

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

ШЕВЦОВА АЛІСА ВІТАЛІВНА

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В АВСТРАЛІЇ

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
(код) (назва спеціальності)

Освітня програма Готельно-ресторанна справа
(назва)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Науковий керівник:

Тесленко Тетяна Вікторівна,

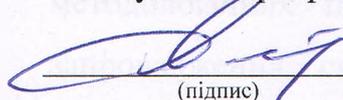
кандидат економічних наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол засідання кафедри

№ 5 від 06.02.2025р

Завідувач кафедри


(підпис)


(ім'я, прізвище)

Нормоконтроль


(підпис)

Наталія СЕРГІЄНКО

(Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

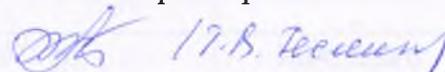
Дніпро, 2025

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра **Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу**
Освітній ступінь **бакалавр**
Спеціальність **241 Готельно-ресторанна справа**
Освітня програма **Готельно-ресторанна справа**

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу



« 03 » 10 2024 року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ШЕВЦОВОЇ Аліси Віталіївни**

1. Тема роботи: **«Тенденції розвитку індустрії гостинності в Австралії».**
2. Науковий керівник: **кандидат економічних наук Тесленко Тетяна Вікторівна.**

Затверджено **наказом вищого навчального закладу**
від « 19 » 09 2024 № 88-02

3. Строк подання роботи на кафедру: 01.02. 2025 р.

4. Мета кваліфікаційної роботи полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних положень та розробці практичних рекомендацій щодо запровадження системи показників якості обслуговування в засобах розміщення Австралії, та можливості їх застосування в індустрії гостинності України.

5. Завдання випускної кваліфікаційної роботи:

- визначити історичні передумови процесу стандартизації якості послуг в засобах розміщення;
- визначити етапи процесу стандартизації якості послуг в засобах розміщення Австралії;

- проаналізувати стан державного контролю щодо стандартизації якості послуг в засобах розміщення Австралії;
- проаналізувати особливості оцінки готельних послуг в Австралії;

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з\п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вступ	07.11.2024 р.	виконано
2.	I Розділ	29.11.2024 р.	виконано
3.	II Розділ	29.12.2024 р.	виконано
4.	III Розділ	29.01.2025 р.	виконано
5.	Робота в цілому	01.02.2025 р.	виконано

Науковий керівник  Тетяна ТЕСЛЕНКО

Здобувач вищої освіти  Аліса ШЕВЦОВА

Дата видачі завдання 03.10.24 р.



Звіт подібності

метадані

Назва організації

Dnipropetrovsk University of Humanities

Заголовок

Д. Шевцова_ГР3-20

Автор

Науковий керівник / Експерт

Д. ШевцоваТесленко Т.В.

підрозділ

Dnipropetrovsk University of Humanities

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		2
Інтервали		0
Мікропробіли		17
Білі знаки		0

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2



11982

Кількість слів

93324

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	https://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf	114 0.95 %
2	https://trips.com.ua/ohlyady/top-27-svitovyyh-hotelnyh-brediv-ta-merezh/	108 0.90 %
3	https://trips.com.ua/ohlyady/top-27-svitovyyh-hotelnyh-brediv-ta-merezh/	90 0.75 %
4	http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/download/169/166/	86 0.72 %
5	https://trips.com.ua/ohlyady/top-27-svitovyyh-hotelnyh-brediv-ta-merezh/	85 0.71 %
6	https://trips.com.ua/ohlyady/top-27-svitovyyh-hotelnyh-brediv-ta-merezh/	79 0.66 %

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	10
1.1. Характеристика сучасного понятійного апарату гостинності як економічної категорії	10
1.2. Передумови розвитку гостинності Австралії як субрегіону Океанії.....	15
1.3 Алгоритм оцінки показників індустрії гостинності за допомогою програмних пакетів MS Excel та Mathcad	19
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У 1995-2024 РОКАХ В АВСТРАЛІЇ (ОКЕАНІЇ)	23
2.1. Стан розвитку індустрії гостинності Австралії	23
2.2. Аналіз кількісних показників гостинності Австралії як субрегіону Океанії у 1995-2024 роках.....	39
2.3. Аналіз показників індустрії гостинності інших в субрегіонах Океанії.....
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ОКЕАНІЇ	48
3.1. Сутність та зміст цифрових й інноваційних технологій. Міжнародний досвід розвитку автоматизованих процесів в індустрії гостинності.....	48
3.2. Прогноз зміни кількісних показників гостинності Австралії як субрегіону Океанії до 2030 року	71
3.3. Типові пропозиції з обслуговування туристів в регіоні Океанії .	83
ВИСНОВКИ	91
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	92

ВСТУП

Актуальність досліджуваної теми. Австралія й Океанія стають усе більш привабливими напрямками сучасного міжнародного туризму. Більша частина населення країни (69%) зайнята у сфері послуг (туризм, банківська справа, кіноіндустрія, телеіндустрія), яка створює 62% ВВП.

Зараз Австралія має високорозвинену економіку, за своїм рівнем зіставну з економікою західноєвропейських країн. В останні роки до одного з перспективних секторів економіки Австралії можна віднести туризм.

У Австралійсько-Океанійському макрорайоні за останнє десятиліття потік туристів збільшився більш ніж на два рази. З кожним роком рекреаційна діяльність, а точніше туристична індустрія, перетворюється у все більш прибуткову діяльність. На Таїті рекреаційно-туристична галузь зайняла друге місце (після експорту кокосового горіха) по надходженню іноземної валюти.

На заваді інтенсифікації використання потужного природного потенціалу Австралії та Океанії стоїть їх віддаленість від головних споживчих туристичних ринків. Але розвиток круїзного туризму, авіаційного транспорту і цінова політика провідних авіа перевізників з кожним роком все більше нівелюють цей негативний чинник.

За останні десятиліття туризм посів чільне місце в економіці країн Океанії та Австралії. Проте, однією з головних перешкод розвитку туристичного ринку все ж є значна віддаленість від основних ринків споживачів даних послуг. Однак ексклюзивність туристичних ресурсів даного регіону робить його конкурентоздатним серед інших туристичних дестинацій. Готельний бізнес також розвивається, що робить досвід його застосування є актуальним для готельного бізнесу України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми функціонування та розвитку готельного бізнесу як в Україні так й за її кордонами вивчають та досліджують багато науковців. Так Серед

зарубіжних вчених необхідно особливо виділити Н Уебстера, Р. Браймера, Л. Вагена, Дж. Уокера, С. Кінга; серед українських науковців – Ю.О. Головчук, О. М. Худоба, Р. О. Боднар, Ю., М. Бойко, О. Височан, І. Давиденко, А. Голод, Л. Гопкало, І. Єгупова, А. Мартієнко, О. Михайлюк, С. Нездоймінов, та багато інших представників наукової спільноти.

Метою роботи є дослідження напрямів удосконалення процесу надання послуг в засобах розміщення Австралії та можливостей їх запровадження в Україні.

Досягнення мети дослідження передбачає постанову та розв'язання наступних *завдань*:

- дослідження сутності сучасного понятійного апарату гостинності як економічної категорії;
- дослідження передумов розвитку гостинності Австралії як субрегіону Океанії;
- аналіз кількісних показників гостинності Австралії 1995-2024 роках;
- аналіз кількісних показників гостинності в інших субрегіонах Океанії у 1995-2024 роках;
- прогнозування зміни кількісних показників гостинності в Австралії до 2030 року;
- надання пропозицій з питань запозичення досвіду організації готельного бізнесу Австралії як субрегіону Океанії;
- обґрунтування заходів з адаптації досвіду організації готельного бізнесу Австралії як субрегіону Океанії.

Об'єктом дослідження є процес діяльності готельних підприємств.

Предметом дослідження є надання готельних послуг в Австралії як субрегіону Океанії.

Методологія дослідження. Базується на загальних положеннях основ технології надання готельних послуг. У кваліфікаційній роботі застосовані такі загально-наукові та конкретні методи досліджень, а саме:

- структурно-логічного аналізу – для узагальнення сучасного стану індустрії гостинності Австралії;
- статистичний – для аналізу розвитку готельної індустрії Австралії;
- математичної статистики та соціального моделювання – для формування цифрового матеріалу в табличній формі;
- якісного аналізу – для змістовної інтерпретації даних;
- графічного – для оформлення результатів виконаних досліджень;
- абстрактно-логічний – для надання рекомендацій щодо діяльності готельної індустрії на перспективу з питань запозичення досвіду організації готельного бізнесу Австралії як субрегіону Океанії.

Практична значимість одержаних результатів полягає в урахуванні отриманих результатів при проектуванні стратегії розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу в умовах інтеграційних процесів.

Інформаційну базу дослідження склали наукова література та періодичні видання, наукові праці викладачів університету, розміщені в репозитарії, матеріали органів державної статистики України та світових інформаційних платформ.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку бібліографічних посилань використаних джерел та додатків. У роботі розміщено 12 таблиць та 23 рисунка. Список бібліографічних посилань використаних джерел включає 40 найменувань. Загальний обсяг роботи складає 96 сторінку.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

1.1. Характеристика сучасного понятійного апарату гостинності як економічної категорії.

В науковій та популярній літературі часто зустрічається поняття «гостинність», «індустрія гостинності», яке досліджується науковцями з різних позицій – як соціальне, культурне та морально-етичне явище та з точки зору виробничої діяльності. При цьому, необхідно зазначити, що, як наукові категорії, процеси гостинності, функціонування індустрії гостинності та її секторів недостатньо досліджені. Незважаючи на дослідження багатьох вчених щодо гостинності та пов'язаних з нею категорій, треба зауважити що вона не досліджена системно з наукових позицій, не розроблено критеріїв стандартизації готельних послуг до європейських та світових стандартів тощо [1].

Так Мартієнко А.І, Дишкантюк О.В. дослідили еволюцію терміну «гостинності», як економічної категорії, узагальнили зміст понять, що можуть бути опановані дослідниками (Табл. 1.1)

Таблиця 1.1

Тлумачення понять "гостинність" та "індустрія гостинності" в сучасній літературі

Визначення поняття	Авторський аналіз визначення	
	Позитивні сторони у визначенні	Недоліки у визначенні
1	2	3
Уебстер Н.: Гостинність – обслуговування, що спирається на принципи гостинності, які характеризуються щедрістю та	Надано визначення сутності поняття гостинності як виду обслуговування, виділено основні її принципи.	Гостинність не розглядається як наукова категорія. Акцент зроблено на етичній, моральній стороні. Не визначено суб'єк-

добррозичливістю по відношенню до гостей.	Розмежуються поняття гостинності та індустрія гостинності.	Індустрія гостинності не досліджена з позицій економічних відношень між суб'єктами надання та одержання послуг.
<p>Індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які ґрунтуються на принципах гостинності і характеризуються щедрістю та доброзичливістю у ставленні до гостей.</p>	<p>Індустрія гостинності розглядається як сфера підприємництва.</p>	<p>Індустрія гостинності не досліджена з позицій економічних відношень між суб'єктами надання та одержання послуг.</p>
<p>Браймер Р.: Гостинність – це секрет будь-якого турботливого обслуговування.</p> <p>Турбота, що проявляється по відношенню до гостя, здібність відчувати потреби клієнта – невловимі, але такі очевидні риси у поведінці службовця.</p> <p>Гостинність – це привітність в прийманні та пригощанні постояльців (гостей), безвідплатний прийом і пригощання мандрівників. Індустрія гостинності представляється збірним поняттям для багаточисельних і різноманітних форм підприємництва, які спеціалізуються на ринку послуг, що пов'язані з прийомом та обслуговуванням гостей.</p>	<p>Гостинність розглядається з позицій доброзичливості робітника, службовця, який надає послуги клієнту. Фактично це відношення службовця до своїх обов'язків, його професійний рівень.</p> <p>Індустрією гостинності виступають розрізнені підприємці, що надають різноманітні послуги. До суб'єктів, що одержують послуги, відносяться не як до клієнтів, а як до гостей.</p>	<p>Відсутнє комплексне поняття індустрії гостинності, що охоплює різноманітні напрями взаємопов'язаної діяльності.</p> <p>Підприємці розглядаються розрізнено, поза логістичних зв'язків, які надають позитивного враження від всієї гостинності та синергетичного ефекту по її різноманітним напрямам та складовим, що формують це поняття.</p>

<p>Уокер Дж. Р.: Гостинність – універсальна традиція повсякденно побутової культури, до якої входить обов’язок привітності і турботи про гостя, це місце, в якому мандрівники можуть отримати притулок і їжу.</p> <p>Гостинність – одне з</p>	<p>Терміном «індустрія», який має первісне значення промисловості, визначає великі сукупності споріднених підприємств (видів діяльності).</p> <p>Гостинність розглядається з позицій індустрії, в яку входять різні сектори гро</p>	<p>Не визначено суб’єктів надання та отримання послуг гостинності.</p> <p>Відсутні дослідження логістичних зв’язків секторів гостинності та їх синергетичні ефекти.</p> <p>Індустрія гостинності розглядається звужено,</p>
<p>фундаментальних понять людської цивілізації – вже давно перетворилось в індустрію, в якій зайняті не один мільйон професіоналів.</p> <p>Індустрія гостинності об’єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад.</p>	<p>мадського обслуговування та їх діяльність об’єднується в границях гостинності.</p>	<p>тільки для туристів та об’єднує готельний і ресторанний бізнес.</p>
<p>Уокер Дж. Р.: Гостинність – універсальна традиція повсякденно побутової культури, до якої входить обов’язок привітності і турботи про гостя, це місце, в якому мандрівники можуть отримати притулок і їжу.</p> <p>Гостинність – одне з фундаментальних понять людської цивілізації – вже давно перетворилось в індустрію, в якій зайняті не один мільйон професіоналів.</p> <p>Індустрія гостинності об’єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад.</p>	<p>Терміном «індустрія», який має первісне значення промисловості, визначає великі сукупності споріднених підприємств (видів діяльності).</p> <p>Гостинність розглядається з позицій індустрії, в яку входять різні сектори громадського обслуговування та їх діяльність об’єднується в границях гостинності.</p>	<p>Не визначено суб’єктів надання та отримання послуг гостинності.</p> <p>Відсутні дослідження логістичних зв’язків секторів гостинності та їх синергетичні ефекти.</p> <p>Індустрія гостинності розглядається звужено, тільки для туристів та об’єднує готельний і ресторанний бізнес.</p>
<p>Уокер Дж. Р.: Гостинність –</p>		<p>Не визначено суб’єктів</p>

<p>універсальна традиція повсякденно побутової культури, до якої входить обов'язок привітності і турботи про гостя, це місце, в якому мандрівники можуть отримати притулок і їжу.</p>		<p>надання та отримання послуг гостинності.</p> <p>Відсутні дослідження логістичних зв'язків секторів гостинності та їх синергетичні ефекти.</p> <p>Індустрія гостинності</p>
<p>Гостинність – одне з фундаментальних понять людської цивілізації – вже давно перетворилось в індустрію, в якій зайняті не один мільйон професіоналів.</p> <p>Індустрія гостинності об'єднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, відпочинок і розваги, організацію конференцій і нарад.</p>	<p>Терміном «індустрія», який має первісне значення промисловості, визначає великі сукупності споріднених підприємств (видів діяльності).</p> <p>Гостинність розглядається з позицій індустрії, в яку входять різні сектори громадського обслуговування та їх діяльність об'єднується в границях гостинності.</p>	<p>розглядається звужено, тільки для туристів та об'єднує готельний і ресторанний бізнес.</p>
<p>Ваген Л.: Індустрія гостинності – це сектор індустрії туризму, що відповідає за розміщення туристів, а також галузі, діяльність яких спрямована на продаж алкогольних напоїв, надання житла, їжі і розважальних заходів.</p>	<p>З одного боку, поняття індустрія гостинності розширюється: вона розглядається як галузі, що забезпечують громадське харчування, надання житла та забезпечення розважальних заходів.</p>	<p>З іншого боку, визначення індустрії гостинності звужене та представлено як сектор індустрії туризму, який в свою чергу відповідальний за розміщення туристів.</p>
<p>Скобкін С. С.: Індустрія гостинності виступає як самостійна, складна і відносно відособлена соціально-економічна система, яка залучає значні матеріальні, фінансові та трудові ресурси.</p>	<p>Індустрія гостинності розглядається з наукових позицій як самостійна соціально-економічна система, яка повинна мати відповідні фактори виробництва.</p>	<p>Не визначено особливостей індустрії гостинності як складної соціально-економічної системи.</p> <p>В основному розглядається тільки готельно-ресторанний бізнес, який потребує значних ресурсів.</p>

<p>Руденко В.П. Індустрія гостинності – це особлива самостійна галузь економіки, що складається з групи галузей і підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку і розваг. Індустрія гостинності складається з готелів та організацій, які випускають товари і</p>	<p>Комплексний підхід до індустрії гостинності як особливої самостійної галузі економіки, що складається з групи галузей і підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку і розваг. Індустрія гостинності досліджується не тільки з позицій надання</p>	<p>Індустрія гостинності розглядається тільки з позицій туризму, готелів, екскурсій, підготовки кадрів та розваг для туристичної сфери.</p> <p>Досліджується організація послуг готелів та надання послуг у розвагах. Комплексний підхід до неї включає всі галузі та</p>
<p>надають послуги, що тісно пов'язані з готельним бізнесом: екскурсійні бюро; транспортні підприємства; підприємства з виробництва сувенірів; навчальні заклади готельно-господарського профілю; інформаційні та рекламні служби; науково-дослідні та проектні організації готельно-господарського профілю; готелі; підприємства харчування, зокрема ресторанного господарства; підприємства з виробництва готельно-господарських товарів (які необхідні туристу) тощо.</p> <p>Індустрія гостинності також надає послуги, які мають попит у туристів. Туроператори зі всього різноманіття формують пакет готельних продуктів, який володіє ціннішими споживчими властивостями, ніж кожний з готельних продуктів, взятий окремо.</p>	<p>послуг готелями, але й до неї залучаються ще підприємства, що виробляють товари та надають послуги, які тісно пов'язані з готельним бізнесом. До індустрії гостинності вже залучаються навчальні заклади готельно-господарського профілю та підприємства з виробництва готельно-господарських товарів (які необхідні туристу).</p>	<p>підприємства, що відносяться тільки до сфери туризму.</p> <p>Виробництво товарів розглядається з позицій попиту з боку туристів та можуть бути використані тільки для їх обслуговування. Тільки туристи сприймаються як гості.</p>

Джерело: [1]

Наступним кроком наукових досліджень можна відзначити формулювання підходів щодо визначення співвідношення понять «індустрія гостинності» та «індустрія туризму» науковця Єгупової І. М., а саме:

1. Поняття «індустрія гостинності» та «індустрія туризму» є синонімами
2. Об'єднання понять в категорію «індустрія гостинності та туризму»
3. Індустрія гостинності є складовою індустрії туризму
4. Індустрія туризму є складовою індустрії гостинності [2].

В межах представленого дослідження неможливо обійти й проблеми цифрової трансформації, яка вже є неперервним процесом, що вимагає постійної адаптації та інновацій у процесі появи нових технологій і зміни очікувань клієнтів, в тому числі й у сфері гостинності. Міграція до цифрових платформ докорінно змінила спосіб надання туристичних та готельних послуг, доступ до них й досвід гостей. Вже існує думка експертів про те, що хоча технології штучного інтелекту можуть підвищити ефективність надання послуг, існує високий ризик втрати людського контакту, що є фундаментальним аспектом гостинності [3]

1.2. Передумови розвитку гостинності Австралії як субрегіону Океанії

В сучасних умовах, коли відкриті кордони для мандрювання – багато бажаючих відвідати країни далекого зарубіжжя, які тривалий час вважалися для пересічених громадян України недоступними та здавалися тільки мрією.

Можна зазначити, що в Австралії дуже потужна українська громада – приблизно 60 тисяч українців. Основу громади складають іммігранти, що потрапили на континент у 1949-1960 рр.

Сьогодні Україна на жаль створило умови щодо відвідання Австралії не з туристичної метою, а з особистих обставин як громадян, що шукали прихистку, особливо в перші місяці 2022 року. Зараз в Австралії перебуває біля 6 тисяч українців, що мають статус біженців та інтегрують в суспільство : вивчають мову та історію, – менталітет, працевлаштовуються.

Наразі активну підтримку щодо прискорення адаптації прибулих українців надають саме діти та онуки тих, хто опинився тут після Другої світової війни. Багато схожих історій, не зважаючи на те, що минуло понад 70 років.

Так місцями розселення українців є штати Новий Південний Уельс, Вікторія, Південна Австралія в околицях найбільших індустріальних міст Австралії, біля Сіднею, Мельбурну та Аделаїди [4].

Необхідно зазначити, що серед вимушених мігрантів є багато таких, що були зайняті у готельно-ресторанному бізнесі, мають досвід роботи й працевлаштовуються саме в цій сфері. З урахуванням вищевикладеного автор зазначає, що апарат гостинності в дипломній роботі розглянутий на прикладі Австралії й Океанії.

Австралія повністю розташована в Південній та Східній півкулях. Майже посередині її перетинає Південний тропік. Австралія – материк відокремлений, віддалений від інших континентів. Саме це визначило унікальність її природи. Основні торгові шляхи проходять осторонь материка, що ускладнює розвиток економічних зв'язків.

Таблиця 1.2

Країни Океанії

№	Країна		Центр	Період спостереження
1	Австралія	Australia	Канберра	1995-2022
2	Вануату	Vanuatu	Порт-Віла	1995-2007
3	Кірибаті	Kiribati	Південна Тарава	1995-2022*
4	Маршаллові острови	Marshall islands	Маджуро	1995-2016*
5	Мікронезія	Micronesia, Federated States of	Палікір	–
6	Науру	Nauru	Ярен	–
7	Нова Зеландія	New Zealand	Веллінгтон	1996-2022*
8	Палау	Palau	Нгерулмуд	1995-2022*
9	Папуа-Нова Гвінея	Papua New Guinea	Порт-Морсбі	1995-2015*
10	Самоа	Samoa	Апіа	1995-2010
11	Соломонові острови	Solomon islands	Хоніара	1997-2016*
12	Тонга	Tonga	Нукуалофа	1995-2022*

13	Тувалу	Tuvalu	Фунафуті	1996-1998*
14	Фіджі	Fiji	Сува	1995-2022*

Примітка * – Дані наведені не на всьому вказаному періоді та не по всіх позиціях.

Джерело: розробка автора

Площа Австралії складає 7,6 млн. км². Береги материка слабо порізані. На півночі у сушу вдається затока Карпентарія, на півдні – Велика Австралійська затока. Північну околицю материка утворює острів Кейп-Йорк. Біля південно-східних берегів знаходиться острів Тасманія, біля північно-східних – один із найбільших островів Океанії – острів Нова Гвінея, відокремлений від Австралії Торресовою протокою [5]. Географічний склад країн Океанії представлений в табл. 1.2 та відповідно на картах (рис. 1.1-1.2).

