

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
імені Михайла Туган - Барановського
Навчально-науковий інститут ресторанно - готельного бізнесу та туризму

Кафедра технологій в ресторанному господарстві, готельно-ресторанної справи
та підприємництва

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ

Гарант освітньої програми

(підпис) Ніколайчук О.А.

« ____ » _____ 2021 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр»
зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
освітньої програми «Готельно-ресторанна справа»

на тему: «Ринок готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації»

Виконав:

здобувач

вищої освіти

студент 2 курсу групи ГРС-20м

Романуха Олександр Миколайович

(прізвище, ім'я, по-батькові)

(підпис)

Керівник:

д.е.н., доц. Приймак Н.С.

(посада, науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

(підпис)

Засвідчую, що у дипломній роботі немає
запозичень з праць інших авторів без
відповідних посилань

Здобувач вищої освіти _____

(підпис)

Кривий Ріг

2021

РЕФЕРАТ

Мета кваліфікаційної роботи: вивчення динаміки розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації

Завдання роботи:

- проаналізувати сутність готельно-ресторанних послуг та підходів до їх розуміння;
- визначити методичні підходи до вивчення ринку готельно-ресторанних послуг в Україні;
- розглянути особливості розвитку ринку готельних послуг в Україні;
- проаналізувати динаміку розвитку ринку ресторанних послуг України в умовах глобалізації;
- надати рекомендації щодо покращення динаміки розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації

Об'єкт: ринок готельно-ресторанних послуг України.

Предмет: тенденції розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації.

Методи / методика, використані у кваліфікаційній роботі: для розв'язання поставлених завдань використано наступні методи: кластерного аналізу (для визначення основних центрів ринку готельно-ресторанних послуг в Україні); аналізу, синтезу, аналогії, логічного узагальнення (для систематизації теоретичних і практичних аспектів діагностики готельних та ресторанних підприємств); статистичний метод (для систематизації статистичних матеріалів, щодо кількості готелів, ресторанів, обсягу капітальних інвестицій в готельно-ресторанну галузь та визначення загальної динаміки розвитку та факторів впливу); багатовимірний факторний аналіз (для виявлення зовнішніх факторів, які впливають на динаміку розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні).

Основні висновки та рекомендації: у результаті проведеного аналізу було: визначено загальні тенденції розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації; проаналізовано зовнішні та внутрішні фактори впливу; проведено кластерний аналіз роботи галузі з врахуванням ролі фізичних та юридичних осіб підприємств, як основних гравців ринку; звернено увагу на динаміку та характер капітальних інвестицій.

Ключові слова: готель, ресторан, капітальні інвестиції, гостинність, тризм, тимчасові заклади розміщення, заклади харчування.

ЗМІСТ

Вступ	4
Розділ 1. Теоретико-методичні основи розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації	6
1.1 Сутність готельно-ресторанних послуг та підходів до їх розуміння	6
1.2 Методичні підходи до вивчення ринку готельно-ресторанних послуг в Україні	14
Розділ 2. Аналіз розвитку ринку готельних та ресторанних послуг	19
2.1 Особливості розвитку ринку готельних послуг в Україні	19
2.2 Динаміка розвитку ринку ресторанних послуг України в умовах глобалізації	30
Висновки та рекомендації	42
Список використаних джерел	48
Додатки	53

ВСТУП

Посилення інтенсивності міграційних потоків, роботизація виробництва та обслуговування, збільшення чисельності населення – сприяло розвитку економіки та появі нових галузей: туризму; ресторанної справи; готельної справи та ін. Особливо активно дані напрямки розвинулись в XX-XXI століттях. Зростання попиту на обслуговування людини, сформувало повноцінну індустрію, прибутковість якої не поступалася таким традиційним напрямках економіки, як металургія, чи важке машинобудування. Цьому сприяло впровадження досягнень інформаційних технологій, що розширило можливості доступу до послуг та їх формат. Поширюючись та видозмінюючись під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, індустрія гостинності вийшла за межі кордонів національних економік ставши уособленням глобалізації на прикладі транснаціональних компаній в сфері готельного та ресторанного господарства.

Особливості розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні вивчали: О. Давидова [13], Я. Волковська [11], Н. Онищук [28], Н. Кондратенко, Л. Оболенцева [21] та ін. Проте, не зважаючи на численні дослідження, недостатньо проаналізованими лишаються питання ролі фізичних та юридичних осіб підприємців в розвитку індустрії гостинності, вклад регіонів та вплив суспільно-політичних, глобалізаційних процесів на становлення готельно-ресторанної сфери. Останній фактор набуває значної ваги. Інтеграція українського ринку готельно-ресторанних послуг до світового, епідемія COVID-19, економічні кризи ставали основними факторами, що визначали особливості розвитку галузі.

Мета роботи полягає у вивченні ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення наступних завдань:

- проаналізувати сутність готельно-ресторанних послуг та підходів до їх розуміння;
- визначити методичні підходи до вивчення ринку готельно-ресторанних послуг в Україні;
- розглянути особливості розвитку ринку готельних послуг в Україні;
- проаналізувати динаміку розвитку ринку ресторанних послуг України в умовах глобалізації;
- надати рекомендації щодо покращення динаміки розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації.

Об'єкт дослідження – ринок готельно-ресторанних послуг України.

Предмет дослідження – тенденції розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації.

Методи використані в роботі. Для розв'язання поставлених завдань використано наступні методи: кластерного аналізу (для визначення основних центрів ринку готельно-ресторанних послуг в Україні); аналізу, синтезу, аналогії, логічного узагальнення (для систематизації теоретичних і практичних

аспектів діагностики готельних та ресторанних підприємств); статистичний метод (для систематизації статистичних матеріалів, щодо кількості готелів, ресторанів, обсягу капітальних інвестицій в готельно-ресторанну галузь та визначення загальної динаміки розвитку та факторів впливу); багатовимірний факторний аналіз (для виявлення зовнішніх факторів, які впливають на динаміку розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні).

Практичне значення одержаних результатів полягає в констатації факту трансформації ринку готельно-ресторанних послуг України після 2014 року. Переміщенню акцентів зі Сходу на Захід України. Звертають на себе увагу і дані щодо кластерного аналізу ринку та виокремлення чотирьох центрів готельно-ресторанного бізнесу – Київ, Львів, Харків, Одеса. Дані міста виступають не лише законодавцями тенденцій розвитку галузі, каналами обміну, але й центрами розвитку сфери в регіоні.

Інформаційну базу дослідження становлять наукові доробки українських та зарубіжних вчених, статистичні матеріали державної служби статистики України, статистичні матеріали готельних мереж, нормативно-законодавчі акти України щодо роботи готелів та ресторанів.

Отримані у магістерській роботі теоретичні та практичні результати обговорено на II Міжнародній науково-практичній інтернет конференції «Інноваційний розвиток готельно-ресторанного господарства та харчових виробництв» м. Прага (квітень 2021 р.), Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Сучасний стан та перспективи розвитку ринку послуг України» м. Черкаси (квітень 2021 р.), III Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегічний потенціал державного та регіонального розвитку», м. Маріуполь (жовтень 2019 р.).

