клієнтів, сегментація туристів	Курортні комплекси 4 - 5* північного узбережжя Криту	Зростання лояльності та частки повторних гостей; підвищення середнього чека
Онлайн-платформи бронювання	Інтеграція з глобальними системами продажу, управління каналами збуту	Booking.com, Expedia Group	Розширення міжнародного ринку збуту; підвищення заповнюваності номерного фонду
Мобільні додатки готелів	Онлайн-реєстрація, замовлення послуг, бронювання СПА та ресторанів	Преміальні курортні готелі регіонів Іракліон і Ханья	Скорочення часу обслуговування; підвищення рівня задоволеності гостей
Цифрові ключі та безконтактні сервіси	Mobile key, QR-меню, безконтактна оплата	Готелі категорії 4 - 5*	Підвищення безпеки та комфорту; формування сучасного іміджу
Аналітика даних та Revenue Management	Динамічне ціноутворення, прогнозування попиту, сезонна оптимізація тарифів	Великі курортні комплекси острова	Максимізація доходів у високий сезон; стимулювання попиту в міжсезоння

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Такі технології особливо поширені в готелях категорії 4 - 5*, орієнтованих на європейських туристів із Німеччини, Франції та Скандинавії, що відповідає очікуванням сучасного споживача, який цінує швидкість, гігієнічність і автономність.

Завдяки цифровим інструментам готелі о.Криту:

- аналізують сезонні коливання попиту;
- формують динамічне ціноутворення;
- прогнозують завантаженість;

- сегментують клієнтів за країною походження та моделлю споживання.

Наприклад, у високий сезон (червень - вересень) застосовується стратегія yield-management, а в міжсезоння - цифрові маркетингові кампанії для залучення нішевих сегментів (wellness-туризм, гастрономічні тури, цифрові кочівники). Впровадження інновацій на о.Криті забезпечує:

- скорочення операційних витрат (за рахунок автоматизації);
- підвищення середнього доходу на номер (ADR);
- зростання показника RevPAR;
- підвищення рейтингу на онлайн-платформах;
- зміцнення репутації дестинації як сучасної та технологічно розвиненої.

Інтеграція цифрових технологій у готельний сектор Криту формує якісно нову модель управління, орієнтовану на ефективність, персоналізацію та гнучкість, що підвищує інвестиційну привабливість підприємств, зміцнює їх позиції на міжнародному ринку та забезпечує довгострокову конкурентоспроможність дестинації.

Таким чином, цифровізація готельного бізнесу острова Крит трансформує модель управління від традиційної сервісної до клієнтоорієнтованої. Інтеграція PMS, CRM, мобільних сервісів і онлайн-платформ формує додаткові конкурентні переваги, підвищує операційну ефективність та сприяє персоналізації туристичного продукту.

У довгостроковій перспективі саме інноваційність та цифрова адаптивність визначатимуть позиції готельних підприємств о.Криту на міжнародному туристичному ринку.

Не менш важливим чинником підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств острова Крит є стратегічне маркетингове позиціонування та системний бренд-менеджмент. В умовах високої концентрації курортної інфраструктури саме бренд стає основним нематеріальним активом, який формує довіру, впізнаваність і преміальну

цінність туристичного продукту. Преміальні мережеві бренди та бутик-готелі формують унікальний імідж, залучають цільові сегменти туристів і підвищують впізнаваність острова на міжнародному ринку. Використання цифрового маркетингу, таргетованої реклами та співпраця з міжнародними туристичними платформами дозволяє збільшувати видимість готелів, залучати нові потоки туристів та підвищувати завантаженість номерного фонду.

Міжнародні та національні готельні мережі формують на о. Криті імідж дестинації як якісного та безпечного туристичного напрямку.

Grecotel позиціонує свої об'єкти як luxury-resorts із грецькою автентичністю. На о.Криті мережа акцентує увагу на концепції "Luxury Made in Greece" - поєднання локальної культури, гастрономії та високого рівня сервісу, що приваблює заможних туристів із Німеччини, Франції та Великої Британії.

Mitsis Hotels орієнтується на all-inclusive premium-сегмент. Чітка айдентика бренду (сімейний відпочинок, високий рівень сервісу, розвинена інфраструктура) забезпечує стабільні повторні продажі та високий рівень завантаженості.

Blue Palace, Luxury Collection Resort - об'єкт преміального сегменту, що входить до міжнародної колекції The Luxury Collection. Позиціонується через концепцію ексклюзивності, приватності та панорамних краєвидів на затоку Мірабелло, що дозволяє залучати високоплатоспроможний сегмент і формувати високий ADR (Average Daily Rate).

Мережеві бренди забезпечують:

- стандартизацію сервісу;
- глобальні маркетингові кампанії;
- довіру через міжнародну репутацію;
- участь у програмах лояльності.

Паралельно на о. Криті активно розвивається сегмент бутик-готелів, які будують конкурентну перевагу через унікальність:

- eco-friendly готелі з акцентом на сталий розвиток;
- wellness-готелі з програмами детоксу та SPA;
- готелі в історичних будівлях у місті Ханья;
- гастрономічні готелі з локальною критською кухнею.

Такі об'єкти формують емоційний бренд, орієнтований на:

- цифрових кочівників;
- туристів покоління Z;
- поціновувачів slow-travel;
- гастрономічних мандрівників.

Бутик-формат дозволяє встановлювати вищу маржинальність за рахунок диференціації та персоналізованого сервісу.

Готелі Криту активно використовують цифрові канали просування. Співпраця з такими компаніями, як Booking.com, Expedia Group, Airbnb забезпечує широку міжнародну представленість, особливо на ринках ЄС та Північної Америки.

Використання Meta Ads, Google Ads, ремаркетингу дозволяє:

- сегментувати туристів за країною, віком, інтересами;
- просувати міжсезонні пропозиції;
- стимулювати раннє бронювання.

Готелі формують візуально сильний імідж через:

- Instagram та TikTok;
- співпрацю з тревел-блогерами;
- відеоконтент із дронами;
- storytelling про критську культуру та гастрономію.

Візуальна складова особливо важлива для просування пляжного та luxury-сегменту.

Маркетингове позиціонування окремих готелів синергічно впливає на бренд самого о. Криту як:

- безпечного середземноморського курорту;

- місця поєднання пляжного, культурного та гастрономічного туризму;
- напрямку для premium- та family-сегментів.

Таблиця 3.5

Маркетингове позиціонування та бренд-менеджмент готельних підприємств острова Крит

Напрямок маркетингової діяльності	Інструменти реалізації	Приклади на о.Криті	Цільові сегменти туристів	Економічний та конкурентний ефект
Преміальний мережевий бренд	Глобальні стандарти сервісу, міжнародні програми лояльності, централізований маркетинг	Grecootel, Mitsis Hotels, Blue Palace, а Luxury Collection Resort	Преміум-туристи, сімейний сегмент, high-income клієнти	Зростання ADR на 15 - 25%; стабільна завантаженість 75 - 85%; висока частка повторних гостей
Бутик-готелі та нішевий бренд	Унікальний дизайн, локальна гастрономія, есо- та wellness-концепції	Бутик-готелі Ханьї та Ретимно	Digital nomads, slow-travel, гастротуристи, покоління Z	Вища маржинальність (+10 - 18%); формування емоційної лояльності
Онлайн-платформи продажів (OTA)	Інтеграція з глобальними системами бронювання	Booking.com, Expedia Group	Міжнародний масовий ринок	Розширення географії збуту; збільшення завантаженості на 10 - 20%
Таргетований цифровий маркетинг	Google Ads, Meta Ads, ремаркетинг, email-маркетинг	Курортні комплекси північного узбережжя	Туристи з ЄС, Великої Британії, Скандинавії	Підвищення ROI маркетингу до 180 - 200%; зростання частки прямих бронювань
SMM та контент-маркетинг	Instagram, TikTok, відео з дронів, інфлюенсери	Luxury- та lifestyle-готелі Криту	Молодіжний сегмент, преміальні туристи	Зростання впізнаваності бренду; стимулювання раннього бронювання
Дестинаційний брендинг	Спільні маркетингові кампанії готелів та регіональних органів	Туристичні асоціації острова	Європейський та американський ринок	Підвищення інвестиційної привабливості; формування іміджу безпечного середземноморського курорту

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Чим сильніші локальні бренди, тим вищою стає впізнаваність острова на міжнародному ринку. Системний бренд-менеджмент забезпечує:

- зростання середнього тарифу (ADR);
- підвищення завантаженості номерного фонду;
- зменшення залежності від сезонних туроператорів;
- збільшення частки прямих бронювань;
- формування довгострокової лояльності клієнтів.

У стратегічній перспективі бренд стає драйвером інвестиційної привабливості готельних підприємств Криту, адже сильний імідж дозволяє залучати міжнародний капітал та працювати у вищих цінових сегментах.

