

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет географії, туризму та історії
Кафедра туризму та економіки

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

_____ Казаков В.Л.

(підпис) (прізвище, ініціали)

« ____ » _____ 202__ р.

Реєстраційний № _____

« ____ » _____ 202__ р.

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА
РЕГІОНУ МАКЕДОНІЇ І ФРАКІЇ У ГРЕЦІЇ

Кваліфікаційна робота здобувачки освіти

групи _____ ТУР-21

(шифр групи)

ступінь вищої освіти бакалавр

спеціальності 242 Туризм

Мартенс Марії Сергіївни

Керівник: кандидат географічних наук,

доцент Пацюк В.С.

Оцінка: _____

Національна шкала _____

Шкала ECTS _____ Кількість балів _____

Голова ЕК _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

Члени ЕК _____

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Мартенс Марія Сергіївна, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавав(ла) і не одержував(ла) недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомлений(а). Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ГРЕЦІЇ.....	6
1.1. Організаційні аспекти діяльності закладів розміщення в Греції.....	6
1.2. Підходи щодо класифікації закладів розміщення Греції.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РОЗМІЩЕННЯ ПІВНІЧНОЇ ГРЕЦІЇ.....	25
2.1. Географічна специфіка регіонів Македонії і Фракії у Греції.....	25
2.2. Порівняльний аналіз діяльності закладів розміщення Північної Греції.....	32
РОЗДІЛ 3. ГОТЕЛЬНЕ ГОСПОДАРСТВО ПІВНІЧНОЇ ГРЕЦІЇ В ПРОДУКТАХ УКРАЇНСЬКИХ ТУРОПЕРАТОРІВ.....	43
3.1. Аналіз пропозицій туристичних операторів з України до Північної Греції.....	43
3.2. Рекомендації щодо включення готельних підприємств Македонії і Фракії до програм турів українських туроператорів.....	47
ВИСНОВКИ.....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	52
ДОДАТКИ.....	55
Додаток А.....	55
Додаток Б.....	56
Додаток В.....	57
Додаток Г.....	58
Додаток Д.....	59
Додаток Е.....	60
Додаток Ж.....	61
Додаток З.....	62

ВСТУП

У сучасних умовах стрімкого розвитку міжнародного туризму готельне господарство відіграє ключову роль у формуванні туристичної привабливості регіонів. Регіон Македонії і Фракії в Греції є перспективним напрямом для внутрішнього та міжнародного туризму завдяки поєднанню унікального природного ландшафту, історико-культурної спадщини та розвиненої туристичної інфраструктури.

Сфера туризму і рекреації є однією з ключових елементів економіки Греції, так як прибутки від в'їзних туристичних потоків становлять 20% від ВВП держави, зокрема в регіонах Македонія та Фракія, які мають багату історико-культурну спадщину та природні ресурси. Проте галузь стикається з викликами: вплив економічної кризи, застаріла матеріально-технічна база, нестабільні сезонні відвідування країни, недостатня кількість висококваліфікованого персоналу, конкуренція з більш розвиненими туристичними напрямками Греції. Наукові дослідження підкреслюють необхідність модернізації інфраструктури, підвищення конкурентоспроможності та адаптації до глобальних туристичних трендів.

Розвиток готельного господарства є ключовим фактором для зростання туристичних потоків у Македонії та Фракії, а також для підвищення економічної привабливості цих регіонів. Актуальність дослідження зумовлена також необхідністю адаптації готельного господарства до нових викликів, таких як цифровізація, екологічна відповідальність, зміна туристичних потоків унаслідок геополітичних та економічних чинників.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз сучасного стану готельного господарства регіону, визначення ключових проблем та розробка рекомендацій для його розвитку.

Завданнями виступають:

- дослідити особливості функціонування готельного господарства Греції та його класифікації;

- здійснити аналіз географічної специфіки регіонів Македонії і Фракії;
- проаналізувати специфіку діяльності закладів розміщення Північної Греції;
- виявити пропозиції туристичних операторів з України до Північної Греції;
- надати рекомендації щодо включення готельних підприємств Македонії і Фракії до програм турів українських туроператорів

Об'єктом дослідження буде готельне господарство регіону Македонія–Фракія.

Організаційні аспекти діяльності закладів розміщення в Греції виступають *предметом* роботи.

Застосовані такі методи дослідження як:

- Аналіз наукової літератури та статистичних даних
- Оцінка готельної бази досліджуваних районів
- Порівняння ресурсів двох туристичних регіонів

Результати роботи можуть бути використані для формування державних програм підтримки туризму, оптимізація інвестиційної політики в готельному бізнесі або розробки маркетингових стратегій для залучення туристів.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел, що включає 41 найменування, 8 додатків. Загальний обсяг роботи 64 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ГРЕЦІЇ

1.1. Організаційні аспекти діяльності закладів розміщення в Греції

Створення перших закладів розміщення у IV тис. до н. е. пов'язане з потребою забезпечення мандрівників місцями для ночівлі, харчуванням та відпочинком. Від рівня розвитку закладів гостинності значною мірою залежали зростання господарств, а також економічний стан окремих міст і регіонів. Заклади гостинності відображають особливості матеріальної й духовної культури, а також традиції прийому гостей різних національностей.

Перші відомості про подорожі виникають в античних джерелах і тісно стосуються території Стародавнього Єгипту, Близького Сходу та Греції. Саме між цими регіонами відбувалися найактивніші переміщення людей з торговельною, паломницькою, завойовницькою, оздоровчою, розважальною та пізнавальною місцевістю. Давні документи свідчать про створення спеціалізованих закладів для розміщення мандрівників, зокрема у вавилонських рукописах. Наприклад, у Кодексі царя Хаммурапі (1792–1750 рр. до н.е.) містяться таверни, які, крім надання харчування та функціонування як будинки розпусти, також пропонували ночівлю. Відповідно до цього кодексу власники таверни були зобов'язані зв'язатися з владою про відвідувачів, які під час розмови висловлювали наміри вчинити злочин [23].

Розвиток торговельних зв'язків на Близькому Сході та у Стародавній Греції в I тисячоліття до нашої ери, а також пов'язані з цим тривалі подорожі, сприяли створенню розгалуженої мережі закладів, які надавали не тільки послуги харчування, а й забезпечували проживання мандрівників – так званих заїжджих дворів. Давньогрецькі заїжджі двори вирізнялися високим рівнем сервісу, оригінальністю архітектурних рішень і впровадженням сучасних зручностей для гостей. У Греції існували два основних типи таких закладів: приватні – катагогії та державні – пандокеї. Незалежно від форми власності, у міських заїжджих дворах було організовано постійне водопостачання за

допомогою керамічних труб, облаштовані туалети (латрики), вода, фонтани та декоративне озеленення дворів. Саме тут часто зупинялися державні чиновники, заможні патриції, які приїжджали на спортивні змагання, відвідували театри чи відомі храми [12, с.12].

У туристичному секторі індустрія гостинності, а особливо готельний бізнес, відіграє важливу і помітну роль. Більше того, зосередженість галузі на підвищенні якості та сталості позиціонує Грецію як конкурентоспроможну DESTИНАЦІЮ, що додає стійкості економіці. Постійно вдосконалюючи об'єкти та впроваджуючи сталі практики, грецькі готелі приваблюють високоприбутковий туризм, сприяючи зростанню ВВП, підвищенню рівня зайнятості та регіональному розвитку в залежних від туризму регіонах. Готельна індустрія в Греції є не лише постачальником послуг, але й значним рушієм економічної активності в різних суміжних галузях. Від будівництва і сільського господарства до транспорту і роздрібної торгівлі, хвильові ефекти цього сектору виходять далеко за межі його безпосереднього внеску. Економічні мультиплікатори, пов'язані з туризмом, широко визнані як механізм посилення економічних вигод, особливо в країнах з потужним туристичним профілем [5].

Протягом багатьох років туризм демонстрував неабияку стійкість перед обличчям численних криз, включаючи глобальний економічний спад 2008 року. Однак ця стійкість зазнала серйозного випробування під час глобальної кризи, спричиненої пандемією COVID-19, коли туризм виявився одним із найбільш постраждалих секторів, зазнавши безпрецедентних перебоїв і різкого спаду активності в усьому світі. У зв'язку з цим варто згадати, що на кожне зменшення надходжень від міжнародних подорожей на 1 млрд євро ВВП зменшується на 0,57%, рівень зайнятості знижується на 0,61%, а дефіцит торговельного балансу зростає на 0,676 млрд євро. У цих нестабільних умовах готельний сектор Греції зазнав суттєвих збитків. У 2020 році лише 60% грецьких готелів працювали, дотримуючись протоколів охорони здоров'я. У період з липня по вересень 2020 середній рівень заповнюваності діючих

готелів становив 41%, але якщо спрогнозувати загальну місткість готелів, то рівень заповнюваності впав лише до 23%. У серпні 2020 року, у піковий сезон для грецького туризму, заповнюваність діючих готелів знизилася до 28% порівняно з 87% у серпні 2019 року. Крім того, середня ціна за номер зазнала помітного падіння, знизившись на 16% у серпні 2020 року та на 11% у вересні 2020 року порівняно з аналогічними місяцями 2019 року. Ці тенденції призвели до драматичного скорочення на 78% у загальному готельному обороті за 2020 рік порівняно з 2019 роком і відповідно високим скороченням зайнятості в готелях (- 74% серпень 2020 року: серпень 2019 року). Однак у 2022 році готельний сектор Греції продемонстрував значне відновлення, а загальні показники помітно покращилися. До серпня заповнюваність готелів повернулася до рівня 2019 року, досягнувши 88%, а середня вартість номера зросла на 20% порівняно з серпнем 2019 року, що призвело до зростання загального готельного обороту на 2,4% порівняно з 2019 роком [6].

Реєстр готелів, який веде Грецька готельна палата (НСН), постійно оновлюється щодня, що робить його динамічним джерелом інформації, яке постійно розвивається. Отже, дані, отримані з цього реєстру, являють собою лише тимчасовий "знімок" готелів на конкретний момент отримання інформації. Це означає, що цифри, місткість і категорії в реєстрі можуть регулярно змінюватися в міру додавання готелів, завершення модернізації або коригування категорій, що гарантує, що залишається точним і актуальним для відображення поточного стану готельного сектора Греції. Готельний фонд Греції налічує близько 10 110 закладів із загальною кількістю 447 352 номери. Готелі трьох вищих категорій (5*–3*) становлять 56,3% готелів, що відповідає 76,2% загального номерного фонду. Окрім цього, в туристичних регіонах доступна велика кількість номерів для оренди. По всій країні функціонує понад 305 кемпінгів, які пропонують 30 000 місць для розміщення та 2 500 невеликих будиночків. Більшість об'єктів розміщення нещодавно були відремонтовані та оновлені, тому забезпечують сучасний рівень комфорту та якісні послуги [6].

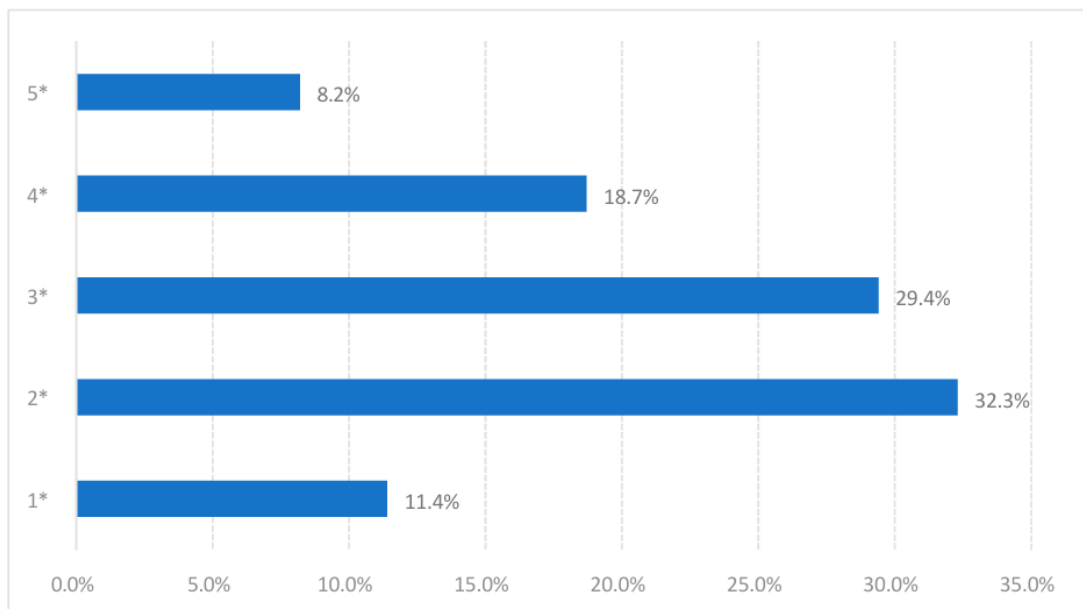


Рис. 1.1.1. Розподіл готельного сектору Греції за класами готелів (у номерному фонді) [6]

Кілька типів житла, які наявні на території Греції

- Готелі
- Апартаменти
- Резиденції та вілли
- Кемпінг та глемпінг
- Гуртожитки [11]

Права та обов'язки гостей готелю та готельєрів

Права та обов'язки гостей і готелів були вперше включені до Цивільного кодексу Греції, а пізніше більш детально до Закону № 1652/30-10-1986. Ці норми визначають:

- Власник готелю несе відповідальність за будь-яке пошкодження, знищення або вивезення речей, принесених гостями в готель, за винятком випадків, коли пошкодження викликано недбалістю самих гостей, їхніх відвідувачів, супроводжуючих чи помічників, характером самого об'єкта або причинами, що не залежать від власниці готелю.

- Відповідальність власника готелю обмежена певною сумою на кожного гостя за пошкодження або втрату грошей чи цінностей.

- Претензія гостя щодо будь-якого пошкодження або видалення є недійсною, якщо претензія не буде зроблена негайно.

- Власник готелю може на законних підставах використовувати частину речей, принесених гостем до готелю, як гарантію щодо претензій щодо розміщення та супутніх послуг, що надаються готелем і не компенсуються гостем.