Загальний обсяг кваліфікаційної роботи 62 сторінки. Робота включає 5 додатків, 4 таблиці.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

1.1 Сутність готельно-ресторанних послуг та підходів до їх розуміння

Торкаючись питання розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації, необхідно дати визначення основним термінам та поняттям. Ключовим серед загалу понять є – послуга. У сучасній науці трактування поняття «послуга» доволі широке. Одні вчені (С. Ємельянчик, Ю. Калмиков, Д. Степанов та ін.) визначають сутність послуги через діяльність (дію). Інші (С. Алексєєв, Н. Індюков, О. Красавчиков, М. Кротова, Е. Романова,) розглядають послугу як результат діяльності або розкривають її сутність через результат діяльності. Ще інші вчені (Т. Левшина, Ю. Романець) визначають послугу як сукупність діяльності та результату. Також сутність послуги розкривається як діяльність, що не має уречевленого результату (О. Іоффе, Є. Шешенін). Ще однією із концепцій є аналіз сутності послуг як різновиду блага через аналіз сутності блага (Н. Іванов, Ю. Космін, О. Щуковська). Крім того, існують й інші підходи до визначення поняття послуги. Зважаючи на таку кількість підходів будемо дотримуватися найбільш влучного визначення, запропонованого В. А. Васильєвою, яка зазначає, що послуга як правова категорія – це вид суспільного блага, за допомогою якого задовольняються потреби шляхом вчинення суб'єктом дій (здійснення діяльності), у корисних властивостях яких і полягає суб'єктивний інтерес особи. Сутність підходів до розуміння терміну «Готельна послуга» також багатогранне. Думки науковців можна поділити на дві групи: схильних розглядати «готельну послугу» як економічну категорію; схильних розуміти «готельну послугу» як цивільно-правову категорію [54].

При цьому Закон України «Про туризм» вже законодавчо закріплює значення терміну «Готельна послуга» - дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу відповідно до категорії готелю [21].

Готельну послугу, як об'єкт цивільно-правового регулювання розглядала А.В. Тихомирова, М. Б. Цалікова, Д. А. Жмуліна, О. Ю. Серьогіна. Вони звертали увагу на готельну послугу, як діяльність обумовлену угодою. Вчені-економісти розглядають поняття готельних послуг значно ширше. Як короткострокову загальнодоступну оренду місць для ночівлі її трактував М. Турковський; як організовану взаємодію гостя та персоналу готелю - О. Кусков; сукупність взаємодоповнюваних послуг – Т.А. Малюк, Е.В. Пешина, Г. Н. Самишкіна; як результат людської діяльності - Е.Н. Граніна та ін. Виходячи з даних підходів будемо розуміти під готельною послугою – діяльність готелів та аналогічних

закладів розміщення спрямовану на задоволення потреби особи в тимчасовому проживанні та користуванні пропонованими видами сервісу [54].

Ресторанна послуга є більш містким терміном, що увібрав в себе увесь спектр пропонованих послуг, а саме: послуги харчування; послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів; послуги з реалізації продукції; послуги з організації обслуговування споживачів (реалізація продукції та організація її споживання); послуги з організації дозвілля; інформаційно-консультативні послуги; інші послуги.

Поєднання цих двох послуг в рамках готелів породжує симбіоз готельно-ресторанної послуги. На думку О.М. Головки, під нею слід розуміти забезпечення організації розміщення та харчування за межами місця постійного проживання споживачів послуг. В свою чергу Н. М. Гоблик-Маркович стверджує, що ринок готельно-ресторанних послуг являється синтетичною категорією за допомогою якої визначаються різноманітні за змістом і параметрами явища. Це пояснюється певним способом організації економічного життя, ознаками якого є самостійність учасників процесу на основі комерційної співпраці. Отже, будемо розуміти під готельно-ресторанною послугою – господарські операції підприємств з метою задоволення вимог споживача, що пропонується при розміщенні та тимчасовому проживанні й харчуванні [17].

Проте наявність великої кількості підприємств готельного господарства вимагає врахування фактору ринку, як основного середовища діяльності готельно-ресторанних підприємств. Зважаючи на велику кількість визначень поняття – ринок, умовно їх можна розділити на наступні групи: а) обіг, організований за законами товарного виробництва та обігу, сукупність відносин товарного і грошового обігу; б) сукупність умов, що забезпечують реалізацію валового національного продукту; в) сфера товарного обігу, сукупність актів купівлі та продажу, де взаємодіють пропозиція товарів, платоспроможний попит, де формуються ціни на товари (послуги) та багато іншого; г) система товарно-грошових відносин з механізмом вільного ціноутворення, з вільним підприємництвом на основі економічної самостійності, рівноправності та конкуренції суб'єктів господарювання у боротьбі за споживача [23].

Визначивши окремі риси ринку, можна дійти висновку, що ринок як провідна категорія товарного господарства являє собою систему економічних відносин, які складаються між виробниками в процесі реалізації ними товарів та послуг шляхом купівлі-продажу, відносини, які регулюються законами товарного господарства і насамперед законом попиту та пропозиції. Отже, у загальному виді ринок – це сукупність відносин (актів) купівлі-продажу товарів і послуг; спосіб взаємодії виробників і споживачів, заснований на децентралізованому, безособовому механізмі цінових сигналів [23].

Зважаючи на специфіку об'єкту дослідження уточнення потребує і розуміння терміну глобалізація. Під глобалізацією ми будемо розуміти – процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації. У

ширшому розумінні – перетворення певного явища на планетарне, таке, що стосується всієї Землі [12].

Тому, ринок готельно-ресторанних послуг в умовах глобалізації у даному випадку буде розмітися, як – спосіб взаємодії виробників і споживачів готельно-ресторанних послуг, заснований на децентралізованому, безособовому механізмі цінових сигналів з метою задоволення вимог споживача, під час розміщення, тимчасового проживання й харчування в умовах активної всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації

Динамічний розвиток індустрії гостинності сприяв зростанню уваги науковців до даної проблеми та появі значної кількості публікацій. У цілому історіографію з даного питання можна умовно поділити на наступні групи: узагальнюючі роботи щодо розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні; дослідження надруковані в періодичних вітчизняних та закордонних виданнях; матеріали конференцій та круглих столів. При цьому сама динаміка публікацій була прямо пропорційною часу. Якщо кінець ХХ- початок ХХІ століття характеризувався незначною кількістю робіт та загальним рівнем аналізу розвитку галузі, то друге десятиріччя ХХІ століття було вже наповнене значною кількістю публікацій, що торкалися різноманітних аспектів проблеми, проводили паралелі з світовими тенденціями розвитку. Одночасно з цим зростала і якість публікацій. Дослідники все більше відходили від описовості, акцентуючи увагу на різних формах математичного, економічного аналізу.