Маркетингове позиціонування готельних підприємств о. Криту базується на поєднанні сильних міжнародних брендів, унікальних butik-концепцій та активного цифрового просування. Така модель дозволяє острову диверсифікувати туристичні потоки, працювати у вищих цінових сегментах та забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність на міжнародному туристичному ринку. Маркетингове позиціонування та бренд-менеджмент на Криті трансформуються з допоміжного інструменту у основний фактор конкурентоспроможності. Поєднання преміальних мережевих брендів, нішевих butik-концепцій та активного цифрового маркетингу дозволяє острову не лише утримувати стабільний туристичний потік, а й зміцнювати свої позиції на глобальному ринку туристичних послуг.

Не можна ігнорувати аспект сталого розвитку та соціальної відповідальності. Енергоефективні рішення, екологічні сертифікати, використання локальної продукції та підтримка місцевої економіки створюють позитивний імідж, підвищують привабливість для еко-туристів і зміцнюють довгострокові конкурентні позиції готельних підприємств.

Напрямок сталого розвитку та соціальної відповідальності є стратегічно важливим для готельних підприємств острова Крит, оскільки туристичний сектор безпосередньо залежить від збереження природних ресурсів, культурної спадщини та соціальної стабільності регіону. У сучасних умовах

екологічна орієнтація перестає бути лише елементом іміджу й трансформується у фактор довгострокової конкурентоспроможності.

Острів Крит характеризується високим рівнем сонячної активності, що стимулює готелі активно впроваджувати відновлювані джерела енергії:

- встановлення сонячних панелей для підігріву води та часткового енергозабезпечення;
- використання систем рекуперації тепла;
- LED-освітлення та автоматизовані системи управління електроспоживанням;
- системи повторного використання води для поливу зелених зон.

Наприклад, курортні комплекси мережі Grecotel активно впроваджують програми зниження споживання енергії та водних ресурсів, що дозволяє скорочувати операційні витрати та зменшувати вуглецевий слід. Економічний ефект:

- зниження витрат на енергоресурси на 15 - 30%;
- підвищення інвестиційної привабливості;
- відповідність вимогам ESG-критеріїв.

Готелі о. Криту все частіше проходять міжнародну сертифікацію у сфері сталого туризму: Green Key; ISO 14001; Travelife. Отримання екологічного сертифіката:

- підвищує довіру туристів із країн ЄС;
- відкриває доступ до екологічно орієнтованих туроператорів;
- формує позитивний імідж на міжнародному ринку.

Особливо це важливо для скандинавського та німецького ринку, де екологічна відповідальність є одним із основних критеріїв вибору готелю.

Важливим елементом соціальної відповідальності є підтримка місцевих виробників:

- використання критської оливкової олії, сирів, вина та морепродуктів у ресторанах готелів;
- співпраця з локальними фермерами та виноробнями;

- організація гастрономічних вечорів із традиційною кухнею.

Мережа Mitsis Hotels активно інтегрує локальні продукти у концепцію “farm-to-table”, що підсилює автентичність сервісу та підтримує регіональну економіку. Ефект:

- формування унікального туристичного досвіду;
- зменшення логістичних витрат;
- мультиплікативний вплив на розвиток малого бізнесу острова.

Готельний сектор о. Криту:

- створює робочі місця для місцевого населення;
- інвестує у професійну підготовку персоналу;
- бере участь у соціальних та культурних ініціативах.

Залучення місцевих кадрів підвищує соціальну стабільність регіону та зменшує залежність від сезонної трудової міграції. Сегмент екологічно свідомих туристів постійно зростає. Для них важливими є:

- мінімізація пластику;
- програми повторного використання рушників;
- сортування відходів;
- збереження природних ландшафтів.

Готелі, що впроваджують сталі практики, отримують конкурентну перевагу на ринках Північної Європи, де екологічна відповідальність є визначальним фактором вибору. Інтеграція принципів сталого розвитку забезпечує:

- підвищення лояльності клієнтів;
- можливість роботи у преміальному сегменті;
- покращення репутаційного капіталу;
- зниження довгострокових операційних витрат;
- відповідність європейській кліматичній політиці.

Для готельних підприємств о. Криту сталий розвиток є не лише етичним зобов'язанням, а й економічно обґрунтованою стратегією. Енергоефективні рішення, екологічна сертифікація, підтримка місцевих

виробників та соціальна відповідальність формують позитивний міжнародний імідж дестинації, зміцнюють довгострокові конкурентні позиції та сприяють стабільному розвитку туристичного сектору острова.

Таблиця 3.6

Прогнозні показники підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств острова Крит

Напрямок підвищення конкурентоспроможності	2026р	2027р	2028р	2029р	2030р	Примітки
Розширення та диференціація номерного фонду, млн. осіб	6,2	6,5	6,8	7,1	7,5	Зростання завдяки нішевим та преміальним продуктам
Підвищення якості сервісу, %	78	80	82	84	85	Вища завантаженість через розвиток преміальних та бутик-готелів
Орієнтація на преміальні сегменти, € за добу	120	125	130	135	140	Підвищення цін обумовлене розвитком сервісу та індивідуалізацією пропозицій
Розвиток додаткових послуг та продуктів, млн. €	745	805	870	940	1010	Зростання доходів завдяки розширенню спектру послуг та нішевих пропозицій
Інвестиції у модернізацію та інновації, млн. €	50	55	60	65	70	Цифровізація, еко-технології, підвищення стандартів обслуговування
Орієнтація на високий клас (частка готелів високої категорії (4–5*)), %	45	48	50	52	55	Зростання частки преміальних готелів для підвищення конкурентоспроможності
Підвищення стратегічної ефективності, %	27	28	29	30	31	Збільшення економічного ефекту через розвиток готельної інфраструктури

Сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Отже, комплексне застосування стратегічного управління, інновацій, маркетингових стратегій та принципів сталого розвитку забезпечує ефективне підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств о.

Криту, формує різноманітний і високоякісний туристичний продукт, сприяє економічному зростанню регіону та зміцнює позиції острова на глобальному ринку туристичних дестинацій.

Прогнозні економічні показники свідчать, що підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств острова Крит у період 2026 - 2030 рр. буде забезпечене комплексною реалізацією стратегій диференціації, модернізації та розвитку преміальних сегментів. Зростання кількості туристичних прибуттів та завантаженості номерного фонду відображає ефективність впровадження нішевих продуктів і розширення спектру послуг, тоді як збільшення середньої вартості проживання та доходів готелів вказує на успішне позиціонування преміальних і бутик-готелів.

Інвестиції у цифровізацію, інноваційні технології та еко-рішення сприяють оптимізації управлінських процесів, підвищенню якості сервісу та формуванню стійких конкурентних переваг. Поступове збільшення частки готелів високої категорії та внеску готельного бізнесу у ВРП регіону свідчить про зміцнення економічного потенціалу о. Криту як міжнародної туристичної дестинації. Таким чином, системна реалізація стратегічних, маркетингових і інноваційних заходів забезпечує довгострокове підвищення конкурентоспроможності готельного сектору та стабільне зростання економічного ефекту від міжнародного туризму.

3.3. Перспективи розвитку міжнародного туризму та готельного бізнесу острова Крит

Перспективи розвитку міжнародного туризму та готельного бізнесу острова Крит визначаються поєднанням природно-кліматичних ресурсів, історико-культурної спадщини, транспортної доступності та активної інтеграції в глобальні туристичні ринки. Острів Крит є одним із провідних

туристичних центрів Середземномор'я, що забезпечує стабільний приплив іноземних туристів переважно з країн Європейського Союзу, Великої Британії та Скандинавії. Водночас сучасні трансформації міжнародного туризму потребують структурної модернізації готельного сектору, диверсифікації туристичного продукту та посилення інноваційної складової управління.

Однією з основних перспектив розвитку є поглиблення сегментації ринку та орієнтація на високодохідні групи туристів. Преміалізація туристичного продукту, розвиток luxury- та boutique-форматів, а також інтеграція локальної культурної та гастрономічної автентики дозволяють підвищувати середній рівень доходу на номер (ADR) і зменшувати залежність від масового туроператорського сегмента. Міжнародні готельні мережі, зокрема Grecootel та Mitsis Hotels, формують стандартизовану модель високоякісного сервісу, що зміцнює позиції острова на глобальному ринку та забезпечує довіру міжнародних туристів.

Важливою тенденцією є диверсифікація видів туризму. Окрім традиційного пляжного відпочинку, о. Крит активно розвиває культурно-пізнавальний, гастрономічний, еногастрономічний, екологічний та wellness-туризм. Використання потенціалу історичних пам'яток (зокрема археологічних комплексів мінойської цивілізації), національних парків та сільських територій створює умови для формування цілорічного туристичного продукту, що сприяє поступовому зниженню сезонної нерівномірності та підвищенню ефективності використання готельної інфраструктури.

Перспективи готельного бізнесу безпосередньо пов'язані з цифровою трансформацією управління. Впровадження систем PMS та CRM, автоматизація процесів бронювання, використання великих даних для аналізу поведінки споживачів дозволяють підвищувати операційну ефективність і рівень персоналізації сервісу. Сучасний міжнародний турист очікує

швидкого цифрового обслуговування, мобільності та гнучких умов проживання, що стимулює готелі до впровадження інноваційних технологій.