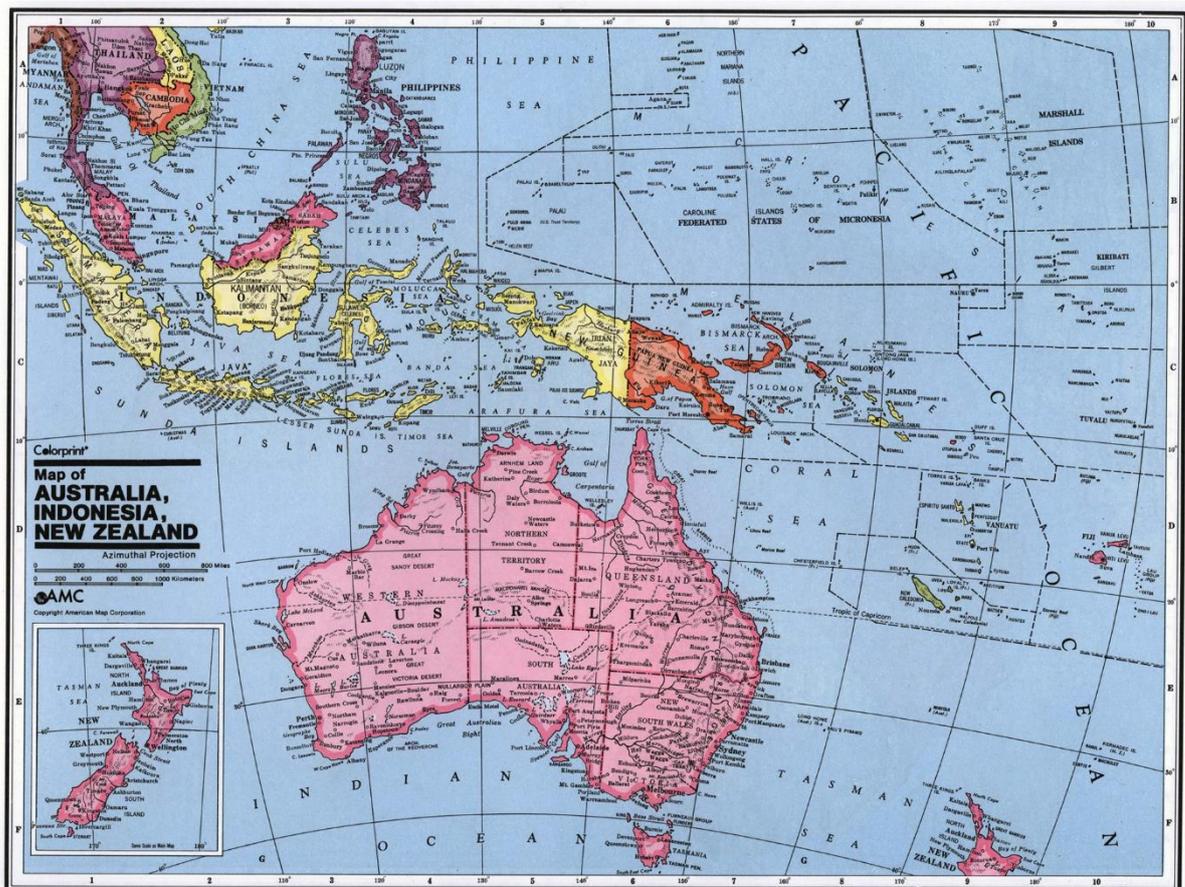


Рисунок 1.1– Карта Австралії, Індонезії та Нової Зеландії.

Джерело: [9]

Також необхідно зазначити, що за геосхемою ООН, Океанія поділена на 4 субрегіони, а саме:

- | | | |
|---|--|--------------|
| – Австралія та Нова Зеландія (Австралазія), | | – Меланезія, |
| – Мікронезія, | | – Полінезія. |

Геосхема ООН – система, за якою країни світу утворюють макрогеографічні регіональні та субрегіональні групи. Цю систему розробив Статистичний відділ ООН ґрунтуючись на системі кодування UN M.49.

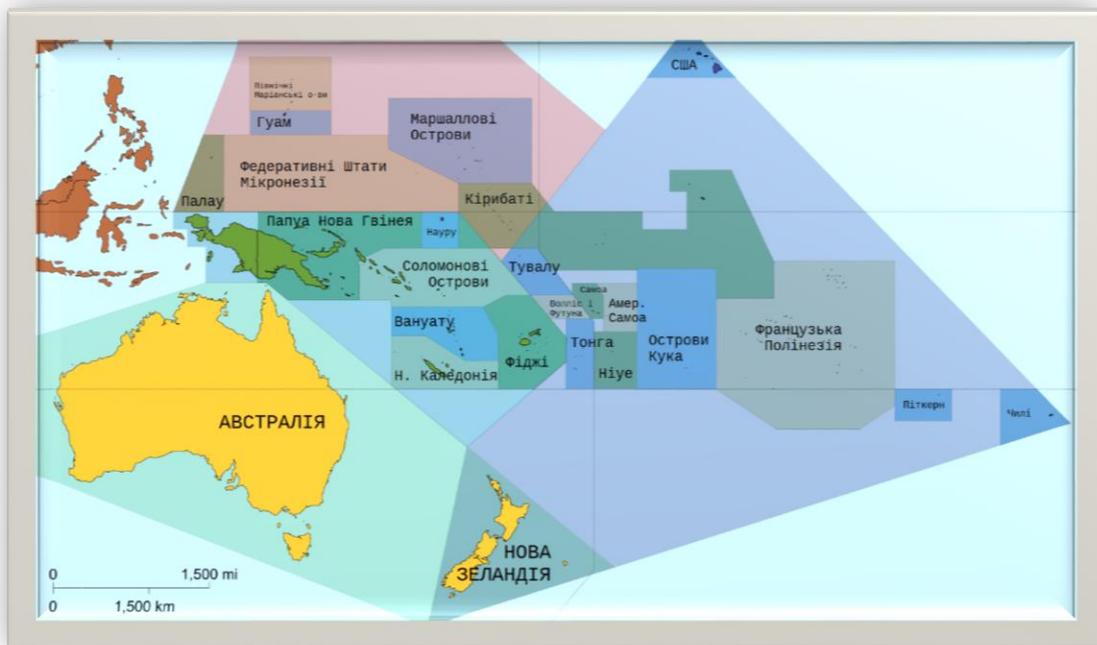


Рисунок 1.2 – Карта Океанії.

Джерело: [9]



Рисунок 1.3 – Політична карта Австралії
Джерело:[9]

Таблиця 1.3

Субрегіональні групи Австралійського регіону.

Субрегіони	Країни
Австралія і Нова Зеландія	Австралія, Нова Зеландія, Острів Норфолк*
Меланезія	Вануату, Нова Каледонія, Папуа Нова Гвінея, Соломонові Острови, Фіджі
Мікронезія	Гуам, Кірибаті, Маршаллові Острови, Мікронезія (Федеративні Штати), Науру, Північні Маріанські острови
Полінезія	Американське Самоа, Волліс і Футуна, Ніуе, Острови Кука, Піткерн, Самоа, Токелау, Тонга, Тувалу, Французька Полінезія

Примітка * – Острів Норфолк – заморська територія Австралії.
Джерело:

З урахуванням вищевикладеного Австралія щодо її географічної характеристики розглядається як субрегіон "Австралія і Нова Зеландія". [9]

Зазвичай найпростіше розрізняють як:

- Австралія;
- Нова Зеландія;
- решта субрегіонів – як Океанія.

Автор в дипломній роботі дотримується загальновизнаної системи географічного розподілу, який передбачає наявність одного регіону – Океанії, а решта це субрегіони, в тому числі й Австралія та Нова Зеландія, що входять регіону Океанія.

1.3 Алгоритм оцінки показників індустрії гостинності за допомогою програмних пакетів MS Excel та Mathcad

Автор пропонує здійснити розрахунки показників індустрії гостинності на прикладі Австралійського та Ново Зеландського субрегіону за допомогою програмних пакетів MS Excel та Mathcad.

Перелік країн Океанії із зазначенням адміністративного центру і, що важливо, – періоду спостереження, які присутні на офіційному сайті UN Tourism, зазначені в таблиці 1.2.

Розрахунки виконуються в наступній послідовності:

- 1) Побудова графіків динаміки зміни кількості кімнат (номерів) в закладах розміщення та зміни в'їзного туристичного потоку.
- 2) На цих графіках нанесені лінії тренду за лінійною апроксимацією. Програма MS Excel пропонує рівняння ранжируваної змінною (point). Ця змінна співставляється з роками спостереження (табл. 1.4).
- 3) виконати розрахунки кореляційно-регресійного аналізу за допомогою MathCad, результатом якого буде математична залежність кількості кімнат (номерів) в закладах розміщення від зміни в'їзного туристичного потоку до Австралії протягом 1995-2019 рр.

4) на підставі подальших розрахунків визначити кількість закладів, та кількість ліжко-місць, які прямо-пропорційно залежать від кількості кімнат (номерів) в закладах розміщення.

Таблиця 1.4

Відповідність між: роками спостереження та штучній змінній "point"

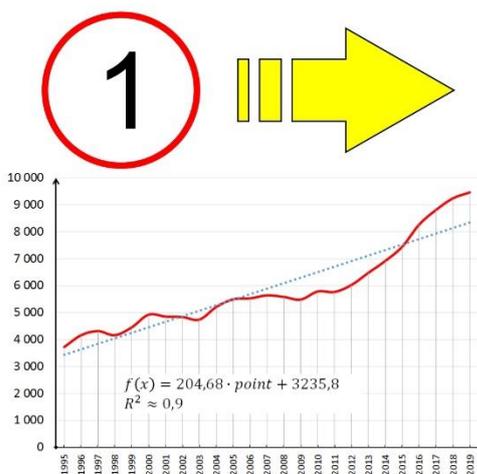
рік	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
point	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
рік	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
point	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
рік	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
point	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
рік	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022		
point	21	22	23	24	25	26	27	28		

Джерело: розробка автора

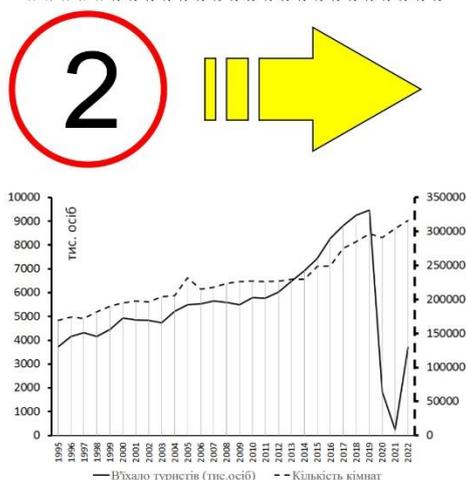
Четвертий крок розрахунків, а саме розрахунки елементів туристичного бізнесу виконуються за наступними формулами.

$$K_{\text{закл.}}^{\text{кім.}} = \frac{K_{\text{країні}}^{\text{кім.}}}{K_{\text{закл.}}}, \quad (1.1)$$

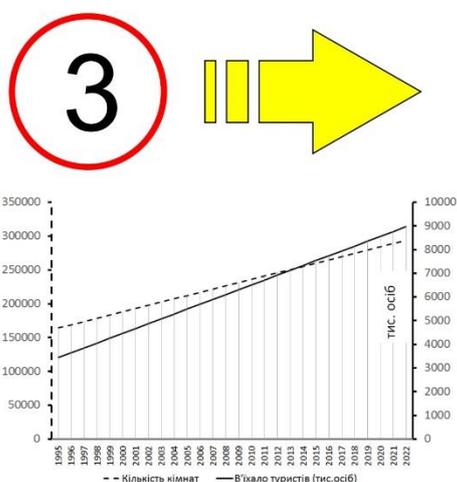
з цього виходить що:



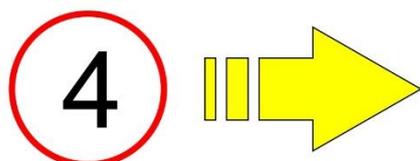
Побудова графіків "динаміки зміни кількості кімнат (номерів) в закладах розміщення Австралії протягом 1995-2012 рр." та "зміни в'їзного туристичного потоку до Австралії протягом 1995-2019 рр."



На графіках нанесені лінії тренду за лінійною апроксимацією. Програма MS Excel пропонує рівняння ранжируваної змінною (point). Ця змінна співставляється з роками спостереження.



Виконати розрахунки кореляційно-регресійного аналізу за допомогою MathCad, результатом якого буде математична залежність кількості кімнат (номерів) в закладах розміщення від зміни вхідного (в'їзного) туристичного потоку



На підставі подальших розрахунків визначити кількість закладів, та кількість ліжко-місць, які прямо-пропорційно залежать від кількості кімнат (номерів) в закладах розміщення

Рисунок 1.4 Послідовність виконання розрахунків аналізу оцінки показників індустрії гостинності
Джерело: розробка автора.

$$K_{\text{закл.}}^{\text{розрах}} = \frac{K_{\text{країні}}^{\text{кім.}}}{K_{\text{закл.}}^{\text{кім.}}} \quad (1.2)$$

де $K_{\text{закл.}}^{\text{кім.}}$ – кількість кімнат (номерів) у закладі;

$K_{\text{країні}}^{\text{кім.}}$ – кількість кімнат в країні;

$K_{\text{закл.}}^{\text{розрах}}$ – кількість закладів (розрахункова) в країні.

$$K_{\text{закл.}}^{\text{місця}} = \frac{K_{\text{країні}}^{\text{місця}}}{K_{\text{закл.}}}, \quad (1.3)$$

де $K_{\text{закл.}}^{\text{місця}}$ – кількість ліжко-місць в закладі;

$K_{\text{країні}}^{\text{місця}}$ – кількість ліжко-місць в країні;

Кількість ліжко-місць в кімнаті

$$K_{\text{кімн.}}^{\text{місця}} = \frac{K_{\text{країні}}^{\text{місця}}}{K_{\text{кімн.}}}, \quad (1.4)$$

де $K_{\text{кімн.}}^{\text{місця}}$ – кількість ліжко-місць в кімнаті (номері);

$K_{\text{кімн.}}$ – кількість кімнат (номерів) в країні.

Наведені формули (1.1, 1.2, 1.3 та 1.4) використовуються в розрахунках аналізу та прогнозуванні у 2 та 3 розділах дипломної роботи.

РОЗДІЛ 2.

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ У 1995-2024 РОКАХ В ОКЕАНІЇ

2.1 Стан розвитку індустрії гостинності Австралії як субрегіону Океанії

Так серед окремих країн лідерами світової готельної індустрії за потужністю готельної бази є: США (близько 3,5 млн. номерів), Японія (1,65 млн.), Італія (1 млн.), Франція, Іспанія, Англія, Китай, Австралія (близько 0,5 млн.), Австрія, Мексика, Канада, Греція (близько 0,3 млн.), Таїланд, Росія, Індонезія, Туреччина (0,15-0,23 млн.), Швейцарія, Бразилія, Аргентина (менше 0,15 млн.) [6].

Автор вважає доцільним дослідити світові готельні ланцюги щодо їх функціонування на австралійському континенті. Так досліджено наявність ТОП-27 світових готельних брендів та мереж (готельних ланцюгів) [7] та їх представництво в містах Австралії, що наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Наявність в Австралії світових готельних ланцюгів

№	Готель	Країна походження бренду та його характеристика	Наявність в Австралії (міста)	Номерний фонд
1	Marriott International	Найбільша готельна мережа, що лідирує за кількістю номерів Її засновник – Джон Уїллард Марріотт, розпочав свій бізнес у 1927 році як власник невеликого бару. Перший готель було відкрито 1957-го, а вже 1969 року підприємство вийшло на міжнародний рівень. Сьогодні Marriott International належать понад 7000 об'єктів нерухомості у 131 країні та 30 готельних брендів. У тому числі таких розкішних як Ritz-Carlton, W Hotels, St. Regis, Bulgari Hotels, Edition Hotels, Luxury Collection та Sheraton. Компанія відома всьому світу високим рівнем сервісу та прагненням надати відвідувачеві максимальний комфорт	Сідней, Мельбурн, Брістлі	понад 1400000 ключів

		та незабутні враження у кожному з готелів мережі.		
2	Hilton	Одна з найбільш значних і швидко зростаючих готельних компаній у світі розпочала свій шлях до успіху в 1919 році, коли ділок на ім'я Конрад Хілтон відкрив перший готель у штаті Техас. За свою історію вона багато разів впроваджувала в готельний бізнес інновації, що вражають уяву. 1959 року, з відкриттям San Francisco Airport Hilton, компанія першою реалізувала концепцію готелів в аеропорту. Це дозволило привернути увагу бізнес-мандрівників. Саме <i>Конрад Хілтон вигадав систему оцінювання класу готелю кількістю зірок</i> , запозичивши ідею у виробників коньяку. Програма лояльності Hilton Honors пропонує клієнтам не лише кредитні бали в готелях, а й кредитні милі для бронювання авіаперельотів та залізничних поїздок у компаній-партнерів	Порт-Морсбі, Новий Уельс (південь Австралії)	Понад мільйон ключів; 6400 готелів у 119 країнах, об'єднаних у 18 різних готельних брендів
3	Hyatt Hotels Corporation	Першим закладом цієї американської багатонаціональної готельної компанії був мотель Hyatt House. Він був відкритий у 1957 році поряд з головним аеропортом Лос-Анджелеса. З 1969 року мережа стала міжнародною. Всі об'єкти нерухомості компанії славляться чудовою архітектурою і розташовуються в мальовничих, а часом і унікальних місцях. Інтер'єр кожного готелю витриманий у відповідному національному стилі.	Сідней (2 готелі), Мельбурн	Понад 850 об'єктів нерухомості у 60 країнах світу. Їй належать 20 брендів класу luxury та premium, серед яких Park Hyatt, Grand Hyatt, Miraval, Hyatt Regency, Andaz, Hyatt Place, Alila, Hyatt Centric, Thompson Hotels та інші.
4	The Ritz-Carlton Hotel Company	Готельний бренд класу люкс, стиль гостинності якого є галузевим стандартом обслуговування п'ятизіркових готелів. Він входить у сім'ю Marriott International. Згідно з кредо Ritz-Carlton, турбота про комфорт гостей – його найвища місія.	Мельбурн, Пертс	29 271 ключів

		Компанія володіє 109 розкішними готелями та курортами у 30 країнах світу. У всіх готелях Ritz-Carlton працюють ресторани високої кухні та чудові бари. Багато хто з них пропонує поля для гольфу та послуги СПА-салонів.		
5	Banyan Tree Group	Найбільша концентрація нерухомості Banyan Tree Group припадає на Китай, Таїланд, Індонезію та Мальдіви. Заснували компанію сінгапурське подружжя-підприємців Хо Квон Пінг та Клер Чанг. У 1984 році пара придбала ділянку землі із занедбаною олов'яною шахтою на західному узбережжі Пхукету. Протягом 10 років вони проводили програму регенерації та висадили на ньому 7000 дерев, щоб відновити його екологічний баланс та знову перетворити на зелений оазис. 1994 року тут було відкрито перший оздоровчий курорт – Banyan Tree Phuket.	—	Під управлінням цієї міжнародної готельної компанії знаходяться 47 розкішних готелів та курортів, 63 СПА, 73 торгові галереї, 60 резиденцій та 3 поля для гольфу у 25 країнах світу.
6	Four Seasons Hotels та Resorts	Його засновником у 1960 році став бізнесмен із Канади Ісадор Шарп. Відмінна риса всіх закладів Four Seasons – інноваційний підхід до вибору архітектури та дизайну. Це й дозволило їм привернути увагу відвідувачів та завоювати значну частку ринку. Будь-який з об'єктів нерухомості мережі Four Seasons Hotels та Resorts спроектований так, щоб гармонійно вписуватися в навколишнє середовище та відображати його автентичні особливості. Крім того, гостям надають можливість вирушити в круїз Мальдівськими островами на 39-метровому білосніжному трипалубному катамарані Four Seasons Explorer. Ще одна унікальна пропозиція Four Seasons Hotels та Resorts – кругосвітня подорож на борту індивідуально розробленого приватного літака.	Сідней	Під управлінням Four Seasons знаходяться понад 100 готелів та курортів у 40 країнах світу
7	Rixos Hotels	Турецький бренд класу люкс із 2017 року є стратегічним партнером французької багатонаціональної готельної компанії AccorHotels. Йому також належить комплекс елітних вілл	—	Володіє 27 елітними готелями в Туреччині, ОАЕ, Єгипті,

		Club Prive by Rixos для VIP-мандрівників.		Хорватії, Казахстані та Швейцарії. 19 із них виступають морськими курортами
8	Sheraton	Історія Sheraton почалася в 1937 році з придбання його засновниками Ернестом Хендерсоном і Робертом Муром готелю в Спрінгфілді (штат Массачусетс).	Мельбурн, Сідней, Голд-Кост	Входить до складу найбільшої у світі міжнародної готельної мережі Marriott International і є брендом із найширшим географічним охопленням – 400 регіонів у 70 країнах світу
9	Mandarin Oriental Hotel Group	1876 року в Бангкоку було відкрито Oriental Hotel, а 1963-го в Гонконгу розпочав роботу The Mandarin. 1974-го утворилася компанія Mandarin International Hotels Limited. У її власність увійшли обидва ці готелі у статусі флагманських. Сучасне ім'я бренду виникло в 1985 році, об'єднавши обидві назви. Зараз під його управлінням знаходяться 33 шикарні готелі та 7 резиденцій в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, Північній та Південній Америці, Європі, Африці та на Близькому Сході. Ще два готелі та 15 вілл – у стадії відкриття	—	
10	St. Regis Hotels & Resor	Першим закладом мережі став St. Regis New York, відкритий 1904 року американським бізнес-магнатом Джоном Джейкобом Астором IV. Незабаром видання The New York Times назвало його найкращим готелем Америки. У кожному з них досі проводять післяполуденні чаювання, які ввела в моду мати Джона – Керолайн Астор. А також обов'язковий вечірній ритуал – зображ (відкриття пляшки шампанської шаблею). У 1934 році бармен Фернан Петіо, який працював у барі King Cole	—	Готельному бренду класу люкс, що входить до складу Marriott International, належать понад 60 готелів та резиденцій у всьому світі