Серед узагальнюючих робіт варто звернути увагу на ряд досліджень з проблем управління підприємствами готельно-ресторанної галузі. Питання модернізації підходів управління готелями та ресторанами гостро стояли на початку ХХІ століття, коли галузь проходила активну модернізацію. Даного питання торкнулися у своїх роботах О.Ю. Давидова [16], Л.Д. Завідна [20], В.М. Зайцева [22]. Дослідники звертали увагу на необхідність та проблеми впровадження нових підходів у роботу закладів гостинності. Проводили аналіз міжнародного досвіду та пропонували власні стратегії розвитку галузі.

Питанням формування конкурентоспроможного готельного господарства регіону присвятив свою дисертаційну роботу на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук О.О. Лупич [28]. Науковець звернув увагу не лише на тенденції розвитку готельних та ресторанних підприємств, але й фактори, що впливають на рівень їх конкурентоспроможності, міжнародний досвід.

На початку ХХІ ст. на перший план виходить і проблема впровадження інформаційних технологій. Серед узагальнюючих робіт, що торкалися даного питання варто згадати дослідження К.С. Федосової, Л.М. Тележенко [55]. Дослідниці детально описали рівень задоволення потреб індустрії готельно-ресторанних послуг інформаційними технологіями в Україні та зробили акцент на напрямках розвитку даної сфери в світі, зазначивши інформаційні технології як один з основних стовпів розвитку готелів та ресторанів в майбутньому.

Подальша інтеграція економіки України у світовий економічний простір сприяла збільшенню кількості згадувань даного питання і на сторінках наукових видань. Так питанню перспективи розвитку ринку готельно-ресторанних послуг

України в умовах глобалізації присвячена робота М.Ю. Максимовича [29]. Дослідник звернув увагу на фактори впливу з урахуванням останніх тенденцій розвитку суспільства в умовах пандемії COVID-19. Різноманітним аспектам становлення індустрії гостинності в Україні її стану та тенденції розвитку було присвячено і колективне дослідження під загальною редакцією В. М. Зайцевої [22]. У монографії було розглянуто сучасний стан розвитку індустрії гостинності в Україні, проаналізовано тенденції та перспективи розвитку туристичного бізнесу, готельно-ресторанної індустрії в Україні, охарактеризовано деякі аспекти економічної діяльності підприємств гостинності. Питань впливу COVID-19, інформаційних технологій, процесів глобалізації торкнулися і науковці ДонНУЕТ в роботах під редакцією Н.В.Лохман – «Розвиток індустрії гостинності: сучасний погляд» [42] та Г.О. Горіної – «Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень» [34].

Більш широке наукове підґрунтя формували дослідження надруковані в періодичних вітчизняних та закордонних виданнях. Умовно їх можна поділити на групи: публікації загального плану; статті щодо розвитку готелів; статті що торкалися розвитку ресторанів. Найбільшу групу становили публікації загального плану. Переважно у них підіймалися питання комплексного характеру: загальні тенденції розвитку готельно-ресторанної галузі, динаміка кількості закладів готельного чи ресторанного господарства; фактори впливу.

Так Н.О. Коваленко [24] звернув увагу на аспекти інноваційного напрямку розвитку індустрії гостинності в Україні. Дослідник робив акцент та важливість використання інноваційних напрямів розвитку індустрії гостинності у комплексі. Це на його думку дає можливість ефективно розробляти та впроваджувати інноваційні продукти, та в кінцевому результаті підвищувати якість наданих послуг, збільшити результативність господарської діяльності підприємства. Однак, вагомим чинником в умовах соціально-економічної нестабільності при виборі інноваційного напрямку розвитку підприємства є рівень фінансової можливості підприємства. Підприємства, які відчувають брак фінансових ресурсів, повинні вибирати той інноваційний напрям розвитку, який потребує меншого обсягу фінансових затрат.

На важливості впровадження інформаційних технологій в готельній індустрії робили акцент В.Ф. Доценко, О.Б. Шидловська, І.М. Медвідь, Л.С. Бедусенко [19]. Науковці не лише дали розгорнутий аналіз використання інформаційних технологій в готельному бізнесі України, але й висвітлили найбільш впливові аспекти функціонування індустрії гостинності. Обґрунтували необхідність постійного впровадження інновацій на висококонкурентному ринку готельних послуг. Вони торкнулися причин низької інноваційної активності вітчизняних підприємств готельного господарства, звернули увагу на необхідність застосування сервісних ІТ-технологій, до яких відносять глобальні системи бронювання та CRM системи. Окремо виділили доцільність автоматизації процесу комунікації відвідувачів з персоналом за допомогою мобільних додатків для обміну повідомленнями, що є передумовою покращення

ефективності діяльності засобу розміщення. Вони наголошували на важливості впровадження інформаційних технологій в закладах ресторанного господарства при готелях. Погоджувались з даними твердженнями і ряд інших дослідників. Увагу до застосування інформаційних технологій в готельній сфері привертали і європейські дослідники: Д. Бухаліса, У. Гретцель, М.Фукса [2].

Вплив інтеграційних процесів України на розвиток готельно-ресторанної сфери вивчали О.М. Романуха, А.В. Слащева, Ю.О. Халілова-Чуваєва [43]. Дослідники провели аналіз трансформації законодавства України протягом останніх років на відповідність європейським нормам та визначили що дані процеси сприяли підвищенню якості та конкурентоспроможності українських готелів та ресторанів, формуванню перших національних ланцюгів, залученню європейських інвестицій, а прийняття безвізу наповнило дану форму змістом.

Динаміку розвитку готелів та ресторанів досліджували: Р.А. Муха, О.М. Романуха, Ю.А. Халілова-Чуваєва, К.С. Хаврова, О.С. Коваленко [44], Н.А. Петрищенко, І.А. Ажаман, Н.В. Серьогіна [39] та ін. У своїх роботах автори спираючись на статистичний матеріал визначали загальні тенденції розвитку, звертали увагу на рівень капітальних інвестицій, кількість діючих на ринку юридичних та фізичних осіб підприємців.

При цьому Н.А. Петрищенко, І.А. Ажаман, Н.В. Серьогіна зіставляли дані динаміки кількості готелів та ресторанів з даними розвитку туристичного потоку. Дослідники зауважують, що зростання туристичних потоків громадян України за кордон призводять до скорочення внутрішнього туризму, що слід зазначити як негативний вплив. Одними з факторів, що викликають таку ситуацію, є високі ціни більшості українських курортнооздоровчих закладів і підприємств готельно-ресторанного бізнесу та досить низький рівень сервісу, послуг. Також негативними факторами, що перешкоджають подальшому розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні, є слабка маркетингова та рекламна діяльність, нерозвинена транспортна інфраструктура, відсутність співпраці з іншими організаціями, причетними до туризму, низький рівень впровадження інновацій та незадовільний стан основних фондів.

Аналізуючи проблеми ринку готельно-ресторанних послуг Р. Муха [31] наголошує в свою чергу на важливості розвитку нематеріальних активів підприємств індустрії гостинності. Одним з таких інструментів на його думку є імідж підприємства. Створення ефективного іміджу закладу сприятиме формуванню лояльного ставлення споживачів до закладу, забезпечить пізнаваність клієнтами, довіру інвесторів та партнерів, підвищить задоволеність персоналу роботою і як результат, збільшить вартість закладу на ринку.