Не менш важливим напрямом розвитку є інтеграція принципів сталого туризму. Енергоефективні рішення, екологічна сертифікація, підтримка місцевих виробників і розвиток соціальної відповідальності формують позитивний імідж дестинації та відповідають вимогам європейської кліматичної політики. Зростання частки екологічно свідомих туристів створює передумови для посилення конкурентних переваг готелів, що впроваджують ESG-стандарти.

Інфраструктурний розвиток також залишається стратегічним чинником. Модернізація транспортних вузлів, розширення авіасполучення та підвищення якості дорожньої мережі сприяють зростанню туристичних потоків і розширенню географії ринків. У перспективі можливе посилення співпраці з новими ринками Азії та Північної Америки, що диверсифікує структуру міжнародного попиту.

Отже, перспективи розвитку міжнародного туризму та готельного бізнесу острова Крит пов'язані з поєднанням стратегічної диференціації туристичного продукту, цифровізації управління, впровадження принципів сталого розвитку та активного бренд-менеджменту. Комплексна реалізація зазначених напрямів дозволить острову зберігати провідні позиції серед середземноморських дестинацій, підвищувати економічну ефективність готельного сектору та забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність на міжнародному туристичному ринку.

Цифрові інструменти сприятимуть не лише зростанню доходів (ADR, RevPAR), а й підвищенню фінансової стійкості підприємств за рахунок скорочення витрат, зменшення сезонних коливань та формування стабільної клієнтської бази. У стратегічному вимірі це посилює позиції готельних підприємств острова Крит на європейському туристичному ринку та підвищує інвестиційну привабливість дестинації.

Таблиця 3.7

Прогноз впливу цифровізації на економічні показники готельних підприємств острова Крит

Напрямок цифровізації	Основний інструмент	Базовий рівень (2025 р.)	Прогноз 2030 р.	Очікувана динаміка	Економічний ефект
Автоматизація управління	PMS + Revenue Management	ADR - 145 €; RevPAR - 102 €	ADR - 170 €; RevPAR - 125 €	+15 - 20%	Зростання доходу на номер; оптимізація тарифної політики
Персоналізація сервісу	CRM-системи	Частка repeat guests – 28%	40%	+12 в.п.	Підвищення лояльності; зростання середнього чека на 8 - 12%
Розширення каналів збуту	Інтеграція з OTA (напр., Booking.com) та прямі бронювання	Частка прямих бронювань – 35%	50%	+15 в.п.	Зменшення комісійних витрат (10%); зростання чистого прибутку
Безконтактні технології	Digital key, mobile check-in	Час реєстрації – 7 - 10 хв	2 - 3 хв	- 60 - 70%	Скорочення витрат на персонал; підвищення задоволеності гостей
Аналітика великих даних	Dynamic pricing, прогнозування попиту	Сезонна різниця завантаженості – 40%	25 - 30%	- 10 - 15 в.п.	Зниження сезонної нерівномірності; стабілізація грошових потоків
Цифровий маркетинг	Таргетована реклама, автоматизовані кампанії	ROI маркетингу – 140%	180 - 200%	+40 - 60%	Підвищення ефективності інвестицій у просування

Розраховано та сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Прогнозні розрахунки свідчать, що комплексна цифровізація готельного сектору о. Криту може забезпечити приріст операційної ефективності на 15 - 20% у середньостроковій перспективі. Найбільший економічний ефект очікується від впровадження систем динамічного

ціноутворення, персоналізації сервісу та збільшення частки прямих бронювань.

Таблиця 3.8

Вплив принципів сталого розвитку на економічні показники готельних підприємств острова Крит (прогноз до 2030 р.)

Напрямок сталого розвитку	Конкретні заходи	Приклади	Базовий рівень (2025р.)	Прогноз до 2030 р.	Очікуваний економічний ефект
Енергоефективність	Сонячні панелі, LED-освітлення, системи енергомоніторингу	Курортні комплекси мережі Grecotel	Частка альтернативної енергії – 18%	35 - 40%	Зниження витрат на енергоресурси на 20 - 30%; підвищення маржі
Водозбереження	Системи повторного використання води, сенсорні змішувачі	Великі 4 - 5* готелі північного узбережжя	Витрати води – 100% (база)	-20 - 25% споживання	Скорочення комунальних витрат; відповідність екостандартам
Екологічна сертифікація	Green Key, ISO 14001, Travelife	Преміальні та сімейні курорти	30% готелів мають сертифікати	55 - 60%	Зростання завантаженості на 8–12% за рахунок еко-сегменту
Підтримка локальних виробників	Закупівля місцевих продуктів, концепція farm-to-table	Mitsis Hotels	Частка локальних закупівель – 35%	55 - 65%	Зменшення логістичних витрат; підвищення автентичності бренду
Управління відходами	Сортування, відмова від одноразового пластику	Бутик-готелі Ханї	40% переробки відходів	70 - 75%	Підвищення привабливості для еко-туристів; репутаційний капітал
Соціальна відповідальність	Підтримка місцевої зайнятості, освітні програми	Регіональні асоціації готельєрів	Частка місцевого персоналу – 60%	75 - 80%	Соціальна стабільність; зменшення кадрових витрат

Розраховано та сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Прогноз свідчить, що впровадження принципів сталого розвитку у готельному секторі о. Криту забезпечує подвійний ефект: зниження операційних витрат та підвищення ринкової привабливості. До 2030 року

очікується збільшення частки екосертифікованих готелів до 60%, що дозволить залучити платоспроможний сегмент туристів із Північної Європи та підвищити середній рівень завантаженості номерного фонду. Сталий розвиток у цьому контексті виступає не лише екологічною ініціативою, а стратегічним інструментом зміцнення довгострокових конкурентних позицій готельних підприємств острова Крит на міжнародному туристичному ринку.

Таблиця 3.9

Прогнозні економічні показники готельного бізнесу острова Крит

Показник	2026р	2027р	2028р	2029р	2030р	Примітки
Кількість туристичних прибуттів, млн. осіб	6,2	6,5	6,8	7,1	7,5	Очікуване зростання завдяки диверсифікації продукту та маркетинговим стратегіям
Завантаженість готелів, %	78	80	82	84	85	Поступове підвищення завантаженості в піковий та міжсезонний періоди
Середня вартість проживання за ніч, €	120	125	130	135	140	Зростання обумовлене підвищенням рівня сервісу та преміальним сегментом
Доходи готелів від міжнародних туристів, млн. €	745	805	870	940	1010	Враховано вплив зростання числа туристів та диференціацію послуг
Внесок готельного бізнесу у ВРП регіону, %	27	28	29	30	31	Збільшення частки завдяки розвитку готельної інфраструктури та нішевих продуктів
Інвестиції у модернізацію та інновації, млн. €	50	55	60	65	70	Інвестиції спрямовані на цифровізацію, еко-технології та підвищення стандартів сервісу

Розраховано та сформовано автором на основі джерел [37 - 52]

Прогнозні економічні показники готельного бізнесу острова Крит демонструють стабільну тенденцію до зростання кількості туристичних прибуттів, доходів готелів та завантаженості номерного фонду у період 2026 - 2030 рр. Очікуване підвищення середньої вартості проживання та внеску готельного бізнесу у ВРП регіону свідчить про поступове зміцнення економічного потенціалу туристичної дестинації.

Інвестиції в модернізацію, цифровізацію та інноваційні технології сприятимуть підвищенню якості обслуговування, розвитку преміальних і нішевих сегментів, а також формуванню конкурентних переваг о. Криту на міжнародному ринку. Системна реалізація стратегічних і операційних заходів дозволяє прогнозувати стійкий розвиток готельного бізнесу, збільшення доходів місцевої економіки та зміцнення туристичної інфраструктури острова.

Висновки до 3 розділу

Проведене у третьому розділі дослідження дозволило комплексно обґрунтувати стратегічні, організаційно-економічні та інноваційні напрями вдосконалення розвитку готельного бізнесу острова Крит у контексті сучасних викликів міжнародного туристичного ринку. Забезпечення довгострокової конкурентоспроможності дестинації можливе за умови синхронізації стратегічного управління, ринкової диференціації та впровадження принципів сталого розвитку.

Встановлено, що модернізація стратегічного управління готельними підприємствами острова забезпечує суттєве покращення фінансово-економічних показників діяльності. Застосування інструментів Revenue Management, цифрових систем управління (PMS, CRM), а також аналітики попиту створює передумови для зростання середнього денного тарифу (ADR) у преміальному сегменті на 12 - 18% та підвищення показника RevPAR на 15 - 22% у середньостроковій перспективі. Очікуване збільшення операційної рентабельності до 23 - 26% та скорочення адміністративних витрат на 8 - 10% свідчать про економічну доцільність впровадження інноваційних управлінських підходів.

Доведено, що підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств о. Криту базується на диверсифікації туристичного продукту та глибокій сегментації ринку. Формування преміального сегмента, розвиток

апарт-готелів для сімейного та довготривалого проживання, підтримка економ-сегмента та активізація нішевих напрямів (екологічного, гастрономічного, культурного туризму) дозволяють підвищити середньорічну завантаженість номерного фонду до 78 - 82% та зменшити сезонні коливання на 10 - 15%. Прогнозується зростання валових доходів готельного сектору на 20 - 25%, а також збільшення частки преміального сегмента у структурі доходів до 45%, що сприятиме зміцненню позицій острова на міжнародному ринку.