Положення про відносини між гостями готелю та власниками готелів (Кодекс відносин) спочатку були розроблені як рішення генерального секретаря Грецької національної туристичної організації, № 503007 / 76, а потім були змінені рішенням генерального секретаря Грецької національної туристичної організації, №. 535813/79. Регламент був ратифікований як закон парламентом Греції відповідно до статті 8 Закону № 1652/1986. Вищезазначений закон регулює аспекти щоденних відносин між власниками готелів та окремими гостями або туристами, які подорожують групами, організованими в туристичних пакетах [41]. Положення, серед іншого, визначають, що:

- Власник готелю зобов'язаний здавати в оренду номери готелю та пропонувати всі рекламовані послуги будь-якому гостю, який їх запитує, за деякими винятками (наприклад, якщо гість явно п'яний).

- Адміністратор готелю може запросити заставу до 25% від загальної вартості перебування гостя, яка розраховується як узгоджені дні перебування X добова ціна.

- У кожному номері є плакат із цінами готелю.

- У день від'їзду гість повинен залишити номер до 12 години дня. Вони можуть домовитися з власником готелю, щоб номер залишився довше, якщо він є. У разі продовження терміну перебування до 18:00 гість повинен сплатити додаткову плату в розмірі половини добової вартості. У разі продовження перебування після 18.00 гість повинен сплатити власнику готелю повну вартість доби.

- Ціна двомісного номера дорівнює ціні номеру з двома односпальними ліжками, якщо номер офіційно характеризується як двомісний.
- Якщо в двомісному номері проживає одна особа, то з гостя стягується 80% від звичайної вартості двомісного номера за умови, що ця сума не менша за вартість одномісного номера в тому ж готелі.

Додаткове місце в одно- або двомісному номері збільшує вартість номера на 20% [13, 14].

Основним ресурсом готелю є його персонал. Якими б не були інноваційні ідеї, сучасні технології чи сприятливі зовнішні фактори, досягнення високих результатів без професійної, мотивованої команди неможливо. Співробітники взаємодіють за допомогою спілкування, створюють нові ідеї та забезпечують роботу готелю. Без людей не існує організації, а без кваліфікованих кадрів жоден готель не зможе реалізувати свої цілі. Управління персоналом у готелі тісно пов'язане з людськими ресурсами та взаємовідносинами в колективі. Сьогодні ключовими чинниками конкурентоспроможності виступають забезпечення працівників, рівень їх мотивації, організаційна структура та форми роботи, які впливають на ефективність використання персоналу.

Готельна сфера відзначається високою трудомісткістю. Для неї характерні такі особливості зайнятості, як мобільність, сезонне коливання, значна частка некваліфікованих працівників, залучення тимчасового персоналу, велика кількість жінок, які працюють неповний день або обіймають керівні посади, висока плинність кадрів та низький рівень оплати праці. До специфіки організації праці в готелях також належить низький рівень автоматизації та механізації технологічних процесів [3, с.62].

Більшість досліджень у сфері управління людськими ресурсами було проведено у виробничому та комерційному секторах і значно менше – у сфері послуг та готельному бізнесі. На готельну індустрію, як трудомістку галузь, значною мірою впливають якість (як технічні, так і поведінкові аспекти якості)

своїх працівників, у досягненні бізнес-цілей, наданні високоякісних послуг та створенні конкурентних переваг.

Специфічні характеристики готельної індустрії, такі як висока плинність кадрів, дефіцит кваліфікованих кадрів, гнучкий графік роботи, низький рівень заробітної плати, неоднорідність за розміром фірми, формою власності (міжнародні підприємства проти національних фірм) та класом/категорією послуг, роблять управління людськими ресурсами більш важливим для досягнення організаційних цілей конкретному контексті. Залучення та відбір правильних людей є відправною точкою для досягнення цих цілей шляхом ефективного управління персоналом організації.

В епоху, що характеризується постійними змінами в економічному, політичному та соціальному середовищі, в епоху глобалізації, технологічного прогресу та легкої мобільності ресурсів, фірмам доводиться конкурувати і залишатися успішними на цій розширеній глобальній арені. Тому існує потреба в диференціації, що веде до стійкої конкурентної переваги). У відповідь на цю потребу фокус уваги змістився з традиційних джерел (капітал, земля, технології) на бізнес-системи та процеси, зокрема на людський капітал, який став новим джерелом конкурентних переваг. Людські ресурси (ЛР) як навички, знання, ставлення та компетенції, а також спосіб управління ними є ключовими факторами для створення стійкої конкурентної переваги, оскільки їх важко імітувати.

Це особливо стосується сфери послуг, яка значною мірою залежить від людського капіталу для свого успішного функціонування та надання послуг. «Подорожі та туризм» є однією з галузей сектору послуг, яка, порівняно з іншими галузями послуг, характеризується постійним зростанням протягом останніх 70 років, навіть під час нестабільних ситуацій та кризових періодів. Отже, людські ресурси та управління ними лежать в основі бізнесу. Однак це питання є відносно занедбаним у літературі і, зокрема, в готельному секторі [24, 28].

Готельна індустрія в усьому світі і, зокрема, в Греції має кілька відмінних характеристик, таких як: неоднорідність (наявність великих міжнародних підприємств і невеликих національних готелів, що працюють в одному регіоні), чутливість до змін (інновації, технологічний прогрес, економічні, соціальні проблеми та проблеми мобільності), сезонність, гнучкість людських ресурсів, високий відсоток працівників, які зайняті неповний робочий день, і непрофесійних працівників, дефіцит кваліфікованих кадрів, а також низькооплачувана праця, правовий статус (для більшості робочих місць), слабкий вплив профспілок та високий рівень плинності кадрів. Ці характеристики зумовлюють необхідність емпіричних досліджень щодо впровадження та ефективності відмінних та різноманітних практик управління персоналом для того, щоб готельна фірма залишалася успішною та досягала своїх цілей, особливо, коли дефіцит талантів залишається однією з найгостріших проблем управління людськими ресурсами в туристичній галузі.

Розглядаючи управління людськими ресурсами як систему (вхід-процес-вихід), найм та відбір є найважливішими процесами для залучення та утримання кваліфікованих працівників за розумні кошти та досягнення відповідності між людиною, роботою та організацією. Рекрутинг – це сукупність практик/методів, що застосовуються фірмою для виявлення та залучення потенційних працівників, тоді як відбір – це також сукупність практик/методів для прийняття рішень відповідно до заздалегідь встановлених критеріїв щодо кандидатів, які будуть призначені на посади. Ці практики вважаються досить важливими у функції управління персоналом, оскільки вони впливають на всі організаційні практики та рішення.

Відповідно до системного підходу в управління людськими ресурсами, практики керування персоналом взаємопов'язані таким чином, що успішне або не успішне виконання однієї з них має безпосередній вплив на ефективність та результативність іншої. Наприклад, якщо під час відбору відбираються найбільш кваліфіковані кандидати на конкретні робочі місця, то потреба в тривалій індукції (початковому навчанні) буде низькою. І навпаки, якщо

бізнес систематично навчає і забезпечує високі програми розвитку для своїх працівників, то поганий процес відбору та найму компенсується.

Зосереджуючись зараз на Греції, в останні роки кількість грецьких фірм, які застосовують принципи та методи управління персоналом, неухильно зростає, хоча більша частина з них все ще використовує старомодні системи та практики управління персоналом.

Що стосується практики найму та відбору персоналу, то міжнародні підприємства, що працюють у Греції, та національні/місцеві фірми, як правило, використовують переважно схожі практики. Основна відмінність між ними полягає в тому, що міжнародні підприємства, як правило, мають письмові та формалізовані процедури найму та відбору порівняно з місцевими компаніями. Внутрішні джерела (переведення на іншу посаду, внутрішні оголошення/домашня сторінка), рекрутинг через агентства, реклама в пресі та рекомендації співробітників у Греції найчастіше використовуються як практика набору персоналу. Малий/сімейний розмір грецьких фірм (>85% з них є малими та середніми) виправдовує широке використання рекомендацій співробітників як методу найму.

На відміну від більшості міжнародних підприємств, для більшості грецьких компаній процес відбору зазвичай не є стандартизованим, а рішення ґрунтується на особистих відносинах та суб'єктивних критеріях. Співбесідам, перевірці резюме та рекомендацій, анкетним формам та рекомендаціям “з уст в уста” надається перевага як надійним методам прогнозування відповідності працівника, його робочої поведінки та продуктивності. Методи групового відбору та особливо групові співбесіди, психометричні/особистісні тести та центри оцінки використовуються не так часто, як співбесіди.

Беручи до уваги останні тенденції у сфері найму та відбору персоналу, електронні методи (найм та відбір персоналу через Інтернет та соціальні мережі), грецькі фірми відстають від міжнародних підприємств, здебільшого через їхній розмір та рівень технологій, що застосовуються в них.

Практика управління людськими ресурсами в індустрії гостинності недостатньо розвинена порівняно з іншими галузями. Це також стосується Греції, де до цього часу було проведено мало досліджень у готельному секторі щодо практики управління персоналом, і немає досліджень, особливо щодо практики набору та відбору персоналу в готелях категорій 5* та 4*.

Теорія управління людськими ресурсами та результати досліджень, загалом і в готельній індустрії, зокрема, свідчать про те, що такі характеристики фірми, як: вік, розмір, тип власності, організаційна структура, впливають на практику управління персоналом. Зокрема, готельна індустрія нехтує своїми людськими ресурсами, і в результаті методи, що використовуються багатьма готелями, не відповідають меті залучення та утримання найкращих талантів (хоча залучення та утримання працівників є однією з найбільших проблем галузі). Не дивно, що, використовуючи застарілі методи управління персоналом, їм важко найняти кваліфікований і надійний персонал. Згідно з літературними джерелами, готелі з високим рейтингом(*), швидше за все, мають встановлені формальні та письмові практики управління персоналом, а отже, і практики набору та відбору персоналу [15, с. 324].

Успіх провідних світових готелів у досягненні високої якості обслуговування, оперативному оновленні послуг, зниженні витрат та ефективній взаємодії персоналу значною мірою пояснюється впровадженням сучасних систем управління кадрами. Для ефективної кадрової політики вивчається ретельний аналіз особливостей ринку праці, а також внутрішні чинники готелю, такі як стратегічні цілі розвитку, особливості управлінського стилю, характер поставлених завдань, специфіку трудових колективів тощо [26].

Основними завданнями управління персоналом у готелі є:

- підвищення конкурентоспроможності закладу;
- зростання продуктивності праці та виробництва, що сприяє максимізації прибутку;
- забезпечення високої соціальної ефективності роботи колективу [40].

Для успішного досягнення поставлених цілей необхідно:

- Забезпечити готель необхідною кількістю працівників відповідної кваліфікації.
- Встановити оптимальне співвідношення між організаційною структурою готелю та структурою трудових ресурсів.
- Максимально ефективно використовувати потенціал як окремих співробітників, так і всього колективу.
- Створити умови для продуктивної праці, високого рівня організованості, мотивації, самодисципліни, а також сформувати у працівників навички співпраці.
- Забезпечити закріплення робітників і формування стабільного колективу, як гарантію, що поверне витрачені для залучення та розвитку персоналу кошти.
- Сприяти реалізації професійних прагнень, потреб і інтересів співробітників щодо змісту роботи, кар'єрного зростання тощо.
- Досягати балансу між інтересами готелю та працівників, а також між економічною та соціальною ефективністю.
- Підвищувати ефективність управління персоналом, досягаючи поставлених цілей із мінімальними витратами на робочу силу.

Ефективність управління персоналом і повне досягнення цілей закладу розміщення значною мірою залежить від побудови системи управління кадрами, максимальним усвідомленням принципів її функціонування, а також вибором найбільш ефективних технологій і методів роботи з працівниками.

Важливо, щоб стратегія управління персоналом була гармонійно поєднана зі стратегією розвитку готелю. Основні функції такої інтеграції включають:

- підбір, найм і формування команди для забезпечення найвищого рівня обслуговування;
- оцінювання результатів роботи персоналу;
- ефективне використання потенціалу співробітників та їх заохочення;

- забезпечення соціальної відповідальності власника перед кожним працівником [21].

Здійснення ефективного управління персоналом і повне досягнення поставлених цілей обумовлюється тим, які варіанти побудови системи управління персоналом готелю обрано, наскільки глибоко зрозумілий механізм її функціонування, а також оптимальним вибором технологій і методів роботи з працівниками.

Організація праці на підприємстві включає:

- ❖ Поділ і кооперацію праці – науково обґрунтований розподіл обов'язків і формування виробничих колективів.

- ❖ Організація та обслуговування робочих місць для ефективного використання робочого часу.

- ❖ Нормування праці у встановлених нормативах витрат праці на виробництво продукції та надання послуг, що є основою для організації роботи та оцінки ефективності виробництва.

- ❖ Підбір і розвиток персоналу – планування, відбір, навчання та кар'єрне зростання працівників.

- ❖ Оптимізація режимів праці й відпочинку – раціональне планування роботи та відпочинку для підтримки працездатності.

- ❖ Раціоналізація трудових процесів – впровадження ефективних методів роботи для економії часу.

- ❖ Поліпшення умов праці – мінімізація шкідливих факторів, забезпечення безпеки.

- ❖ Зміцнення трудової дисципліни та підвищення активності працівників .

- ❖ Мотивацію і оплату праці.

Організація праці готельного персоналу спрямована на забезпечення безперервної роботи з підготовки, розміщення, обслуговування та відвідування гостей. Вона включає визначення кількості працівників, їх розподіл за підрозділами та посадами, встановлення обов'язків, планування,

облік і контроль роботи. Ці функції забезпечують кадрову службу, планово-економічний відділ та керівники готелю. Вони формують графіки роботи й відпусток, організовують контроль навчання, виконують обов'язки і ведуть облік праці [2].

Оптимальна чисельність персоналу збільшується за допомогою нормування праці, яке враховує специфіку готелю, обсяг робіт і кваліфікацію працівників. Застосовуються такі норми: чисельності, часу, виробітку, обслуговування, співвідношення чисельності та централізації. Нормативи можуть коригуватися залежно від умов роботи та рівня механізації.

У готелях використовують різні системи оплати праці: на основі чайових, участь у прибутку або фіксовану зарплату, часто поєднуючи дві останні. Працівники можуть працювати індивідуально або в бригадах. Бригадна форма організації праці забезпечує колективну відповідальність за якість і обсяг виконаних робіт, рівномірний розподіл навантаження та взаємозамінність, що особливо ефективно для масових професій (покоївки, офіціанти, підсобний персонал) [3].

1.2 Підходи щодо класифікації закладів розміщення Греції

Класифікація готелів та інших видів розміщення створена для вирішення певних завдань, тому в багатьох базах класифікацій лежать різні критерії. Найбільш загальною є система, запропонована Всесвітньою туристичною організацією (ВТО), яка поділяє засоби розміщення на дві основні групи: колективні та індивідуальні засоби розміщення (табл.А. 1.2.1). Готельні підприємства можна також класифікувати за місткістю номерного фонду.