		готелю St. Regis New York, створив рецепт Кривавої Мері		
11	InterContinental Hotels Group (IHG)	Британська компанія була створена у 2003 році. Вона володіє, управляє та надає франшизи 5964 готелям у більш ніж 100 країнах світу. IHG належать такі бренди класу люкс і преміум як Six Senses, Regent Hotels & Resorts, InterContinental, Kimpton Hotels & Restaurants, HUALUXE Hotels & Resorts, Crowne Plaza, Hotel Indigo, EVEN Hotels, Holiday Inn Club Vacations, Staybridge Suites, Atwell Suites, та середнього цінового діапазону – Holiday Inn, Holiday Inn Express, Candlewood Suites, VOCO та Avid Hotels.	Сідней, Маккай, Брисбен	886036 ключів
12	Radisson Hotel Group	Історія американської багатонаціональної готельної компанії розпочалася у 1960 році. Сьогодні вона є однією з найбільших груп, що найбільш динамічно розвиваються в галузі. Мережа представляє 7 брендів – Radisson Collection, Radisson Blu, Radisson, Radisson RED, Park Plaza, Park Inn by Radisson та Country Inn & Suites by Radisson	Сідней, Мельбурн	Понад 1100 об'єктів нерухомості у всьому світі
13	Nikki Beach	Першим закладом мережі став розкішний пляжний клуб із чудовою музикою, чудовою їжею, веселими розвагами та творчою атмосферою. Його заснував підприємець Джек Пенрод у 1998 році як символ пам'яті про померлу доньку Ніколь. Сьогодні Nikki Beach володіє 4 готелями та курортами в Порто Хелі, Дубаї, на Санторіні та Самуї, а також 12 пляжними клубами у США, Франції, Іспанії, Сен-Барті, Таїланді, Монако, ОАЕ, Італії та Барбадосі.	Сідней	
14	Six Senses Hotels Resorts Spas	Бренд, що належить компанії IHG, відкрив свій перший курорт у 1995 році. Він отримав світову популярність та безліч галузевих нагород завдяки безкомпромісно високому рівню обслуговування, увазі до здоров'я гостей та екологічності. Всі його об'єкти нерухомості розташовані в місцях неймовірної природної краси, а їхня архітектура та дизайн складають	—	

		дивовижну синергію з навколишнім середовищем. Six Senses Resorts управляє 20 готелями та курортами в Бутані, Камбоджі, Китаї, Франції, Індонезії, Омані, Португалії, Таїланді, Туреччині, В'єтнамі, Ізраїлі, Бразилії, Іспанії, а також на Фіджі, Мальдівах та Сейшельських островах		
15	One & Only	Бренд був заснований в 2002 році і знаходиться під управлінням Kerzner International Holdings Limited – провідного міжнародного розробника та оператора ультра-розкішних готелів, курортів та приватних вілл. Заклади мережі вважаються еталонними зразками в готельній індустрії та орієнтовані на найвибагливіших мандрівників. На даний момент бренд представлений дванадцятьма курортами в Австралії, Дубаї, Малайзії, Чорногорії, Руанді, Мексиці, Південній Африці, а також на Мальдівах та Маврикії.	Сідней	
16	Le Méridien	Розкішний міжнародний готельний бренд з французьким шиком легко впізнається за своїм дизайном у стилі 60-х років минулого століття — епохи гламурних подорожей. Його засновник – компанія Air France, яка в 1972 році почала відкривати готелі для членів екіпажів у великих вузлових містах світу. Першим готелем став Meridien Paris (сьогодні – Le Méridien Etoile), який запропонував гостям 1000 номерів у центрі французької столиці.	Мельбурн	Мережа знаходиться під керуванням Marriott International та пропонує послуги 111 готелів преміального сегменту у 30 країнах світу.
17	Meliá Hotels Inter	Іспанська компанія, заснована в 1956 році, зараз є провідною в країні, а також входить до двадцятки найбільших готельних мереж у світі, представлена сімома висококласними брендами – Gran Meliá Hotels & Resorts, Me Melia, Paradisus, Melia Hotels & Resorts, INNSIDE by Melia, TRYP by Wyndham і Sol by Melia. Компанія пропонує широкий спектр послуг для туризму та бізнесу. Насамперед це понад 65 розкішних пляжних курортів на узбережжях Середземномор'я, Канарських островів, Кабо-Верде, Карибського басейну, Південно-Східної Азії та міські готелі з широким спектром	Брисбен	Мережа має більш ніж 380 готелів в 40 державах на чотирьох континентах

		культурних заходів та розваг.		
18	Fairmont Hotels & Resorts	Мережа входить до групи AccorHotels та представляє люксовий сегмент. Перший його готель – Fairmont San Francisco, відчинив двері перед постояльцями в 1907 році та обирає найкрасивіші локації – від незайманих пляжів до омріяних легендами старовинних замків.	Сідней	Fairmont належать понад 70 розкішних об'єктів нерухомості по всьому світу.
19	Mövenpick Hotels & Resort	Швейцарська готельна компанія з 2018 належить AccorHotels. Заснована вона була Улі Прагером, який у 1948 році представив свій перший ресторан у Цюріху під назвою Mövenpick. Далі було відкриття двох готелів у Регенсдорфі та аеропорту Цюріха. У 1976 році компанія стала міжнародною, зараз вона управляє більш ніж 80 готелями в Африці, Азії, Європі та Близькому Сході.	Мельбурн, Тасманія (Хобарт)	перевищує 20 000 ключів
20	Hard Rock Hotel	Філософія цього бренду ґрунтується на переконанні, що саме музика допомагає людям почуватися щасливими. Перше Hard Rock Cafe було відкрито в Лондоні в 1971 Пітером Муртоном і Айзеком Тигреттом. З 2007 року компанія належить племені семинолів Флориди. Готелі Hard Rock відомі своїм неперевершеним тематичним декором, що включає пам'ятні речі рок-музикантів – гітари з автографами, рідкісні фотографії та костюми зі світових турне, а також чудовими ресторанами, казино та нічними клубами.	Планус	Володіє об'єктами нерухомості у 76 країнах світу
21	W hotels	Ця мережа готелів люксового сегменту належить Marriott International. Вона відрізняється орієнтацією на молодшу вікову групу та новою концепцією сучасної розкоші. Але головне у W hotels – унікальні враження від вечірок, модні покази, зустрічі із зірками світового рівня, концерти, фестивалі та багато іншого.	Сідней, Мельбурн, Брисбен	Бренд управляє 66 готелями з 16494 номерами у 25 країнах світу.
22	Anantara Hotels, Resorts & Spas	Заснований у 2001 році бренд належить Minor International – одному з найвагоміших гравців у сфері гостинності та відпочинку в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. Minor Hotels контролює 54 відсотки мережі, що базується в Австралії. Сестринський	Аделаїда	У колекцію Anantara входять 39 об'єктів нерухомості в Азії, Африці, Європі, Південній

		бренд Anantara, Avani Hotels & Resorts, був запущений в 2012 році та володіє 32 об'єктами нерухомості в Австралії		Америці, на Близькому Сході та на узбережжі Індійського океану
23	Sofitel Hotels & Resorts	Sofitel Hotels & Resorts – міжнародна мережа готелів класу люкс, яка відома своєю неперевершеною французькою атмосферою. Перший заклад був відкритий у 1964 році в Страсбурзі і на той момент був єдиним 5-зірковим готелем у місті. Сьогодні Sofitel – провідний представник люксового сегменту групи AccorHotels та учасник програми лояльності Le Club AccorHotels Мережа володіє двома дочірніми брендами. Готелі Sofitel Legend розташовані у старовинних будівлях та маєтках по всьому світу.	Сідней (2 готелі), Мельбурн	Мережа налічує понад 120 готелів у 40 країнах світу
24	Westin Hotels & Resorts	Висококласна американська готельна мережа, заснована 1930 року. На даний момент вона входить до групи Marriott International і володіє 230 готелями та курортами в різних точках планети. Основна концепція Westin Hotels & Resorts – турбота про здоров'я та благополуччя клієнтів під час їхньої подорожі. Її складові – якісний сон на ліжках Heavenly, ідеально збалансоване та смачне меню, програма спортивної активності RunWestin. Компанія уклала партнерство з оренди обладнання з TRX, щоб надати клієнтам можливість повноцінних функціональних тренувань у фітнес-студіях WestinWORKOUT по всьому світу.	Мельбурн, Брисбен, Перт	Перевищує 80 000 ключів
25	Jumeirah Hotels and Resorts	Міжнародна готельна мережа була заснована у 1997 році, а з 2004-го увійшла до Dubai Holding. 2018-го створено дочірній бренд — Zabeel House by Jumeirah. Компанія управляє 24 об'єктами у 8 країнах світу. Її флагманський готель – Burj Al Arab. Він увійшов до історії галузі, назавжди змінивши уявлення про справжню розкіш.	—	6747 ключів
27	The Peninsula Hotels	Провідний світовий бренд класу люкс, який належить заснованому в 1866 році холдингу Hongkong and Shanghai	Порт Дуглас, Аделаїда,	Сьогодні Peninsula Hotels

		Hotels, Limited (HSH) – найстаріший з готельних компаній Азії, що досі функціонують. Флагманський готель Peninsula був відкритий у Гонконгу у 1928 році. Сьогодні мережа включає 10 готелів у Гонконгу, Шанхаї, Пекіні, Токію, Нью-Йорку, Чикаго, Беверлі-Хіллз, Парижі, Бангкоку та Манілі. Незабаром будуть відкриті об'єкти в Лондоні, Стамбулі та Янгоні.	Брисбен	включає 12 готелів у Гонконгу, Шанхаї, Пекіні, Токію, Нью-Йорку, Чикаго, Беверлі-Хіллз, Лондоні, Парижі, Стамбулі, Бангкоку та Манілі.
--	--	---	---------	--

Джерело: [7] з доробкою автора

Наприклад – 4-зірковий Готель Radisson On Flagstaff Gardens Melbourne, що є складовою готельного ланцюга, розташований в центрі Мельбурна. Всього лише за 1,3 км знаходиться Акваріум. По всій території доступний високошвидкісний Інтернет, а на території є приватна паркова. Торговий центр Emporium Melbourne та вежа Еврика знаходяться на відстані лише 1 та 1.7 км від цього чудового готелю. Найближчі спортивні пам'ятки – Стадіон "Род Лавер Арена" (2,1 км) та Стадіон «Марвел» (1.6 км). На території є казино і стадіон за декілька хвилин від готелю. Це помешкання розташоване в межах 5 хвилин пішої прогулянки від автобусної зупинки Queen Victoria Market/Franklin Street. Деякі з 153 номерів облаштовані диваном і робочим столом. Крім того, вони мають індивідуальний кондиціонер і центральне опалення, а також телевізор з плоским екраном і супутниковими телеканалами. Деякі номери мають підлогу з плитки. У них є власні ванні кімнати зі спа-ванною, душовою кабіною і капцями. Гості зможуть насолодитися преміальним видом на парк.

Таку характеристику можна давати по кожному готелю, але в межах кваліфікаційної роботи автор вважає достатнім наведення прикладів.

З урахуванням виконаних досліджень можна зробити попередній висновок, що у столиці Австралії – Канберрі – світові готельні бренди

відсутні, тому гостинність останньої *представлена готелями з точки зору їх екологічності в таблиці 1.4.*

Канберра, столиця Австралії, відома своїми пишними парками, великими велосипедними доріжками та загальним акцентом на сталий розвиток та екологічну відповідальність. Мандрівники, які дбають про навколишнє середовище, можуть вибирати з багатьох екологічно чистих готелів класу ETIC [8], в яких пріоритет віддається екологічним ініціативам.

1. Hotel Realm

Готель Царство є яскравим прикладом сталого розвитку розкоші. Готель є частиною екологічно свідомої групи Doma Hotels, яка прагне підтримувати високі екологічні стандарти. На всій території готелю Realm використовується енергозберігаюче освітлення. Крім того, тут діє програма управління відходами, в якій упор робиться на переробку та скорочення використання одноразового пластику. Вони також заохочують гостей брати участь у їхніх зусиллях щодо забезпечення сталого розвитку, пропонуючи послуги з прокату велосипедів та станції заряджання електромобілів для просування екологічно чистого транспорту.

Ініціативи Hotel Realm поширюються і на економію води, а також на встановлення приладів з низькою витратою та інтелектуальних іригаційних систем у садах. У їх номерах ви знайдете біорозкладні та органічні туалетні принадлежности, які мінімізують вплив на навколишнє середовище. [7]

2. Готель Peppers Gallery «Пепперс Галерея»

У готелі «Пепперс Галерея» екологічність майстерно вплетена у враження гостей. Готель пишається своїм статусом об'єкта культурної спадщини, і методи збереження та реставрації знаходяться на передньому краї порядку денного. Щоб мінімізувати вплив на навколишнє середовище, споживання енергії ретельно контролюється, і готель вклав значні кошти в енергоефективні прилади та сантехніку.

Готель Peppers Gallery демонструє свою екологічність за рахунок використання екологічно чистих засобів для чищення та прагнення

скоротити кількість відходів. У них діє сильна програма переробки, і вони відмовилися від використання одноразового пластикового приладдя, замінивши їх багаторазовими контейнерами. Їх партнерство з місцевими постачальниками гарантує, що їжа, що подається, не тільки свіжа, але і знижує потребу в транспортуванні на великі відстані. [7]

3. Маленький національний готель

Готель Little National пропонує екологічно чистий відпочинок у сучасному стилі. Їхня орієнтація на компактну розкіш означає, що вони максимально ефективно використовують свій простір, знижуючи загальний вплив на навколишнє середовище. У готелі використовується високоефективна централізована система опалення та охолодження, яка знижує втрати енергії, а також забезпечує комфортну атмосферу для гостей. Інноваційні будівельні матеріали готелю були обрані з урахуванням їхньої теплової ефективності, що допомагає регулювати температуру в приміщенні та мінімізувати потребу в додатковому опаленні або охолодженні. У номерах гості помітять використання перероблених матеріалів та енергоефективне світлодіодне освітлення. Вони також використовують систему збору дощової води для поливу зелених насаджень навколо готелю, демонструючи свою відданість збереженню води. [7]

4. Готель Хаятт Канберра

Готель Hyatt Canberra – це грандіозний заклад, який не забуває про свою відповідальність за довкілля. Як учасник програми Green Globe, готель постійно вдосконалює свої показники сталого розвитку. Вони використовують найсучасніші системи управління енергоспоживанням для відстеження та скорочення енергоспоживання, а їхня відданість економії води підтверджується використанням систем переробки побутових стічних вод. Крім традиційної розкоші, Hyatt гарантує, що пропоновані продукти виробляються з екологічно чистих джерел. Будь то білизна в номерах або продукти на кухні, основна увага завжди приділяється мінімізації впливу на

довкілля. Гості також можуть скористатися послугою прокату велосипедів як екологічно чистої альтернативи прогулянкам по місту. [7]

5. КТ Канберра

QT Canberra – це місце, де дизайн поєднується з екологічністю. Незвичайна та сучасна естетика готелю підкріплена цілою низкою екологічних ініціатив, які відображають їхню відданість екологічно чистому способу життя. У дизайні їх кімнат використано екологічно чисті матеріали, і вони інвестують у енергозберігаючі технології, такі як сенсорне освітлення, щоб скоротити споживання електроенергії. В обідніх зонах кухарі QT Canberra готують страви з упором на сезонні та місцеві інгредієнти. Це не тільки гарантує свіжість та якість продуктів, а й знижує викиди вуглекислого газу готелю, пов'язані з транспортом. Крім того, великі програми переробки та компостування гарантують мінімізацію відходів та ефективне відновлення ресурсів. [7]

6. Готель The Burbury

Готель Бербері демонструє елегантний та сучасний стиль, в основі якого лежить принцип екологічної стійкості. Будучи частиною групи Doma Hotels, вона поділяє самі цінності сталого розвитку, як і Hotel Realm. У готелі використовуються екологічно чисті технології, такі як інтелектуальні системи освітлення та енергоефективні прилади, що дозволяють мінімізувати споживання енергії демонструє елегантний та сучасний стиль, в основі якого лежить принцип екологічної стійкості. Будучи частиною групи Doma Hotels, вона поділяє самі цінності сталого розвитку, як і Hotel Realm. У готелі використовуються екологічно чисті технології, такі як інтелектуальні системи освітлення та енергоефективні прилади, що дозволяють мінімізувати споживання енергії.

Екологічність The Burbury поширюється і на номери завдяки використанню екологічно чистих матеріалів та органічних засобів для ванних кімнат, які не завдають шкоди навколишньому середовищу, не жертвуючи при цьому якістю. Вони також пропонують безпаперовий процес реєстрації,

щоб скоротити кількість відходів та вплив виробництва паперу на довкілля. Їхню відданість підтримці регіональної економіки можна побачити у просуванні місцевих ремісників та виробників продуктів харчування Канберри. [7]

7. Будиночок дикої природи Jamala Wildlife Lodge

Джамала (Jamala) пропонує незабутні враження, поєднуючи розкішні номери та незвичайну зустріч із дикою природою. Цей унікальний котедж розташований на території Національного зоопарку та акваріуму та глибоко прихильний до охорони дикої природи та екологічної освіти. Частина доходів від кожного перебування йде безпосередньо на зусилля щодо збереження та підтримки зникаючих видів як на місцевому рівні, так і в усьому світі. Крім своєї виняткової прихильності до збереження дикої природи, Jamala Wildlife Lodge прагне зменшити свій екологічний слід. Використання сонячних панелей допомагає знизити залежність від невідновлюваних джерел енергії, а методи сталого управління водними ресурсами забезпечують відповідальне використання дорогоцінного ресурсу. Розміщення в лоджі спроектовано так, щоб гармоніювати з навколишньою природою, зводячи до мінімуму візуальний та екологічний вплив. [7]

8. East Hotel Східний готель

Східний готель – це бутик-готель, що піклується про навколишнє середовище. Його сучасне обладнання поєднується з відповідальною екологічною практикою, включаючи реалізацію комплексної стратегії переробки та використання біорозкладних засобів для прання. East Hotel також скоротив викиди вуглекислого газу за рахунок встановлення енергоефективного освітлення та вікон із подвійним склінням для покращення теплових характеристик.

Взаємодія з місцевими жителями має важливе значення для діяльності готелю, який віддає пріоритет покупкам у місцевих підприємств та фермерів, сприяючи стійкій громадській економіці. Крім того, готель East закликає своїх гостей жити як місцеві жителі та досліджувати Канберру на велосипеді

або пішки, пропонуючи велосипеди у користування та легкий доступ до громадського транспорту. [7]

9. Ovolo Nishi

Оволо Нісі (Ovolo Nishi) виділяється своїм авангардним дизайном та яскраво вираженою екологічною свідомістю. Сама будівля є архітектурною віхою у стійкому дизайні з упором на вторинні та натуральні матеріали, що використовуються у всій його конструкції. Він має пасивну конструкцію обігріву та охолодження, яка допомагає підтримувати комфортну температуру в приміщенні цілий рік без надмірного використання енергії.

Всередині готелю Ovolo Nishi продовжує позитивно впливати на навколишнє середовище, відмовляючись від одноразового пластику і надаючи міні-бари тільки для вегетаріанців. Ресторан готелю, Monster Kitchen and Bar, у своєму меню наголошує на органічні та місцеві інгредієнти, демонструючи найкраще з того, що може запропонувати навколишній регіон, залишаючись при цьому вірними екологічно чистим традиціям харчування. [7]

10. Готель Vibe Canberra

Готель Вайб Канберра (Vibe Canberra) зустрічає гостей елегантним сучасним дизайном та приділяє велику увагу екологічно чистому способу життя. Готель навмисне розташований на зручній відстані від аеропорту, щоб зменшити потребу в транспорті, та сприяє використанню великих велосипедних доріжок Канберри, пропонуючи прокат велосипедів. Гостям також доступні варіанти транспорту з низьким рівнем викидів, такі як точки заряджання електромобілів.

Прагнучи скоротити споживання води та енергії, готель Vibe Canberra використовує збирання дощової води та вискоефективні системи освітлення. У спальнях готелю є екологічно чиста постільна білизна, а в зонах загального користування обладнані станції переробки відходів, що дозволяють скоротити кількість відходів. Ініціативи Vibe Hotel Canberra

демонструють, що зручність та сучасні зручності можуть йти пліч-о-пліч з екологічно відповідальною практикою [8].

2.2. Аналіз кількісних показників гостинності Австралії як субрегіону Океанії у 1995-2024 роках

На в'їзний туристичний потік до Австралії значний вплив мала пандемія COVID-19. Тому автор з подальших розрахунків вилучив 2020-2022 рр., як форс-мажорні обставини. З огляду на це в'їзний туристичний потік до Австралії розглядається і аналізується на інтервалі 1995-2019 рр. (рис. 2.2).

На рис. 2.2 наведені "зміни в'їзного туристичного потоку до Австралії протягом 1995-2019 рр.", як і було зазначено вище, пандемічні 2020-2022 роки були вилучені. Тому можна стверджувати про те, що в'їзний туристичний потік до Австралії протягом 1995-2019 рр. зростає (див. лінію тренда на рис. 2.2). На цьому інтервалі програма MS Excel пропонує апроксимувати в'їзний туристичний потік лінійною функцією:

$$f(x) = 204,68 \cdot point + 3235,8 \quad \text{при} \quad R^2 \approx 0,9,$$

де *point* – ранжирувана змінна [1 ÷ 28],

R^2 – вимірює частку дисперсії в залежній змінній, що пояснюється незалежною змінною. Він не надає інформацію про причинно-наслідковий зв'язок між змінними.

Високе значення R^2 не обов'язково означає, що незалежна змінна викликає залежну змінну. Це тільки вказує на те, що незалежна змінна є хорошим предиктором (прогностичний параметр; засіб прогнозування) залежної змінної.

R^2 може бути використаний для оцінки гідності відповідності регресійної моделі. В нашому випадку $R^2 \approx 0,9$ – це дуже високий результат, який свідчить про хорошу достовірність, що видає MS Excel.