Обґрунтовано перспективи розвитку міжнародного туризму та готельного бізнесу, які пов'язані з подальшою цифровізацією, розширенням географії туристичних потоків та інтеграцією принципів сталого розвитку. Очікуване зростання міжнародного туристичного потоку на 10 - 15% до 2030р., збільшення частки екологічно сертифікованих готелів до 60% та скорочення енергоспоживання на 20 - 30% забезпечать зниження операційних витрат на 12 - 15%. Водночас підвищення середньої тривалості перебування туристів з 5,8 до 6,5 ночей сприятиме збільшенню загального обсягу доходів підприємств розміщення та мультиплікативному ефекту для регіональної економіки.

Отже, результати дослідження підтверджують, що реалізація комплексної стратегії розвитку готельного бізнесу острова Крит дозволить забезпечити зростання прибутковості підприємств на 15 - 25%, підвищити інвестиційну привабливість регіону та сформувати стійку модель економічного розвитку туристичної дестинації. Поєднання стратегічного управління, ринкової диференціації, цифрових інновацій та сталих практик господарювання створює передумови для довгострокового зміцнення конкурентних позицій о.Криту на глобальному туристичному ринку.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено комплексне теоретико-аналітичне дослідження впливу міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу з використанням прикладу острова Крит.

У першому розділі обґрунтовано теоретико-методичні засади впливу міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу. Визначено, що міжнародний туризм виступає системоутворюючим чинником розвитку туристичних дестинацій, оскільки формує попит на послуги розміщення, стимулює інвестиції в інфраструктуру, сприяє зростанню зайнятості та підвищенню доходів регіону. Доведено, що готельний бізнес є основною підсистемою туристичної індустрії, яка забезпечує мультиплікативний економічний ефект через взаємозв'язки з транспортом, харчуванням, розвагами та культурною сферою. Систематизовано основні чинники впливу міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу: економічні (платоспроможний попит, валютні надходження), інституційні (державна політика, інвестиційний клімат), соціокультурні (структура споживчих уподобань), технологічні (цифровізація, онлайн-бронювання) та екологічні (вимоги сталого розвитку).

У другому розділі здійснено аналіз сучасного стану міжнародного туризму та готельного бізнесу острова Крит. Встановлено, що туристично-ресурсний потенціал острова характеризується поєднанням сприятливих природно-кліматичних умов, багатой історико-культурної спадщини та розвиненої транспортної інфраструктури. Проаналізовано структуру міжнародних туристичних потоків, які мають переважно європейську спрямованість та відзначаються вираженою сезонністю. Виявлено, що готельний сектор острова демонструє високий рівень розвитку, значну частку номерного фонду у преміальному сегменті та орієнтацію на міжнародні стандарти якості. Разом із тим встановлено проблеми сезонної

нерівномірності завантаження, залежності від туроператорського сегмента та потребу в подальшій цифровій трансформації управління.

У третьому розділі обґрунтовано напрями вдосконалення розвитку готельного бізнесу острова Крит. Доведено, що стратегічне управління має ґрунтуватися на принципах довгострокового планування, диверсифікації ринку, впровадження інструментів Revenue Management та цифрових систем управління. Визначено, що підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств досягається через сегментацію ринку, розвиток преміального та нішевих напрямів (екологічного, гастрономічного, культурного туризму), а також інтеграцію принципів сталого розвитку. Перспективи подальшого зростання пов'язані з розширенням географії туристичних потоків, зменшенням сезонності, підвищенням середніх доходів на номер та впровадженням енергоефективних технологій.

Міжнародний туризм є визначальним фактором структурної трансформації та економічного зростання готельного бізнесу острова Крит. Ефективне поєднання стратегічного управління, інноваційних технологій, ринкової диференціації та сталих підходів забезпечує формування конкурентоспроможної моделі розвитку готельного сектору в умовах глобалізації туристичного ринку. Отримані висновки можуть бути використані для удосконалення практики управління готельними підприємствами та формування регіональної туристичної політики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Туристична політика зарубіжних країн: підручник / кол. авт. ; за ред. А. Ю. Парфінєнка. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 220с.
2. Крупський О. П., Самойленко А. О., Комарова А. І., Морозов М. В. Тенденції розвитку міжнародного туризму // Економічний простір. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/149-4>
3. Sharma A. (Ed.). International Handbook of Skill, Education, Learning, and Research Development in Tourism and Hospitality. Singapore: Springer Nature Singapore, 2024. 1288 p. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-981-97-4318-6> URL: <https://link.springer.com/referencework/10.1007/978-981-97-4318-6>
4. Хсу К., Тейлор Л., Кук Р. Tourism: The Business of Hospitality and Travel. Global Edition. 6th ed. – Pearson, 2025. URL: <https://www.yakaboo.ua/ua/tourism-the-business-of-hospitality-and-travel-global-edition.html>
5. Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України : кол. монографія / За ред. Н. В. Якименко-Терещенко, Д. В. Райко, О. О. Носирєва. Харків : НТУ «ХП», 2026. 960 с. DOI: 10.20998/978-617-05-0580-4 URL: <https://web.kpi.kharkov.ua/tourism/navchalni-vydannya-kafedry/>
6. Environmental management in tourism and hospitality: textbook. /M. Bieloborodova, L. Bezuhla, O. Kamushkov, T. Herasymenko/; Ministry of Education and Science of Ukraine, Dnipro University of Technology. – Dnipro: Jurfond, 2025. – 184 p. URL: <https://ir.nmu.org.ua/entities/publication/cd147787-2994-4494-becf-5a96084635e3>
7. Introduction to Tourism and Hospitality in B.C. Open Textbook / Ed. Morgan Westcott & Wendy Anderson. URL: <https://opentextbc.ca/introtourism2e/>

8. Готельно-ресторанний бізнес : навч. посібн. для здобувачів освіти спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» другого (магістерського) рівня освіти / колектив авторів ; за ред. проф. Н.В.Якименко-Терещенко ; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків, 2024. 365 с. URL: https://web.kpi.kharkov.ua/tourism/wp-content/uploads/sites/78/2024/04/Gotelno_restorannyj_biznes_Navchalnyj_posibnyk_2024_r.pdf
9. Байлик С. І. Організація готельного господарства: підручник / С. І. Байлик, І. М. Писаревський.– Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 329 с.
10. Галасюк С. С. Організація готельного господарства : навч.-практ. посіб. / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. – Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2019. – 204 с.
11. Кашинська О. Є. Організація готельного господарства в схемах і таблицях: навч.-наочн. посіб. – Старобільськ : Вид-во ДЗ «Луган. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка», 2018. Ч. 1. – 188 с.
12. Корж Н. В. Готельна справа : навч. посібн. / Корж Н. В., Левицька І. В., Онищук Н. В. – Вінниця, ПП «ТД«Едельвейс і К» 2015. – 580 с.
13. Мальська М. П. Готельний бізнес : теорія та практика : підруч. ; 2-вид. перероб. та доп. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – Київ : Центр учбової літератури, 2012. – 472 с
14. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навчальний посібник. / С.М. Цвілій, Т.С. Кукліна, В.М. Зайцева – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. – 260 с. URL: <https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8fbd10bd-9ced-4bd0-a5ea-ad9c9ed48b9d/content>
15. Технологія готельної справи : Навчальний посібник. / С. М. Журавльова, В. М. Зайцева, Т. В. Каптюх. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. – 264 с. URL:

<https://eir.zp.edu.ua/server/api/core/bitstreams/1a6d6310-d74d-4e73-b41a-abdd170d5256/content>

16. Зубехіна Т., Матвійчук Л., Корсак В., Смаль Б. Індустрія гостинності в період глобальних криз: економічні наслідки та стратегічні підходи до розвитку // *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptr.2.61.2025.4705>

17. Чуєва І. Вплив світового ринку готельно - ресторанних послуг на міжнародний туристичний бізнес // *Економіка та суспільство*, 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-25>

18. Носирев О. О. Розвиток готельного та туристичного бізнесу: пріоритети та перспективи // *Економіка та суспільство*, 2024. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-38>

19. Kovtunenکو K. V., Rusnak O. O. Аналіз стану та перспектив розвитку готельного бізнесу в Україні під час та після війни: напрями міжнародного співробітництва // *Economics: time realities*, 2025. DOI: <https://doi.org/10.15276/ETR.04.2025.7>

20. Добрянська, Н., Саркісян, Г., Ніколюк, О., & Єланська, К. (2021). Аналіз міжнародного ринку готельних послуг: проблеми і тенденції розвитку. *Food Industry Economics*, 13(4). URL: <https://doi.org/10.15673/fie.v13i4.2193>

21. Добрянська, Н., Саркісян, Г., Крупіца, І., & Бирка, К. (2022). Аналіз міжнародного ринку еготуристичних послуг. *Food Industry Economics*, 14(1). URL: <https://doi.org/10.15673/fie.v14i1.2271>

22. Добрянська Н.А. Діджиталізація та смартизація як основні інструменти відновлення економіки підприємств / Н. А. Добрянська, Е. П. Янгулов // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. – 2022. – № 1 (19). – С. 27-34. URL: <https://economics.net.ua/ejorpu/2022/No1/27.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.01.2022.3. DOI: 10.5281/zenodo.7217434.