У кожній країні, враховуючи її соціально-економічні та історичні особливості, власний підхід до визначення місткості малих, середніх і великих готелів. За рекомендаціями Всесвітньої туристичної організації (ВТО), малим готелем вважається заклад із номерним фондом до 30 номерів. У європейських

країнах, таких як Італія, Греція та Німеччина, переважають невеликі готелі, тоді як для Америки та Азії характерні великі готелі з більшою місткістю.

У багатьох країнах класифікація готелів за місткістю виглядає наступним чином:

- малий готель – до 150 номерів;
- середній – від 150 до 229 номерів;
- великий – від 300 до 600 номерів;
- мега-готелі – понад 600 номерів.

У різних європейських країнах найпоширенішою є система класифікації готелів за кількістю зірок. Однак за десятки років існування цієї системи не було вироблено єдиних міжнародних стандартів присвоєння категорії. У багатьох країнах рішення про кількість зірок є добровільним, а власники готелів керуються національними вимогами для підвищення статусу своїх закладів. На жаль, «зірковість» часто використовується як маркетинговий інструмент для залучення туристів, хоча з однаковою кількістю зірок у різних країнах можуть істотно відрізнятися умови за рівнем обслуговування, комфорту та розташування.

ВТО намагалася впровадити універсальну систему класифікації готелів, запропонувавши нові правила визначення «зірковості». Наприклад, у Польщі, де багато готелів відкриті американськими компаніями, ці стандарти вже застосовують [33]. Проте експерти відзначають, що критерії навіть ВТО не є досконалими. Ймовірно, для створення ефективної міжнародної системи класифікації потрібен час і внесення пропозицій від конкретної країни.

Класифікуючи готелі, враховують рівень комфорту, технічне оснащення, склад та якість номерного фонду відповідно до категорії. За даними Міжнародної готельної асоціації, наразі офіційна система класифікації діє в 64 країнах світу, ще в 11 країнах вона розробляється, а в 58 країнах єдина система відсутня [25].

Зараз у світі діє близько 30 різних національних систем класифікації готелів (зірки, літери, корони, ключі, діаманти тощо), які можна поділити на

дві основні групи: «європейський» тип (на основі французької системи) та бальна система (індійська модель).

Усі національні системи класифікації можна згрупувати наступним чином:

- європейська (зіркова) система, заснована на французькій моделі, яка використовується в розвинених країнах.
- індійська система, що базується на бальній оцінці, використовується переважно в країнах, що розвиваються.

Класифікація готелів у світі проводиться за спеціальними критеріями, а перевірки проводяться щорічно й анонімно. Готелям присвоюють «зірки» від 1 до 5 чорного кольору, що відповідають національним стандартам. Додатково може бути нарахована відсоткова оцінка, яка показує якісну різницю між готелями з однаковою кількістю зірок і виставляється інспектором на основі особистих вражень. Окрім чорних зірок, існує більш престижна класифікація – червоні зірки, які присуджуються найкращим готелям у межах своєї категорії [10, с. 54].

За останні 16 років, з 2008 по 2023 рік, зафіксовано зростання загальної кількості готелів на 7%, що в перерахунку на готельні номери дорівнює 20% (рис. 1.2.1).

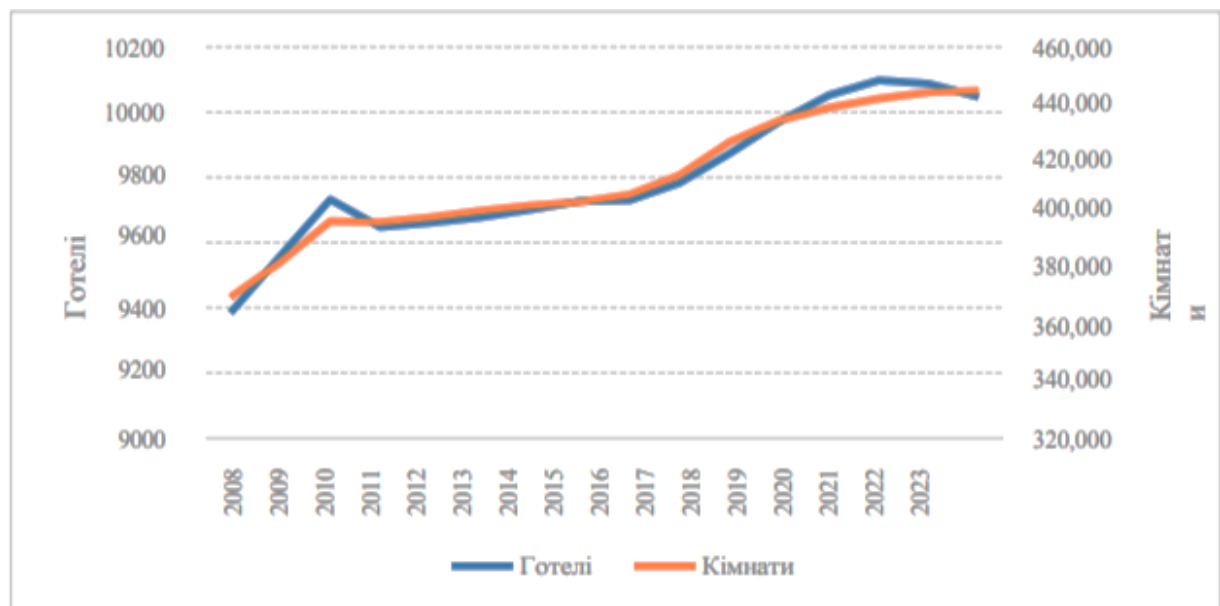


Рисунок 1.2.1 Еволюція грецького готельного сектору 2008-2023 [6].

Однак зростання кількості 5-зіркових готелів досягло 244% за кількістю готелів і 167% за кількістю номерів (табл. 1.2.1). У трьох вищих категоріях готелів кількість готелів зросла на 64%, а номерний фонд – на 50%, тоді як у двох нижчих категоріях кількість готелів зменшилася на 25%.

Таблиця 1.2.2

Еволюція готельного сектору Греції, 2008-2023 [6]

Year		5 *	4 *	3 *	2 *	1 *	Total
2008	Hotels	230	1102	2058	4387	1608	9385
	Rooms	39,614	95,790	89,142	116,318	29,586	370,450
2016	Hotels	444	1412	2472	3990	1412	9730
	Rooms	67,407	104,562	96,033	111,842	27,302	407,146
2020	Hotels	651	1708	2784	3605	1304	10,052
	Rooms	93,687	121,906	101,997	95,655	25,049	438,294
2023	Hotels	792	1846	2919	3313	1177	10,047
	Rooms	105,596	128,813	101,592	85,979	22,409	444,389
D%	Hotels	244.3%	67.5%	41.8%	-24.5%	-26.8%	7.1%
2023/2008	Rooms	166.6%	34.5%	14.0%	-26.1%	-24.3%	20.0%

Протягом 2008-2023 років готельний сектор Греції зазнав значного оновлення, що відображає перехід до більш якісних засобів розміщення (рис. 1.2.2).

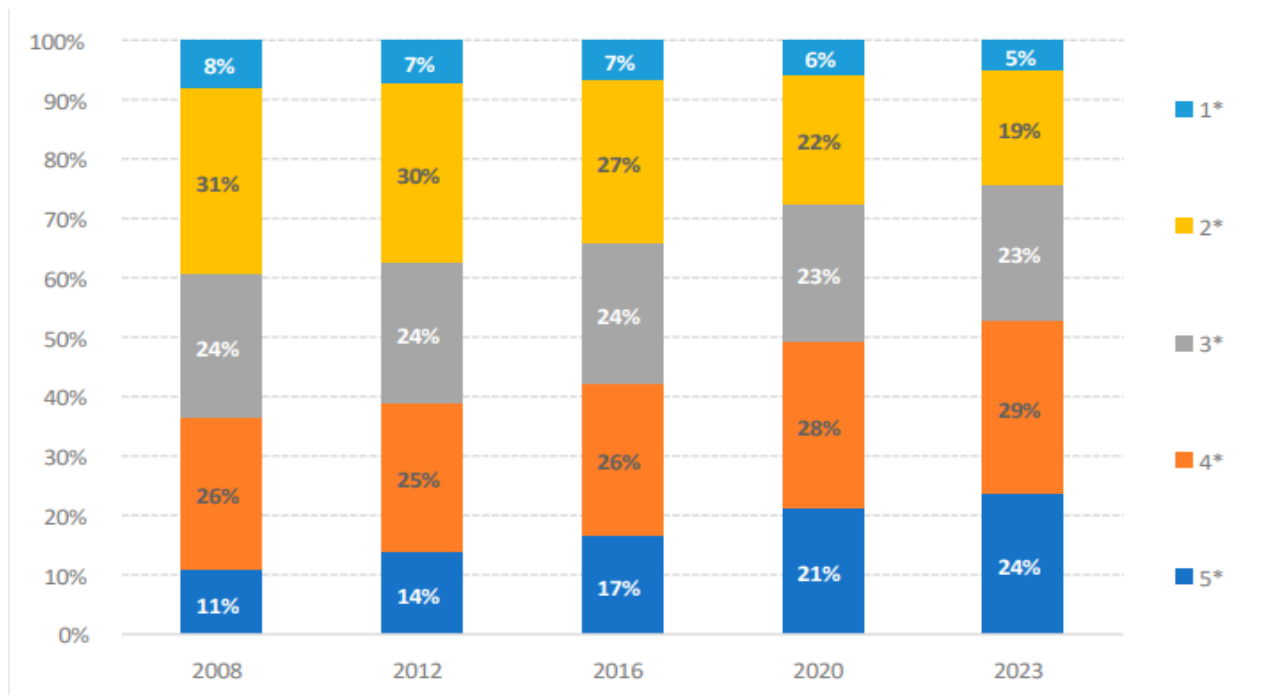


Рисунок 1.2.2. Еволюція готельного сектору Греції за класами готелів (у номерному фонді), 2008-2023 [6]

Місткість 5-зіркових готелів, виміряна в кімнатах, більш ніж подвоїлася, зросла з 11% у 2008 році до 24% у 2023 році. У 2023 році більше половини (53%) усіх готельних номерів у Греції належать до двох найвищих категорій готелів (4-зіркових та 5-зіркових), що є значним зростанням порівняно з 36% у 2008 року. На відміну від зростання кількості висококласних готелів, кількість готельних номерів у двох нижчих категоріях (1-зіркові та 2-зіркові готелі) зазнала значного скорочення. У 2008 році ці бюджетні готелі становили 39% від загальної кількості готельних номерів, але до 2023 року ця частка значно зменшилася до лише 24% [6].

У Греції популярна «літерна» система класифікації (А, В, С, D), хоча на фасадах часто можна побачити й зірки. Категорія «А» відповідає чотиризірковому рівню, «В» – тризірковому, «С» – двозірковому, а «D» – найнижчому рівню комфорту. Готелі однієї категорії можуть значно відрізнятися між собою за якістю послуг і розташуванням [10, с. 63].

Греція зазнала великих змін у своїй туристичній індустрії, допомагаючи грецьким і міжнародним компаніям будувати абсолютно нові, великі готелі «все включено» в різних частинах країни.

Сімейні готельні підприємства також отримали субсидії від грецького уряду на реконструкцію своїх приміщень, щоб вони могли пропонувати більше різноманітних послуг і приймати туристів із сучасними потребами. Більшість із них тепер готові прийняти сучасних туристів у зручному для проживання середовищі [19].

У Греції є велика різноманітність готелів, починаючи від бюджетних і закінчуючи розкішними номерами. GNTO (Грецька національна туристична організація) оцінює їх відповідно до їхніх можливостей і послуг. Однак цей рейтинг іноді здається досить нерозумним, оскільки відмінний, новий і добре спроектований готель із просторими номерами, чудовим краєвидом, великим басейном, тренажерним залом тощо ставиться на нижчу позицію, ніж набагато старіший готель із маленькими номерами, без краєвиду, можливо, з невеликим

басейном і без інших зручностей, просто тому, що в останньому є кімната для сніданку. Тому, будь ласка, будьте дуже уважні, вибираючи готель для відпустки, і не покладайтеся лише на офіційний рейтинг готелю, але переконайтеся, що ви бачили достатньо фотографій і читали про його зручності та точне розташування.

Обладнання

Багато готелів у Греції, особливо старих або невеликих, сімейних номерів, пропонують своїм гостям лише основні зручності та послуги, тобто невеликий телевізор лише з грецькими каналами, приватний туалет/душ без штор, прибирання та іноді простий сніданок. Вибираючи готелі, ви завжди повинні знати:

- 1) тип запропонованого сніданку
- 2) частоту прибирань
- 3) наявність доступу до Інтернету в номері
- 4) відстань готелю до визначних місць (головне місто, пляж, таверни тощо).

Замість готельних номерів, апартаменти стали досить популярними в Греції за останнє десятиліття завдяки додатковому простору та приватності, які вони зазвичай пропонують у порівнянні з іншими формами розміщення для відпочинку.

У Греції квартира для відпочинку описує одиницю, яка має принаймні одну спальню, відокремлену від усіх інших кімнат, повністю обладнану кухню або кухонний модуль, окрему ванну кімнату, яка може мати ванну або душову кабінку, і вітальню, яка іноді є продовженням кухонної зони, може бути відкритою або закритою.

Коли мова йде про кухню, це означає, що на ній є як мінімум плита, духовка, холодильник із секцією глибокого заморожування, одинарна повнорозмірна раковина або подвійна раковина, кавоварка і чайник з набором посуду та столових приладів і, звичайно, набір кухонного приладдя для приготування закусок і повноцінних обідів (дод. Б).

З іншого боку, міні-кухня означає модуль, який зазвичай має дві конфорки, міні-холодильник з полицею для глибокого заморожування, невелику раковину, базовий набір посуду та столових приборів, а також базове кухонне начиння для приготування страв.

Студії – це найекономніший варіант, якщо ви працюєте з обмеженим бюджетом і не проти того, щоб інша людина користувалася диваном-ліжком у кімнаті, зазвичай це дитина. Студія описує кімнату відкритого планування з ліжками, деякими меблями для вітальні (два дивани та стіл), міні-кухнею та окремою кімнатою з душовою кабіною, раковиною та туалетом, яка також може бути капсулою ванної кімнати (кімната, яка сама є відкритою душовою кабіною з раковиною та туалетом).