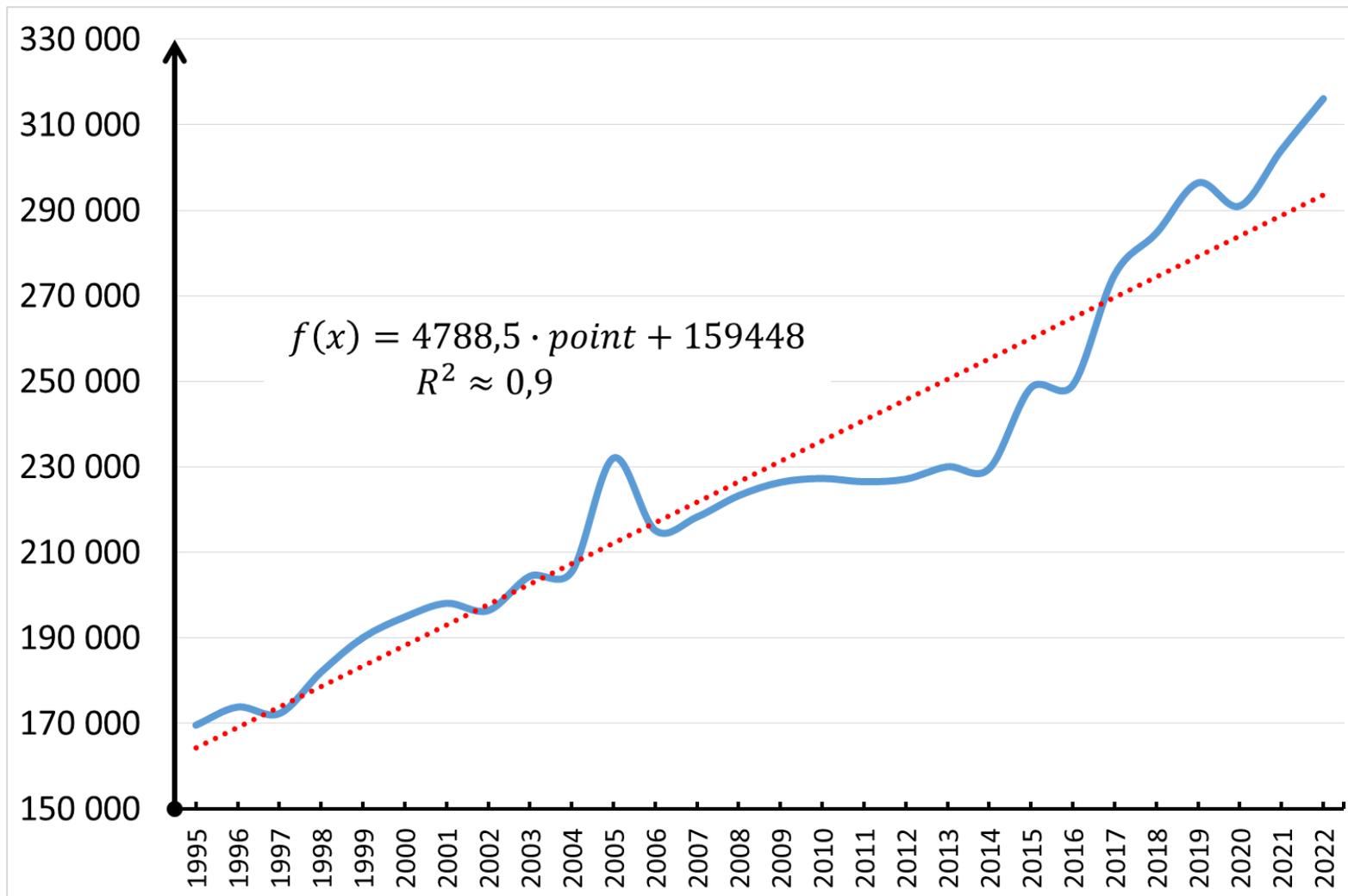


Рисунок 2.1 Динаміка зміни кількості кімнат (номерів) в закладах розміщення Австралії протягом 1995-2022 рр.
Джерело: розробка автора.

Таблиця 2.2

Лістинг розрахунку в MS Excel показників туристичної галузі Австралії.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1															
2	C.	S.	C. & S.	Basic data and indicators						Units	Notes	1995	1996	1997	1998
3															
4	36	0	36-0	AUSTRALIA											
5				Accommodation for visitors in hotels and similar establishments						point		1	2	3	4
6	36	4.13	36-4.13		Number of establishments				Кількість закладів	Units	1/
7	36	4.14	36-4.14		Number of rooms				Кількість кімнат	Units	1/	169630	173876	172334	182061
8	36	4.15	36-4.15		Number of bed-places				Кількість ліжко-місць	Units	1/ 2/	488 629	504 123	507 807	536 754
9	36	4.16	36-4.16		Occupancy rate / rooms				Заповнюваність номерів	Percent	1/	59,00	58,40	57,40	57,70
10	36	4.17	36-4.17		Occupancy rate / bed-places				Заповнюваність / ліжко-місць	Percent	2/
11	36	4.18	36-4.18		Average length of stay				Середня тривалість перебування	Nights		10,40	2,10	2,00	2,20
12															
13									$f(x) = 4788,5 \cdot point + 159448$		$f(x)$	164237	169025	173814	178602
14									$\Delta = K_{\text{факт}}^{\text{кількість кімнат}} - K_{\text{розрах}}^{\text{кількість кімнат}}$		$\Delta =$	+5 394	+4 851	-1 480	+3 459
15											$\Delta_2 =$	4789	4788,5	4788,5	
16									$\Delta_2 = K_{\text{розрах } i}^{\text{кількість кімнат}} - K_{\text{розрах } i-1}^{\text{кількість кімнат}}$						
17															
18															
19									$f(x) = 4788,5 \cdot point + 159448$						
20									$R^2 \approx 0,9$						
21															
22															

Джерело: розробка автора

продовження таблиці 2.2

	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD
1															
2	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
3															
4															
5	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
6	4 195	4 235	4 277	4 310	4 279	4 216	4 233	4 237
7	190097	194926	198133	196431	204461	205495	232077	215172	218317	223319	226434	227320	226557	227168	230064
8	559 665	567 546	571 560	563 779	580 252	586 217	659 731	619 120	624 751	637 147	640 139	640 454	636 002	631 351	632 257
9	58,70	58,10	57,30	58,70	63,50	63,70	64,50	66,90	66,80	65,10	64,70	66,30	67,30	63,10	62,00
10	41,50	41,20	40,40	41,00	41,40	41,80	38,00	37,70
11	2,20	2,30	2,30	2,30	2,30	2,30	2,30	2,30	2,20	2,30	2,30	2,30	2,30	2,30	2,20
12															
13	183391	188179	192968	197756	202545	207333	212122	216910	221699	226487	231276	236064	240853	245641	250430
14	+6 707	+6 747	+5 166	-1 325	+1 917	-1 838	+19 956	-1 738	-3 382	-3 168	-4 842	-8 744	-14 296	-18 473	-20 366
15	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5
16															
17															
18															
19															
20															
21															
22															

Джерело: розробка автора

закінчення таблиці 2.2

	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM
1									
2	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
3									
4									
5	20	21	22	23	24	25	26	27	28
6	4 204	4 464	4 445	5 189	5 256	5 637	5 615	5 960	5 945
7	229646	248573	249131	274953	284680	296452	291041	304182	316146
8	635 130	678 361	676 638
9	61,50	62,40	63,90	75,20	76,00	73,80	42,61	47,00	66,50
10	37,60	38,60	39,40
11
12									
13	255218	260007	264795	269584	274372	279161	283949	288738	293526
14	-25 572	-11 434	-15 664	+5 370	+10 308	+17 292	+7 092	+15 445	+22 620
15	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5	4788,5
16									
17									
18									
19									
20									
21									
22									

Джерело: розробка автора

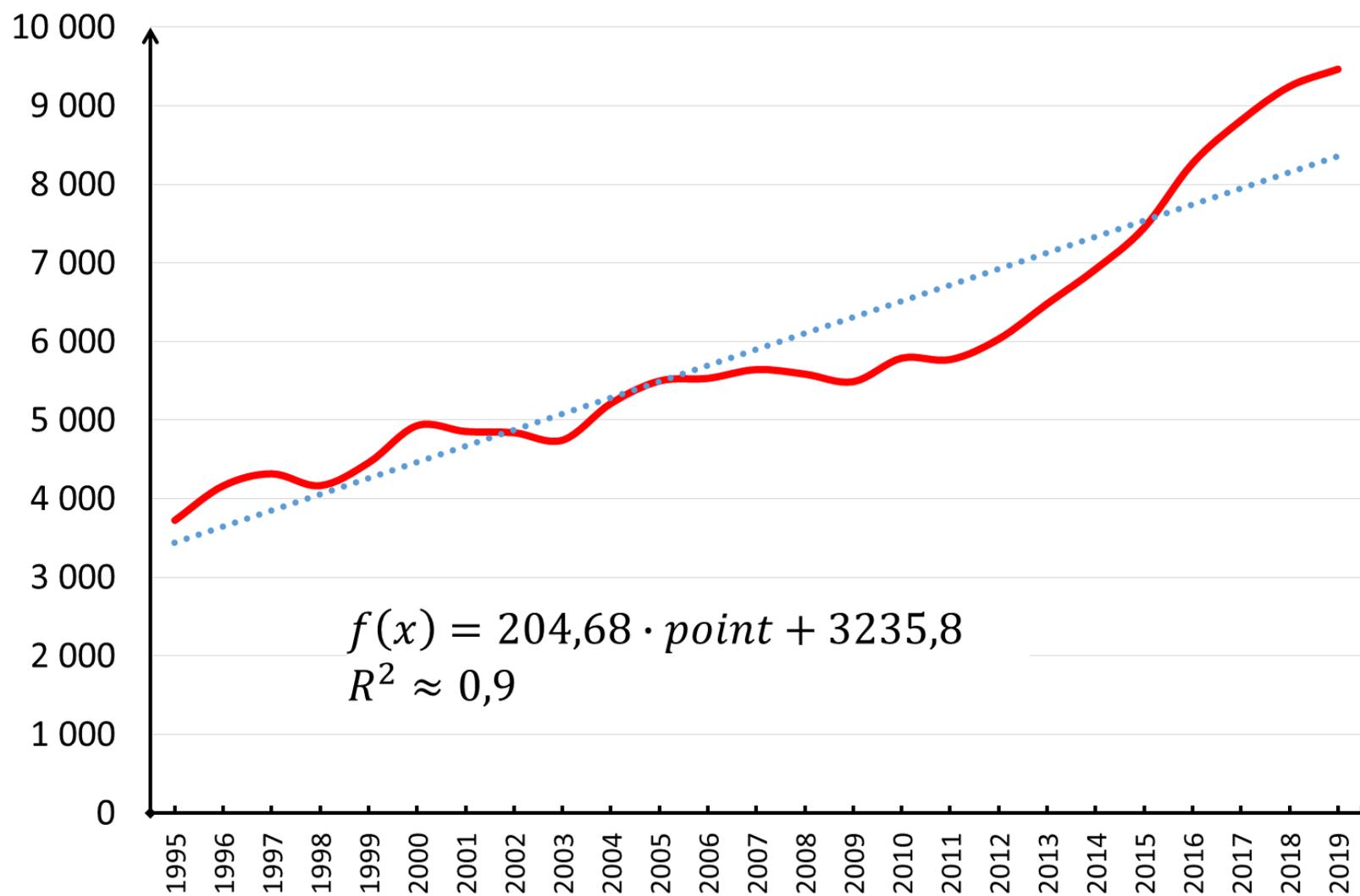


Рисунок 2.2 Діаграма зміни в'їзного туристичного потоку до Австралії протягом 1995-2019 рр.

Джерело: розробка автора.

Таблиця 2.3

Таблиця для аналізу в'їзного потоку до Австралії, як субрегіону Окинавії.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1																		
2	C.	S.	C. & S.	Basic data and indicators				Units	Notes	Series	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	
3	36	0	36-0	AUSTRALIA														
4				Arrivals							1	2	3	4	5	6	7	
5	36	1.1	36-1.1	Totalarrivals				Thousands	1/	VF	3726	4165	4318	4167	4459	4931	4856	
6	36	1.2	36-1.2	Overnights visitors (tourists)				Thousands	2/	TF	3825	4109	4530	4435	
7	36	1.3	36-1.3	Same-day visitors (excursionists)				Thousands			342	34	37	41	
8	36	1.4	36-1.4	of which, cruise passengers				Thousands			
9																		
10										<i>f(x)</i>	3440	3645	3850	4055	4259	4464	4669	
11										$\Delta=$	+286	+520	+468	+112	+200	+467	+187	
12										$\Delta 2=$		205	205	205	205	205	205	
13																		
14																		
15																		
16																		
17																		
18																		
19																		

$$f(x) = 204,68 \cdot \text{point} + 3235,8$$

$$R^2 \approx 0,9$$

Джерело: розробка автора

завершення таблиці 2.3

	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM
1																					
2	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
3																					
4	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
5	4841	4746	5215	5499	5532	5644	5586	5490	5790	5771	6032	6482	6922	7449	8269	8815	9246	9466	1828	246	3694
6	4420	4354	4774	5020	5064
7	43	30	23	26	35
8
9																					
10	4873	5078	5283	5487	5692	5897	6101	6306	6511	6715	6920	7125	7329	7534	7739	7943	8148	8353	8557	8762	8967
11	-32	-332	-68	+12	-160	-253	-515	-816	-721	-944	-888	-643	-407	-85	+530	+872	+1 098	+1 113	-6 729	-8 516	-5 273
12	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205	205
13																					
14																					
15																					
16																					
17																					
18																					
19																					

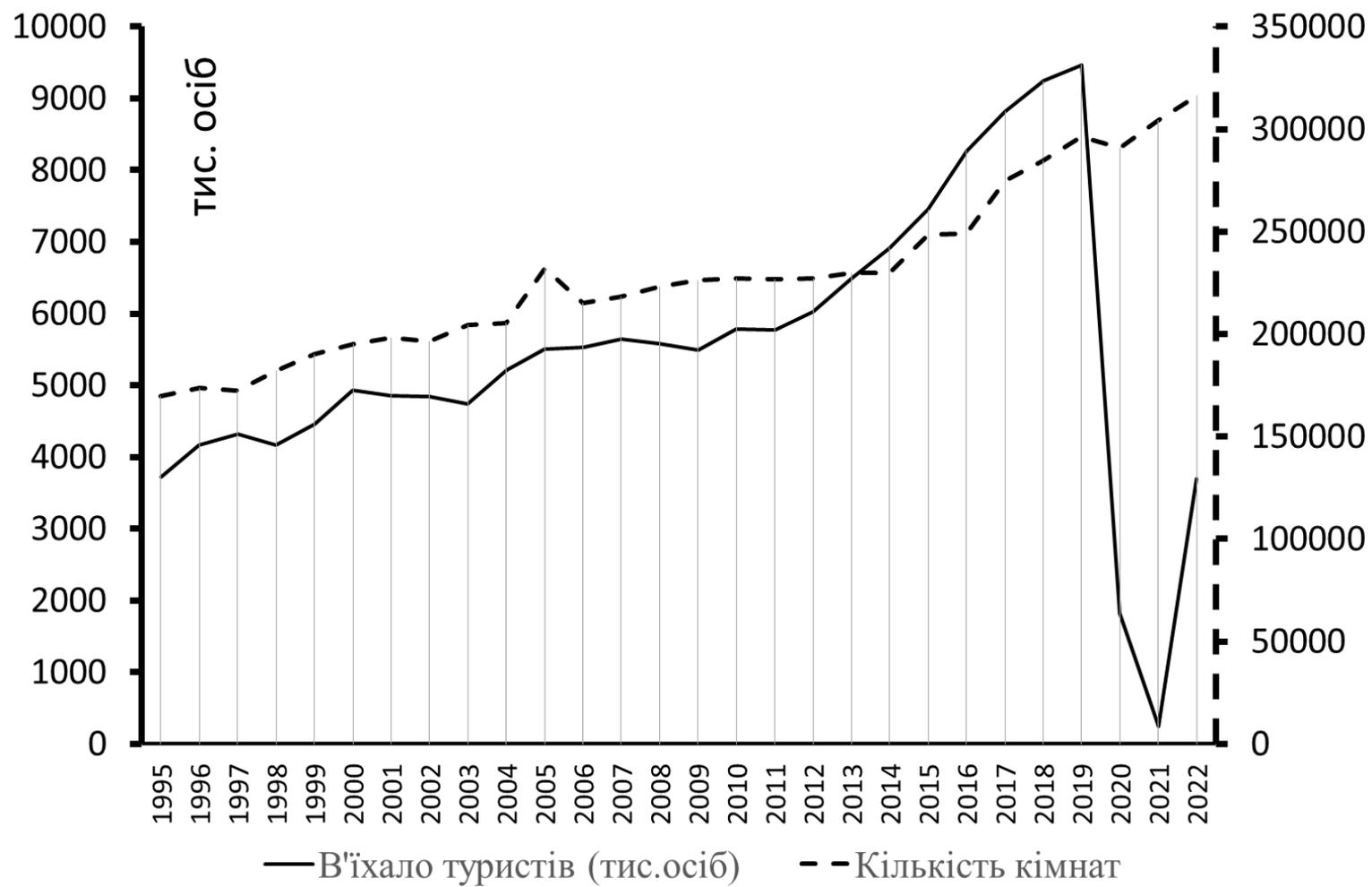


Рисунок 2.3 Порівняльна діаграма змін кількості кімнат в закладах розміщення та в'їзного потоку туристів до Австралії, фактичні дані

Джерело: розробка автора.

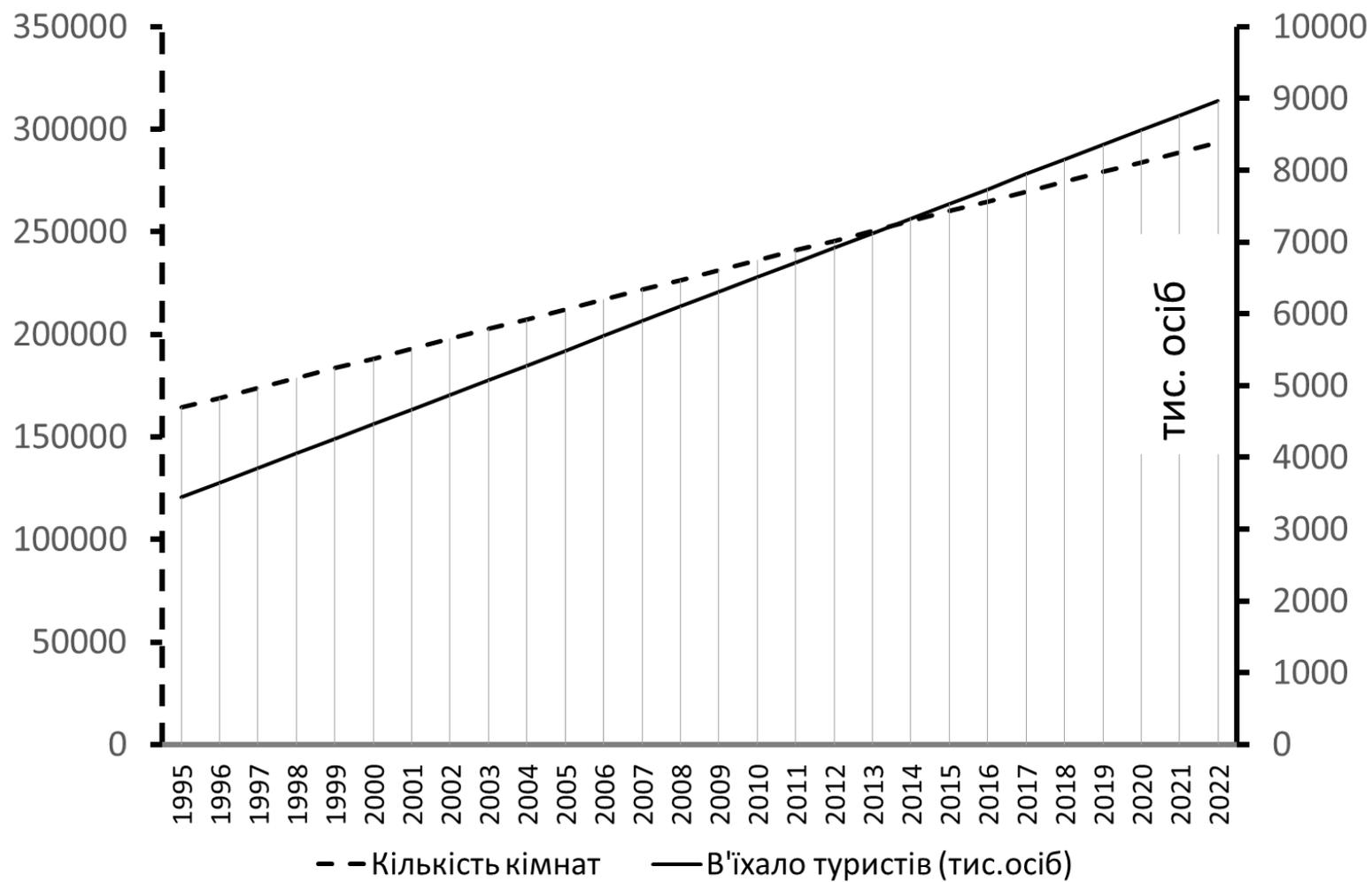


Рисунок 2.4 Порівняльна. діаграма змін кількості кімнат в закладах розміщення та в'їзного потоку туристів до Австралії, розрахункові дані.

Джерело: розробка автора

Якщо порівняти діаграму зміни в'їзного туристичного потоку до Австралії протягом 1995-2019 рр. (рис. 2.2) та порівняльну діаграму змін кількості кімнат в закладах розміщення та в'їзного потоку туристів до Австралії (рис. 2.3) видно, що форми кривих мають подібні форми. Цей факт може свідчити про певний кореляційний зв'язок. Більш детальний аналіз факту кореляційного зв'язку та чисельні показники наведені в 3 розділі дипломної роботи.

2.3. Аналіз кількісних показників гостинності Нової Зеландії як субрегіону Океанії у 1995-2024 роках

Аналіз виконується по аналогії з Австралійським субрегіоном. Результати аналізу наведені на рис. 2.5.

В'їзний туристичний потік до Нової Зеландії на офіційному сайті UNWTO наведений на інтервалі [2008-2022] рр. (табл. 2.4) [39]. Характеристики статистичного ряду в'їзного туристичного потоку до Нової Зеландії наступні: \min – 1 370 в 2021 році; \max – 17 588 у 2019 році; в середньому – 12 242 тис. туристів. Загалом ряд поступово зростає.

Для подальших розрахунків автор взяв інтервал, який включає тільки два екстремуми – $\min \in [2012 - 2015]$ та $\max \in [2016 - 2019]$ (рис. 2.5). Тому автор обмежився інтервалом для дослідження: 2011-2019 рр.

Для аналізу роботи туристичної галузі розглядається статистичний ряд зміни кількості кімнат розміщення (номерів) в закладах розміщення (готелях, мотелях, будинках відпочинку, пансіонатах, тощо) (рис. 2.6).

Цей статистичний ряд простирається на інтервалі $I \in [1996 - 2022]$ та має наступні характеристики: \min – 76 698 також в 2021 році; \max – 90 939 у вже далекому 2009 році; в середньому – 79 328 номерів.

З метою подальшого коректного співставлення автор для подальших розрахунків обрав інтервал для дослідження: 2011-2019 рр.