Питання приватизації готелів в Україні вивчали О.М. Романуха, Ю.А. Халілова-Чуваєва, К.С. Хаврова, О.С. Коваленко Окрім загальних тенденцій розвитку дослідники звернули увагу на залежність динаміки розвитку готелів та ресторанів від політичної стабільності в країні. Визначили роль фізичних осіб підприємців у розвитку галузі. Автори позитивно оцінили процеси приватизації, що з одного боку сприяли додатковому залученню інвестицій, а з іншого — призводили до скорочення частки великих готельних підприємств.

Роль та місце соціальних мереж в розвитку готелів та ресторанів вивчали І.В. Шаповалова, О.М. Романуха [45]. Автори констатували, що взаємодія готелів з користувачами соціальних мереж зменшувалась в період проведення великих міжнародних заходів та зростала після. Приїзд туристів на Євро-2012 та Євробачення-2017 сприяли збільшенню попиту на проживання та зменшення витрат на рекламу й комунікації. У той же час ми бачимо діаметрально протилежну комунікативну поведінку ресторанів. Наявність значної кількості нових клієнтів вимагали активізації комунікації в соцмережах з метою приваблення клієнту до себе. У період відсутності піків туристичної активності та домінування сталої аудиторії, комунікаційна активність ресторанів спадала. Звертає на себе увагу і зміст постів. Матеріали стосовно послуг, номерів, страв мало цікавили клієнтів, значно більшу увагу привертала інформація що підкреслювала переваги закладу над іншими: перемоги в національних конкурсах; включення до топ-100 закладів готельного чи ресторанного господарства; відвідання його відомими особами; проведення благодійних акцій чи тематичних вечорів.

Загальних питань розвитку виключно готелів торкалися О.А. Давидова [14], Ю.А. Щевчук [59]. Діяльність готельних підприємств в умовах поширення пандемії COVID-19 досліджував В.Берещак [7]. Інноваційних аспектів діяльності у сфері послуг на прикладі готельного господарства розробляли О.М. Шаповалова, С.С. Казьякова [58]. У результаті проведеної роботи автори констатували, що в умовах жорсткої конкуренції готелі змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг. Недооцінка інноваційного управління в діяльності вітчизняних готельних підприємств призвела до зниження рівня їх конкурентоспроможності, порушення принципів і методів управління, зниження якості готельних послуг. При цьому інноваційний підхід в готельному бізнесі має зводитися до використання не лише прогресивних інформаційних технологій і випуску нових послуг, але і цілого комплексу нововведень, що зачіпають усі сфери в області управління (управління якістю, фінансами, персоналом). При цьому найбільш ефективною інноваційна політика підприємства буде у разі одночасного впровадження різних типів інновацій. Обґрунтовуючи той чи інший варіант інноваційної стратегії, необхідно враховувати й те, що вона має відповідати загальній стратегії розвитку готелю, бути прийнятною для нього за рівнем ризику й передбачати готовність ринку до сприйняття нововведень.

Не меншу частку історіографії формували публікації щодо розвитку ресторанної галузі. Серед робіт узагальнюючого характеру варто звернути увагу на дослідження М. Рябенської [47]. У своїй роботі «Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства» авторка звернула увагу не стільки на аналіз статистичних даних, що відображають загальну динаміку розвитку, як на форми організації та напрями розвитку ресторанного господарства. Зокрема було проаналізовано нові формати закладів, які використовуються для утримання постійних і залучення нових клієнтів, тенденції розвитку ресторанного господарства, визначено причини гальмування розвитку об'єктів

ресторанного господарства в умовах конкуренції. Доведено, що впровадження інновацій забезпечує закладам ресторанного господарства конкурентні переваги.

На франчайзинг – як елемент розвитку ресторанного господарства звернули увагу І.М. Шамара, М.А. Семенова [57]. Дослідниці зазначили, що основною перешкодою для розвитку ресторанного бізнесу України в умовах посилення глобалізаційних процесів є недостатній розвиток індустрії на умовах франчайзингу. Недостатнє визнання прав інтелектуальної власності призводить до того, що більшість іноземних мереж ресторанів швидкого обслуговування не поспішають приходити в Україну. Також основними недоліками є відсутність не лише законодавства в галузі франчайзингу, а й незадовільного загального ділового клімату, включаючи бюрократію та складну систему оподаткування.

Значна кількість публікацій була присвячена порівняльному аналізу стану та тенденцій розвитку ресторанного господарства в Україні та інших країнах світу. Так Н.В. Прилепа [40] розглядаючи сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Європи звертає увагу на подібність стилістики і манери обслуговування, одягу офіціантів, дизайн інтер'єру і якістю приготування їжі, використання сет-меню, як знаку якості та характерної риси закладу ресторанного господарства. При цьому як в Україні так і в Європі посилюється акцент на органічності, натуральності і свіжості продуктів, обов'язкове використання стандартів в приготуванні страв, відсутності хімічних добавок, здоровому харчуванні, що сприяє зростанню кількості суп-барів, салат-барів, вегетаріанських ресторанів. Дослідник фактично констатує перехід України на європейські манери та тенденції ведення бізнесу, що особливо виражені в великих містах, які виступають новаторами та законодавцями ресторанної моди в Україні.

Порівняльний характер ринків ресторанних послуг України та Польщі, стану та тенденцій їх розвитку має дослідження А. Прокопюк, Ю. Феленчак [41]. Проаналізувавши період з 1990 по 2018 роки автори констатували, що на сучасному етапі у розвитку ресторанного господарства України і Польщі спостерігаються дві основні тенденції. По-перше, помітним є загальний спад у галузі, що проявляється у зниженні більшості показників. По-друге, з'являються нові прогресивні форми організації ресторанного бізнесу, які переорієнтовують ресторанний ринок на більш низькі цінові сегменти (фут- корти, кейтеринг, демократичні та авторські ресторани та ін.).

Поширення набули і регіональні дослідження ринку ресторанних послуг України. Так А.В. Слащева, С.Ю. Попова [49] звернули увагу на стан та перспективи розвитку гастрономічного напрямку індустрії гостинності міста Маріуполя. В.А. Ткач, В.А. Язіна [52] торкнулися сучасного стану розвитку ресторанного господарства Запорізької області. Обидва дослідження розглядали стан ринку ресторанних послуг з врахування місцевих особливостей, що давало змогу більш детально звернути увагу на локальні специфіки, проблеми та досягнення.

Етногастрономічний напрямок розвитку ресторанного господарства вивчала С.М. Неїленко [32]. У ході дослідження було констатовано, що

відбулося збільшення кількості азійських, американських та скандинавських кухонь, які не були раніше поширені. Одночасно зменшилась кількість ресторанів французької (на 17%) та японської (на 2,9%) кухонь у зв'язку зі зменшенням їхньої популярності. На жаль, кількість закладів ресторанного господарства, що представляють українську кухню, зменшилася на 22,8%, що є негативним для розвитку національного гастрономічного туризму.