Двокімнатні апартаменти (одна кімната – це спальня) ідеально підходять для сімей до 4-5 осіб з маленькими дітьми, які можуть комфортно розміститися на диванах-ліжках у вітальні. Великі апартаменти для відпустки, які зазвичай мають більше однієї спальні, також дають можливість орендувати їх більш ніж одній парі.

Тенденція оренди квартири в Греції також виявляється досить економічним вибором і в інших аспектах. Наприклад, орендарі можуть заощадити значну суму грошей, готуючи собі їжу самостійно. Це головна причина, чому сім'ї, як правило, орендують квартири для відпочинку, а не кімнати без кухні. Іноді квартиру також можна описати як «апартаменти для відпочинку з самообслуговуванням», що просто вказує на те, що в квартирі є кухня або кухонний модуль.

Багатокімнатні квартири охоплюють ряд апартаментів для відпочинку з власною кухнею, які мають три або більше кімнат. Ця категорія має повноцінну вітальню, цілком можливо, повнорозмірну їдальню, відкриту або закриту кухню з повним набором кухонної техніки, наборами посуду та столових приборів, а також усім необхідним кухонним приладдям для приготування прийомів їжі [31].

Коли ви плануєте орендувати одну або кілька квартир або студій будь-якого типу, наполегливо рекомендуємо вам уважно прочитати та зрозуміти, що саме пропонується, оскільки термінологія того, що можна сприймати як належне у власній країні, зазвичай значно відрізняється від того, що може використовуватися в країні перебування. Ця практика позбавляє нетерплячого відпочиваючого від багатьох розчарувань і погіршень, які можуть виникнути під час відвідування іншої країни [27].

Вілли в Греції – це дещо широкий вибір одиниць розміщення, який включає від простих окремих і просто оформлених будинків до екзотичних розкішних будинків з усіма сучасними зручностями, і, звичайно, ціни змінюються відповідно.

Сім'ї надають перевагу віллам, оскільки вони дають дітям більше свободи, а батькам більше часу для відпочинку та насолоди відпочинком.

Зазвичай вони містять імена місцевості або людей, і в більшості випадків вілли можна знайти в тихих місцях, де є певна конфіденційність.

Хоча вілла зазвичай вважається дорогим місцем відпочинку, це не завжди так. Ціни на вілли залежать від розташування, віку будинку, зручностей і кількості спалень, але вони, як правило, досить недорогі, оскільки зазвичай можуть вмістити багато людей. Таким чином, кожна людина може заплатити менше, ніж у готелі середнього класу, того ж району (дод. Б).

Ще одним головним фактором, який дійсно зменшує витрати під час відпочинку на віллі, є те, що в будинку, безумовно, є повністю обладнана кухня. Тож мешканцям не потрібно виходити на вулицю, щоб поїсти, якою б невеликою вона не була, оскільки вони можуть приготувати її вдома. Це суттєво сприяє зниженню витрат, особливо в групах з маленькими дітьми [7].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РОЗМІЩЕННЯ ПІВНІЧНОЇ ГРЕЦІЇ

2.1. Географічна специфіка регіонів Македонії і Фракії у Греції

Греція, розташована на південно-східному краю Європи, займає південну частину Балканського півострова та численні острови в Середземному, Егейському та Іонічному морях. Загальна площа держави становить 131 944 км², а її кордони пролягають поряд із Албанією, Північною Македонією, Болгарією та Туреччиною. Країна оточена чотирма морями: Іонічним на заході, Егейським на сході, Середземним на півдні та Лівійським біля південних берегів Криту. Унікальність грецького ландшафту сталася в сукупності гірських хребтів, які займають близько 25% території, з густонаселеними долинами та мальовничими узбережжями загальною довжиною понад 15 000 км [4].

Гірські системи та водні ресурси. Найвищою точкою країни є гірський масив Олімп, який складається з трьох вершин: Мітікас (2918 м), Сколіо (2912 м) та Стефані (2905 м). Ця гірська система не лише має міфологічне значення, а й є домівкою для 1700 видів рослин, що становить чверть у всій флорі Греції. Річкова мережа країни формується переважно короткими гірськими потоками, серед яких найдовшою є Альякмон (понад 300 км). Інші значні водні артерії – Еврос, Нестос і Ахелоос – протікають через вузькі каньйони, створюючи вражаючі природні ландшафти [29].

Острівний простір. Понад 3000 островів, що належать Греції, кілька архіпелагів. Найбільші з них:

- Іонічні острови (наприклад, Корфу) – відомою субтропічною рослинністю;
- Кіклади (Міконос, Санторіні) – центри античної культури;
- Додеканес (Родос) – ключовий туристичний регіон;
- Крит – найбільший острів із багатою історичною спадщиною.

Загалом острови займають 24 800 км², що становить 20% території держави.

Клімат Греції класифікується як середземноморський із середньою літньою температурою +34°C. Найспекотніші місяці – липень і серпень, коли термометри іноді показують до +40°C. Зими м'які, з денними температурами близько +13°C. Сезон купання триває з квітня до листопаду, із середньою температурою води +24°C. Весна (квітень-травень) вважається ідеальним часом для екскурсії через квітучу природу та відсутність спеки [36].

Грецька флора – найбагатша в Європі, із понад 5000 видів рослин, 800 з яких є ендеміками. Типові представники – маквіс (чагарникові зарості), кипариси, соснові ліси та тисячолітні плати. Олива, символ Середземномор'я, має особливе культурне та економічне значення.

У гірських лісах мешкають ведмеді, вовки, дикі кози та рідкісні види, такий як білобрюхий тюлень. Орнітофауна налічує 400 видів, зокрема орли, чорні грифи та соколи. Прісноводні екосистеми багаті на ендемічні види риб – 37 із 110 зареєстрованих [35].

Релігія та етноси. Православ'я сповідує 90% населення, а Грецька православна церква має державний статус. Мусульманська меншина (близько 100 000 осіб), що зосереджується у Фракії, складається з турків, помаків і ромів.

Греція використовує євро, а обмін валюти можливий у банках (комісія 1-2%) або через мережу банкоматів. Кредитні картки приймаються всюди, але з комісією 3-5% за операції.

Пляжі та курорти. 400 грецьких пляжів відзначені «Блакитним прапором» за чистоту води та екологічні стандарти. Найбільша їх концентрація – на Криті, Родосі та півострові Халкідіки. Усі пляжі є державною власністю, а орендують ділянки для облаштування.

Античні (Акрополь, Дельфи) поєднуються із візантійськими пам'ятками монастирів Метеори та середньовічними фортецями на островах [16].

1. Фракія
2. Македонія
3. Фессалія
4. Епір
5. Центральна Греція
6. Пелопоннес
7. Егейські острови
8. Іонічні острови
9. Крит



Рисунок 2.1.1 Адміністративний поділ Греції [1]

Македонія і Фракія – це два великі історико-географічні регіони на півночі Греції, кожен із яких має свої унікальні природні, геоморфологічні та соціально-економічні особливості.

Македонія (грец. Μακεδονία) – це історична територія у північній частині Греції, яка охоплює понад чверть території сучасної країни. Грецька частина Македонії займає трохи більше половини площі та населення всієї історичної області Македонії.

Адміністративним центром Македонії є місто Салоніки (грец. Θεσσαλονίκη), яке є другим за кількістю мешканців містом Греції. У самому місті проживає близько 364 тисяч осіб, а разом з передмістям – майже мільйон. Салоніки розташоване на березі затоки Термаїкос у Середземному морі. Місто було засноване близько 315 року до н. е. македонським царем Кассандром на честь його дружини Фессалоніки, сестри Александра Македонського. З 1430 до 1912 року місто перебувало під владою Османської імперії, а після Першої Балканської війни у жовтні 1912 року увійшло до складу незалежної Греції (дод. В).

Грецька Македонія має спільні кордони з Албаном та Епіром на заході, із Північною Македонією та Болгарією на півночі, а на півдні – з Фессалією. На

сході від неї розташований грецький регіон Фракія. Через Македонію протікають річки Аліакмон, Аксиос, Нестос і Стримонас, усі вони впадають в Егейське море. Площа регіону сягає 34 177 км².

Рельєф тут переважно гірський, у південній частині знаходяться відроги гір Пірін та Родопи. Найвищою вершиною Македонії є гора Олімп, що піднімається на 2 918 метрів над рівнем моря і розташована на межі з Фессалією. Ґрунти переважно коричневі, буро-коричневі та бурі гірсько-лісові, часто відрізняються від ерозії.

У родючих долинах регіону вирощують зернові культури, маслини, виноград і тютюн, а також розводять домашню худобу. Більшість населення – етнічні греки, які сповідують православ'я. Серед меншин виділяються вlahи, болгари та македонці.

	Назва міста	Мовою оригіналу	Населення (2006)
1	Салоніки (столиця)	Θεσσαλονίκη (Πρωτεύουσα)	363,987
2	Кавала	Καβάλα	63 774
3	Катеріні	Κατερίνη	56 434
4	Серрес	Σέρρες	56 145
5	Драма	Δράμα	55 632
6	Козані	Κοζάνη	49 812
7	Верія	Βέροια	47 411
8	Птолемаїда	Πτολεμαΐδα	36 393
9	Янниця	Γιαννitsά	31 442
10	Едеса	Έδεσσα	25 619



Рисунок 2.1.3. Перелік міст Македонії за кількістю мешканців [9]

Адміністративно розділена на 3 адміністративні округи. Округи розподіляються на номи (загалом 13) та 1 автономний регіон – чернечу республіку гора Афон.

Перелік периферій та номів Греції, розташованих в області Македонія:

Периферія Західна Македонія: 1. Касторія. 2. Флорина. 3. Козані. 4. Гревена (ном)

Периферія Центральна Македонія: 5. Пелла. 6. Іматія. 7. Піерія. 8. Кілкис. 9. Салоніки. 10. Халкідіки. 11. Серрес.

Периферія Східна Македонія та Фракія: 12. Драма. 13. Кавала

Автономний регіон: у номі Айон-Орос монастирська республіка Афон [9].

Західна Фракія (грецькою: Θράκη, Δυτική Θράκη або Ελληνική Θράκη) – це історичний та географічний регіон, що розташований на північному сході Греції. Він є частиною більшого історичного регіону Фракії.



Рис. 2.1.4. Західна Фракія на мапі сучасної Греції [8]

Станом на зараз Західна Фракія є частиною периферії Греції Східна Македонія і Фракія. Площею 8,6 тисяч км². Область охоплює номи: Ксанті, Родопі та Еврос, а найбільшими містами є Ксанті та Комотіні. Управління регіоном здійснює Міністерство Македонії і Фракії, головний офіс якого знаходиться в місті Салоніки.

Західна Фракія є частиною більшого історичного регіону Фракії і розташована у Греції між річками Нестос (Места) на заході та Маріцею на сході, а на півночі її природним кордоном слугують гори Родопи. Сьогодні територія Західної Фракії охоплює три номи: Ксанті, Родопи та Еврос. Західний кордон нома Ксанті оцінюється як традиційний західний кордон Західної Фракії. До Західної Фракії також належить егейський острів Самофракія, який входить до ному Еврос.

Загальна площа Західної Фракії – 8578 км², а населення регіону за даними 2005 року становить 368 993 особи. Найбільше місто області – Комотіні (відомим болгарам як Гюмюрджина), де проживає понад 63 774 мешканці (за переписом 2001 року).



Рис. 2.1.5. Поділ Фракії між Болгарією, Грецією та Туреччиною після 1923 року [8]

Таблиця 2.1.1

Найбільші міста Західної Фракії [8]

Місто	Грецькою	Населення
Александруполіс	Αλεξανδρούπολη, Александруполі, Дедеагач	52,720
Комотіні	Κομοτηνή, Комотіні, Гюмюрджина	52,659
Ксанті	Ξάνθη	52,271
Орестіада	Ορεστιάδα	21,730
Дідімотіхон	Διδυμότειχο	18,898



Рис. 2.1.8 Західна Фракія, позначена помаранчевим кольором, на початку XX століття була населена переважно мусульманами і остаточно відійшла до Греції в 1923 році [8].

2.2 Порівняльний аналіз діяльності закладів розміщення Північної Греції

Туристичний сектор є наріжним каменем грецької економіки, що робить значний внесок у загальний розвиток та економічну стабільність країни. подорожей досягли 20,6 млрд євро, тобто майже 42% експорту послуг і близько 21% загального експорту. Однак офіційних даних про внесок туризму у валовий внутрішній продукт (ВВП) або інші основні макроекономічні показники грецької економіки немає, оскільки Греція є однією з небагатьох європейських країн, яка не розробила статистичну систему допоміжних рахунків туризму (ДРТ). Як наслідок, існують лише непрямі оцінки внеску туризму в грецьку економіку, більшість з яких свідчать про те, що внесок туризму у ВВП становить від 10% до 30% [32]. Hackl and Hatzimarinkis

намагаючись розробити пілотний TSA для грецької економіки, підрахували, що в період 2010-2019 років прямий внесок туризму у ВВП становив від 3,1% до 6,0%, тоді як так званий туристичний коефіцієнт, тобто відношення загального (в'їзного та виїзного) туристичного споживання до загальної пропозиції економіки, був оцінений на рівні 4,79% [6].

Майже 80% готелів у Греції відносно невеликі за розміром, кожен з яких пропонує до 50 номерів (рис. 2.2.1). Це свідчить про те, що грецький готельний сектор переважно складається з невеликих закладів, що контрастує з великими готельними мережами, які часто зустрічаються в інших регіонах з високим рівнем туризму. Ці готелі часто є сімейними і управляються місцевим персоналом, що забезпечує гостям більш автентичний і культурно насичений досвід, тісно пов'язаний з місцевим характером різноманітних регіонів Греції.