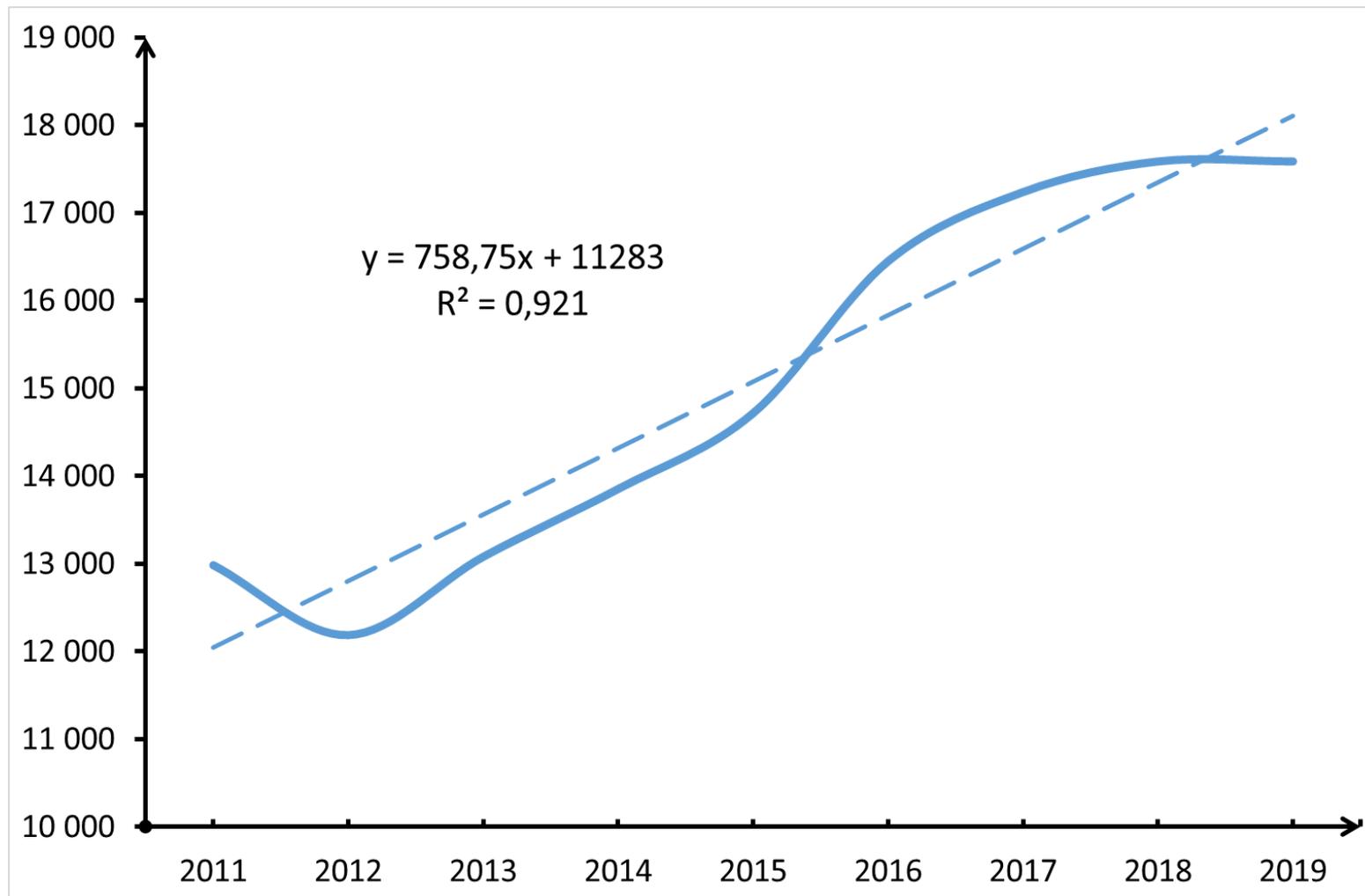


Рисунок 2.5 Діаграма зміни в'їзного туристичного потоку до Нової Зеландії протягом 2011-2019 рр.

Джерело: розробка автора

Таблиця 2.4

Лістинг з MS Excel для розрахунку показників гстинності Нової Зеландії

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1																		
2	C.	S.	C. & S.	Basic data and indicators					Units	Notes	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
3	554	0	554-0	NEW ZEALAND					POINT									
4				Accommodation вхідний потік														
5				Total														
6	554	1.29	554-1.29	Guests					Thousands	
7	554	1.30	554-1.30	Overnights					Thousands	1/
8																		
9	Готелі та подібні заклади																	
10	554	0	554-0	NEW ZEALAND														
11				Розміщення відвідувачів у готелях та подібних закладах						1/								
12	554	4.13	554-4.13	Кількість закладів					Units		2 263	2 360	2 409	2 474	2 525	2 532
13	554	4.14	554-4.14	Кількість кімнат					Units		..	53 475	56 297	60 439	62 467	65 661	68 348	70 031
14	554	4.15	554-4.15	Кількість ліжко-місць					Units	
15	554	4.16	554-4.16	Заповнюваність номерів					Percent		49,00	47,00	49,00	50,00	52,00	54,00
16	554	4.17	554-4.17	Заповнюваність ліжко-місць					Percent	
17	554	4.18	554-4.18	Середня тривалість перебування					Nights		2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
18																		

Джерело: розробка автора

Продовження таблиці 2.4

	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI
1																	
2	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
3																	
4																	
5																	
6
7	13 657	13 278	13 418	12 985	12 188	13 081	13 854	14 718	16 451	17 239	17 588	17 588
8																	
9																	
10																	
11																	
12	2 551	2 669	2 774	2 812	2 881	2 932	2 927	2 893	2 826	2 797	2 806	2 771	2 756	2 675	2 656	2 651	2 651
13	71 643	76 766	81 706	83 286	86 116	89 318	90 939	90 888	86 835	87 695	88 791	88 914	89 057	87 739	88 757	90 723	90 723
14
15	54,00	55,00	52,00	52,00	51,60	50,40	48,40	48,80	50,40	48,90	50,90	53,20	55,20	57,80	59,00	59,00	59,00
16
17	2,00	2,00	2,00	2,00	1,90	1,90	1,90	1,90	1,90	1,90	1,90	2,00	1,90	1,90	1,90	1,90	1,90
18																	

Джерело: розробка автора

Продовження таблиці 2.4

	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	AT
1											
2	2020	2021	2022	сер.	min		max				
3	13	14	15		знач	рік	знач	рік			
4											
5											
6								
7	1 370	1 370	4 849	12 242	1 370	2021	17 588				
8											
9											
10											
11											
12	2 464	2 421	2 377	2 648	2 377	2022					
13	80 454	78 084	76 698	79 328	76 698	2021					
14								
15	59,00	59,00	59,00	53,22	48,40	2009					
16								
17	1,90	1,90	1,90	1,94	1,90	2022					
18											

Джерело: розробка автора

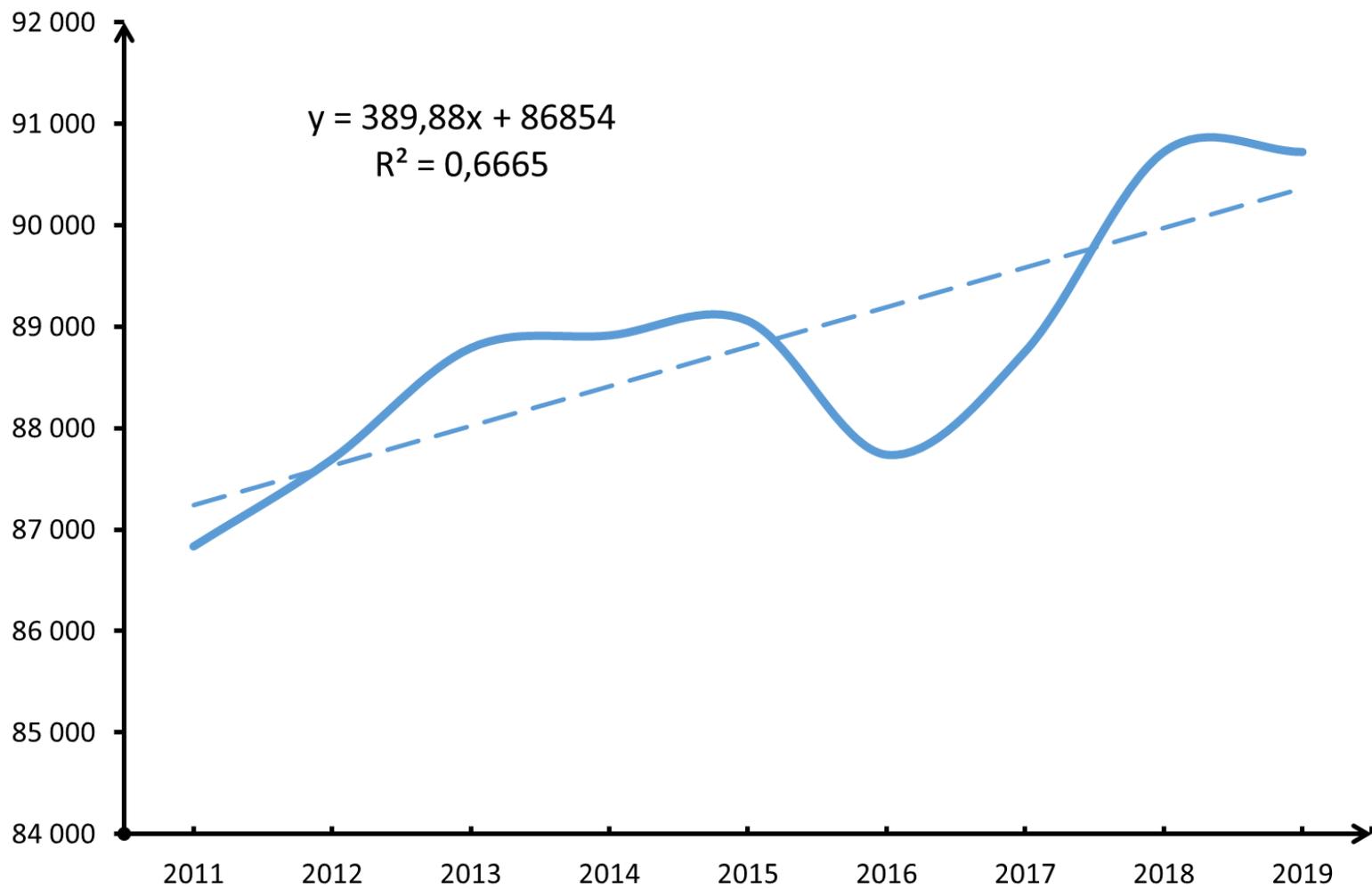


Рисунок 2.6 Динаміка зміни кількості кімнат розміщення (номерів) в закладах розміщення Нової Зеландії.

Джерело: розробка автора

Розділ 3.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ОКЕАНІЇ

3.1 Сутність та зміст цифрових й інноваційних технологій. Міжнародний досвід розвитку автоматизованих процесів в індустрії гостинності

Інформація – поняття, що має різні значення залежно від контексту. Походить від латинського слова "informatio", яке має декілька значень:

- роз'яснення;
- виклад фактів, подій;
- витлумачення;
- представлення, поняття;
- ознайомлення, просвіта.

Дані – відомості, показники, необхідні для ознайомлення з ким, чим-небудь, для характеристики когось, чогось або для прийняття певних висновків, рішень. Обробка даних вимагає здійснення багатьох операцій, серед них:

- збирання даних – це накопичення з метою забезпечення достатньої повноти для прийняття рішення;
- формалізація даних – приведення даних, що надходять від різних джерел до однакової форми;
- фільтрація даних – відсіювання «зайвих» даних, у яких нема необхідності для прийняття рішення;
- сортування даних – упорядкування даних за заданою ознакою, що дозволяє підвищити доступність даних;
- архівація даних – організація зберігання даних, що дозволяє зменшити витрати для зберігання даних і підвищує надійність інформаційного процесу;

– захист даних – заходи, що спрямовані на запобігання втрат, відтворення та модифікацію даних;

– перетворення даних – переведення даних із однієї форми в іншу або із однієї структури в іншу, яке часто пов’язане із зміною типу носія [Швачич].



Рисунок 3.1 Операції, що виконуються при обробці статистичних даних.

Джерело: розробка автора

Цифрові технології – це електронні інструменти, пристрої та ресурси, які обробляють, генерують, або зберігають дані. Як правило, вони охоплюють сферу надання онлайн-послуг і товарів, а саме сервіси електронних платежів і електронну комерцію, Інтернет-торгівлю й Інтернет речей (IOT – Internet of Things), краудфандінг, Інтернет-банкінг та ін. Серед новітніх цифрових технологій, які виступають платформою цифровізації і цифрової економіки, виділяють технології Big Data, розвиток хмарних сервісів і штучного інтелекту (нейромережі), розумних технологій і технологій визначення місцезнаходження, Інтернет речей, а також промисловий Інтернет речей (ІІТ – Industrial Internet of Things), 3D-друк. Інноваційні технології – радикально нові чи вдосконалені технології, які

істотно поліпшують умови виробництва або самі виступають товаром. Типи інновацій в індустрії гостинності:

- 1) технічні – створення нових матеріалів, продуктів, послуг та технології, нових шляхів до надання послуг, покращуючи старі;
- 2) економічні – поява нових ринків викликані введенням нових продуктів або технологій, створення нових шляхів до купівлі та продажу товарів;
- 3) правові – введення нових законів, чи правил, а також суттєві зміни існуючих;
- 4) соціальні – нові ідеї та рішення соціальних та культурних викликів з якими стикається суспільство;
- 5) маркетингові – нові або значно покращені маркетингові методи продажів продуктів (послуг), презентація і просування їх на ринки, освоєння нових стратегії ціноутворення.



Рисунок 3.2 Інновації в індустрії гостинності

Джерело: розробка автора

Інформаційні технології – це система процесів, засобів та способів використання обчислювальної техніки і систем зв'язку для створення, збору, передачі, пошуку, оброблення та поширення інформації з метою ефективної організації діяльності людей. Сучасні інформаційні технології – це система процесів та використання сучасних систем зв'язку для пошуку, створення, пошуку, поширення інформації тощо.

Концепція інформаційних технологій була додана до елементу комунікації і виникла у 1980-ті роки. Наразі ІТ включають апаратні засоби (комп'ютери, сервери, тощо) та програмне забезпечення (операційні системи, мережеві протоколи, пошукові системи, тощо).

Виділяють наступні етапи розвитку ІТ:

1-й етап (до другої половини XIX ст.) – «ручна» інформаційна технологія, основна мета – представлення інформації в потрібній формі;

2-й етап (з кінця XIX ст.) – «механічна» технологія, оснащена більш досконалими засобами доставки пошти, інструментарій якої складали: друкарська машинка, телефон, диктофон. Основна мета – представлення інформації в потрібній формі більш зручними засобами;

3-й етап (40-60-і рр.. XX ст.) – «електрична» технологія, інструментарій якої складали: великі ЕОМ і відповідне програмне забезпечення, електричні друкарські машинки, ксерокси, портативні диктофони. Основна мета інформаційної технології починає переміщатися з форми представлення інформації на формування її змісту.

4-й етап (з початку 70-х рр.) – «електронна» технологія, основним інструментарієм якої стають великі ЕОМ і створені на їхній базі автоматизовані системи управління (АСУ) і інформаційно-пошукові системи. Центр ваги технології ще більш зміщується на формування змістовної сторони інформації для управлінського середовища різних сфер суспільного життя, особливо на організацію аналітичної роботи.

5-й етап (з середини 80-х рр..) – «комп'ютерна» («нова») технологія, основним інструментарієм якої є персональний комп'ютер із широким спектром стандартних програмних продуктів різного призначення. На цьому етапі відбувається процес персоналізації АСК, що проявляється у створенні систем підтримки прийняття рішень певними спеціалістами.

6-й етап – «мережева технологія» широко використовуватися в різних галузях глобальні і локальні комп'ютерні мережі. З появою персональних комп'ютерів з'явився термін «нові інформаційні технології», під яким розуміють впровадження нових підходів до навчально-виховного процесу, що орієнтований на розвиток інтелектуально творчого потенціалу людини з метою підвищення його ефективності, завдяки застосуванню сучасних технічних засобів.

Основні періоди в еволюції сфери гостинності:

- виникнення перших закладів гостинності (IV тис. до н.е.–V ст. н. е.);
- формування спеціалізованих закладів розміщення (VI-XV ст.);
- розвиток готельної та ресторанної сфери у XVI – на початку XX ст.;
- сучасний поступ світового готельного господарства.

Методи інформаційних технологій включають моделювання, системний аналіз, системне проектування, методи передачі, збору, продукування, накопичення, збереження, обробки, передачі та захисту інформації.

Засоби ІКТ поділяють на:

- апаратні: персональний комп'ютер і його основні складові, локальні та глобальні мережі, сучасне периферійне обладнання;
- програмні: системні, прикладні, інструментальні.

Класифікація інформаційних технологій є процесом, що полягає в чітко регламентованих правилах виконання операцій з інформацією і залежить від багатьох чинників, які систематизують за такими класифікаційними ознаками:

- міра централізації технологічного процесу;
- тип предметної області;
- міра охоплення завдань управління;
- клас технологічних операцій, що реалізуються;
- тип призначеного для користувача інтерфейсу.

У міру централізації технологічного процесу ІТ у системах управління розподіляють на централізовані, децентралізовані і комбіновані технології. Централізовані технології – оброблення інформації і вирішення основних функціональних завдань економічних об'єктів здійснюють у центрі оброблення ІТ – центральному сервері. Децентралізовані технології ґрунтуються на локальному застосуванні засобів обчислювальної техніки, встановлених на робочих місцях користувачів для вирішення конкретного завдання фахівців. Вони не мають централізованого автоматизованого сховища даних, але забезпечені засобами комунікації для обміну даними між вузлами мережі. Комбіновані технології характеризуються інтеграцією процесів рішення функціональних завдань на місцях із використанням спільних баз даних і концентрацією усієї інформації в автоматизованому банку даних.

Тип предметної області виокремлює функціональні класи завдань відповідних підприємств і організацій, вирішення яких проводять із використанням сучасної автоматизованої ІТ.

До них належать завдання інформаційно-довідкової діяльності; іміджевої політики, реклама туристичних, готельних, ресторанних та інших можливостей держави, регіонів, населених пунктів, зон і об'єктів; маркетинг туристичного та готельно-ресторанного продукту і послуг; замовлення і продаж туристичного і готельно-ресторанного продукту і послуг; моніторинг, аналіз та планування діяльності сфери обслуговування; розроблення туристичного продукту; автоматизація роботи суб'єктів

туристичної та готельно-ресторанної діяльності; бухгалтерського обліку й аудиту; банківської сфери; страхової і податкової діяльності тощо.

У міру охоплення завдань управління:

- автоматизоване оброблення даних;
- автоматизація функцій управління;
- підтримка ухвалення рішень, що передбачає застосування економіко-математичних методів, моделей і спеціальних пакетів прикладних програм для аналітичної роботи і формування прогнозів;
- електронний офіс як програмно-апаратний комплекс для автоматизації і вирішення офісних завдань;
- експертна підтримка, заснована на використанні експертних систем і баз знань конкретної предметної області.

За класами технологічних операцій, які реалізують:

- робота з текстовими редакторами;
- робота з табличними процесорами;
- робота з СУБД;
- робота з графічними об'єктами;
- мультимедійні системи;
- гіпертекстові системи.

За типом призначеного для користувача інтерфейсу:

- пакетні (у цьому випадку користувач не впливає на оброблення даних);
- діалогові (користувач взаємодіє з ПК в інтерактивному режимі);
- мережеві (надають користувачеві телекомунікаційні засоби доступу до територіально віддалених інформаційних і обчислювальних ресурсів).

За типом операцій: поопераційним характерно закріплення робочого місця за кожною операцією з відповідними технічними засобами. Попередметній – виконання всіх операцій на одному робочому місці. Індустрія гостинності об'єднує усі галузі економіки всіх рівнів, пов'язані з обслуговуванням та сервісом (туристів, відвідувачів, місцевих та

регіональних жителів) за допомогою підприємницького сектору спеціалізованого та інфраструктурного значення, базуючись на принципі гостинності, що виступає їх спільним знаменником. Під терміном «Індустрія гостинності» також розуміють різні форми господарювання, наприклад готелі, розважальні заклади, харчування (кафе та ресторани), транспортні послуги, Інтернет, пошта, банки тощо. Із загальної кількості суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності можна зазначити переважання господарств малого підприємництва та мікропідприємців.

Нині на ринку сфери обслуговування можна виокремити такі етапи автоматизації:

- 1) застосування стандартного програмного забезпечення, наприклад, використання програм Word, Excel, PowerPoint, Outlook, готових баз даних Access, програм-перекладачів, бухгалтерських, фінансових, систем управління документами і знаннями;
- 2) застосування спеціальних типових інформаційних технологій управління (в туризмі «МастерТур», «СамоТур», в готельному – «Едельвейс» «Готель-2.3» «Інтеротель», «1С: ОТЕЛЬ», «1С-Парус», «SmartHotel», ресторанному «UNISYSTEM Ресторан», «X - КАФЕ», «Ресторан+») тощо;
- 3) використання глобальних комп'ютерних систем бронювання Amadeus, Galileo, Sabre тощо;
- 4) сполучення типових інформаційних технологій управління з системами бронювання;
- 5) участь в електронній торгівлі або електронному бізнесі.

Вибір програмних продуктів і специфіка їх використання залежать від ряду чинників, а саме від:

- напряму діяльності (тур фірми, готелю, ресторану), сукупності вирішуваних завдань, початкової технології, прийнятої на підприємстві, сумарного обсягу продажів, фінансового стану підприємства;

- обізнаності керівництва щодо програмного забезпечення, що існує на ринку інформаційних технологій управління, щодо його переваг і недоліків;
- режиму роботи комп'ютерів (автономний або мережевий).

Під час вибору програмного забезпечення доцільно звернути увагу на такі моменти:

- 1) на популярність і надійність – інформаційні технології управління, що зарекомендували себе, досвід упровадження яких накопичений на різних підприємствах, як правило, існує гарантія відсутності «вузьких» місць;
- 2) доброзичливість, простота, стандартність інтерфейсу;
- 3) прийнятна вартість інформаційної технології управління та її обслуговування.

Наявні на сьогодні програми автоматизації роботи сфери обслуговування можна умовно поділити на три класи:

- 1) програми автоматизації робіт, які забезпечують внутрішню діяльність підприємства без автоматизації підтримки зовнішніх взаємозв'язків;
- 2) програми автоматизації містять можливості програм першого класу, а також дозволяють здійснювати модемний зв'язок у пакетному режимі з іншими;
- 3) програми автоматизації, що базуються на використанні глобальних телекомунікаційних мереж.