23. Добрянська Н.А. Новітні теорії управління

конкурентоспроможністю персоналу в умовах діджиталізації та COVID-19 / Н.А. Добрянська, Н.М. Фоміна // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2022. – № 1 (59). – С. 5-13. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No1/5.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.01.2022.1. DOI: 10.5281/zenodo.7226672.

24. Добрянська Н. А., Саркісян Г. О., Крупіца І. В., Нікіфорова С. І. Шляхи збільшення екотуристичних послуг на міжнародному туристичному ринку. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Том 8. № 4. С. 215 – 220. URL: <http://ujae.org.ua/shlyahy-zbilshennya-ekoturystychnyh-poslug-na-mizhnarodnomu-turystychnomu-rynku/>

25. Dobrianska N.A. Innovation as a Tool for Making Management Decisions in the Tourism and Hospitality Industry Regarding Optimization and Modernization at the International Level / N.A. Dobrianska, S.S. Chernousova, L.R. Salenko // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2023. – № 4(26). – С. 14-21. URL: <https://economics.net.ua/ejopu/2023/No4/14.pdf>. DOI: 10.15276/EJ.04.2023.2. DOI: 10.5281/zenodo.10370898.

26. Добрянська Н. А., Саркісян Г. О., Ліганенко М. Г., Орлова Н. В. Розвиток SMART-туризму: міжнародні та регіональні аспекти. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. Том 9. № 2. С. 255 – 260. URL: <http://ujae.org.ua/rozvytok-smart-turyzmu-mizhnarodni-ta-regionalni-aspekty/>

27. Dobrianska N.A. The Role of Tourism for People with Disabilities in Social Integration / N.A. Dobrianska, D.S. Kurchenko, O.O. Nesterchuk // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2024. – № 3 (73). – С. 44-52. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2024/No3/44.pdf>. DOI: 10.15276/ETR.03.2024.5. DOI: 10.5281/zenodo.12692145.

28. Спеціалізований туризм [Текст]: навч. посіб. у 3-х ч. Ч. 1 / Н. А. Добрянська, С. Г. Ярмоменко, С. С. Шекера та ін. ; Одес. нац. технол.

ун-т. — Одеса, 2024. — 160 с. URL: <https://card-file.ontu.edu.ua/items/93c44311-7ec6-4a69-b40c-2f08c9ce4188>

29. Спеціалізований туризм [Текст]: навч. посіб. у 3-х ч. Ч. 2 / Н. А. Добрянська, Ф. А. Трішин, І. С. Калмикова та ін.; Одес. нац. технол. ун-т. — Одеса, 2024. — 254 с. URL: <https://card-file.ontu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b34f8a08-66d3-4a6f-93d5-a8cbc265d771/content>

30. Спеціалізований туризм [Текст]: навч. посіб. у 3-х ч. Ч. 3 / Н. А. Добрянська, Г. О. Саркісян, О. В. Шепелева та ін.; Одес. нац. технол. ун-т. — Одеса, 2024. — 120 с. URL: <https://card-file.ontu.edu.ua/items/01200a84-8b28-4ed3-9dbf-ed099047dbd5>

31. Lagodiienko V, Sarkisian H, Dobrianska N, Krupitsa I, Bairachna O, Shepeleva O. Green Tourism as a Component of Sustainable Development of the Region. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development* ISSN 2345-0355. 2022. Vol. 44. №. 3: 254-262 Article DOI: <https://doi.org/10.15544/mts.2022.26>

32. Khan, S., Chowdhury, S., Stavska, Y., Dobrianska, N., Mazur, Y., & Shekera, S. (2024) A reflection of COVID-19 pandemic on the tourism sector in Bangladesh: financial and economic aspects *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 1(54), 364–378. URL: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.54.2024.4145>

33. Добрянська Н.А., Курченко Д.С. Ключові проблеми публічного управління туристичними ресурсами регіонів у контексті екологічної стійкості / *Інвестиції: практика та досвід*, № 3/2025, с. 207-212, doi: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.3.207>

34. Шепелева, О., Добрянська, Н., Крупіца, І., & Лагодієнко, В. (2025). Роль соціальних мереж і блогів у формуванні сталих туристичних дестинацій та популяризації еногастрономічних атракцій в контексті екологічної свідомості та туристичної привабливості. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 342(3(2)), 345-357.

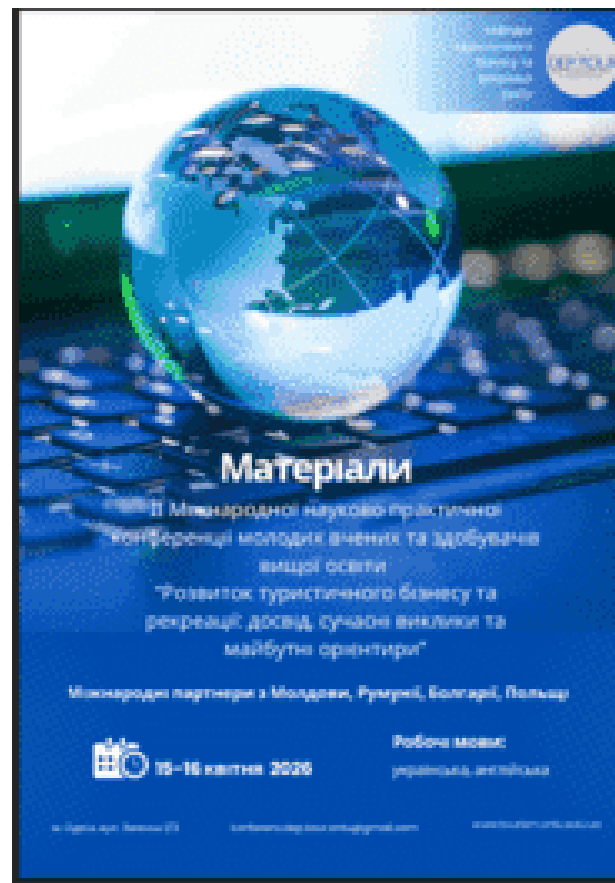
- [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3\(2\)-53](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-342-3(2)-53) URL:
<https://heraldes.khmnu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/2006>
35. Добрянська Н.А., Лебедева В.В., Курченко Д.С., Орел В.О. Організаційно-економічні механізми інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств у контексті міжнародного та регіонального управління. Економіка харчової промисловості. 2025. Т.17, вип. 2. С. 74 – 80 URL:
<https://journals.ontu.edu.ua/index.php/fie/article/view/3171/3390>
36. Добрянська Н.А., Лебедева В.В., Курченко Д.С., Кузьомська К.С. Контактний туризм і іпотерапія як інструменти психоемоційного відновлення та регіональної політики сталого розвитку. Food Industry Economics, 2025, Т.17, вип.4, 31-39. URL: <https://doi.org/10.15673/fie.v17i4.3340>
37. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org>
38. Офіційний туристичний портал острова Крит. URL: <https://www.visitgreece.gr>
39. Eurostat. Tourism statistics in the EU. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>
40. Tourism Statistics Database. URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/tourism-statistics-database>
41. Foreign arrivals in Crete hotels 2010 - 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/880674/number-foreign-arrivals-crete-hotels/>
42. Study: Germany, UK Lead Arrivals to Greece; Crete Tops Visitor Spending. URL: <https://news.gtp.gr/2025/05/23/study-germany-uk-lead-arrivals-to-greece-crete-tops-visitor-spending/>
43. Visit Greece – Official Tourism Portal. URL: <https://www.visitgreece.gr>
44. Eurostat. Tourism statistics. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism>

45. Готельно-ресторанний та міжнародний туристичний бізнес: збірник тез. Київ: НУБіП України. 2023. 81 с. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u173/zbirnik_tez_dopovidey_magistri_2023.pdf
46. Ministry of Tourism of Greece. Annual Reports on Greek Tourism 2021 - 2025. Athens, Greece. URL: <https://mintour.gov.gr>
47. Region of Crete. Tourism Development Strategy & Statistical Data 2021 - 2025. Heraklion, Greece. URL: <https://www.crete.gov.gr>
48. SETE – Greek Tourism Confederation. Greek Tourism Data & Market Analysis Reports 2021 - 2025. Athens, Greece. URL: <https://sete.gr>
49. INSETE – Institute of the Greek Tourism Confederation. Statistical Bulletins & Tourism Market Analysis 2021 - 2025. Athens, Greece. URL: <https://insete.gr>
50. Eurostat. Tourism database (tour_occ, tour_dem) 2021 - 2025. Luxembourg. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>
51. UN Tourism. World Tourism Barometer 2021 - 2025. Madrid, Spain. URL: <https://www.unwto.org>
52. Fraport Greece. Passenger Traffic Statistics – Heraklion & Chania Airports 2021 - 2025. URL: <https://www.fraport-greece.com>