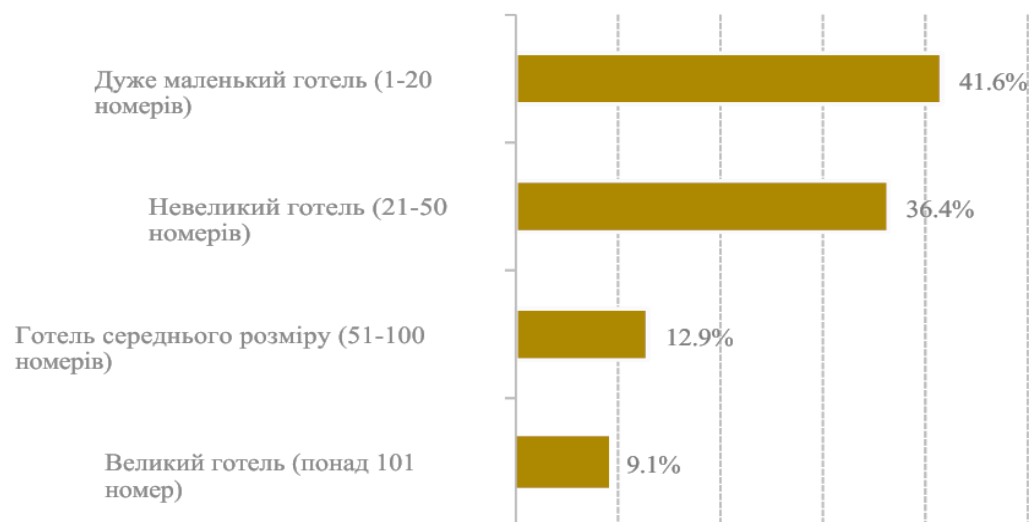


Рис. 2.2.1. Розподіл готельного сектору Греції за розміром готелів, 2024 рік [6]

Грецькі готелі, як правило, класифікуються за періодом роботи і поділяються на сезонні та цілорічні, кожна з яких обслуговує різні типи мандрівників і розташована в різних районах.

- Сезонні готелі працюють переважно під час пікового туристичного сезону, зазвичай з весни до початку осені, і знаходяться переважно на популярних острівних напрямках.

- Цілорічні готелі, на відміну від сезонних, залишаються відкритими протягом усього року і в основному розташовані у великих містах, а також в інших внутрішніх напрямках.

Окрім періоду роботи, грецькі готелі також класифікуються за місцем розташування та висотою над рівнем моря, що часто визначає тип послуг, які вони пропонують, і тип гостей, яких вони приваблюють. Ця класифікація підкреслює географічне та природне розмаїття Греції, де готелі розташовані в різних унікальних місцях (див. Рис. 2.2.2), кожне з яких пропонує різні зручності та задовольняє різні уподобання відвідувачів.

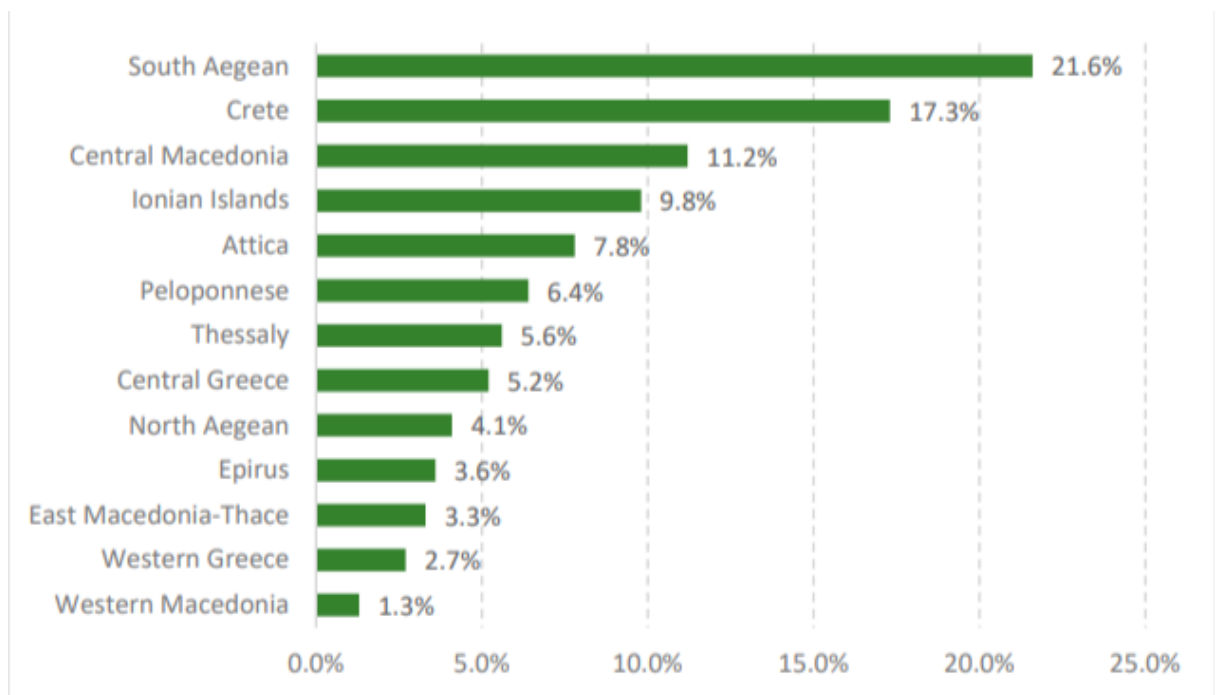


Рис. 2.2.2. Розподіл готельного сектору Греції за місцем розташування, 2024 [6]

Більше половини всіх грецьких готелів розташовані в популярних островних дестинаціях, що недооцінює вирішальну роль, яку ці регіони відіграють як у туристичній індустрії Греції, так і в економіці країни в цілому. На ці островні дестинації, разом з регіонами Центральної Македонії та Аттики, припадає понад 70% всього готельного фонду країни. Такий фокус на регіонах з високим попитом підкреслює стратегічні інвестиції Греції у сфери, що мають

найбільший вплив на доходи від туризму, посилюючи важливість туристичного сектору як основного економічного рушія для країни [22].

Нарешті, проаналізувавши розподіл власності на готелі в Греції, стає зрозуміло, що відносно невелика частина підприємств контролює значну частку загального готельного фонду країни. Зокрема, лише 18% підприємств-власників готелів складають 46% загального номерного фонду. Це свідчить про те, що обмежена кількість власників управляє непропорційно великою кількістю номерів, ймовірно, через великі готельні мережі або великі об'єкти, які обслуговують більшу кількість гостей. Така концентрація свідчить про тенденцію до консолідації грецької готельної індустрії, де кілька ключових гравців мають значний вплив і ресурси, що дозволяє їм інвестувати в більші об'єкти і висококласні номери. Тим часом решта 82% готельних підприємств, багато з яких є малими або сімейними, ділять між собою решту 54% номерного фонду. Така структура відображає подвійний ринок, на якому як великі готелі, так і менші незалежні заклади роблять свій внесок у різноманітність і стійкість грецького сектору гостинності [38].

Отже, за останні роки готельний сектор Греції зазнав значних трансформацій, зумовлених підвищенням якості та стратегічним розвитком. Зрушення в бік розміщення більш високого класу, з помітним збільшенням 4- і 5-зіркових готелів, підкреслює зусилля Греції, спрямовані на залучення високодохідного туризму і задоволення потреб глобального ринку, що розвивається. За цей 16-річний період кількість 5-зіркових готелів зросла на 244%, а 4-зіркових – на 68%. Це зростання супроводжувалося зниженням кількості 1- та 2-зіркових готелів на 25%. Крім того, середній розмір 5-зіркових готелів зменшився з 172,2 номерів у 2008 році до 133,3 номерів у 2024 році, що свідчить про перехід до надання більш персоналізованих і високоякісних послуг своїм гостям [37]. Грецький туризм залишається переважно орієнтованим на літній період, про що свідчить концентрація готелів у популярних острівних дестинаціях, на які припадає майже 50% загального готельного фонду. Однак зростання номерного фонду в деяких материкових

регіонах, таких як Епір, свідчить про зростання популярності напрямків, орієнтованих на альтернативний туризм. Концентрація готелів у популярних островних дестинаціях, а також у таких ключових регіонах, як Центральна Македонія й Аттика, відображає цілеспрямовані інвестиції країни в райони з високим попитом з метою максимізації туристичних доходів. Незважаючи на збільшення кількості висококласних засобів розміщення, сектор зберігає свою різноманітність, з великою часткою невеликих сімейних готелів, які роблять свій внесок в унікальний і персоналізований туристичний досвід Греції. Крім того, тенденція до консолідації власності на готелі підкреслює присутність великих підприємств зі значним впливом на ринку, хоча малі підприємства залишаються життєво важливими для структури сектору. Загалом, готельна індустрія Греції позиціонує себе як стійкий і конкурентоспроможний гравець у світовому туризмі, збільшуючи свій внесок в економічну стабільність і зростання Греції, залучаючи широкий спектр відвідувачів, від розкішних мандрівників до тих, хто шукає автентичний місцевий досвід [6].

Готельне господарство має суттєвий вплив на туристичний потік у регіонах Македонії та Фракії в Греції, визначаючи привабливість та доступність цієї території для відвідувачів.

У Центральній Македонії, де зосереджена значна частина готельної інфраструктури (зокрема в Салоніках і на Халкідіки), спостерігається стабільне зростання туристичних прибутків: за 2012–2018 роки кількість прибутків у туристичних закладах зросла на 37,7%, а в Піерії – на 57,4% . Це проводиться про пряму залежність між розвитком готельної мережі та зростанням туристичних потоків.

У Східній Македонії та Фракії готельна інфраструктура менш розвинена, що обмежує потенціал регіону для залучення туристів. Тут кількість готельних місць значно нижча за середній показник по країні, хоча останніми роками була поступове зростання (на 21,5% за 2012–2018 роки) Розвинене готельне господарство сприяє не лише збільшенню кількості туристів, а й зростанню витрат на місцеві бюджети, створенню робочих місць

та розвитку суміжних сфер – транспорту, громадського харчування, торгівлі. Якість і різноманітність готельних послуг, а також наявність сучасної інфраструктури впливають на конкурентоспроможність регіону на міжнародному туристичному ринку.

В процесі дослідження було здійснено порівняльний аналіз готельних підприємств у найбільших туристичних центрах Македонії та Західної Фракії (табл. 2.2.1).

На основі даних (табл. 2.2.1) можна стверджувати, що найбільший вибір готелів пропонує Халкідіки (441 готель), значно випереджаючи інші напрямки. Салоніки займають друге місце за кількістю готелів (90), а решта міст мають значно меншу готельну базу. У деяких центрах переважають готелі середнього класу (3–4 зірки).

Халкідіки – абсолютний лідер за кількістю готелів і розмаїттям категорій, що показує про розвинену туристичну інфраструктуру та орієнтацію на масовий туризм різного рівня доходу.

Салоніки мають потужну готельну базу, зокрема значну кількість готелів у міжнародній мережі, що підкреслює їх статус як ділового та туристичного центру.

Таблиця 2.2.1

Порівняльна таблиця всіх наявних готельних підприємств у найбільших туристичних центрах Македонії та Західної Фракії *(розроблено автором)*

Назва туристичного центру	Кількість готельних підприємств	Розподіл готелів за зірками	Наявність готелів міжнародних готельних мереж	Мінімальна вартість розміщення на 7-денний період	Максимальна вартість розміщення на 7-денний період
Салоніки	90	1 зірка – 4 готелі; 2 зірки – 3 готелі; 3 зірки – 37 готелів; 4 зірки – 24 готелі; 5 зірок – 20	Holiday Inn Hotels & Resorts Hyatt Regency Design Hotels Small Luxury Hotels of the World	11 868 грн	80 177 грн

		готелів; 3 готелі без зірок	Autograph Collection		
Кавала	15	2 зірки – 1 готель; 3 зірки – 5 готелів; 4 зірки – 5 готелів; 5 зірок – 1 готель; без зірок – 3 готелі	Myra Hotel Lucy Hotel	18 372 грн	88 326 грн
Серрес	6	2 зірки – 1 готель; 4 зірки – 4 готелі; 1 готель без зірок		20 152 грн	35 234 грн
Халкідіки	441	1 зірка – 17 готелів; 2 зірки – 43 готелі; 3 зірки – 192 готелі; 4 зірки – 76 – готелів; 5 зірок – 19 готелів; 94 готелі без зірок	Destination by Hyatt	16 336 грн	254 689 грн
Александруполіс	12	1 зірка – 1 готель; 2 зірки – 2 готелі; 3 зірки – 2 готелі; 4 зірки – 3 готелі; 5 зірок – 2 готелі; без зірок – 2 готелі	Grecotal	26 003 грн	68 089 грн
Комотіні	4	3 зірки – 3 готелі; без зірки – 1 готель		18 372 грн	23 176 грн
Ксанті	4	1 зірка – 1 готель; 3 зірки – 2 готелі;		14 697 грн	37 798 грн

		5 зірок – 1 готель			
--	--	-----------------------	--	--	--

Найнижча мінімальна ціна за 7 днів – у Салоніках (11 868 грн), що робить місто привабливим для бюджетних туристів. Найдорожчий сегмент – Халкідіки (максимум 254 689 грн), що свідчить про наявність елітних курортів і віл. В інших містах ціни на розміщення коливаються в середньому розділі.

У Салоніках та Халкідіки представлено найбільше філій міжнародної мережі, що забезпечує високий рівень сервісу та додаткові гарантії якості. В інших центрах міжнародної мережі представлені обмежені або взагалі відсутні.

У Салоніках та на Халкідіки переважають готелі середнього класу (3–4 зірки), але є й значна кількість п'ятизіркових готелів. У менших містах (Комотіні, Ксанти, Серрес) вибір обмежений, переважають готелі 3–4 зірки та майже немає міжнародної мережі.

Халкідіки – наймасовіший і найрізноманітніший туристичний центр із широкою сферою цін і категорій у регіонах Західної Фракії і Македонії. Салоніки – великий діловий і туристичний центр із розвиненою готельною інфраструктурою, включаючи міжнародні мережі та за доступними цінами. Інші міста мають скромніший вибір, орієнтований на туристів середнього рівня доходу, з меншим впливом міжнародних брендів (дод. Д).

Ця структура показує туристичну спеціалізацію регіону: Халкідіки – для пляжного і сімейного відпочинку, Салоніки – для бізнесу, екскурсій і шопінгу, інші міста – для нішевих або транзитних туристів.