В сфері гостинності виділяють такі системи інформаційних технологій:

– глобальні системи бронювання (GDS) – автоматизована система, що використовується для зберігання і отримання інформації та проведення операцій, пов'язаних з повітряним транспортом, бронюванням готелів, прокатом автомобілів, або іншою туристичною діяльністю. Найбільшими комп'ютерними системами резервування на міжнародному ринку туризму є системи Amadeus, Galileo, Sabre і Worldspan;

– цифрові телефонні мережі (1984 рік) – система, в якій по телефонних каналах передаються тільки цифрові сигнали, в тому числі і по абонентських лініях, тобто кінцевий абонент передає дані безпосередньо в цифровій формі. Вона дозволяє об'єднати передачу голосу, даних і зображення. Суть технології полягає в тому, що різні пристрої, наприклад, телефони, комп'ютери, факси та інші пристрої, можуть одночасно передавати і приймати цифрові сигнали після встановлення комутованого з'єднання з віддаленим абонентом;

– інформаційні системи менеджменту – єдине інформаційне середовище, фізичною основою якого є інтегровані комп'ютерні мережі та системи зв'язку, яке дозволяє супроводжувати та координувати як технологічні процеси, так і ділову діяльність будь-якої організації;

– супутникові принтери;

– супутникові комунікації – система передачі сигналу від передавального центру до споживача через штучний супутник Землі, розташований на геостаціонарній навколоземній орбіті над екватором;

– інтегровані комунікаційні мережі – поєднанні певним чином учасники комунікаційного процесу за допомогою інформаційних потоків;

– системи мультимедіа – комбінування різних форм представлення інформації на одному носіїві, наприклад текстової, звукової і графічної, або, анімації і відео. Характерна особливість мультимедійних об'єктів та продуктів – наявність гіперпосилання;

– електронна комерція – це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій – smart cards – картка з інтегрованою схемою.

До чинників, що стримують розвиток цифрових та інноваційних технологій в індустрії гостинності, слід віднести:

– фінансово-економічні (середньому та малому бізнесу сфери гостинності досить складно вкладати значні кошти у цифровізацію діяльності, а пільги та програми щодо їх підтримки та стимулювання у цьому напрямі не передбачені);

– нормативно-правові (відсутність чіткого нормативно-правового законодавства, що регламентуватиме взаємодію суб'єктів під час переходу у цифровий простір, у тому числі захист персональних даних, контроль достовірності акаунтів і наданої інформації);

– загальна нестабільність (відмінності у фінансових і політичних можливостях регіонів для інтеграції у цифровий простір країни);

– дефіцит інвестицій у високотехнологічні галузі, вплив санкцій, перш за все обмежений доступ до трансферу технологій та імпорту готових рішень);

– низький рівень життя населення країни (відсутність можливості придбання сучасних максимально функціональних гаджетів, використання платного контенту і роумінгових послуг Інтернету в подорожах); – цифрова безграмотність населення (велика частина населення не знає про можливості цифрових технологій або знає дуже поверхнево). Існує низка чинників, що підтримують розвиток даної галузі і процесів цифровізації: – ізоляція від трансферу технологій, що вимагає від бізнесу застосування саме українських розробок; – ефект «низької бази», здатний різко оптимізувати бізнес-процеси за рахунок модернізації й упровадження інформаційних технологій; – перспективи зміни бізнес-моделей, що зумовлюють створення нових послуг.

Міжнародний досвід розвитку автоматизованих процесів в готельно-ресторанному бізнесі є широким і різноманітним. Багато країн та готельні і ресторани мережі впроваджують автоматизовані рішення з метою поліпшення ефективності, забезпечення високої якості обслуговування та зниження витрат.

Зокрема, в ресторанному бізнесі спостерігається широке застосування систем управління столиками та резерваціями. Автоматизовані системи дозволяють ресторанам ефективно керувати столиками, розкладами та резерваціями, забезпечуючи оптимальне використання простору та мінімізацію часу очікування для клієнтів. Також, автоматизація допомагає впроваджувати програми лояльності та бонусні системи, що стимулюють повторні відвідини та підтримують зв'язок з клієнтами. Збір та аналіз даних про покупки та вподобання клієнтів дозволяє ресторанам персоналізувати свою пропозицію та забезпечувати індивідуальний підхід до кожного клієнта [Леміш].

У готелях Marriott встановлені маячки для навігації, які дозволяють визначити постійних відвідувачів (маячки роблять це, зв'язуючись зі смартфонами користувачів, якщо у них встановлено програму Marriott). Таким гостям надсилають знижки та спеціальні додатки.

У багатьох європейських країнах в ресторанах використовуються автоматизовані системи кухні, які допомагають в оптимізації процесу приготування страв. Вони можуть включати екрани замовлень, які демонструють кухарям деталі замовлення, а також автоматизовані системи контролю температури та часу готування. Це сприяє поліпшенню продуктивності, скороченню часу на приготування та забезпечує більшу консистентність в якості страв. Мобільні додатки також є важливою складовою автоматизації в ресторанному бізнесі. Вони дозволяють клієнтам здійснювати замовлення, оплачувати рахунки, отримувати спеціальні пропозиції та акції, а також залишати відгуки. Це забезпечує більшу зручність та особистий досвід для клієнтів, а також дозволяє ресторанам збирати корисну інформацію для аналізу та вдосконалення своєї діяльності.

Зазначимо, що міжнародний досвід розвитку автоматизованих процесів в готельно-ресторанному бізнесі також показує важливість інтеграції різних систем для покращення ефективності та оптимізації робочих процесів.

Наприклад, інтеграція автоматизованих систем замовлень з системами управління запасами дозволяє ресторанам автоматично оновлювати запаси продуктів на основі замовлень, що надійно контролює рівень запасів та уникне непотрібного перевищення або дефіциту. Крім того, інтеграція автоматизованих систем з платіжними шлюзами дозволяє ресторанам забезпечувати безпечну та зручну оплату замовлень, виключаючи необхідність фізичного обміну готівкою. Це зменшує час обслуговування та ризик втрати грошей, а також забезпечує зручність для клієнтів [Лепкий Кош].

Так, в готелі Pengheng Space Capsules Hotel в китайському Шеньчжень весь персонал на ресепшен та у ресторані замінили роботами. Можливо впровадження подібних послуг не є тенденцією завтрашнього дня, тим не менш, визначені закономірності розвитку технологій індустрії гостинності простежуються вже достатньо чітко.

Таблиця 3.1

Приклади автоматизації в різних країнах світу

Країна	Автоматизовані технології
Японія Нідерланди	Ресторани використовують роботів-офіціантів для доставки страв до столів
США	Впроваджують мобільні додатки, які дозволяють клієнтам замовляти їжу та напої, оплачувати рахунки та отримувати спеціальні пропозиції
Китай	Використовують системи розпізнавання обличчя, що дозволяють клієнтам здійснювати оплату за допомогою сканування обличчя
	В готелі Pengheng Space Capsules Hotel в китайському Шеньчжень весь персонал на ресепшен та у ресторані замінили роботами
Іспанія	Використовуються автоматизовані системи контролю за запасами. Ці системи автоматично відстежують кількість і тип продуктів на складі
Швеція	Впроваджують системи передплати за їжу
Австралія	Використовуються автоматизовані системи замовлень та оплати, які інтегровані зі столиками
Франція	Використовують системи електронних меню, які дозволяють клієнтам переглядати меню на екранах планшетів або смартфонів

Джерело: розробка автора

Деякі ресторани впроваджують роботів та автоматизовані системи доставки їжі. Це дозволяє знизити залежність від людського фактору, забезпечити швидку та точну доставку замовлень, а також розширити географію обслуговування. Приклади автоматизації в різних країнах світу наведено в таблиці 3.1.

В Японії автоматизація в ресторанах стала досить поширеною. Наприклад, ресторани швидкого харчування використовують системи самообслуговування, де клієнти можуть замовляти їжу через термінали або кіоски. Деякі ресторани також використовують роботів-офіціантів для доставки страв до столів.

У США багато ресторанів впроваджують мобільні додатки, які дозволяють клієнтам замовляти їжу та напої, оплачувати рахунки та отримувати спеціальні пропозиції. Деякі ресторани також використовують системи управління столиками, які дозволяють ефективно розподіляти резервації та уникати затримок [Лупашко].

В Нідерландах деякі ресторани використовують роботів-офіціантів, які доставляють страви до столів. Ці роботи можуть переміщатися автономно по ресторану, уникати перешкод та забезпечувати швидку доставку замовлень.

В Китаї розповсюджена автоматизація в ресторанному бізнесі. Наприклад, деякі ресторани використовують системи розпізнавання обличчя, що дозволяють клієнтам здійснювати оплату за допомогою сканування обличчя. Крім того, ресторани можуть мати автоматизовані системи доставки їжі, включаючи роботів-кур'єрів [Yazina].

У деяких ресторанах в Іспанії використовуються автоматизовані системи контролю за запасами. Ці системи автоматично відстежують кількість і тип продуктів на складі і сповіщають про необхідність замовлення нових запасів. Це допомагає уникнути дефіциту товарів або переплати за зайві запаси.

У Швеції деякі ресторани впроваджують системи передплати на їжу. Клієнти можуть підписатися на певний період, платити щомісячну плату і отримувати щоденні готові страви, які доставляються безпосередньо до їх дверей. Це забезпечує зручність для клієнтів і дозволяє ресторанам планувати виробництво їжі заздалегідь [Матвійчук Л.Ю., Барський].

У деяких ресторанах Австралії використовуються автоматизовані системи замовлень та оплати, які інтегровані зі столиками. Клієнти можуть сканувати QR-код на столику, замовляти їжу та напої через мобільний додаток, а оплата здійснюється безпосередньо за допомогою цієї системи.

У Франції ресторани все частіше використовують системи електронних меню, які дозволяють клієнтам переглядати меню на екранах планшетів або смартфонів. Це дозволяє швидше здійснювати замовлення, змінювати склад страв та отримувати додаткову інформацію про страви [Матвійчук, Лепкий].

Таким чином, автоматизація процесів в ресторанному бізнесі допомагає підвищити продуктивність працівників, поліпшити якість обслуговування, знизити витрати та оптимізувати управління. Вона також дає можливість ресторанам адаптуватися до змін у споживацьких звичках та вимогах ринку, підвищує їх конкурентоспроможність та забезпечує стабільний розвиток у сучасному глобальному бізнес-середовищі [Rostovtsev].

Міжнародний досвід розвитку автоматизованих процесів у ресторанному бізнесі свідчить про те, що використання технологій та робототехніки в цій галузі має значний потенціал і може приносити багато переваг. За останні роки, ресторанний бізнес у багатьох країнах світу став свідком активного впровадження автоматизованих процесів, таких як автоматизоване замовлення та оплата, роботи-офіціанти, системи управління запасами та розкладу робочого часу, аналітика даних та інші інновації [Мазур].

Цей досвід підтверджує, що впровадження автоматизованих процесів допомагає ресторанам покращити ефективність роботи, знизити витрати,

підвищити якість обслуговування та задоволення клієнтів. Роботи можуть виконувати рутинні завдання швидше і точніше, звільняючи персонал від монотонної праці та дозволяючи їм сконцентруватись на більш складних та творчих аспектах роботи.

Автоматизація процесів в готельно-ресторанному бізнесі є важливим фактором для його розвитку. Це дозволяє підвищити ефективність роботи, знизити витрати, поліпшити якість обслуговування та забезпечити задоволення клієнтів. Існує кілька ключових факторів, що впливають на розвиток автоматизованих процесів в ресторанному бізнесі.

З появою нових технологій, таких як системи Інтернет-бронювання житлі, автоматизовані каси самообслуговування, мобільні додатки та інші системи, заклади індустрії гостинності отримують можливість автоматизувати багато рутинних операцій. Це сприяє підвищенню продуктивності працівників, зниженню помилок та покращенню обслуговування.

Автоматизація дозволяє закладам індустрії гостинності оптимізувати процеси приготування їжі, поселення відвідувачів, обробки замовлень, обслуговування споживачів, управління запасами та інше. Завдяки автоматизації, час, необхідний для виконання рутинних завдань, скорочується, що дозволяє персоналу більше уваги приділяти якості обслуговування клієнтів.

Цифровізація стає основним трендом, що помітно проявляється у моделях дистрибуції послуг індустрії гостинності, а також активно приходить у сферу автоматизації внутрішніх бізнес-процесів (комунікації з клієнтами, розподіл завдань усередині команди, електронні папки та меню та ін.). На сьогоднішній день сучасні готелі та ресторани це місце, де все створено виключно для зручності та комфорту клієнтів.

Поступово цифрові інновації стають новим стандартом готельно-ресторанного сервісу. Але крім двох очевидних тенденцій – розвитку

мобільних сервісів для гостей та запуску послуг на основі гаджетів, цифровізація індустрії гостинності також включає в себе впровадження розвинених рішень для аналітики та безпеки [Рибальченко].

За збір та аналітику різних рівнів даних про відвідувачів відповідають POS-системи, системи цифрової безпеки готелів та ресторанів. Використовуючи цю інформацію, заклади індустрії гостинності можуть заохочувати постійних клієнтів і робити висновки про поведінку клієнтів і їх перевагах, готувати просунуту аналітику. Системи цифрової безпеки можуть не тільки відстежувати найменші порушення суспільного порядку, але й, наприклад, надавати додаткову інформацію.

Крім того, автоматизація може забезпечити більш точно та швидке поселення відвідувачів, приготування страв, миття посуду, обробку платежів та інші процеси, що сприяють збільшенню задоволення клієнтів. Замовлення можуть бути точнішими, обробка здійснюється швидше, а обслуговування стає більш ефективним.

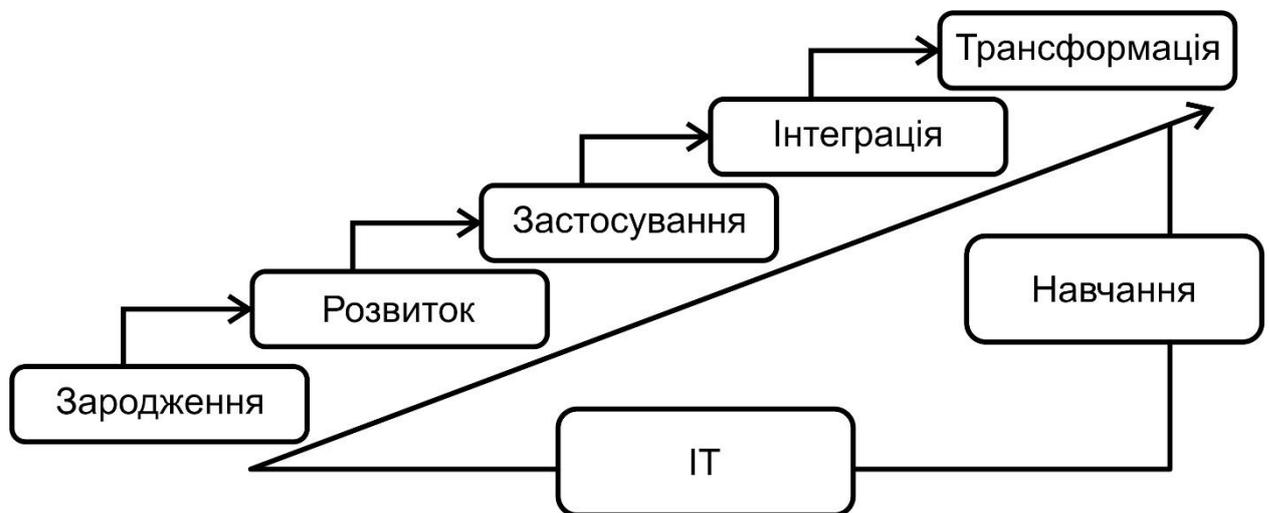


Рисунок 3.1 Етапи життєвого циклу впровадження автоматизованих технологій в індустрію гостинності

Джерело: [14] з доробкою автора

Також, автоматизація дозволяє закладам індустрії гостинності знизити витрати на робочу силу, оптимізувати процеси закупівель та управління запасами, уникнути помилок, пов'язаних з ручними операціями, та знизити втрати. Це може позитивно позначитися на фінансовому стані закладів індустрії гостинності.

Процес залучення інформаційних технологій у сферу діяльності будь-якого підприємства індустрії гостинності, можна представити у вигляді моделі (рис. 3.1), яка побудована на основі життєвого циклу будь-якого інноваційного проекту чи проекту інформатизації [Дітковський].

Характеристика видів автоматизованих технологій в готельно-ресторанному бізнесі представлено на рис. 3.2.

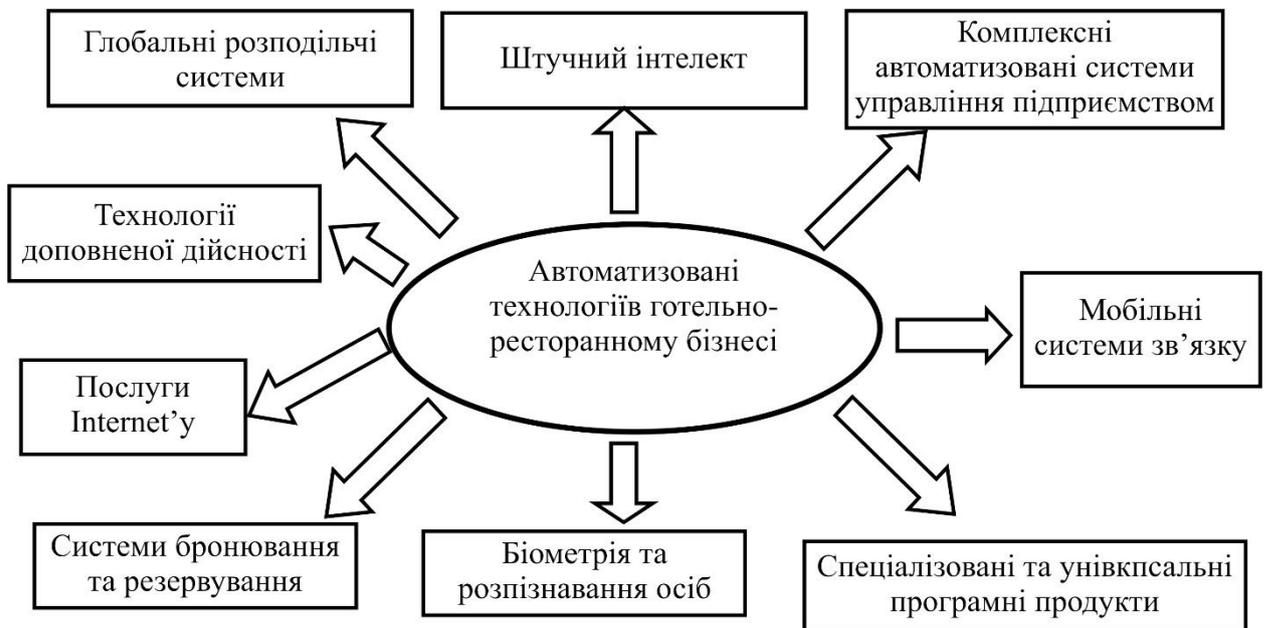


Рисунок 3.2 Характеристика видів автоматизованих технологій в готельно-ресторанному бізнесі

Джерело: [14] з доробкою автора

Сучасні гості індустрії гостинності все більше очікують швидкої та ефективною обробки своїх замовлень. Автоматизація дозволяє закладам розміщення та ресторанного обслуговування задовольнити ці очікування, забезпечуючи швидке обслуговування та зменшення часу очікування на замовлення [5].

Фактори, що впливають на розвиток автоматизованих процесів в готельно-ресторанному бізнесі, включають технологічні інновації, покращення ефективності роботи, покращення якості обслуговування, зниження витрат та зміни у споживацькій поведінці. Ці фактори сприяють модернізації ресторанного бізнесу, поліпшенню конкурентоспроможності та забезпеченню задоволення клієнтів [6].

Автоматизовані процеси в готельно-ресторанному бізнесі розвиваються під впливом кількох факторів. Перш за все, швидкі темпи технологічного розвитку впливають на автоматизацію процесів закладів індустрії гостинності.



Рисунок 3.3 – Основні причини, що стримують впровадження автоматизованих систем

Джерело: [14] з доробкою автора.

Поява нових і поліпшених технологій, таких як розумні пристрої, роботизація, штучний інтелект та інші, дозволяє ресторанам впроваджувати автоматизовані системи для покращення ефективності та якості обслуговування. Основні причини, що стримують впровадження автоматизованих систем представлено на рис. 3.3.

Зростання споживчого попиту також впливає на розвиток автоматизованих процесів у закладах індустрії гостинності. Завдяки автоматизації ресторани можуть забезпечувати швидше обслуговування клієнтів, зменшуючи час очікування. Це особливо актуально, де є великий потік клієнтів, а також в популярних закладах з високою швидкістю обслуговування [7].

Економічні фактори також грають важливу роль у розвитку автоматизованих процесів в готельно-ресторанному бізнесі. Впровадження автоматизованих систем може допомогти ресторанам знизити витрати на працю, оптимізувати процеси складання меню, замовлення і управління запасами. Це може призвести до збільшення прибутковості і стабільності бізнесу. Зміни у способі споживання та очікуваннях клієнтів також стимулюють розвиток автоматизованих процесів. Сучасні клієнти часто вимагають швидкого та зручного обслуговування, можливості замовлення їжі онлайн та безконтактної оплати. Автоматизація дозволяє задовольнити ці потреби та пристосуватися до змін в споживанні [4].

Також важливим фактором, що впливає на розвиток автоматизованих процесів в готельно-ресторанному бізнесі, є зміна робочої сили і кадрових викликів. В деяких регіонах виникає проблема зі знайденням достатньої кількості кваліфікованих робітників у сфері обслуговування. Автоматизація може виступати як засіб вирішення цього завдання, замінюючи деякі ручні операції автоматизованими системами, такими як автоматизовані каси, системи замовлень та розподілу, роботизовані кухні тощо [8]. Роботизація

сервісного процесу у закладах ресторанного господарства представлено на рис. 3.4.



Рисунок 3.4. Роботизація сервісного процесу у закладах ресторанного господарства

Джерело: [14] з доробкою автора.

Технологічні інновації, спрямовані на покращення безпеки і якості продуктів, також можуть стимулювати впровадження автоматизації у ресторанному бізнесі. Наприклад, автоматизовані системи моніторингу температури та інших параметрів можуть забезпечувати безпеку продуктів харчування та допомагати уникнути ризику захворювань, пов'язаних з харчовими отруєннями. Крім того, законодавчі вимоги і нормативи можуть також впливати на розвиток автоматизованих процесів у ресторанному бізнесі. Наприклад, вимоги щодо електронного обліку, звітності або ідентифікації продуктів можуть стимулювати впровадження автоматизованих систем для забезпечення відповідності і уникнення штрафів. Необхідність підвищення ефективності операцій, скорочення часу обслуговування та зниження помилок також може бути фактором, що спонукає ресторани до впровадження автоматизації. Автоматизовані системи

замовлень, управління запасами, розподілу робочого часу та інші можуть допомогти ресторанам збільшити ефективність процесів та забезпечити кращу якість обслуговування [9].