З 2019 року популярності стала набирати тема діяльності ресторанів в умовах пандемії COVID-19. Цього питання торкалися М. Босовська, Л. Бовш, І. Антонюк [10], Н. Балацька [5]. Науковці проводили діагностику практик управління ресторанами в умовах кризи та коронавірусної загрози. Розглядали інноваційні тактики протидії пандемічним викликам і розробили референтну модель формування тактики антипандемічної протидії ресторану. Надали методичні та практичні рекомендації щодо реалізації тактичного управління суб'єктами ресторанного бізнесу, провели оцінку його результативності із застосуванням методики EFQM.

Питаннями вивчення впливу поширення SMM на ресторанний бізнес займалися Т.Е. Лебедева, О.В. Голубева [27]. Науковці зазначають, що на сучасному етапі розвитку сфера ресторанної індустрії є глобальним комп'ютеризованим бізнесом, який базується на інтернет-технологіях та альтернативних online-сервісах, у сучасних умовах вони мають бути максимально задіяні в діяльності підприємств ресторанного бізнесу. Інформаційні технології сьогодні, як ніколи раніше, стають все більш цінним ресурсом у підприємствах ресторанного бізнесу, допомагаючи рестораторам не тільки зберегти життєздатність, але й розкрити нові перспективні напрями розвитку. Для збереження бізнесу та забезпечення ефективного перепрофілювання звичного режиму роботи закладів ресторанного бізнесу на формат адресної доставки замовлень запропоновано концептуальний базис соціального медіа-маркетингу для підприємств ресторанного бізнесу, який інтегрує ключові акценти утримання цінності в умовах пандемії. Значна кількість публікацій припадає і на матеріали міжнародних чи всеукраїнських наукових конференцій. При цьому перелік піднятих у них проблем майже ідентичний науковим публікаціям вище.

Отже науковці проявляли неабияку цікавість до вивчення даного питання. Вони торкалися різних аспектів розвитку ринку готельно-ресторанних послуг, проводили порівняльні аналізи тенденцій розвитку з іншими країнами світу, торкалися як локальних так і всеукраїнських аспектів трансформації галузі. Проте не дивлячись на це недостатньо вивченим є питання розвитку капітальних інвестицій в галузь, переважна більшість дослідників при аналізі використовувала традиційні – статистичні методи аналізу не доповнюючи їх іншими, як приклад методами кластерного аналізу стану розвитку галузі. Виокремлення кластерів допоможе не лише краще зрозуміти проблеми певного регіону, але й загальні тенденції його розвитку. Дослідники мало звертали увагу на суспільно-політичні фактори впливу, що після 2014 року визначали тенденції розвитку галузі не лише Сходу та Півдня, але й усієї України.

1.2 Методичні підходи до вивчення ринку готельно-ресторанних послуг в Україні

Аналізуючи тенденції розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації, автор використовував наступні показники: кількості колективних засобів розміщення; кількості місць в них; кількості осіб, що перебували у них; співвідношення кількості юридичних та фізичних осіб підприємців серед готелів та подібних засобів розміщення, ресторанів; розмір капітальних інвестицій в готелі та ресторани за видами – земля, техніка, будівництво, ремонт; витрати на будівництво одного готельного номера; тощо.

В роботі було реалізовано методику, що базувалася на першочерговому визначенні сутності готельно-ресторанних послуг та підходів до їх розуміння. Аналіз різноманітних трактувань суті термінів: послуга, ринок, готельна послуга, ресторанна послуга, глобалізація дали можливість чітко означити об'єкт та предмет дослідження, підібрати відповідні методичні підходи до опрацювання відповідної літератури та джерел. Систематизація значної кількості статистичних матеріалів базувалась на принципах статистичного та кластерного аналізу. Це дало можливість поглянути на розвиток ринку готельно-ресторанних послуг України у динаміці та виявити зовнішні та внутрішні фактори впливу, що визначали розвиток галузі. Зіставлення основних показників розвитку готельно-ресторанної сфери по роках дало змогу виявити піки та спади активності, визначити причини цього в межах країни. Більш детальний аналіз розвитку галузі було проведено за допомогою методу корпоративного аналізу. Вивчення ситуації в регіонах та зіставлення тенденцій розвитку дало змогу виявити лідерів та визначити причини їх успіху, одночасно побачити аутсайдерів та з'ясувати обставини цього. Звернення уваги на динаміку капітальних інвестицій в готельну галузь допомогли окреслити тенденції подальшого розвитку.

Аналізу ринку ресторанних послуг відбувався за подібною схемою. До уваги в першу чергу бралась загальна динаміка розвитку підприємств ресторанного господарства по роках з врахуванням: кількості закладів; частки юридичних осіб підприємців; частки фізичних осіб підприємців. Усі розрахунки проводилися за допомогою визначення середньоарифметичного значення за рік, визначення динаміки розвитку у співвідношення до попереднього року. Зверталась увага на трансформацію співвідношення кількості ресторанів, барів, їдальнь, буфетів та кафе. Дослідження динаміки капітальних інвестицій дало змогу окреслити напрямки подальших змін.

При вивченні питання розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації автор систематизував та опрацював значну кількість інформації. Зважаючи на те, що готельно-ресторанне господарство, як вид економічної діяльності має свої специфічні ознаки, загальні та спеціальні закони регулювання його діяльності, автором було використано для аналізу зібраних матеріалів як загальнонаукові так і спеціально-наукові методи дослідження. Вони допомогли розкрити особливості не лише загальної динаміки

розвитку галузі, але й виявити тенденції та закономірності територіальної організації готельного-ресторанного господарства.