ДОДАТКИ

НАУКОВА ПРАЦЯ

Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та здобувачів вищої освіти «Розвиток туристичного бізнесу та рекреації: досвід, сучасні виклики та майбутні орієнтири», 15-16 квітня 2026 р., ОНТУ



ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ ТА ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
"Розвиток туристичного бізнесу та рекреації: досвід, сучасні виклики та майбутні орієнтири"

<i>Гуцуні С.М.</i> Подвійна культурна пам'ять, ностальгія та туризм у фешн-індустрії «Висока модифікація»	128
<i>Гуцуні А.Х.</i> Сучасний стан ринку національного туризму	131
<i>Гурин А., Гурин С.</i> Кризовий туризм як виклик складовим елементам туризму	133
<i>Гурин І.В.</i> Етні «Літературні мандрівки музикокультурного призначення фестивалю «Переліток» в селі місто Одеса	135
<i>Мамонтова С.І.</i> Туризм створив як сучасні тенденції розвитку міжнародного туристичного ринку в умовах глобалізації викликів	140
<i>Фіст В.О.</i> Концепція культурно-історичного комплексу на базі історичної фортеці	142
<i>Савица І.Р.</i> Туризм створив програмного ринку як ресурс сталого розвитку туризму	143
<i>Степанів В.О.</i> Особливості медичного тури в Україні	145
<i>Степанович В.М.</i> Кризовий туристичний продукт	146
<i>Хайло В.В.</i> Інтернет-сайт як інструмент популяризації корифейної мандрівки	149
<i>Хрустик К. І.</i> Археологічні дослідження свідчать створив Карпатського ринку як ресурс сталого туристичного розвитку	151
СЕКЦІЯ 5 ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	
<i>Васильєв О.В.</i> Дослідження потенціалу м. Болград для організації еко-туризму	154
<i>Аврамчик М.О.</i> Роль Ізміра як світового центру туристичного підприємства	156
<i>Курішова І.В.</i> Фешн-Оутлетшип у м. Бересті: виклики та інструменти сталого управління міжнародним туристичним підприємством	158
<i>Курішова М.О.</i> Міжнародний туризм як фактор структурної трансформації готельного сектору України	160
<i>Лібіда Ж.В.</i> Гастрономічна особливості Франції як чинник розвитку міжнародного туризму	162
<i>Михайленко М.В., Курішова Д.С.</i> Європеїзація досвід відновлення туризму в повоєнний період та його значення для України	164
<i>Савица О.С.</i> Глобалізація як чинник підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту	166
<i>Савица К.О.</i> Глобалізація тенденції спортивного туризму та її вплив на розвиток міста Славей (Болгарія)	168
<i>Ткаченко Д.Д.</i> Імідж архітектури як привабливий туристичний дохід у високому туризмі	169

І МЕЖАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ МОЛОДИХ ВЧЕНОСЬ ТА ДОСЛІДЧАЧ ВІЩОЇ ОСВІТИ
«Розвиток туристичного бізнесу на ринках: Нові, суттєві виклики та надії»

МІЖАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР СТРУКТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ГОТЕЛЬНОГО СЕКТОРУ ОСТРОВА КРИТ

Кученко М.О., ст. 242 - Турин, СФО - Балканар-
Одеський національний технічний університет, м. Одеса, Україна

Міжнародний туризм у сучасних умовах виступає одним із основних факторів структурної трансформації регіональних економік, особливо у destination із вираженою туристичною спеціалізацією. Острів Крит, як один із провідних туристичних регіонів Греції, демонструє чітку залежність розвитку готельного сектору від динаміки міжнародних туристичних потоків. Саме міжнародний попит формує масштаби, структуру, якісні параметри та інвестиційні пріоритети готельного бізнесу острова.

Протягом останніх років о.Крит спостерігалося доволі вибуховий відновлення регіональної економіки, що підтверджується даними Hellenic Statistical Authority, World of Greece та аналітичними звітами INSETE – Institute of the Greek Tourism Confederation. Після складного туристичного сезону 2023 року, у 2022 - 2024 рр. спостерігається активне відновлення міжнародних туристичних потоків, що супроводжується зростаючим допитом від туризму та підвищеною значимістю готельного фонду. Така динаміка створює передумови для якісних структурних змін у готельному секторі [1 - 4].

Структурна трансформація проявляється передусім у зміні категорійної структури засобів розміщення. Під впливом міжнародного попиту зростає частка готелів високої категорії (4 - 5 зірок), орієнтованих на платоспроможні сегменти ринку. Висхідна тенденція матеріально-технічної бази, реконструкція номерних фондів та модернізація сучасних стандартів сервісу. Готельний сектор поступово переорієнтується на кліматично м'якші проєкти та якісно орієнтовано, де основним чинником конкурентоспроможності стає інноваційність, персоналізація послуг та відповідність міжнародним стандартам якості. Така тенденція зумовлює трансформацію споживчих пріоритетів міжнародних туристів, які дедалі більше орієнтуються на підвищений рівень комфорту, індивідуалізовані сервіси, безпеку та комплексність туристичного продукту. Платоспроможні сегменти ринку формують попит не лише на проживання, а й на розширений спектр додаткових послуг - гастрономічних, спортивних, рекреаційних, конгресних та розважальних.

Зростає частка готелів високої категорії, що супроводжується модернізацією матеріально-технічної бази, оновленнями номерного фонду відповідно до міжнародних стандартів, запровадженням кліматичної безпеки та енергоефективності. Підприємства інвестують у розвиток SPA-центрів, wellness-зон, конференц-просторів, приватних пляжів, авторських ресторанів, що дозволяє формувати комплексний туристичний продукт і підвищити середній чек на одного гостя.

Важливою характеристикою цього процесу є інтеграція готелів до міжнародних мереж або співпраця з глобальними туристичними операторами, що забезпечує доступ до розширеної каналів збуту, систем управління доходами та стандартів якості, що, у свою чергу, сприяє підвищенню інвестиційної привабливості готельного сектору та посиленню його конкурентних переваг на міжнародному ринку.

Крім того, розвиток висококатегорійного сегмента сприяє структурному уславлення готельного бізнесу, зростає частка капіталістичних об'єктів, посилюється професіоналізація управління, запроваджується цифрова технологія персоналізації сервісу та аналітика поведінки. Водночас підвищується вимога до кадрового забезпечення, що стимулює розвиток системи професійної підготовки і сфери готельності.

Таким чином, підвищення попиту від готелів 4 - 5 зірок є не лише реакцією на зростаючий міжнародний попит, а й індикатором структурної трансформації готельного сектору в напрямку проанімованості, інноваційності та орієнтації на довгострокову

160

І МЕЖАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ МОЛОДИХ ВЧЕНОСЬ ТА ДОСЛІДЧАЧ ВІЩОЇ ОСВІТИ
«Розвиток туристичного бізнесу на ринках: Нові, суттєві виклики та надії»

конкурентоспроможності. Важливим напрямком трансформації є модернізація готельного бізнесу. На ринку о.Крит посилюється присутність міжнародних готельних операторів і франчайзингових моделей, що забезпечує інтеграцію місцевих підприємств у глобальні системи бронювання та маркетингові канали. Така інтеграція сприяє підвищенню відповідності destination та стабільності туристичних потоків, водночас посилюючи конкурентів на міжнародному ринку [5 - 6].

Суттєві зміни відбуваються також у функціональній структурі готельного продукту. Традиційні моделі масового відпочинку поступово замінюються розвиненою спеціалізованими сегментами гастрономічності, культурного, подорожнього, одяркового та екологічного туризму, що сприяє диференціації послуг і частковому зниженню сезонності, що є одним із основних пріоритетів середомолодих клієнтів. Готелі розширюють спектр додаткових сервісів, інвестують у wellness-інфраструктуру, конференц-зали, простори для проведення днів заміжжя, що дозволяє залучати нові категорії міжнародних туристів.

Цифрова трансформація є ще одним важливим напрямком структурних змін. Під впливом глобалізаційних тенденцій готельні підприємства запроваджують системи управління доходами (Revenue Management), CRM-алгоритми, онлайн-бронювання, мобільні додатки та автоматизовані системи аналітики поведінки. Цифровізація сприяє оптимізації операційної діяльності, підвищенню ефективності управління номерним фондом і персональній адаптації до потреб клієнта.

Інвестиційна активність у готельному секторі о.Крит безпосередньо корелює з обсягами міжнародного туристичного попиту. Зростаючий допит від туризму стимулює як внутрішні, так і зовнішні інвестиції у модернізацію об'єктів розміщення, розвиток інфраструктури та запровадження інноваційних технологій. Особливої актуальності набувають проєкти сталого розвитку, що передбачають використання екологічного навантаження та раціональне використання природних ресурсів острова.