Крім того, зміна споживацьких звичок і очікувань також є суттєвим фактором, що спонукає ресторани до автоматизації своїх процесів. Сучасні клієнти все більше орієнтуються на швидкість обслуговування, зручність та інтерактивність. Впровадження автоматизованих систем замовлень через мобільні додатки або термінали самообслуговування дозволяє клієнтам швидко та зручно отримати свої замовлення, а також налаштувати свої уподобання щодо страв і напоїв. Це робить ресторанний досвід більш індивідуалізованим та задовольняє потреби сучасного споживача [53].

Підвищення конкурентної боротьби в галузі ресторанного бізнесу також спонукає заклади до використання автоматизації. Ресторани, які впроваджують автоматизовані системи, мають перевагу у плані швидкості обслуговування, точності замовлень та зниження помилок. Це дозволяє їм залучати більше гостей і зберігати лояльність існуючих. Сталі зростання використання даних та аналітики в бізнесі також сприяє розвитку автоматизації в ресторанах. Збір і аналіз даних про замовлення, відгуки клієнтів, популярність страв та інші параметри дозволяють ресторанам виявити тенденції та зробити інформовані рішення. Автоматизовані системи допомагають управляти цими даними, забезпечуючи більш ефективне планування, управління запасами, прогнозування попиту та стратегічне планування [10].

Окрім перерахованих, розвиток автоматизованих процесів в ресторанному бізнесі може бути також зумовлений наступними факторами:

- модернізація інфраструктури, у вигляді, наприклад, встановлення нових POS-систем, використання більш потужних комп'ютерів, розширення бездротових мереж, а також підключення до хмарних сервісів, що

- дозволяють забезпечити зручну та надійну роботу автоматизованих процесів;
- зростання свідомості про переваги автоматизації, наприклад такими перевагами можуть бути: зниження помилок, покращення точності замовлень, збільшення продуктивності працівників та зниження витрат. Усвідомлення таких переваг призводить до підвищення інтересу впровадження автоматизованих рішень у ресторанному бізнесі;
 - підвищення доступності технологій. Завдяки зростанню технологічного розвитку, автоматизовані системи стають більш доступними для ресторанних підприємств. Вартість обладнання та програмного забезпечення знижується, що робить його більш доступним для навіть невеликих ресторанів. Це сприяє поширенню автоматизованих рішень у всій галузі ресторанного бізнесу;
 - зміни в роботі з персоналом через автоматизацію яка впливає на структуру робочої сили у ресторанах. Деякі ручні процеси можуть бути замінені автоматизованими системами, що може призвести до перерозподілу обов'язків між працівниками. Наприклад, автоматизовані системи замовлень можуть зменшити потребу у касирах тощо [11].

Усі ці фактори взаємодіють між собою і сприяють розвитку автоматизованих процесів у ресторанному бізнесі. Автоматизація допомагає ресторанам досягати більшої ефективності, покращувати якість обслуговування, знижувати витрати та пристосовуватися до змін у сучасному споживацькому середовищі.

3.2. Прогноз зміни кількісних показників гостинності Австралії як субрегіону Океанії до 2030 року

В якості змінної x є вхідний туристичний потік до Австралії.

Вхідний потік:

```
X1 := (3440 3645 3850 4055 4259 4464 4669 4873 5078 5283 5487 5692 5897 6101 6306 6511
      6715 6920 7125 7329 7534 7739 7943 8148 8353 8557 8762 8967)
Кількість кімнат:
Y1 := (164237 169025 173814 178602 183391 188179 192968 197756 202545 207333 212122 216910
      221699 226487 231276 236064 240853 245641 250430 255218 260007 264795 269584 274372 279161
      283949 288738 293526)
X1 := X1T   Y1 := Y1T
ORIGIN := 1   Початковий індекс в матрицях становить 1
```

$X1 =$	3440 3645 3850 4055 4259 4464 4669 4873 5078 5283 5487 5692 5897 6101 6306 6511 6715 6920 7125 7329 7534 7739 7943 8148 8353 8557 8762 8967	$X1_1 = 3440$	164237 169025 173814 178602 183391 188179 192968 197756 202545 207333 212122 216910 221699 226487 231276 236064 240853 245641 250430 255218 260007 264795 269584 274372 279161 283949 288738 293526	$Y1 =$	$\Delta := X1_2 - X1_1$ $\Delta = 205$ $\Delta := Y1_2 - Y1_1$ $\Delta = 4788$ $\Delta := Y1_9 - Y1_8$ $\Delta = 4789$
--------	--	---------------	--	--------	---

2. Виконання операцій

mean(Y1) = 228881.5	mean(X1) = 6203.643
max(Y1) = 293526	max(X1) = 8967
min(Y1) = 164237	min(X1) = 3.44×10^3
median(Y1) = 228881.5	median(X1) = 6203.5
var(Y1) = 1496163832.25	var(X1) = 2733440.372

Рисунок 3.5. Лістинг розрахунку кореляційної залежності кількості кімнат в закладах розміщення від кількості туристів, що приїжджають до Австралії (MathCad).

Джерело: розробка автора.

mean -- Повертає середнє арифметичне, або середнє, з A, B, C, ... підбиваючи суму всіх елементів в аргументах і поділяють на загальну кількість елементів.

median -- Повертає медіану елементів A, B, C, ..., значення **min** і **max** яке існує на рівну кількість значень.

var -- Повертає коефіцієнт варіації елементів A, B, C,

Чим більший коефіцієнт варіації, тим менш однорідна сукупність і тим менш типова середня для даної сукупності.

3. Побудова лінійного рівняння регресії

`a := line(X1, Y1)`

`a := intercept(X1, Y1)`

`b := slope(X1, Y1)`

`a = 83743.359`

`b = 23.396`

4. Визначення коефіцієнта кореляції:

`corr(X1, Y1) = 1`

Рис. 3.6. Продовження лістингу розрахунку кореляційної залежності кількості кімнат в закладах розміщення від кількості туристів, що приїжджають до Австралії (MathCad).

Джерело: розробка автора

Чим значення коефіцієнта кореляції ближче до 1, тим достовірніше прогнозоване рівняння регресії. В нашому випадку $corr = 1$, що свідчить про ідеальний із можливих варіантів рівнянь регресії.

На підставі лістинга розрахунків рівняння регресії виглядає наступним чином:

$$f(x) = a + bx = 83743,359 + 23,396x ; \quad (3.1)$$

Розглядаючи графіки на рисунку 3.1 Аналітичний графік кількості кімнат (номерів) в залежності від в'їзного туристичного потоку в Австралії можна зробити висновок про те, що форми кривих повторюють одна одну тому й не дивно що коефіцієнт кореляції дорівнює одиниці. І це красномовно

свідчить про найтісніший кореляційний зв'язок між кількістю кімнат (номерів) в залежності від в'їзного туристичного потоку до Австралії.

Основним показником якості, точності та відповідності розрахунків рівняння регресії є коефіцієнт кореляції, який вкладається в інтервал $[0,1]$.

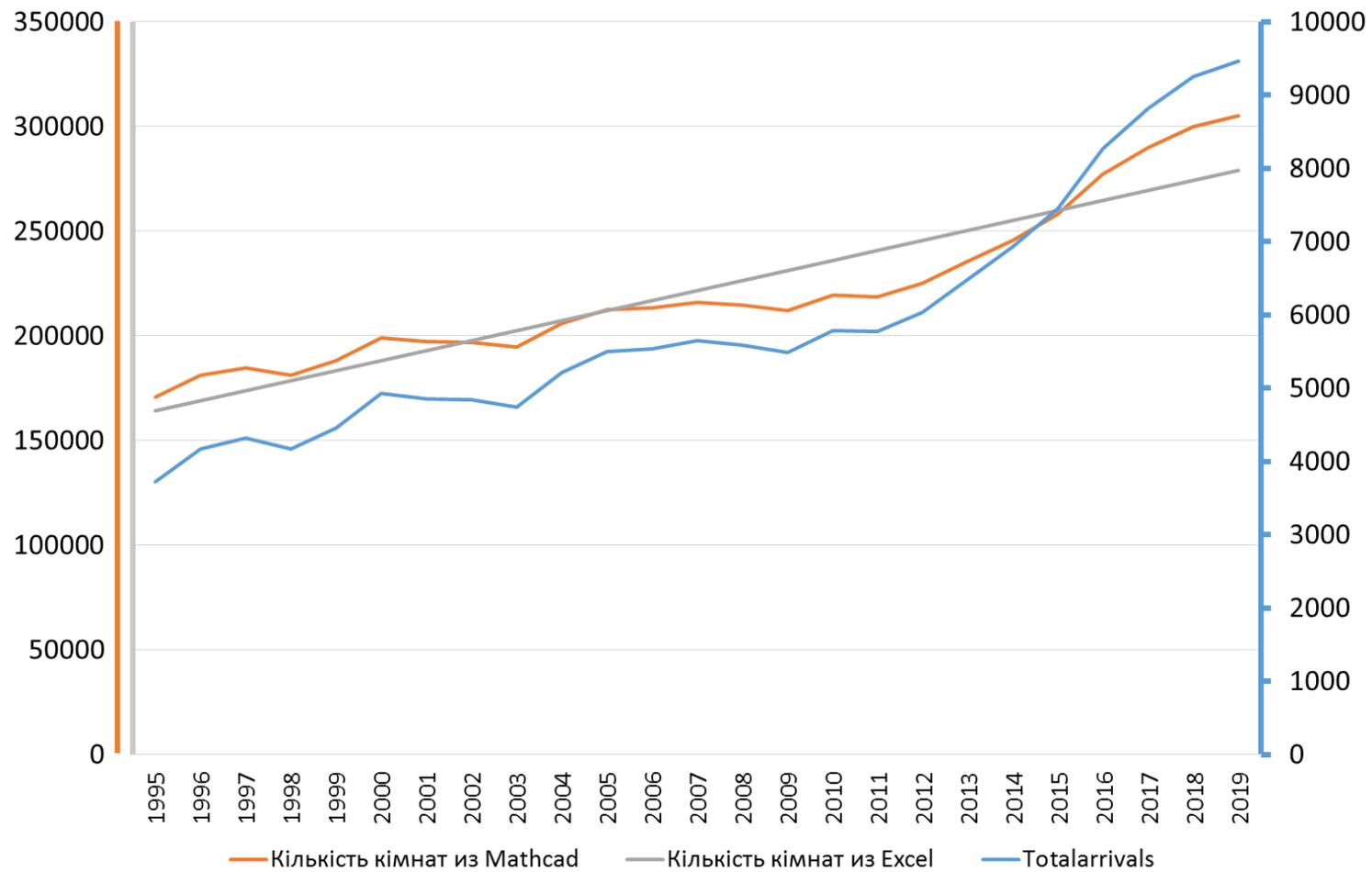


Рисунок 3.7 Аналітичний графік кількості кімнат (номерів) в залежності від в'їзного туристичного потоку та прогнозованих MS Excel. (Австралія)

Джерело: розробка автора

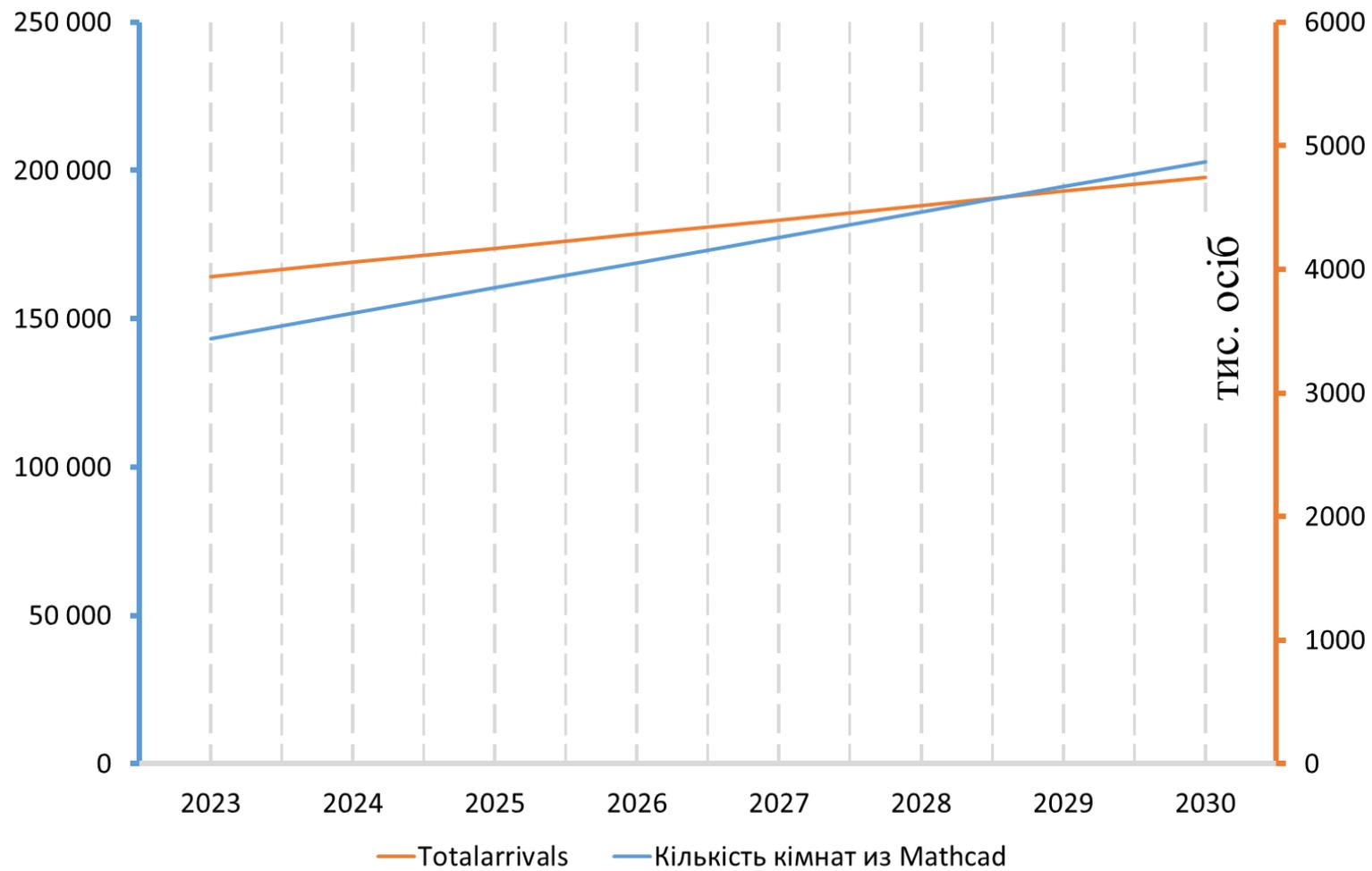


Рисунок 3.8 Прогноз кількості кімнат (номерів) в залежності від в'їзного туристичного потоку. (Австралія)

Джерело: розробка автора

Таблиця 3.1

Таблиця лістингу з програмного комплексу MS Excel для розрахунку прогнозованих величин (Австралія).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1															
2	C.	S.	C. & S.	Basic data and indicators						Units	Notes	1995	1996	1997	1998
3					Totalarrivals			Thousands		1/	VF	3726	4165	4318	4167
4								Кількість кімнат из Mathcad				170917	181188	184767	181234
5								Кількість кімнат из Excel				164237	169025	173814	178602
6								$\Delta = K_{\text{Mathcad}}^{\text{кімнат}} - K_{\text{Excel}}^{\text{кімнат}}$				+6 680	+12 163	+10 954	+2 632
7															

	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD
1															
2	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
3	4459	4931	4856	4841	4746	5215	5499	5532	5644	5586	5490	5790	5771	6032	6482
4	188066	199109	197354	197003	194781	205753	212398	213170	215790	214433	212187	219206	218762	224868	235396
5	183391	188179	192968	197756	202545	207333	212122	216910	221699	226487	231276	236064	240853	245641	250430
6	+4 676	+10 930	+4 387	-753	-7 764	-1 580	+276	-3 740	-5 908	-12 054	-19 088	-16 858	-22 091	-20 773	-15 033
7															

	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR
1										+/- до 2019				
2	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
3	6922	7449	8269	8815	9246	9466	1828	246	3694	3440	3645	3850	4055	4259
4	245690	258020	277205	289979	300063	305210	126511	89498,8	170168	164 226	169 022	173 818	178 614	183 387
5	255218	260007	264795	269584	274372	279161	283949	288738	293526					
6	-9 528	-1 986	+12 410	+20 396	+25 691	+26 049	-157 438	-199 239	-123 358	+90				
7										1	2	3	4	5

	AS	AT	AU
1			
2	2028	2029	2030
3	4464	4669	4873
4	188 183	192 979	197 752
5			
6			
7	6	7	8

Джерело: розробка автора на підставі [39]

Таблиця 3.2

Таблиця лістингу розрахунку прогнозованих величин на підставі поєднання розрахунків в MS Excel та MathCad (Австралія).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1															
2	C.	S.	C. & S.	Basic data and indicators						Units	Notes	1995	1996	1997	1998
3								Totalarrivals	Thousands	1/	VF	3726	4165	4318	4167
4		1.2							Кількість кімнат из Mathcad			170917	181188	184767	181234
5									Кількість кімнат из Excel			164237	169025	173814	178602
6											Δ=	+6 680	+12 163	+10 954	+2 632
7															
8									$\Delta = K_{Mathcad}^{кімнат} - K_{Excel}^{кімнат}$						
9															
10									<u>Розрахунки елементів туристичного бізнесу:</u>						
11															
12															
13									кількість закладів (розрахункова) в країні		
14									кількість ліжко-місць в закладі		
15									Кількість ліжко-місць в кімнаті			2,86	2,78	2,75	2,96

продовження таблиці 3.2

	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD
1															
2	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
3	4459	4931	4856	4841	4746	5215	5499	5532	5644	5586	5490	5790	5771	6032	6482
4	188066	199109	197354	197003	194781	205753	212398	213170	215790	214433	212187	219206	218762	224868	235396
5	183391	188179	192968	197756	202545	207333	212122	216910	221699	226487	231276	236064	240853	245641	250430
6	+4 676	+10 930	+4 387	-753	-7 764	-1 580	+276	-3 740	-5 908	-12 054	-19 088	-16 858	-22 091	-20 773	-15 033
7															
8															
9															
10															
11															
12															
13	4179,80	4149,82	4123,72	4003,54	4135,97	4051,14	4164,22	4359,19
14	148,97	148,52	149,67	150,85	149,15	149,22	151,08	151,96
15	2,98	2,85	2,90	2,86	2,98	2,85	3,11	2,90	2,90	2,97	3,02	2,92	2,91	2,81	2,69

продовження таблиці 3.2

	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS
1										+/- до 2019					
2	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
3	6922	7449	8269	8815	9246	9466	1828	246	3694	3440	3645	3850	4055	4259	4464
4	245690	258020	277205	289979	300063	305210	126511	89498,8	170168	164 226	169 022	173 818	178 614	183 387	188 183
5	255218	260007	264795	269584	274372	279161	283949	288738	293526						
6	-9 528	-1 986	+12 410	+20 396	+25 691	+26 049	-157 438	-199 239	-123 358	+90					
7										1	2	3	4	5	6
8															
9															
10															
11															
12															
13	4467,10	4607,50	4950,09	5471,30	5556,72	5758,68	2432,91	1754,88	3210,72	3081,50	3171,49	3261,48	3351,48	3441,03	3531,03
14	152,22	126,18	126,18	126,18	126,18	126,18	126,18	116,48	113,82	126,18	126,18	126,18	126,18	126,18	126,18
15	2,59	2,63	2,44	2,07	2,00	1,96	4,73	6,69	3,52	3,65	3,54	3,45	3,35	3,27	3,18

звершення таблиці 3.2

	AT	AU
1		
2	2029	2030
3	4669	4873
4	192 979	197 752
5		
6		
7	7	8
8		
9		
10		
11		
12		
13	3621,02	3710,58
14	126,18	126,18
15	3,10	3,03

Джерело: розробка автора на підставі [39]

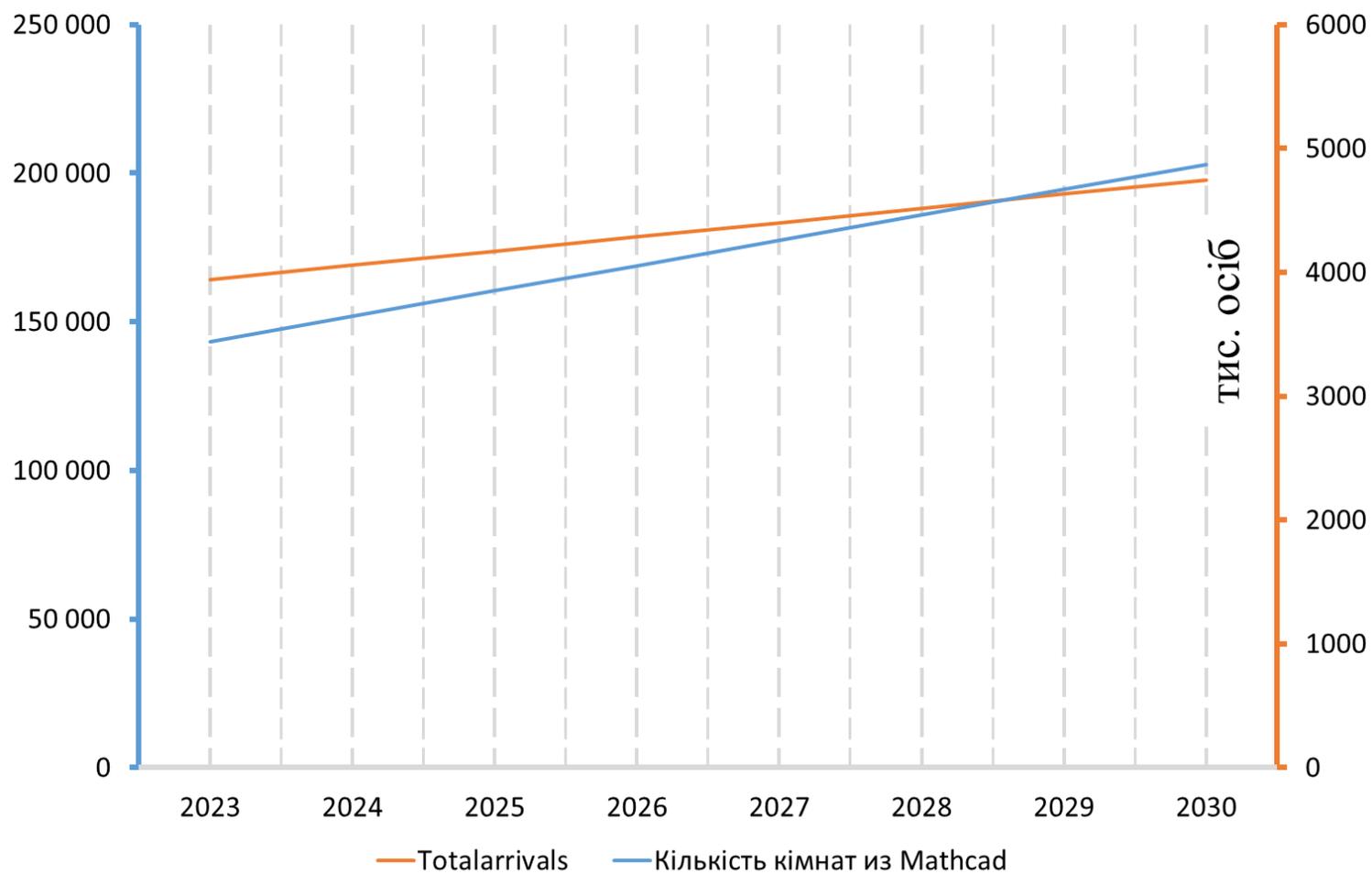


Рисунок 3.9. Діаграма прогнозу змін вхідного потоку та кількості номерів в засобах розміщення в Австралії на період до 2030 року