Таблиця 2.2.2

Детальний аналіз двох готельних підприємств найпопулярнішого туристичного центру Халкідіки *(розроблено автором)*

	Koviou Holiday Village	Xenios Port Marina
Туристичний центр	Халкідіки, Сітонія	Халкідіки, Кассандра

Населений пункт	Нікіті	Пефкохорі
Відстань від центру	7,4 км	3,7 км
Кількість зірок	3	3
Відгуки	4,2	4,0
Номерний фонд	36	90
Типи номерів	- Double & Triple - Family 2-room	- Double room - Family room - Studio 2 bed - Studio 3 bed - Superior room
Зручності	★ Вихід до піщаного пляжу (300 м) ★ Ресторан, сніданок та вечеря за системою шведського столу ★ Бар/ кафе ★ Безкоштовний Wi-Fi ★ Організація екскурсій ★ 2 відкритих басейни (для дорослих і дітей) ★ Шезлонги та парасольки(\$) ★ Автостоянка ★ Сімейні номери ★ Балкон/ тераса ★ Телевізор, кондиціонер, холодильник, душ фен, шафи або гардероб, дитячі ліжечка ★ Щоденне прибирання, зручності для людей з інвалідністю, розміщення з тваринами, баскетбольний майданчик, оплата платіжними картами, сейф (\$)	★ Вихід до піщаного пляжу (600 м) ★ Ресторан, сніданок та вечеря за системою шведського столу ★ Бар/ кафе ★ Безкоштовний Wi-Fi ★ Організація екскурсій ★ 2 відкритих басейни (для дорослих і дітей) ★ Шезлонги та парасольки ★ Автостоянка ★ Сімейні номери та номери для некурців ★ Балкон/ тераса ★ Дитячий майданчик ★ Телевізор, кондиціонер, холодильник, кухня, телефон, душ, фен, шафи або гардероб, дитячі ліжечка ★ Трансфер, щоденне прибирання, пральня, фітнес-центр, настільний теніс, баскетбольний майданчик, спільна зона відпочинку з телевізором, ксерокопіювання, прокат автомобілів/ велосипедів, цілодобова стійка реєстрації, сейф (\$)
Час заїзду:	14:00	15:00
Час виїзду:	11:00	12:00

Контакти	Адреса: Akti Koviou, Nikiti, 63088 Телефон: +3023 7502 3388 E-mail: info@koviouholidayvillage.com Сайт: Koviou Holiday Village 3*	Адреса: Glarokavos, Paliouri, Halkidiki, 63085 Телефон: +0030 23740 92000 E-mail: crs@xv-hotels.com Сайт: Xenios Port Marina 3*
----------	---	---

У Таблиці 2.2.2 порівняно два готелі, розташовані на різних півостровах туристичного регіону Халкідіки: на Сітонії та Кассандрі. Обидва готелі мають аналогічний базовий набір послуг: ресторан зі шведським столом, два басейни, сімейні номери, автостоянка, Wi-Fi, організація екскурсій.

Xenios Port Marina (дод. Е) пропонує ширший спектр додаткових послуг: фітнес-центр, настільний теніс, пральня, трансфер, прокат авто/велосипедів, цілодобова стійка реєстрації, дитячий майданчик. Koviou Holiday Village (дод. Ж, З) є зручним для людей з інвалідністю та дозволяє розміщення з тваринами, що може бути важливим для окремих категорій гостей.

Xenios Port Marina значно більший за номерним фондом (90 номерів проти 36). В обох готелях є сімейні номери, але Xenios Port Marina має більший вибір категорій (студії, покращений тощо).

Koviou Holiday Village має трохи вищий середній рейтинг (4,2 проти 4,0).

Koviou Holiday Village розташований ближче до пляжу (300 м проти 600 м).

У Xenios Port Marina заїзд і виїзд відбуваються на годину пізніше, що може бути зручно для деяких туристів.

Koviou Holiday Village більше підходить для гостей, які шукають спокійний відпочинок ближче до пляжу, цінують компактність, зручність для людей з інвалідністю та можливість розміщення з тваринами. Xenios Port Marina оптимальний для сімей із дітьми, активних туристів і тих, хто цінує

широкий вибір додаткових послуг, більший номерний фонд і розвинену інфраструктуру.

Обидва готелі категорії 3* та орієнтовані на масового туриста, але у першому готелі переважають гості зі Сербії і дуже рідко зі сусідніх країн, в той час, як відвідувачами другого готелю є громадяни багатьох різних країн, таких як: Болгарія, Україна, Велика Британія, США, Північна Македонія, Нідерланди, Сербія та ін., що свідчить про впізнаваність та велику популярність, на відміну від Koviou Holiday Village [34].

РОЗДІЛ 3. ГОТЕЛЬНЕ ГОСПОДАРСТВО ПІВНІЧНОЇ ГРЕЦІЇ В ПРОДУКТАХ УКРАЇНСЬКИХ ТУРОПЕРАТОРІВ

3.1 Аналіз пропозицій туристичних операторів з України до Північної Греції

Північна Греція – один із ключових напрямків для українських туристів, що підтверджує широкий спектр турів, які пропонують провідні українські туроператори. Основними курортними регіонами є Олімпійська Рів'єра, Халкідіки, Паралія Катеріні, Корінос, а також міста Драма, Кавала та інші.

Готельна база Північної Греції представлена готелями різних категорій – від бюджетних студій до престижних курортних комплексів із розвиненою інфраструктурою, SPA-центрами, ресторанами та приватними пляжами. Українські туроператори активно шукають готелі категорії 3-5 зірок, зокрема такі як Ammon Zeus, Aegean Blue Beach Hotel, Grandotel, Hanioti Grand Victoria, Dionysos Hotel, Hotel Calypso, Macedonia Sky, Hydrama Grand Hotel тощо. Вартість варіюється залежно від класу проживання, сезону та тривалості туру.

Українські туроператори пропонують організовані автобусні та авіатури з Києва, Львова, Одеси та інших міст, які включають:

- Проживання в готелях обраної категорії (7–12 ночей)
- Трансфер до готелю та назад
- Харчування за системою ВВ, НВ або All-inclusive
- Медичне страхування
- Екскурсійні програми (факультативно)
- Дитячі, молодіжні, паломницькі та сімейні тури

Переваги готельного господарства Північної Греції:

- високий рівень сервісу та гостинності, широкий вибір додаткових послуг (басейни, SPA, спортивні майданчики)
- орієнтація на різні сегменти туристів: сімейний, VIP, молодіжний, екскурсійний, паломницький

- збереження автентичності, знайомство з місцевою культурою та кухнею
- вигідні умови раннього бронювання та сезонні знижки
- тенденції попиту та специфіка співпраці

Після 2022 року українські туристи все частіше обирають готелі, де мінімальна кількість російських туристів, і віддають переваги країнам ЄС, до яких належить Греція. Туроператори адаптують свої продукти під ці запити, пропонуючи індивідуальні підбори готелів і програми відпочинку. Серед популярних форматів – пляжний відпочинок з екскурсіями, тематичні фестивалі, паломницькі тури та сімейні програми.

Готельне господарство Північної Греції є важливою складовою туристичного продукту українських туроператорів. Різноманітність готельної бази, гнучкість цінової політики, високий сервіс та адаптація під потреби українських туристів забезпечують стабільний попит і конкурентоспроможність цього напрямку на ринку міжнародного туризму [17, 18].

Український ринок туристичних послуг пропонує широкий вибір турів до Північної Греції, зокрема до регіонів Халкідіки, Олімпійської Рів'єри, Паралії Катерини, Пефкохорі, Ханіоті та інших курортів Егейського моря. Провідними операторами, які організовують такі подорожі, є Поїхали з нами (дод.3), TASTour, I-Travel та ін., а також низка спеціалізованих автобусних туроператорів (наприклад, Adriatic Travel, Sakums, Євротур) [39].

Таблиця 3.1.1

Аналіз пропозицій туристичних операторів з України до Північної Греції

(розроблено автором)

Назва туроператора	Назва туру	Об'єкти відвідування в регіонах Македонія та Фракія	Інформація про розміщення	Вартість
Поїхали з нами	“Перше побачення в	Салоніки, Олімп, Діон (Македонія),	Готелі 3*, сніданки, 5	Від 196 євро/особа

	Греції”	екскурсії по регіону	ночей	
EVROTOUR	“Райський курорт Халкідіки”	Халкідіки (Македонія): пляжі, екскурсії, можливість виїздів до Салонік	Готелі 3/4*, апартamenti, сніданки, 9 ночей	Від 550 євро/особа
ADRIATIC TRAVEL	“Грецькі канікули (7 ночей на морі)”	Халкідіки (Ханіоті, Афітос, Каллітея, Салоніки), екскурсії на Метеори, термальні купальні Едеси	Tropical Hotel Hanioti 4*, сніданки + вечері	Від 499 євро/особа
ADRIATIC TRAVEL	“Візьми мене до Греції”	Фурка, Афітос і Каллітея (античні руїни, храм Зевса, храм Святого Пантелеймона, печери поклоніння Німфі й Діонісу), Едеса (джерела Лутра Аридея), Сітонія, Салоніки(Стародавній форум, набережна, Біла вежа), Афон (монастир Афону, місто Урануполіс, жіночий монастир Святої Трійці), гора Олімп, археологічний парк Діон	Akropolis (або інший готель 3*+) , сніданки/сніданки+вечері, 7 ночей	Від 425 євро/особа
Sakums	“Рай між Олімпом і морем”	Олімпійська Рів'єра (Паралія Катеріні, Паралія Корінос), екскурсії до Салоніка, можливість додаткових екскурсій на Скіатос, Афіни, Метеори	Готелі 2-3* (наприклад, Louisa 2*, Atlantis 3*), 9 ночей	Від 390 євро/особа
TAStour	“Греція – 8 днів на морі	Місто Салоніки, Метеори, гора	Проживання в готелі	Від 420 євро/особа

	(Піерія)”	Олімп, пляжі Сітонії, Каллітея, круїзи біля гори Афон	NAYSIKA 3* (Піерія), Akropolis 3* (Халкідіки)	
Riotour	“Сімейний відпочинок в Греції”	Салоніки, півострів Халкідіки, Метеори, гора Афон	Проживання в готелі на півострові Халкідіки, відпочинок на березі Егейського моря, 9 ночей	Вартість уточнюється при бронюванні
I-Travel	“На зустріч до Афродіти”	Паралія Пантелеймонос (поблизу гори Олімп), можливість екскурсій до Метеорів, Салонік	Проживання в готелі на березі моря, 7 ночей	Вартість уточнюється
STRIKE TOUR	“Олімпійськи й привіт”	Салоніки, Діон, Олімп, Вергіна, Лутра Аридея (Македонія), Афіни, Метеори	Готелі, сніданки, 5 ночей	Від 296 євро/особа

Всі тури охоплюють ключові туристичні центри Македонії: Салоніки, Халкідіки, Олімп, Діон, Едеса, Вергіна, а також популярні пляжні напрямки (Олімпійська Рів'єра, Паралія Пантелеймонас, Сітонія). Більшість турів пропонує екскурсії до Метеорів, гори Афон, а також можливість відвідати Афіни або Скіатос.

Основна категорія готелів – 3* та 4*, рідше 2* (Sakums). У деяких турах можливе розміщення в апартаментах (ЄВРОТУР) (дод. 3.2). Щодо харчування, то у вартість турів включені щоденні гарячі сніданки, іноді – сніданки+вечері (ADRIATIC TRAVEL) (дод. 3.3). Деякі тури позначають конкретні готелі (Tropical Hotel Hanioti 4*, Akropolis 3*+), інші – лише категорію.

Тривалість турів: від 5 до 9 ночей, що дозволяє охопити як короткі, так і повноцінні відпустки. Є як класичні екскурсійні тури, так і пляжний відпочинок із додатковими екскурсіями.

Стартова ціна – від 196 євро (5 ночей, Салоніки, Поїхали з нами), що є найдоступнішою пропозицією. Найдорожчі тури – 550 євро (ЄВРОТУР, 9 ночей, Халкідіки, 3/4* готель). Середня ціна за тижневий відпочинок з екскурсіями – 400–500 євро/особа. У двох турах (Riotour, I-Travel) ціна не вказана – уточнюється при бронюванні.

Деякі тури мають розширену екскурсійну програму з відвідуванням кількох регіонів (STRIKE TOUR, ADRIATIC TRAVEL). Є акцент на сімейний відпочинок (Riotour), пляжний релакс (EVROTOUR), а також на екскурсійне знайомство з історією та культурою (Поїхали з нами, STRIKE TOUR). Різноманіття турів дозволяє обрати як бюджетний екскурсійний тур, так і більш комфортний пляжний відпочинок.

3.2. Рекомендації щодо включення готельних підприємств Македонії і Фракії до програм турів українських туроператорів

Здійснивши ґрунтовне дослідження готельного господарства регіонів Македонії та Фракії у Греції можна надати рекомендації щодо їх включення до програм турів українськи туроператорів.

1. Формування турів за різновидами туризму:

Культурний туризм. Регіони Македонії та Західної Фракії мають багатий історико-культурний потенціал: міста Кавала, Ксанти, Комотіні, Драма, Еврос, Родопи приваблюють автентичною атмосферою, пам'ятками, музеями, галереями, візантійськими акведуками, храмами, печерами, національними парками та виноробнями .

Рекреаційний і гастрономічний туризм. Національні парки (дельта річки Еврос, ліс Дадіас), пляжі Егейського моря, виноробні Драми, традиційна кухня – усе це дозволяє створювати різноманітні тематичні тури.

Сімейний і пляжний пасивний відпочинок. Александруполіс, Кавала, острови (наприклад, Самофракія) мають розвинену готельну інфраструктуру для комфортного сімейного відпочинку на морі.

2. Вибір готельних підприємств для програм турів:

Включати готелі різних категорій. У регіонах представлені готелі 2–4* з хорошими відгуками, серед яких Airotel Galaxy Hotel, Lucy Hotel (Кавала), а також готелі в Александруполіс та Ксанті. Це дозволяє формувати пропозиції для різних цільових груп – від економ- до преміум-сегменту.

Враховувати сезонність і ціноутворення. Середня ціна за ніч у 3-зіркових готелях становить €1 942–3 140, а в 4-зіркових – €2 970–4 296. Вартість проживання зростає у високий сезон (серпень), тому додатково пропонувати тури в міжсезоння для оптимізації вартості.

Віддавати переваги готелям із сучасним сервісом. Обирати готель з безкоштовним Wi-Fi, сніданками, автостоянкою, сімейними номерами, зручностями для людей з інвалідністю, наявністю басейнів, дитячих майданчиків, можливістю організації екскурсій.

3. Розробка турів, що містять географічне різномаяття:

Фокус на популярних містах. Найбільший попит мають Александруполіс, Кавала, Тасос Таун, Потос, Ксанті, Комотіні – саме тут доцільно включати найбільші готельні підприємства до турів.

Розширення маршрутів. Додати до програми менші відомості, але автентичні локації – наприклад, селище Маронея (печера Циклопа), природні парки, виноробні Драми, пляжі Евроса, історичні об'єкти Ксанті та Родопи.