Водночас залежність готельного сектору від міжнародного туризму зумовлює певні ризики. Коливання глобального попиту, геополітична нестабільність або економічні кризи можуть суттєво впливати на показники діяльності підприємств. Тому стратегічним завданням ринку є формування більш диференційованої та стійкої моделі функціонування, здатної адаптуватися до змінних умов.

Таким чином, міжнародний туризм виступає системноформуючим фактором структурної трансформації готельного сектору острова Крит. Він впливає не лише на масштаби діяльності, а й на якісні характеристики розвитку, стимулюючи модернізацію, інноваційність, інтеграцію до глобальних туристичних мереж. У перспективі подальший розвиток готельного бізнесу острова залежатиме від здатності підприємств повністю орієнтуватися на міжнародний ринок і підвищити стійкість, цифрові адаптивності та стратегічної гнучкості.

Список використаних джерел:

1. World of Greece. Travel metrics balance and seasonal travel statistics 2021 - 2023. Athens, 2023. URL: <https://www.worldofgreece.gr>
2. INSETE – Institute of the Greek Tourism Confederation. Greek tourism: Development and prospects 2021 - 2023 – Athens, 2023. URL: <https://www.insete.gr>
3. SETE – Greek Tourism Confederation. Annual report on Greek tourism 2024. Athens, 2024. URL: <https://www.sete.gr>
4. Ministry of Tourism of Greece. Strategic plan for tourism development 2021 - 2025. Athens, 2024. URL: <https://www.minotour.gov.gr>
5. Region of Crete. Tourism development strategy of Crete 2022 - 2026. Heraklion, 2024. URL: <https://www.crete.gov.gr>

161

Презентація результатів наукових досліджень до КРБ

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

ПРЕЗЕНТАЦІЯ

ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Вплив міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу о.Крит

Здобувачка:
Марія КУЦЕНКО
4 курсу групи МТ-43

Керівник:
д.е.н., професор, зав.каф. ТБ та Р
Наталя ДОБРЯНСЬКА



Метою кваліфікаційної роботи є дослідження впливу міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу острова Крит та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності готельних підприємств.

Об'єктом дослідження є міжнародний туризм як чинник розвитку туристичних дестинацій.

Предметом дослідження є вплив міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу острова Крит.

Новизна отриманих результатів полягає в узагальненні теоретичних положень щодо впливу міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу; аналізі сучасного стану міжнародного туризму та готельного бізнесу острова Крит; визначенні основних чинників, що впливають на розвиток готельних підприємств у міжнародній туристичній дестинації; формулюванні практичних рекомендацій щодо покращення діяльності готельних підприємств острова Крит.

Апробація результатів наукового дослідження. Окремі положення наукового дослідження було включено та апробовано на II міжнародній науково-практичній конференції молодих вчених та здобувачів вищої освіти «Розвиток туристичного бізнесу та рекреації: досвід, сучасні виклики та майбутні орієнтири», що відбулася 15-16 квітня 2026 р. в ОНТУ та надруковано наукову працю.



Економічні чинники впливу міжнародного туризму на готельний бізнес о.Криту

Економічний чинник	Прояв на острові Крит	Приклади готелів та практичні кейси	Вплив на готельний бізнес
Валютні коливання та платоспроможність туристів	Зміни курсу євро, фунта та інших валют впливають на привабливість Криту для іноземних туристів	Готелі високого класу: Grecotel Creta Palace, Mitsis Laguna Resort	Підвищення або зниження завантаженості, вплив на доходи та цінову політику
Світова економічна кон'юнктура	Зростання доходів у країнах походження туристів збільшує міжнародні потоки	Туристи з Німеччини, Великобританії, Скандинавії	Впливає на обсяг туристичного потоку, планування сезонних стратегій
Ціни на туристичні послуги та конкурентоспроможність	Диференційоване ціноутворення для бюджетного, середнього та преміум-сегментів	Апарт-готелі, 3–5* готелі Криту	Балансування попиту та доходів, залучення різних сегментів туристів
Інвестиції в готельну інфраструктуру	Модернізація номерного фонду, впровадження технологій та послуг	Blue Palace, Minos Beach Art Hotel	Підвищення рівня сервісу, залучення міжнародних туристів, зростання конкурентоспроможності
Податкове та регуляторне середовище	Податкові стимули, стабільна податкова політика, регуляторна підтримка	Усі великі готельні мережі острова	Збереження фінансової стабільності, стимулювання розвитку готельного бізнесу



Сьогодні о.Крит — одна з тринадцяти периферій Греції і один з найбільших економічних і культурних центрів країни. Туристична інфраструктура о.Криту розвинена більше, ніж на інших островах. Завдяки теплому морю, субтропічному клімату, розвиненій мережі туристичних центрів і комфортабельним готельним комплексам, о.Крит вважають одним із найпопулярніших європейських курортів.

Острів Крит п'ятий за величиною острів у Середземному морі і найбільший острів Греції. Займає площу в 8 261 км², протяжність берегової лінії — 1046 кілометрів.



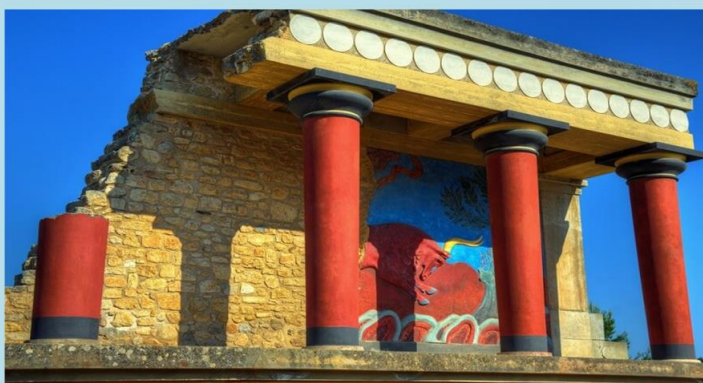
Туристичні потоки та структура ринку на острові Крит

Рік	Кількість туристичних прибуттів (млн.)	Зміна до попереднього року	Особливості
2019	5,29	-	Статистичні дані до пандемії
2020	Дані суттєво знижені (COVID-19)	Значне падіння	Пандемія COVID-19 значно вплинула на міжнародні подорожі
2021	Часткове відновлення	Порівняно з 2020р. зростання	Початок відновлення міжнародних потоків
2022	Дані зростання	Помітне зростання після пандемії	Відновлення туристичного руху
2023	5,0	Приріст після пандемії	О.Крит відвідано рекордною кількістю туристів
2024	5,3	+7,1	туристична галузь продовжує зростати
2025	6,2	Зростання близько +17	Попередні дані показують істотне зростання туристичного притоку

Особливості острова

Перш за все, на о.Крит їдуть з-за прекрасного клімату та інфраструктури, які повністю підходять для туризму. Велика кількість готелів, ресторанів, нічних клубів — все це легко може знайти любитель веселого відпочинку в Іракліоні. У той же час цінителі захоплюючих природних пейзажів оцінять ні з чим не порівнянну природу острова, його потопаючі у зелені ущелини, загадкові печери і, звичайно, незабутні морські види, що відкриваються з високих берегів і чистих природних пляжів.





Але, мабуть, найцікавішим на о.Криті залишається його історія. Адже саме цей острів був батьківщиною найстарішої з відомих цивілізацій Європи — мінойської. Вона зародилася понад 4 000 років тому і була настільки високорозвиненою, що її залишки і зараз знаходять археологи. Мова йде про стародавні артефакти: посуд, зброю, творіння мистецтва. Однією з найцікавіших пам'яток о.Криту є Кносський палац, йому більше 3 500 років, і його будівництво припало на розквіт мінойської цивілізації.

Цікаві факти:

- Жителі Криту успішно розвивали виноробство тоді, коли жителі Європи ще ходили з кам'яними сокирами.
- Бог Зевс, згідно з легендами та міфами, народився саме тут.
- На о.Криті практично ніколи не буває гроз.
- В давньогрецьких палацах, колись розташованих на о.Криті і побудованих близько семи тисяч років тому, було реалізовано цілком робоче центральне опалення, приблизно як в сучасних будинках.