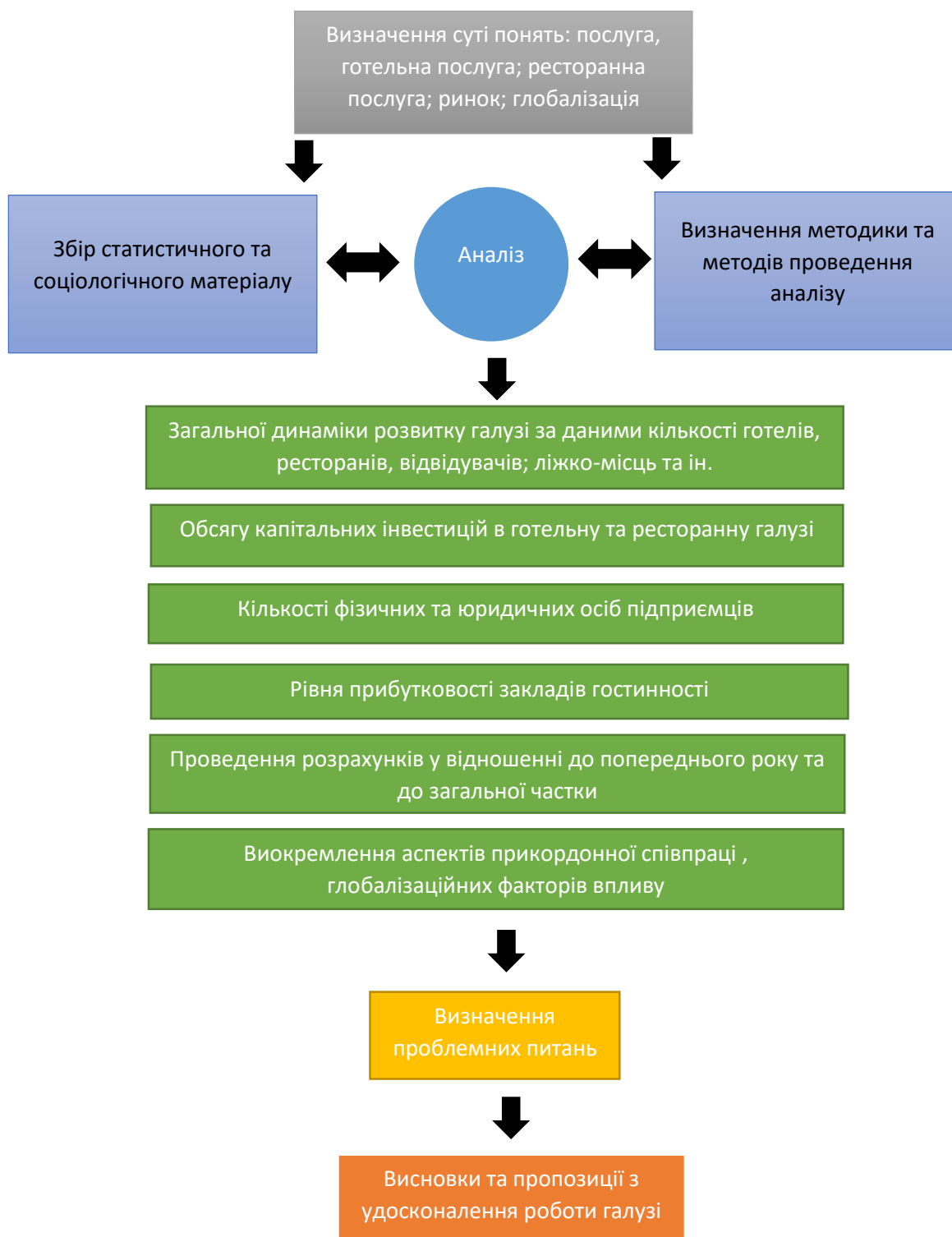


Рисунок 1.1 Схема методології проведення дослідження

Методикою дослідження називають сукупність спеціально обраних для досягнення цілі методів з метою практичного чи теоретичного пізнання дійсності. Переважну більшість методів дослідження сфери готельно-

ресторанного господарства становлять загально-наукові та спеціально-наукові методи. На перших етапах збору та обробки інформації використовувалися здебільшого загальнонаукові методи: аналізу; синтезу; описовості, нормативний, статистичний, візуальний (спостереження), математичний, економічний методи, що добре описані в дослідженнях Л.Д. Завідної та В.М. Зайцевої [20; 22]. Дані методи застосовувались з позицій системного та процесуального підходів. Вони становили підґрунтя методики суспільно-економічних досліджень ресторанно-готельної галузі. Основним методом системного підходу був системно-структурний аналіз, який передбачав детальне структурування об'єкту дослідження, з усіма його атрибутами та зв'язками. Процесуальний підхід та його головний елемент – метод часових зрізів, дозволив створити систему часових зрізів, з допомогою якої було легше виявити механізми та причини змін в розвитку готельно-ресторанного господарства. Використання обох підходів дало змогу розглянути об'єкт як стійку систему пов'язаних між собою та взаємодіючих компонентів, в процесі розвитку яких відбувались зміни в територіальній організації готельного господарства.

Використання методів кластерного аналізу дало можливість визначити найбільші територіальні центри готельно-ресторанних підприємств. Методологія проведення районування території базувалась на принципі визначення частки готелів та ресторанів в регіонах та розрахунку на основі отриманих результатів середньостатистичних даних (відсотка). В результаті було виявлено існування на території України чотирьох центрів готельно-ресторанної індустрії: Західний; Центральнo-Східний; Північний; Південний. Дані регіони фактично представляли у різні епохи центри суспільно-політичного, економічного, зовнішньополітичного, культурного життя певних частин України. У період панування на території України Австрійської та Російської імперій Львів та Харків були великими адміністративними центрами де відкривались перші університети, театри, музеї. Вони були столицями державних утворень: Львів – ЗУНР, Харків УРСР. Значення Києва як політичного центра українських земель відноситься до моменту утворення Київської Русі. АР Крим була адміністративно-політичним центром Малої Скіфії, Боспорського царства, ряду давньогрецьких міст полісів, Кримського ханства. При цьому необхідно зазначити, усі підрахунки по АР Крим, Донецькій та Луганській областям проводилися з урахуванням, втрати контролю над частиною територій через анексію Криму та початку військового конфлікту на Сході України, що фактично заблокували роботу їх туристичних комплексів на невизначений час. Основи методики кластерного аналізу було запозичено з робіт Г.О. Горіної [34].

Методика визначення рівня розвитку ринку готельно-ресторанних послуг по кожному кластеру здійснювалась за такими ознаками: 1) динаміка кількості підприємств готельного та ресторанного напрямку; 2) рівень капітальних інвестицій в галузь; 3) рівень впровадження інноваційних технологій. Кожен з даних рівнів характеризується в основному кількісними показниками, які в подібних дослідженнях необхідні в процесі аналізу динаміки процесів.

Спираючись на аналіз динаміки процесів розвитку готельно-ресторанного господарства було проведено його хронологічну структурування: характерні для розвитку етапи визначалися як часові зрізи. Тривалість кожного етапу корелювалась з аналітичним періодом. Аналітичний період розвитку готельно-ресторанного господарства є історичний період, відображений в історії розвитку даного виду діяльності. Говорячи про етапи методики системно-структурного аналізу готельно-ресторанного господарства варто звернути увагу на розробки М.Ю. Максимовича в яких виокремлювали такі кроки: 1) визначити чинники, що мають прямий або опосередкований вплив на розвиток та функціонування готельного господарства країни; 2) визначити рівень розвитку готельного господарства та специфіку функціонування в даній країні; 3) визначити динаміку розвитку готельного господарства країни; 4) виявити та типізувати елементи територіальної структури готельно-ресторанного господарства; 5) визначити механізми територіальної організації готельного господарства; 6) розробити пропозиції щодо вдосконалення процесів територіальної організації готельного господарства країни. Кожний з етапів розвитку готельно-ресторанного господарства має свої особливості, які виявляються в процесі дослідження. Порівняння даних специфік дає змогу визначити характер процесу територіальної організації готельно-ресторанного господарства та напрямки його розвитку [29].

При цьому доцільність використання мали і інші методи. Так кількісні методи оцінки ринку готельно-ресторанних послуг можна класифікувати на евристичні та економіко-математичні методи. Серед перших найбільше застосування мають експертні методи.

Експертні методи прогнозу базуються на використанні думок кваліфікованих експертів, які виносять свої судження на основі інтуїції, колишнього досвіду, творчості і уяви. У той же час ці методи прогнозу засновані на суб'єктивних оцінках, тому одержувані при їх використанні результати можуть суттєво відрізнятися в залежності від складу експертів.