4. Формування комбінованих турів:

Поєднання екскурсій та відпочинку на морі. Пропонувати тури з проживанням у різних готелях регіону – наприклад, кілька ночей у Кавали (екскурсії, гастрономія), кілька – на узбережжі Евроса чи острови Самофракія (пляжний відпочинок).

Врахування транспортної логістики. Вибрати зручності для трансферу до основних пам'яток, портів, аеропортів.

5. Рекомендація щодо позиціонування та просування:

Акцент на унікальності регіону. Підкреслювати автентичність, багату історію, природне різноманіття, виноробні традиції, гостинність місцевості у рекламних матеріалах.

Партнерство з локальними готелями. Налагоджувати прямі контакти з готельєрами для отримання спеціальних умов, знижок, організації екскурсій і тематичних заходів.

Підключення готельних підприємств регіонів Македонії та Західної Фракії до програми турів українських туроператорів дозволить розширити асортимент пропозицій, задовольнити різні цільові аудиторії (сімейний, екскурсійний, гастрономічний, пляжний туризм) і підвищити конкурентоспроможність турів. Варто обирати готелі з хорошими відгуками, сучасним сервісом і зручною локацією, а також формувати комбіновані маршрути з урахуванням багатства історичних, природних і культурних ресурсів регіону [9, 20, 30].

ВИСНОВКИ

Аналіз статистичних даних та матеріалів використаних джерел, показав, що готельне господарство є одним із ключових секторів економіки Північної Греції. Воно не лише забезпечує значний внесок ВВП регіону, але і виступає чинником соціально-економічного розвитку, створення нових робочих місць, підвищення та стабілізації рівня життя місцевого населення та формування позитивного іміджу регіону на міжнародному туристичному ринку.

У досліджуваних регіонах динамічно зростає кількість готельних підприємств, зокрема туристичний центр Халкідіки та місто Салоніки демонструють найвищий рівень розвитку готельної інфраструктури, проте, також варто відзначити наявність територіальних диспропорцій: якщо в Центральній Македонії готельна інфраструктура розвинена досить добре, то в Східній Македонії та Фракії вона потребує модернізації та додаткових інвестицій. Це, з одного боку, обмежує туристичний потенціал окремих регіонів, а з іншого – зберігає автентичність маловідомих місць, куди було б доречним запровадження зеленого екологічного туризму.

Серед основних проблем готельної сфери даного регіону: сезонність туристичного попиту, дефіцит кваліфікованих кадрів, відсутність модернізації матеріально-технічної бази багатьох готелів, особливо у віддалених та маловідомих регіонах, відсутність ефективної маркетингової стратегії просування туристичних продуктів на міжнародних ринках, в тому числі на українському.

Українські туроператори активно пропонують тури до Північної Греції, акцентуючи увагу на пляжному, культурно-історичному, сімейному і рекреаційному туризмі. Основна пропозиція – це готелі категорії 3–4*, розташовані в популярних туристичних центрах (Салоніки, Халкідіки, Олімпійська Рів'єра), з можливістю поєднання екскурсійної та рекреаційної складових відпочинку. Для підвищення туристичної привабливості регіонів Македонії та Фракії на українському ринку доцільно включати до туристичних

програм готелі різних сервісних категорій із сучасним обладнанням, розширювати географію маршрутів за рахунок не популярних, але автентичних локацій, а також формувати комбіновані тури.

Основними рекомендаціями щодо просування готельних підприємств регіонів Македонії та Фракії на українському туристичному ринку є: розширення співпраці з українськими туроператорами шляхом створення спільних туристичних продуктів; організація рекламних турів та участь в міжнародних виставках та форумах; розробка ефективної маркетингової стратегії просування регіональних туристичних продуктів на українському, з урахуванням специфіки попиту та особливостей ринку цільової аудиторії; підвищення кваліфікації персоналу готельних підприємств, залучення людей зі знанням української мови; розвиток нових туристичних напрямків (екологічний, гастрономічний, винний, паломницький туризм), що дозволяють залучити нові сегменти туристів та забезпечити сталий розвиток регіон.

Таким чином, проведене дослідження дозволило досягти поставленої мети та виконати всі завдання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адміністративний поділ греції. URL: <https://surl.li/gxujfx>
2. Байлик, С. І., & Писаревський, І. М. (2015). Організація готельного господарства: підручник.
3. Банєва І. О., Величко О. В. Основи готельно–ресторанного бізнесу: Конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «Молодший бакалавр» спеціальності 242 «Туризм» денної форми навчання. Миколаїв, 2021. 150 с.
4. Бакеренко, Н. П. Особливості діяльності підприємств готельної індустрії. Науковий вісник НЛТУ України, 2013. 23(15), 168-176.
5. Власенко І. Готельне господарство у соціальній інфраструктурі країни. Scientia fructuosa, 2019. 125(3), 85-97.
6. Внесок готельної індустрії в економіку Греції. URL: <https://surl.li/jqycso>
7. Готелі Греції. URL: <https://www.vacation-greece.com/hotels/>
8. Західна Фракія. URL: <https://surl.li/ayblkj>
9. Македонія (Греція). URL: <https://surl.lu/vgyqbx>
10. Організація готельного господарства : Навч. посібник для вузів / Головка О. М., Кампов Н. С., Махлинець С. С., Симочко Г. В.; За редакцією О. М. Головка 2010. 247 с.
11. Офіційний сайт Грецької національної туристичної організації. URL: <https://www.visitgreece.gr/accommodation/>
12. Польова Л. В. Світове готельне господарство: Навчально-методичний посібник. Київ, Видавничий дім «АртЕк», 2019. 274 с.
13. Права та обов'язки гостей готелю та готельєрів. URL: <https://surl.li/htdknb>
14. Правила, що стосуються готельєрів та їхніх клієнтів. URL: <https://surl.li/ndtwkt>
15. Практика підбору та відбору персоналу в готелях: На прикладі грецької готельної індустрії. URL: <https://surl.li/pamthg>

16. Про Грецію – Аристєя Тур. URL: <https://aristeya.com.ua/58982-2/>
17. Сучасні тренди розвитку сфери гостинності: адаптація до викликів сьогодення : матеріали I Всеукр. студент. наук.-практ. конференції / за ред. В. С. Великочого, Н. В. Мельник, м. Івано-Франківськ, 16 травня 2024 р. Електронне видання. Івано-Франківськ : Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2024. 107 с.
18. Туристсько-рекреаційні ресурси Греції. URL: <https://surl.li/psgugi>
19. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства / О.М. Шаповалова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. – № 16. – С. 224–228.
20. Anga Travel. Східна Македонія і Фракія. URL: <https://surl.li/fzarkm>
21. Ashley, C., Roe, D., & Goodwin, H. (2007). Pro-poor tourism: Putting poverty at the heart of the tourism agenda. ODI Briefing Paper
22. Bidard, C. (1991). Prix, reproduction, rareté. Dunod.
23. Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2010). Tourism economics and policy. Channel View Publications.
24. Eurostat. (2008). Eurostat manual of supply, use and input-output tables. Office for the Official Publications of the European Communities.
25. Gössling, S., & Hall, C. M. (2019). Tourism and global environmental change. Routledge.
26. Gössling, S., Hall, C. M., & Scott, D. (2016). Sustainable tourism: A global perspective. Routledge.
27. Hackl, P., & Hatzimarinakis, S. (2023). Tourism GDP for 2010 to 2020: New TSA results for Greece. Statistical Journal of the IAOS, 39(1), 155–167.
28. Kasimati, E. (2011). Economic impact of tourism on Greece's economy: Cointegration and causality analysis. International Research Journal of Finance and Economics, 79, 79–85

29. Katemliadis, I., & Papatheodorou, A. (2021). The importance of tourism for the Greek economy: Traits and development. In *Modeling Economic Growth in Contemporary Greece* (pp. 263-279). Emerald Publishing Limited.
30. Kayak. Східна Македонія і Фракія. URL: <https://surl.li/uzltgg>
31. Lin, V. S., Yang, Y., & Li, G. (2019). Where can tourism-led growth and economy-driven tourism growth occur? *Journal of Travel Research*, 58(5), 760–773.
32. Miller, R. E., & Blair, P. D. (2009). *Input-output analysis: Foundations and extensions*. Cambridge University Press.
33. Pasinetti, L. (1977). *Lectures on the theory of production*. Columbia University Press.
34. Petrakos, G., Rontos, K., Salvati, L., Vavoura, C., & Vavouras, I. (2021). Political budget cycles and the effects of the excessive deficit procedure: The case of greece. *Regional Statistics*, 11(2), 32–51.
35. Rodousakis, N., & Soklis, G. (2020). Tourism and the coronavirus: The effects on the Greek economy and the compensatory role of the public sector. *Greek Economic Outlook*, 42, 95–100.
36. Rodousakis, N., & Soklis, G. (2024). An “Extended method” for measuring intersectoral linkages: The case of the Greek tourism sector. *Structural Change and Economic Dynamics*, 70, 594–606.
37. Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2015). *Tourism and development: Concepts and issues*. Channel View Publications
38. Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2015). *Tourism and development: Concepts and issues*. Channel View Publications.
39. Soklis, G., Petrakos, G., & Panousi, S. (2025). The Contribution of the Hotel Industry to the Greek Economy. *Tourism and Hospitality*, 6(1), 11.
40. UNWTO. (2021). *Tourism recovery tracker*. World Tourism Organization.
41. UNWTO. (2022). *Global tourism trends 2022*. World Tourism Organization.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А. 1

Стандартна міжнародна класифікація засобів розміщення [10]

Категорії	Розряди	Групи
1. Колективні засоби розміщення	1. Готелі	1.1 Готелі та аналогічні засоби розміщення
		1.1.2. Аналогічні заклади (мотелі, мебльовані кімнати, туристські гуртожитки, гостьові кімнати).
	1.2. Спеціалізовані заклади	1.2.1. Оздоровчі заклади
		1.2.2. Табори праці і відпочинку
		1.2.3. Суспільні засоби транспорту (ботель, флотель, ротель, тощо).
		1.2.4. Конгрес-центри
	1.3. Інші колективні заклади	1.3.1. Помешкання, призначені для відпочинку
		1.3.2. Майданчики для кемпінгу
		1.3.3. Інші колективні заклади
2. Індивідуальні засоби розміщення	2. Індивідуальні засоби розміщення	2.1.1. Власні помешкання
		2.1.2. Орендовані кімнати в сімейних домах
		2.1.3. Помешкання, орендовані у приватних осіб або турагенств
		2.1.4. Розміщення, яке надається родичами або знайомими
		2.1.5. Інше розміщення на індивідуальній основі.



Рис. Б. 1. Зображення типової грецької кухні в апартаментах [7]



Рис. Б. 2. Зображення грецької вілли [7]



Рис. В. 1. Біла Вежа, символ міста Салоніки [9]



Рис. В. 2. Гора Олімп, вид із селища Літохоро [9]

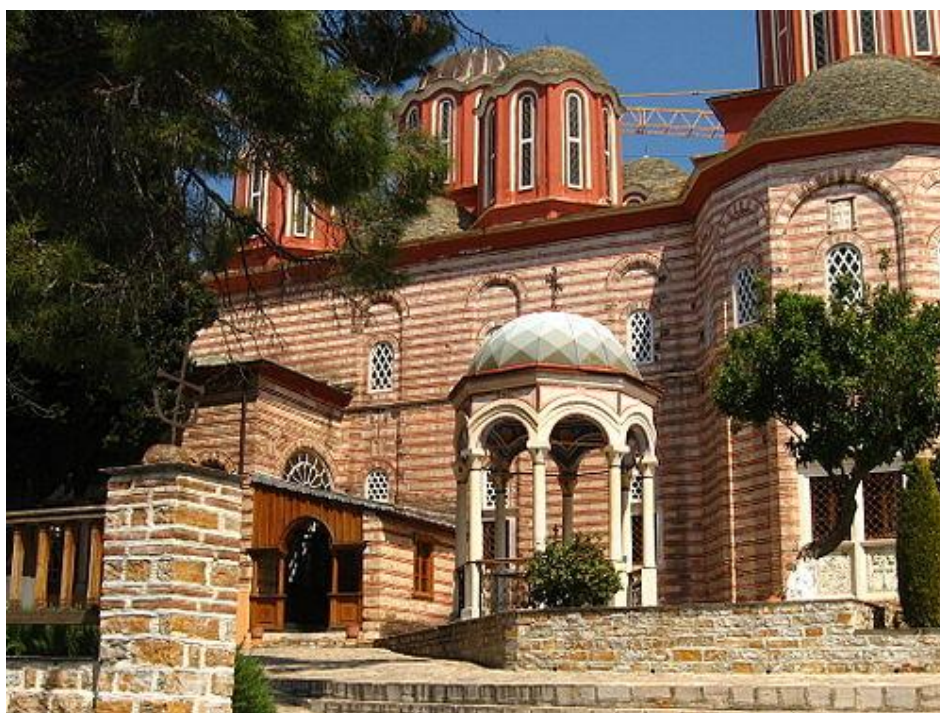


Рис. Г. 1. Монастир Ксенофонт, Афон, півострів Айон-Орос [9]

Сортувати за такими критеріями:

Показати всі 15 ▾

Тип помешкання

☒ Готелі 31

☐ Курортні готелі 16

☐ Домівки й апартаменти повністю 11

☐ Апартаменти 2

Спальні та ванні кімнати

Спальні

Ванні кімнати

Кухня

☐ Власна кухня 2

Оцінка за відгуками

☐ Чудово: 9+ 5

☐ Дуже добре: 8+ 22

☐ Добре: 7+ 26

☐ Досить добре: 6+ 28

Зручності у номері

☐ Окрема ванна кімната 31

☐ Кондиціонер 31

☐ Телевізор із плоским екраном 31

☐ Туалет 29

☐ Рушники 29

Показати всі 25 ▾

Оцінка помешкання

Знайдіть висококласні готелі й помешкання для відпустки

☐ 2 зірки 1

☐ 3 зірки 1

Domes Noruz Cassandra, Halkidiki - Adults Only ★★★★★

[Ханіоти](#) [Показати на карті](#)

Сертифікати сталого розвитку

Zen Retreat Inland View

1 двоспальне ліжко

Сніданок і вечерю включено

Чудово 9,4
880 відгуків
Розташування 9,4

6 ночей, 2 дорослих
UAH 71 574
+UAH 13 904 податків та зборів

Показати наявні місця >

Porto Matina ★★★

[Метаморфози](#) [Показати на карті](#)