Стан і структура міжнародних туристичних потоків на о. Крит

Рік	Загальна кількість міжнародних прибуттів, млн. осіб	Частка іноземних туристів, %	Основні країни-джерела	Сезонна концентрація (%) травень - жовтень	Середня тривалість перебування, днів
2019	5,29	93	Німеччина, Велика Британія, Франція, Скандинавія	82	7 - 8
2020	1,8	90	Обмежений ринок через COVID-19	75	6 - 7
2021	3,5	92	Німеччина, Франція, Польща	80	7
2022	4,8	93	Німеччина, Велика Британія, Скандинавія	83	7 - 8
2023	5,0	94	Німеччина, Велика Британія, Франція	84	8
2024	5,3	94	Німеччина, Велика Британія, Польща, Скандинавія	85	8
2025	6,2	95	Німеччина, Велика Британія, Франція, Польща	86	8 - 9

Готельні підприємства острова Крит: приклади та категорії

Назва готелю	Місцезнаходження	Категорія та рівень обслуговування	Основна спеціалізація
Grecotel Creta Palace	Херсонісос	5* Люкс	Курортний, сімейний та преміум-відпочинок
Blue Palace, a Luxury Collection Resort	Елафонісі	5* Люкс	Курортний, романтичний, пляжний відпочинок
Mitsis Laguna Resort & Spa	Херсонісос	5* Люкс	Курортний, сімейний, СПА та рекреація
Asterion Suites & Spa	Ханья	5* Люкс	Бутик-готель, романтичний, індивідуальний сервіс
Castello Village Resort	Ретимно	4*	Курортний, сімейний відпочинок
Minos Beach Art Hotel	Агія-Пелагія	4*	Курортний, еко та культурно-пізнавальний туризм
Samaria Hotel	Ретимно	3*	Стандартний готель, бюджетний відпочинок
Kydon The Heart City Hotel	Ханья	4*	Міський, діловий та культурний туризм
Avra Imperial Beach Resort	Ретимно	5* Люкс	Курортний, пляжний, сімейний відпочинок
Casa Vitae Boutique Hotel	Ханья	Бутик-готель	Бутик-готель, індивідуальний сервіс, романтичні подорожі



Сучасні тенденції готельного бізнесу на острові Крит			
Тенденція	Прояв на Криті	Приклади готелів	Очікуваний ефект
Інтернаціоналізація та мережевий розвиток	Розширення присутності міжнародних та національних мереж; стандартизовані послуги	Grecotel Creta Palace, Mitsis Laguna Resort, Blue Palace	Підвищення впізнаваності бренду, стабільність сервісу, залучення іноземних туристів
Цифровізація та технологічна інтеграція	Онлайн-бронювання, мобільні додатки, цифрові ключі, CRM-системи	Blue Palace – мобільні check-in/check-out; Grecotel – CRM для персоналізації сервісу	Підвищення ефективності управління, персоналізація послуг, швидка адаптація до змін попиту
Сталий розвиток та соціальна відповідальність	Використання енергоефективних технологій, «зелені» сертифікати, підтримка локальної спільноти	Minos Beach Art Hotel – еко-сертифікати; апарт-готелі з локальною продукцією	Підвищення привабливості для еко-туристів, зменшення впливу на довкілля, формування позитивного іміджу
Нішеві та персоналізовані послуги	Орієнтація на різні сегменти: сімейний, романтичний, бізнес, гастрономічний туризм	Casa Vitae Boutique Hotel – романтичний туризм; Asterion Suites & Spa – персоналізоване обслуговування	Збільшення задоволеності туристів, диференціація продукту, зростання доходів
Гнучкість та адаптивність до глобальних ризиків	Адаптація до сезонності та криз; гнучкі політики бронювання	Mitsis Laguna Resort – політика free-cancellation; Grecotel – сценарне планування доходів	Мінімізація фінансових ризиків, підтримка стабільності збереження лояльності гостей

Напрями вдосконалення розвитку готельного бізнесу острова Крит

Напрямок вдосконалення	Основні заходи	Очікуваний ефект
Диференціація туристичного продукту	Розробка пропозицій для преміум, сімейних, гастрономічних, культурних та екологічних сегментів	Розширення цільової аудиторії, зменшення сезонної залежності, підвищення доходів
Підвищення якості обслуговування	Впровадження міжнародних стандартів сервісу, сертифікація, навчання персоналу	Підвищення задоволеності туристів, формування позитивного іміджу, зростання лояльності
Цифровізація та інновації	Використання PMS, CRM, мобільних ключів, онлайн-бронювання, цифровий маркетинг	Оптимізація управління, швидке реагування на попит, підвищення конкурентоспроможності
Сталий розвиток та екологічна відповідальність	Енергоефективні рішення, сортування відходів, локальна продукція, екосертифікація	Підвищення привабливості для еко-туристів, формування позитивного іміджу, стійкий розвиток
Маркетингові стратегії	Активне використання соцмереж, програм лояльності, аналітика попиту, таргетована реклама	Збільшення міжнародних потоків, підвищення завантаженості готелів, зміцнення конкурентних позицій



Впровадження інновацій та цифрових технологій у готельних підприємствах острова Крит

Напрямок інновацій	Сутність технології	Приклади впровадження	Економічний та конкурентний ефект
PMS-системи (Property Management System)	Автоматизація управління номерним фондом, бронюваннями, фінансами, аналітика завантаженості	Мережі Grecotel, Mitsis Hotels	Оптимізація операційних витрат; підвищення ефективності управління; зростання показників ADR та RevPAR
CRM-системи	Персоналізація обслуговування, збереження історії клієнтів, сегментація туристів	Курортні комплекси 4 - 5* північного узбережжя Криту	Зростання лояльності та частки повторних гостей; підвищення середнього чека
Онлайн-платформи бронювання	Інтеграція з глобальними системами продажу, управління каналами збуту	Booking.com, Expedia Group	Розширення міжнародного ринку збуту; підвищення заповнюваності номерного фонду
Мобільні додатки готелів	Онлайн-реєстрація, замовлення послуг, бронювання СПА та ресторанів	Преміальні курортні готелі регіонів Іракліон і Ханья	Скорочення часу обслуговування; підвищення рівня задоволеності гостей
Цифрові ключі та безконтактні сервіси	Mobile key, QR-меню, безконтактна оплата	Готелі категорії 4 - 5*	Підвищення безпеки та комфорту; формування сучасного іміджу
Аналітика даних та Revenue Management	Динамічне ціноутворення, прогнозування попиту, сезонна оптимізація тарифів	Великі курортні комплекси острова	Максимізація доходів у високій сезоні; стимулювання попиту в міжсезоння



Прогнозні показники підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств острова Крит

Напрямок підвищення конкурентоспроможності	2026р	2027р	2028р	2029р	2030р	Примітки
Розширення та диференціація номерного фонду, млн. осіб	6,2	6,5	6,8	7,1	7,5	Зростання завдяки нішевим та преміальним продуктам
Підвищення якості сервісу, %	78	80	82	84	85	Вища завантаженість через розвиток преміальних та бутик-готелів
Орієнтація на преміальні сегменти, € за добу	120	125	130	135	140	Підвищення цін обумовлене розвитком сервісу та індивідуалізацією пропозицій
Розвиток додаткових послуг та продуктів, млн. €	745	805	870	940	1010	Зростання доходів завдяки розширенню спектру послуг та нішевих пропозицій
Інвестиції у модернізацію та інновації, млн. €	50	55	60	65	70	Цифровізація, еко-технології, підвищення стандартів обслуговування
Орієнтація на високий клас (частка готелів високої категорії (4-5*)), %	45	48	50	52	55	Зростання частки преміальних готелів для підвищення конкурентоспроможності
Підвищення стратегічної ефективності, %	27	28	29	30	31	Збільшення економічного ефекту через розвиток готельної інфраструктури



Прогнозні економічні показники готельного бізнесу острова Крит

Показник	2026р	2027р	2028р	2029р	2030р	Примітки
Кількість туристичних прибуттів, млн. осіб	6,2	6,5	6,8	7,1	7,5	Очікуване зростання завдяки диверсифікації продукту та маркетинговим стратегіям
Завантаженість готелів, %	78	80	82	84	85	Поступове підвищення завантаженості в піковий та міжсезонний періоди
Середня вартість проживання за ніч, €	120	125	130	135	140	Зростання обумовлене підвищенням рівня сервісу та преміальним сегментом
Доходи готелів від міжнародних туристів, млн. €	745	805	870	940	1010	Враховано вплив зростання числа туристів та диференціацію послуг
Внесок готельного бізнесу у ВВП регіону, %	27	28	29	30	31	Збільшення частки завдяки розвитку готельної інфраструктури та нішевих продуктів
Інвестиції у модернізацію та інновації, млн. €	50	55	60	65	70	Інвестиції спрямовані на цифровізацію, еко-технології та підвищення стандартів сервісу

Дякую за
увагу!



Перевірка тексту на плагіат

Кваліфікаційна робота бакалавра.

Тема: «Вплив міжнародного туризму на розвиток готельного бізнесу о.Крит»

Засіб перевірки <https://www.turnitin.com/>

Унікальність по фразам >50 %

Унікальність по словам >50 %

ONTU_QWB_242_2026_Kutsenko_M_O_TP.docx
Odessa National University of Technology

Document Details

Submission ID tmolc22945299974786	106 Pages
Submission Date May 31, 2026, 10:29 PM GMT+3	18,297 Words
Download Date May 31, 2026, 10:38 PM GMT+3	141,474 Characters
File Name ONTU_QWB_242_2026_Kutsenko_M_O_TP.docx	
File Size 10.6 MB	

turnitin Page 1 of 114 - Cover Page Submission ID: tmolc22945299974786

turnitin Page 2 of 114 - Integrity Overview Submission ID: tmolc22945299974786

12% Overall Similarity
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

11%	Internet sources
2%	Publications
6%	Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags
0 Integrity Flags for Review
No suspicious text manipulations found.

Our systems algorithm looks deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.
A flag is not necessarily an indicator of a problem, however, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Здобувачка _____

Марія КУЦЕНКО

Керівник роботи _____

Наталя ДОБРЯНСЬКА