Економіко-математичні методи прогнозу засновані на об'єктивних даних про існуючі взаємозв'язки між кон'юнктурою ринку і визначають її факторами. Їх застосування призводить до отримання об'єктивних результатів, що спираються на методи математичної статистики, серед яких можна виділити екстраполяцію і моделювання.

При екстраполяції використовується минулий досвід, який прогнозується на майбутнє у вигляді припущення, що система розвивається еволюційно в стабільних умовах. При цьому рекомендується, щоб термін прогнозу не перевищував однієї третини тривалості розрахункової тимчасової бази.

При моделюванні будується прогнозна модель, яка характеризує залежність кон'юнктури ринку від ряду факторів, які на неї впливають. Дані моделі не використовують функціональні або аналітичні залежності, вони засновані тільки на статистичних взаємозв'язках. Наприклад, прогнозування попиту на готельні продукти та послуги полягає в оцінці майбутнього попиту на них в припущенні про певну поведінку покупців в заданих або мінливих умовах

зовнішнього середовища.

Інтегрований підхід до прогнозування динаміки ринку здійснюється з використанням методу розробки сценаріїв. Сценарій - це динамічна модель розвитку ситуації в майбутньому, в якій крок за кроком описується можливий перебіг подій із зазначенням ймовірностей їх реалізації. У сценарії представляються ключові причинні фактори, які повинні бути прийняті до уваги. Одночасно зазначаються варіанти, як ці фактори можуть вплинути, наприклад, на кон'юнктуру ринку або ринковий попит готельних продуктів, на перспективи розвитку готельної галузі в цілому або конкретного готельного підприємства.

Сценарний підхід передбачає розробку і оцінку декількох варіантів можливого розвитку зовнішньої і внутрішньої ситуації в майбутньому для визначення загальної стратегії. Зазвичай один, найбільш ймовірний, сценарій приймається в якості основного для прийняття рішення. При розробці сценарію використовуються як якісні, так і кількісні методи. Слід зазначити, що сценарний метод створює передумови застосування безперервного багатоваріантного планування.

У свою чергу прогнозні оцінки ринкового попиту готельних та ресторанних продуктів і послуг також вимагають застосування сукупності методів, так як визначаються різними факторами зовнішнього середовища, наприклад, такими як зміна способу життя, купівельних переваг і можливостей споживачів; вплив науково-технічного прогресу; проблеми екології та ін.

Таким чином, даний розділ заклав основні теоретичні підґрунтя процесу дослідження розвитку готельно-ресторанного господарства. Окреслені методи аналізу допоможуть проаналізувати існуючу систему індустрії гостинності України та визначити її проблеми та перспективи.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ТА РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

2.1 Особливості розвитку ринку готельних послуг в Україні

Індустрія гостинності являє собою складну систему елементи якої активно взаємодіють між собою та є взаємозалежними. Серед основних елементів даної системи традиційно виокремлюють; засоби розміщення (готелі, хостели, кемпінги); заклади харчування (кафе, ресторани, їдальні); туризм; транспорт (автомобілі, аеропорти, залізниця); розважальні та соціально-культурні заклади (клуби, музеї, спорт-зали, тощо). Сьогодні до них можна додати інформаційний простір. Він пронизує усі вище згадані елементи та покращує сервіс обслуговування за допомогою власних віртуальний ресурсів гостинності: сайти, сервіси, довідкова інформація, реклама.

Проте центральне місце в систем гостинності традиційно продовжують зберігати за собою готелі та ресторани. Оскільки основним споживачем послуг гостинності виступає людина, а туризму – рушієм її переміщення, готелі та ресторани беруть на себе функції її розміщення та харчування. Задовольняючи основні потреби мандрівника, вони відіграють роль маркеру, що визначає напрямок мандрівки та її тривалість. Взаємозалежність між наявністю готелів й ресторанів та потоком туристів добре засвідчує обговорення Європейським союзом питання участі України в програмі TACIS, спрямованої на забезпечення потреб в готелях і ресторанах довкола основних транспортних коридорів, що проходять територією України. Розвиток даної бази є стратегічно важливим не лише з питання розвитку туризму, але й національного бренду, як основи розвитку індустрії гостинності в цілому.

Формування основ сьогоденної бази готельно-ресторанної галузі в Україні відбулось в часи Радянського Союзу. Загальнодержавна політика спрямована на забезпечення громадян доступним відпочинком, проживанням та харчуванням сприяла створенню широкої мережі даних закладів з мінімальними умовами комфорту. Враховуючи особливості розташування рекреаційних ресурсів, промислових та адміністративно-політичних центрів формувалась мережа готелів та ресторанів. Падіння ж залізного занавісу та розпад СРСР поставили на порядок денний необхідність її трансформації. Цього вимагали: невідповідність світовим стандартам, низький рівень сервісу, якості обслуговування; посилення конкурентоспроможності; необхідність залучення інвестицій; роздержавлення підприємств готельно-ресторанної галузі; переспрямування туристичних потоків.

Початком великих змін стало поступове зменшення державної частки в індустрії гостинності. Дані процеси характеризуються з одного боку поступовим зменшенням кількості закладів розміщення, але з іншого кардинальною зміною характеру надаваних послуг та сервісу. Збільшення частки приватного сектору

на ринку готельних послуг давало змогу перебудовувати саму галузь до світових вимог. Тяжка, а подекуди й болюча ринкова терапія кардинально змінила роботу сектору, висунувши на перше місце критерії окупності, запитуваності послуг, конкуренції. Це відобразилося на динаміці росту закладів розміщення в Україні. Спад кінця XX ст. змінився поступовим зростання кількості колективних засобів розміщення. Згідно таблиці 2.1 ми можемо спостерігати їх зростання до 2013 року. Після відзначається скорочення через причину початку бойових дій на Сході України та анексії Кримського півострову. Подій 2014 року сильно трансформували роботу галузі, посиливши на ринку готельних послуг частку невеличких готелів та аналогічних закладів розміщення. Паралельно з цим збільшувалась частки готельних мереж. Незалежні готельні комплекси або поглиналися останніми, або не витримували конкуренції. Підтверджують це і дані таблиці 2.1 щодо співвідношення кількості колективних закладів розміщення та кількості місць у них. Якщо на 2011 у середньому на один готель припадало 96 місць розміщення то на 2019 рік вона скоротилася до 69. Кількість клієнтів також зменшувалась. Загальна динаміка показує зменшення кількості відвідувачів, особливо з числа іноземних громадян. Основними періодами спаду став 2014 рік – початок збройного конфлікту на території України, 2017 та 2019 роки. При цьому, якщо зниження кількості клієнтів 2019 роки легко пояснюється початком епідемії COVID-19 то коливання 2017 року виглядають дивними з урахування проведення в Україні пісенного фестивалю «Євробачення - 2017».