Номер-студіо з видом на море

1 студію повністю • 1 ванна кімната • 28m²

Різні типи ліжок

Сніданок і вечерю включено

На нашому сайті залишилися всього 2 варіанти за такою ціною

Блискуче 8,7
166 відгуків
Розташування 9,3

6 ночей, 2 дорослих
~~UAH 34 370~~
UAH 30 933
+UAH 1 414 податків та зборів

Показати наявні місця >

Simantro Resort ★★★★★

[Пляж Сані](#) [Показати на карті](#)

Затишний номер

Ліжка: 1 двоспальне або 2 односпальні

Сніданок і вечерю включено

На нашому сайті залишився всього 1 номер за такою ціною

Добре 7,3
1 027 відгуків

6 ночей, 2 дорослих
~~UAH 53 936~~
UAH 35 058
+UAH 4 243 податків та зборів

Показати наявні місця >

Xenios Dolphin Beach Hotel ★★★

[Посіді](#) [Показати на карті](#)

Покращений двомісний номер з боковим видом на море

3 односпальні ліжка

Сніданок і вечерю включено

На нашому сайті залишився всього 1 номер за такою ціною

Добре 7,5
201 відгук

6 ночей, 2 дорослих
~~UAH 33 346~~
UAH 31 680
+UAH 1 414 податків та зборів

Показати наявні місця >

Рисунок Д. 1. Пропозиції закладів готельного господарства з веб-сайту Booking.com в туристичному центрі Халкідіки

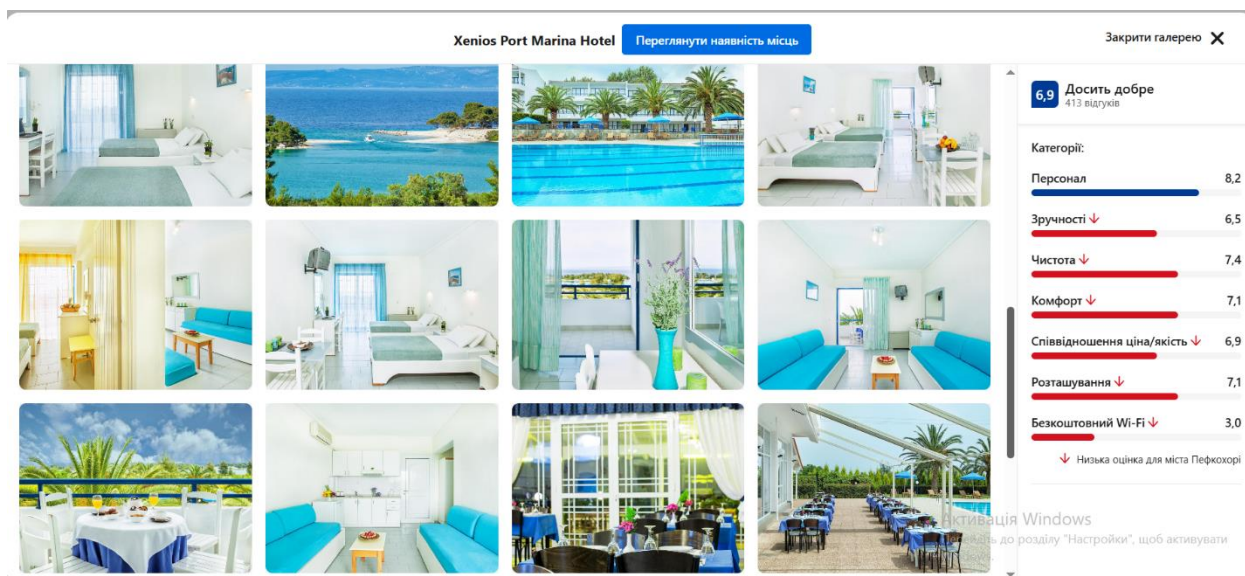


Рисунок Е. 1. Зображення з веб-сайту Booking.com готелю Xenios Port Marina, що розташований поблизу населеного пункту Пефкохорі на півострові Кассандра, Халкідіки

Досвід власного вивчення готельної бази Північної Греції

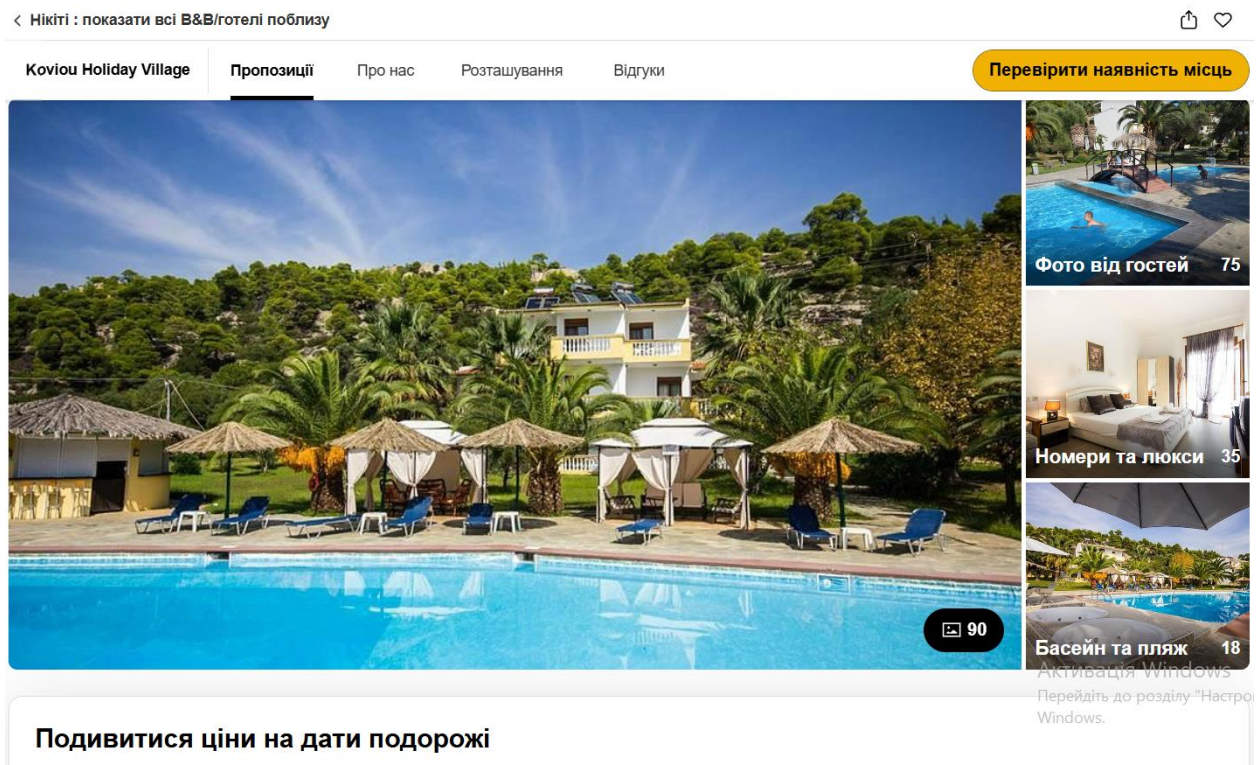


Рисунок Ж.1. Зображення готелю Koviou Holiday Village з веб-сайту Otpusk.ua,



а)



б)

Рисунок Ж. 2. Досвід роботи в готелі Koviou Holiday Village

поїхали

з нами!

Пошук турів

Гарячі тури

Країни

Готелі

Франчайзинг

Для турагентів

Курси

Де купити

Підберіть мені тур

Популярні міста

Салоніки від 9186 грн

Афіни від 12906 грн

Арідєа від 9186 грн

Дельфі від 17616 грн

Пелопоннес від 14225 грн

Афтіос від 19123 грн

Кавала від 16628 грн

14.06 – 19.06 (5 ночей)

Перше побачення в Греції: Салоніки + Олімп + Метеори + Грецькі Альпи

Греція, Болгарія, Румунія

Салоники – Олімп – Дион ...

Харчування: сніданок

Вїзд з Одеси

9 186 грн

за 1 людину

Детальніше

13.06 – 18.06 (5 ночей)

В хорошому настрої: Салоніки + Метеори + відпочинок на Егейському морі

Греція, Болгарія, Румунія

Салоники – Вергіна – Лутра Арідєа ...

Харчування: сніданок

Вїзд з Львова

10 363 грн

за 1 людину

Детальніше

15.06 – 21.06 (6 ночей)

У компанії з морем: Відпочинок на Егейському узбережжі

Греція, Болгарія, Румунія

Олімпійська Рив'єра – Дион – Олімп ...

Харчування: сніданок

Вїзд з Одеси

11 210 грн

за 1 людину

Детальніше

15.06 – 21.06 (6 ночей)

Вічна класика: Салоніки + Афіни + Метеори

Греція, Болгарія, Румунія

Салоники – Вергіна – Лутра Арідєа ...

Харчування: сніданок

Вїзд з Одеси

12 906 грн

за 1 людину

Детальніше

14.06 – 22.06 (8 ночей)

Музыка прибою: Відпочинок на Егейському морі Греції!

14 130 грн

за 1 людину

Детальніше

Активация Windows.

Перейдіть до завантаження

Рисунок 3. 1. Пропозиції автобусних турів до Північної Греції від турагентства «Поїхали з нами!»

- 40%

**Греція 9/10 днів,
Олімпійська Рів'єра, готель Еуропа**

Тривалість: 9/10 днів
Віїзд: Київ, Одеса
Дати заїзду:
На 9 днів
Червень: 07.06 - ~~380€~~ 340€ (5 місць)
14.06 - ~~405€~~ 350€ (5 місць)
21.06 - 405€
28.06 - 440€
Серпень: 30.08 - 390€
Вересень: 06.09, 13.09 - 390€
20.09 - 405€
27.09 - 299€

На 10 днів
Липень: 05.07, 19.07, 26.07 - 440€
12.07 - 460€
Серпень: 02.08, 09.08, 16.08, 23.08 - 440€

Знижка на діток до 14 років - 10€/особа
299 євро 500

Докладніше

- 40%

**Греція, Афіни
на 7 днів зі Львова**

Тривалість: 7 днів
Віїзд: Львів
Дати заїзду:
Червень: 07.06, 21.06, 28.06 - 350€
14.06 - 365€
Липень: 05.07, 12.07, 19.07, 26.07 - 350€
Серпень: 02.08, 09.08, 16.08, 23.08, 30.08 - 350€
Вересень: 06.09, 13.09, 20.09, 27.09 - 350€

Знижка на діток до 14 років - 10€/особа
350 євро 600

Докладніше

- 40%

**Греція 10 днів,
Халкідіки зі Львова**

Тривалість: 10 днів
Віїзд: Львів
Дати заїзду:
Апартаменти з кухнею
Червень: 08.06 - 380€
15.06, 22.06, 29.06 - немає місць
Липень: 06.07 - немає місць
13.07, 20.07 - 410€
27.07 - 420€
Серпень: 03.08 - 420€
10.08, 17.08, 24.08 - 410€
31.08 - 380€
Вересень: 07.09, 14.09, 21.09 - 380€
28.09 - 360€

Готель на сніданках
Червень: 08.06 - 460€ (3 місця)
15.06, 29.06 - 540€
22.06 - немає місць
Липень: 06.07 - немає місць
13.07, 27.07 - 550€
20.07 - 615€
Серпень: 03.08, 10.08, 17.08 - 540€
24.08 - 530€
31.08 - 470€
Вересень: 07.09, 14.09 - 445€

Рисунок 3.2. Автобусні тури до Північної Греції від туристичної компанії «EVROTOUR»



«Під лагідним грецьким сонцем: Афіни, Метеори та Салоніки»

📍 Виїзд: Львів (Стрий, Долина, Калуш, Івано-Франківськ, Коломия, Заболотів, Снятин, Чернівці)
🕒 Днів: 7 🌙 Нічні переїзди: 2 📍 Греція
📍 Міста: Кавала, о. Тасос, Лариса, Каламбака, Афіни, Дельфи, Нафпліон, Салоніки
✅ Гарантовані виїзди: 14.06 | 21.06 | 28.06 | 05.07 | 12.07

[ЗАПИТАТИ](#) [ПІДБРАТИ](#) [ЗАМОВИТИ](#)



344 €▼
Дата туру
(виїзд - приїзд)
14.06 - 20.06



«Візьми мене до Греції»

📍 Виїзд: Львів
🕒 Днів: 10 🌙 Нічні переїзди: 2 📍 Греція
📍 Міста: Халкідікі(7 ночей), Каллітея, Салоніки, Едеса, Пефкохорі
✅ Гарантовані виїзди: 08.06 | 15.06 | 22.06 | 29.06 | 06.07

[ЗАПИТАТИ](#) [ПІДБРАТИ](#) [ЗАМОВИТИ](#)

Відгуки: 18



ХІТ тижня!

Залишилось мало місць
378 €▼
Дата туру
(виїзд - приїзд)
08.06 - 17.06



«Греція - моя любов»

📍 Виїзд: Львів (Івано-Франківськ, Коломия, Заболотів, Снятин, Чернівці, Сучава, Бакеу, Фокшани, Бухарест, Русе, Софія, Салоніки)
🕒 Днів: 10 🌙 Нічні переїзди: 2 📍 Греція
📍 Міста: Піерія(7 ночей), Каламбака, Салоніки, Едеса
✅ Гарантовані виїзди: 08.06 | 15.06 | 22.06 | 29.06 | 06.07

[ЗАПИТАТИ](#) [ПІДБРАТИ](#) [ЗАМОВИТИ](#)

Відгуки: 94



Залишилось мало місць
445 €▼
Дата туру
(виїзд - приїзд)
08.06 - 17.06



«Моє улюблене море в Греції»

📍 Виїзд: Львів (Івано-Франківськ, Коломия, Заболотів, Снятин, Чернівці, Сучава, Бакеу, Фокшани, Бухарест, Русе, Софія, Салоніки)
🕒 Днів: 10 🌙 Нічні переїзди: 2 📍 Греція
📍 Міста: Халкідікі(7 ночей), Каллітея, Салоніки, Едеса, Пефкохорі
✅ Гарантовані виїзди: 08.06 | 15.06 | 22.06 | 29.06 | 06.07

[ЗАПИТАТИ](#) [ПІДБРАТИ](#) [ЗАМОВИТИ](#)



ХІТ тижня!

Залишилось мало місць
450 €▼

Рисунок 3.3. Автобусні тури до Північної Греції від туристичної компанії «ADRIATIC TRAVEL»