Джерело: розробка автора

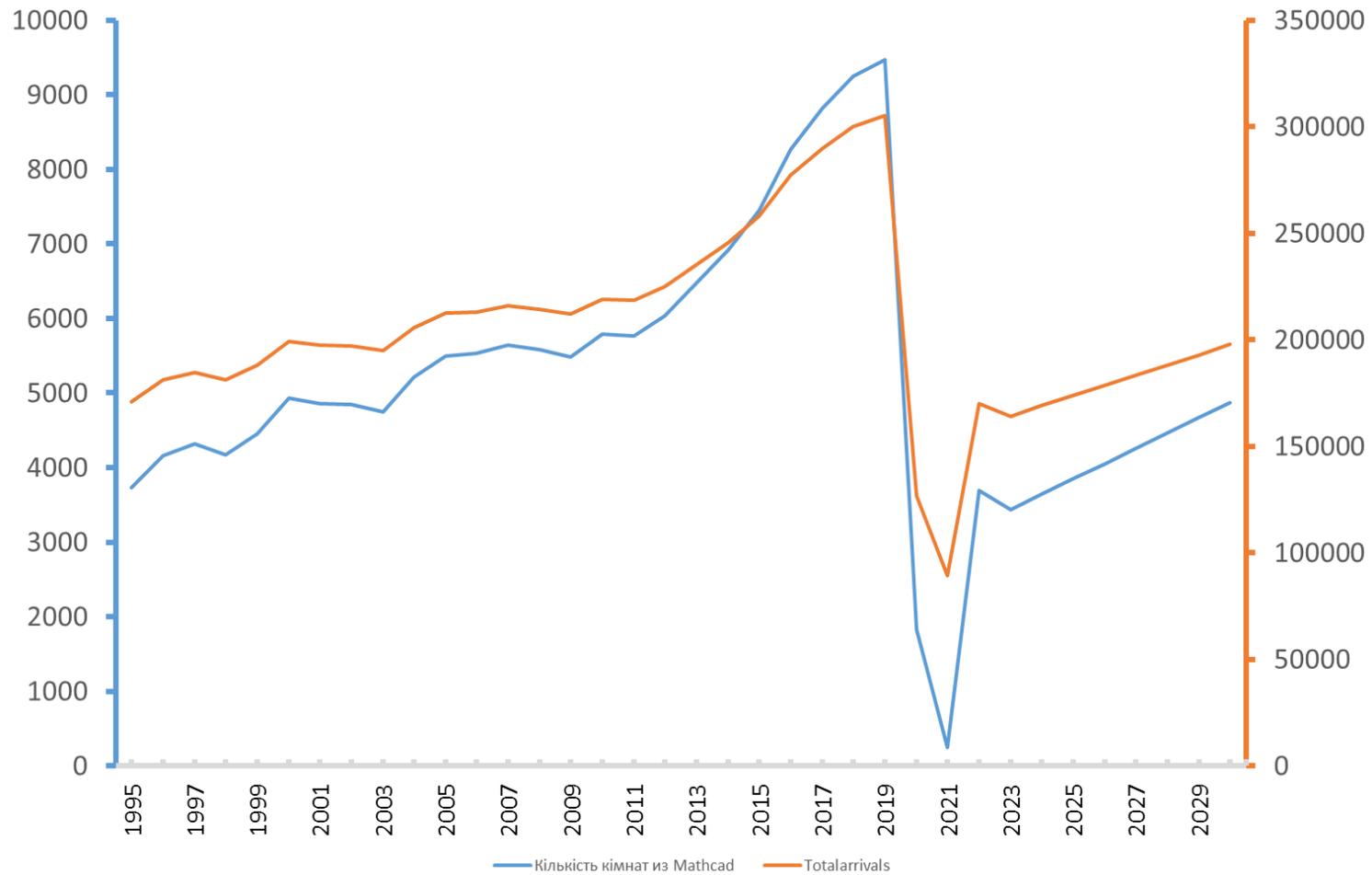


Рисунок 3.10 Порівняльні графіки між в'їзному потоку та розміром номерного фонду протягом 1999-2030 рр. в Австралії

Джерело: розробка автора

3.3. Прогноз зміни кількісних показників гостинності Нової Зеландії як субрегіону Океанії до 2030 року

Автор виконав прогноз на підставі алгоритму, викладеного в п. 1.3, (рис. 1.4).

Вхідний потік --> X1 Кількість кімнат --> Y1 ORIGIN := 1 Початковий індекс в матрицях становить 1

$$\begin{array}{l}
 \begin{pmatrix} 12069 \\ 12855 \\ 13640 \\ 14426 \\ 15212 \\ 15998 \\ 16783 \\ 17569 \\ 18355 \end{pmatrix} \\
 X1 :=
 \end{array}
 \quad
 \Delta_1 := X1_2 - X1_1
 \quad
 \Delta_1 = 786
 \quad
 \begin{array}{l}
 \begin{pmatrix} 87244 \\ 87634 \\ 88024 \\ 88414 \\ 88803 \\ 89193 \\ 89583 \\ 89973 \\ 90363 \end{pmatrix} \\
 Y1 :=
 \end{array}
 \quad
 \Delta_2 := Y1_2 - Y1_1
 \quad
 \Delta_2 = 390
 \quad
 \begin{array}{|c|c|}
 \hline
 & 1 \\
 \hline
 1 & 87244 \\
 \hline
 2 & 87634 \\
 \hline
 3 & 88024 \\
 \hline
 4 & 88414 \\
 \hline
 5 & 88803 \\
 \hline
 6 & 89193 \\
 \hline
 7 & 89583 \\
 \hline
 8 & 89973 \\
 \hline
 9 & 90363 \\
 \hline
 \end{array}
 \quad
 Y1 =$$

2. Виконання операцій

$$\text{mean}(Y1) = 88803.444$$

$$\text{max}(Y1) = 90363$$

$$\text{min}(Y1) = 87244$$

$$\text{median}(Y1) = 88803$$

$$\text{var}(Y1) = 1013133.58$$

$$\text{mean}(X1) = 15211.889$$

$$\text{max}(X1) = 18355$$

$$\text{min}(X1) = 12069$$

$$\text{median}(X1) = 15212$$

$$\text{var}(X1) = 4115845.877$$

mean -- Повертає середнє арифметичне, або середнє, з A, B, C, ... підбиваючи суму всіх елементів в аргументах і поділяють на загальну кількість елементів.

median -- Повертає медіану елементів A, B, C, ..., значення **min** і **max** яке існує на рівну кількість значень.

var -- Повертає коефіцієнт варіації елементів A, B, C,

$$\sigma = \sigma / \text{хсер} * 100\%$$

Чим більший коефіцієнт варіації, тим менш однорідна сукупність і тим менш типова середня для даної сукупності.

3. Побудова лінійного рівняння регресії

$$a := \text{line}(X1, Y1)$$

$$y = a + bx = 81256.223 + 0.496x$$

$$a := \text{intercept}(X1, Y1)$$

$$b := \text{slope}(X1, Y1)$$

$$a = 81256.226$$

$$b = 0.496$$

4. Визначення коефіцієнта кореляції:

$$\text{corr}(X1, Y1) = 1$$

Рисунок 3.11 Лістинг розрахунку кореляційної залежності кількості кімнат в закладах розміщення від кількості туристів, що приїжджають до Нової Зеландії (MathCad).

Джерело: розробка автора

$$f = 81256,225 + 0,496x; \quad (3.2)$$

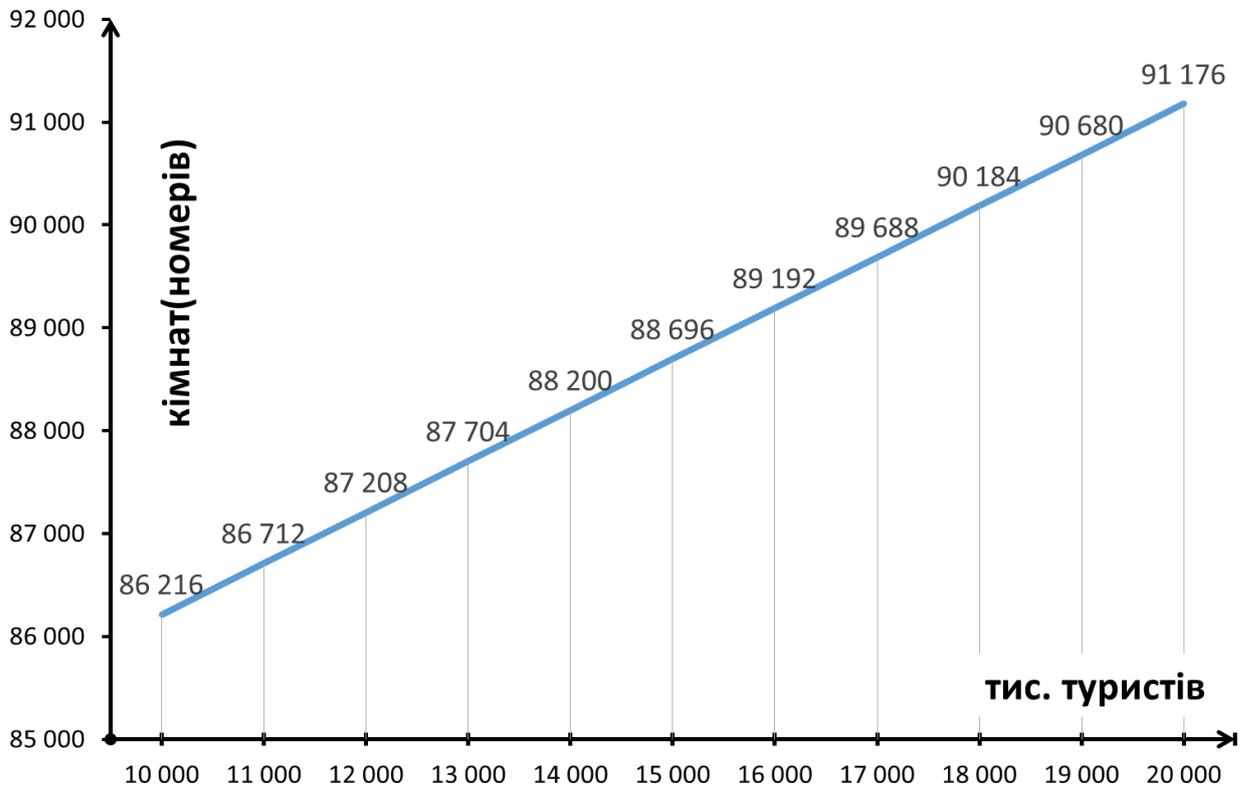


Рисунок 3.12 Графік прогнозу необхідної кількості номерів від кількості туристів, що в'їжджають до Нової Зеландії.

Джерело: розробка автора.

Графік (рис. 3.12) дозволяє дуже зручно за наявності в'їзного потоку визначити кількість потрібних номерів. Далі на підставі кількості номерів можна визначити кількість закладів (розрахункова) в країні, кількість закладів (розрахункова) в країні та кількість ліжко-місць в закладі. Для цього використовують формули 1.1-1.4.

Цей алгоритм доволі доступний через те, що в'їзний потік найбільш поширений і його можна знайти й на місцевих сайтах.

Таблиця 3.3

Таблиця лістингу розрахунку прогнозованих величин на з метою поєднання розрахунків в MS Excel та MathCad (Нова Зеландія).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1																		
2	C.	S.	C. & S.	Basic data and indicators				Units	Notes	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
3	554	0	554-0	NEW ZEALAND				POINT		1	2	3	4	5	6	7	8	
4	554	1.29	554-1.29	Guests				Thousands										
5	554	1.30	554-1.30	Overnights				Thousands	1/	12 985	12 188	13 081	13 854	14 718	16 451	17 239	17 588	
6																		
7	Готелі та подібні заклади																	
8	554	0	554-0	NEW ZEALAND														
9				закладах					1/	1	2	3	4	5	6	7	8	
10	554	4.13	554-4.13	Кількість закладів				Units		2 826	2 797	2 806	2 771	2 756	2 675	2 656	2 651	
11	554	4.14	554-4.14	Кількість кімнат				Units		86 835	87 695	88 791	88 914	89 057	87 739	88 757	90 723	
12	554	4.15	554-4.15	Кількість ліжко-місць				Units		
13	554	4.16	554-4.16	Заповнюваність номерів				Percent		50	49	51	53	55	58	59	59	
14	554	4.17	554-4.17	Заповнюваність ліжко-місць				Percent		
15	554	4.18	554-4.18	Середня тривалість перебування				Nights		2	2	2	2	2	2	2	2	
16																		
17				різниця між фактичними та розрахунковими значеннями (Excel)														
18				потік розрахунковий				$\Delta =$		12069	12855	13640	14426	15212	15998	16783	17569	
19				Кількість кімнат розрахунковий				$\Delta =$		+916	-667	-559	-572	-494	+454	+456	+19	
20										87244	87634	88024	88414	88803	89193	89583	89973	
21										-409	+61	+767	+500	+254	-1 454	-826	+750	

звершення таблиці 3.3

	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	
1	прогноз												
2	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	
3	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
4													
5	17 588	1 370	1 370	4 849	5 280	6 066	6 851	7 637	8 423	9 209	9 994	10 780	
6	$\Delta = 16\,218$												
7	$f = 785,75x + 11283 - \Delta$												
8													
9	9												
10	2 651												
11	90 723	90 753	91 143	91 533	91 922	92 312	92 702	93 092	93 482	93 872	94 262	94 652	
12	..								X=>	12069	87244	<=Y	
13	59	$f = 389,88x + 86854$									12855	87634	
14	..									13640	88024		
15	2									14426	88414		
16										15212	88803		
17	18355									15998	89193		
18	-767									16783	89583		
19	90363									17569	89973		
20	+360									18355	90363		
21													

для передавання
в MathCad



Джерело: розробка автора на підставі [39]

ВИСНОВКИ

В результаті виконання дипломної роботи досліджено поточний стан індустрії гостинності в Австралії та Новій Зеландії як субрегіону Океанії.

Автором запропонований алгоритм розрахунку необхідного номерного фонду для розміщення туристів, що приїждять до субрегіонів Океанії, а саме до Австралії та Новій Зеландії, залежно від саме кількості цих туристів. Алгоритм дозволяє легко визначити необхідний номерний фонд для розміщення туристів на період до 2030 року.

Розрахунки були виконані в наступній послідовності:

1) Побудовані графіки динаміки зміни кількості кімнат (номерів) в закладах розміщення та зміни в'їзного туристичного потоку.

2) На цих графіках нанесені лінії тренду за лінійною апроксимацією. Програма MS Excel запропонувала рівняння ранжируваної змінною (point). Ця змінна співставляється з роками спостереження.

3) Виконані розрахунки кореляційно-регресійного аналізу за допомогою MathCad, результатом якого стала математична залежність кількості кімнат (номерів) в закладах розміщення від зміни в'їзного туристичного потоку.

4) На підставі подальших розрахунків визначені кількість закладів, та кількість лішко-місць, які прямо-пропорційно залежні від кількості кімнат (номерів) в закладах розміщення.

Запропонований алгоритм може бути розвинений автором в наступних наукових роботах: магістерській, різних статтях і, навіть, в дисертаційному дослідженні.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Мартієнко А.І, Дишкантюк О.В. Сутність гостинності як економічної категорії. Економіка: реалії часу. №2(30), 2017. С. 72-78. URL : <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf> Дата звернення 12.12.2024.
2. Єгупова І. М. Індустрія гостинності: поняття, склад та місце у сфері послуг. Економіка та суспільство. Випуск 29. 2021. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/a754/6b8562bd751ea0009ceaa39ad1a10f2da972.pdf> Дата звернення 12.12.2024.
3. Діджиталізація у сучасній індустрії туризму та гостинності: проблеми і перспективні напрями. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-12-03> Дата звернення 12.12.2024.
4. Як живеться українці в Австралії: розповідь від першої особи. URL: <https://thepage.ua/ua/experts/umovi-zhittya-v-avstraliyi-dlya-pereselenciv>
5. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. / Австралія й Океанія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Австралія_й_Океанія Дата звернення 12.12.2024.
6. Резюме. URL : <https://studfile.net/preview/10099708/page:9/>
7. ТОП-27 світових готельних брендів і мереж. URL: <https://trips.com.ua/ohlyady/top-27-svitovyh-hotelnyh-brendiv-ta-merezh/>
8. ТОП-10 екологічних отелей Канберри, Австралія. URL: <https://etichotels.com/ru /Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. /journal/top-10-sustainable-hotels-in-canberra-australia/>
9. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. / Субрегіони Океанії (ООН). URL : [https://uk.wikipedia.org/wiki/Субрегіони_Океанії_\(ООН\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Субрегіони_Океанії_(ООН))
10. Руденко В.П. Основи готельної справи. – Електронний ресурс. – URL : http://pidruchniki.com/1584072023997/turizm/osnovi_gotelnoyi_spravi.
11. Основні види послуг, їх характеристика та класифікація. – Електронний ресурс. – URL : http://toplutsk.com/articles-article_1604.html.

12. Класифікація галузей промисловості – Електронний ресурс. – URL : <http://gospodarstva.com/klasifikatsiya-galuzej-promislovosti/>.
13. Дишкантюк О.В. Формування інфраструктурного забезпечення сфери гостинності / О.В. Дишкантюк // Економіст. – 2016, – №7. – С. 25-28.
14. Готельно-ресторанна справа: навчальний посібник для аудиторної та позааудиторної роботи студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа / автори: Матвійчук Л.Ю., Чепурда Л.М., Лютак О.М., Сидорук С.В., Смаль Б.А., Лепкий М.І., Подоляк В.М., Зубехіна Т.В, Громик О.М., Дашук Ю.Є. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2023. – 356 с.
15. Гонtareва І. В. Підприємництво : підручник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с.
16. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник. К.: НУХТ, 2018. 360с
17. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
18. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 368 с.
19. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти. 2021. 108 с.
20. Економіка підприємства. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/20503/ Портал Дія. URL: <https://diia.gov.ua/services/grant-na-vlasnusravu> Обґрунтування доцільності проекту та оцінка його ефективності.
21. Полінкевич О.М., Волинець І. Г. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків: навч. посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 336 с.
22. Полінкевич О. М. Маркетинг туризму та готельно-ресторанної справи : навч. посібник. Луцьк : ЛНТУ, 2022. 288 с. 1 електрон. опт. диск (CD-

- ROM). Об'єм даних 5,9 Мб. <https://lib.lntu.edu.ua/uk/147258369/11184>. 28.
- Тест 1: «Перевір свої підприємницькі здібності». URL: 31
<https://studfile.net/preview/7285349/page:2/>
23. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л.Г. Мельника, д.е.н., проф. О.І. Карінцевої. Суми, 2021. 316 с.
24. Панченко С.В., Дикань В.Л., Воловельська І.В., Маслова В.О. Управління бізнесом : підручник. Харків, 2017. 291 с.
25. Радченко С.Г. Етика бізнесу: навч. посіб. / 2-ге вид., переробл. і допов. Київ, 2014. 396 с.
26. Кремень В.Г., Пазиніч С.М., Пономарьов О.С. Філософія управління:
27. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств : Наказ Міністерства економіки України від 06.09.2006 № 290 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0290665-06>.
28. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-планів інвестиційних проектів : Наказ Державного агентства України з інвестицій та розвитку від 31.08.2010 № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1041.39798.0>
29. Карпов В.А. Планування та аналіз підприємницьких проектів. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 243 с.
30. Кривов'язюк І.В. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. 3-тє вид., доп. і переробл. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. – 396 с.
31. Хаустова І.Є., Александрова В.О., Шовкопляс Т.С. Деякі особливості господарських ризиків у готельному бізнесі. Економіка та управління підприємствами. Випуск 25. 2018. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/25_2018_ukr/86.pdf.
32. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. - К.: ВИРА-Р, "Альтерпрес", 2001. - 208 с.
33. Буряк Л.Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: Навч.-метод.

- Посібник для самот. вивчення дисципліни/ Київський національний економічний ун-т. - К: КНЕУ, 2002. -84 с.
- 34.Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: Навч.-метод посіб. для самот. вивчення дисципліни / Київський національний економічний ун-т. - К.: КНЕУ, 2000. -124 с.
- 35.Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: Навч. посіб. для студ. екон. спец. вузів. - К.: Знання, 2001.-214 с.
- 36.Л.М. Худолій, Г. Б. Мунін. Управління якістю як один із головних важелів конкурентоздатності готелю // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. - 2002. -17.
- 37.Лук'янова Л.Г., Дорошенко Т Т., Мініч І.М. Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посіб./За ред. проф. В.К. Федорченка. – К.: Вища школа, 2001 - 237 с.
- 38.Мунін Г.Б. Ефективність управління товарно-матеріальними запасами в готельному комплексі // Збірник наукових праць "Продуктивні сили і регіональна економіка". – К.: РВПС України НАН України, 2002 р.
- 39.Tourism Statistics Database [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/tourism-statistics-database>. Дата звернення 10.01.2025.
- 40.Готелі Канбери [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://www.hotels-canberra.com/ru/type/hotels-12/3/>. Дата звернення 10.01.2025.