Таблиця 2.1 – Колективні засоби розміщування

	Кількість колективних засобів розміщування, од.	Кількість місць у КЗР, тис. од	Середньоарифметична кількість місць на один готель	Кількість осіб, що перебували у КЗР, тис.			
				усього	В співвідношенні до попереднього року %	з них іноземці	В співвідношенні до попереднього року%
2011	5882	567,3	96	7426,9		1427,7	
2012	6041	583,4	97	7887,4	106	1554,8	109
2013	6411	586,6	91	8303,1	105	1665,1	107
2014 ¹	4572	406,0	89	5423,9	65	551,5	33
2015 ¹	4341	402,6	93	5779,9	107	665,8	121
2016 ¹	4256	375,6	88	6544,8	113	863,7	130
2017 ¹	4115	359,0	87	6661,2	102	824,5	95
2018 ^{1,2}	4719	300,0	64	7006,2	105	917,9	111
2019 ^{1,2}	5335	370,6	69	6960,9	99	959,4	105
2020 ^{1,2}	4523	312,1	69	3379,4	48	254	26

Джерело: систематизовано авторами на основі даних [35, 36, 37, 38]

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

² Розрахунок показників щодо фізичних осіб-підприємців здійснено на підставі адміністративних даних Державної податкової служби

Отже загальна динаміка розвитку ринку послуг з розміщення характеризувалась скороченням загальної кількості закладів розміщення, тенденцією до скорочення кількості великих готелів та аналогічних закладів розміщення й збільшення на ринку невеличких готелів. Це підтверджують дані середньоарифметичної кількості місць на один готель. При цьому дані тенденції були обумовлені розвитком туристичного ринку, що знаменувався зменшенням загальної кількості як внутрішніх та і зовнішніх туристів, а відповідно й числа клієнтів закладів розміщення, як з числа громадян України так і іноземних відвідувачів.

Використовуючи метод компоративного аналізу проаналізуємо регіональну структуру ринку послуг з розміщення, виокремивши центри ринку готельних послуг та тенденції їх розвитку. Згідно даних таблиці додатку 1 «Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів у 2015-2019 роках (тимчасове розміщування)» ми можемо чітко визначити основні центри за найбільшою кількістю діючих суб'єктів господарювання за напрямком «тимчасове розміщення». Лідерами ринку виступають: Одеська; Львівська; Івано-Франківська; Закарпатська; Київська; Херсонська; Запорізька; Дніпропетровська області. До подій 2014 року до даного списку можна було додати Донецька, Харківську області та АР Крим. Проте початок бойових дій на Сході України 2014 року призвів не лише до втрати частини закладів розміщення, але й поступовому закриттю інших через значне зменшення кількості відвідувачів в даних регіонах. Стимулювало це і поступове скорочення економічної, політичної, культурної взаємодії з Російською Федерацією, впровадження обмежень щодо перетину кордону та, як результат скорочення міграційних потоків через дані регіони [36, 37].

Спираючись на метод концентричних кіл можемо констатувати, що на даний час в Україні чітко окреслюються чотири центри – Одеська; Івано-Франківська; Запорізька області та місто Київ. Дані регіони мають найбільшу кількість готелів та сформувалися історично, як центри оздоровчого чи ділового туризму. При цьому, усі чотири регіони поєднують у собі як елементи ділової активності так і культурно-пізнавального, оздоровчого та розважального туризму. Одеса відома не лише морем та своєю специфічною атмосферою, але й має найбільший порт в Україні, Запоріжжя – є великим промисловим центром та завдячуючи о. Хортиця туристичним об'єктом, Київ в силу своєї історичної місії та адміністративної ролі є найбільшим як культурним так і діловим центром. Івано-Франківська область та м. Львів – увібрали в собі не лише культурно-історичні та рекреаційні принади України, завдячуючи Карпатам, але й одночасно виступають головними транзитним коридором до Європейського Союзу.

Усі інші області, в залежності від особливостей проходження транспортних коридорів, природних умов та ін., розподілялись між даними центрами. При цьому кількість готелів в регіонах була прямо пропорційна їх віддаленості від центру кластеру.

Найбільша кількість закладів тимчасового розміщення усіх видів має Західний кластер, що охоплює – Івано-Франківську, Львівську, Закарпатську,

Черновецьку, Тернопільську, Волинську, Рівненську, Хмельницьку області. В сукупності він має понад 2 500 закладів розміщення, хоча за обласними показниками поступається Одеській області. Основна спеціалізація – туризм, відпочинок, транзитні коридори з країн ЄС до України.

Південний кластер включає до себе Миколаївську, Херсонську та Одеську області. Центром є – Одеська область та м. Одеса, що має найбільшу кількість закладів тимчасового розміщення в Україні. Цьому сприяє статус найбільшого центру морського відпочинку, що лишився в Україні після анексії Кримського півострову, наявність великого порту та ряду стратегічних підприємств. Спеціалізація – морський відпочинок, морські перевезення, міжнародна торгівля.

Центральний кластер формує – м. Київ та Київська, Вінницька, Житомирська, Чернігівська, Полтавська, Черкаська, Кіровоградська, Сумська області. Незважаючи на розміри кластеру кількість закладів розміщення в ньому є найменшою. Лише м.Київ та Київська область мають у сукупності під 1000 закладів тимчасового розміщення. Усі інші регіони не дотягують до позначки у 100 суб'єктів господарювання. Причина – відсутність великих промислових об'єктів та сільськогосподарська спеціалізація місцевості.

Центрально-Східний кластер на даний час концентрується довкола Запорізької та Дніпропетровської областей, що мають найбільшу кількість закладів розміщення. Причина цього – розвинута важка промисловість та туристичні принади Запоріжжя. Кластер об'єднує Запорізьку, Дніпропетровську, Донецьку, Луганську, Харківську області. При цьому військові події 2014 року негативно позначаються на динаміці розвитку даної сфери в Донецькій області, що до початку війни була лідером за кількістю закладів тимчасового розміщення.

Загальною особливістю діючих суб'єктів господарювання тимчасового розміщення є їх незначна кількість в прикордонних з Російською Федерацією та Республікою Білорусією областях. Це пояснюється загостренням міжнародних відносин з країнами та зменшенням міграційних і товарних потоків.

Порівняно з коливаннями розвитку закладів тимчасового розміщення, більш стабільні показники, протягом досліджуваного періоду, демонстрували готелі та аналогічні заклади розміщення. Згідно даних таблиці Додатку 2.2 ми бачимо постійно зростаючу кількість готелів та аналогічних закладів розміщення, як серед юридичних так і фізичних осіб підприємців. При цьому загальні темпи зростання фізичних та юридичних осіб відрізняються своїми піками активності.

Згідно даних таблиці 2.2 протягом 2010-2019 років кількість готелів та подібних закладів розміщення в Україні зросла з 4 209 одиниць до 5 451. Коливання динаміки розвитку відбувались у 2012 та 2017 роках та пов'язувались з проведення великих міжнародних заходів на кшталт пісенного конкурсу Євробачення-2017 та чемпіонату з футболу Євро-2012. Порахувавши темпи приросту готелів у відношенні до попереднього року ми бачимо, що найбільші спади динаміки розвитку припадають саме на ці заходи. При цьому в наступні роки (2013, 2018) ми відзначаємо нетривале зростання, що знову змінюється

спадом. Одночасно позитивна динаміка зростання мала певні відмінності щодо активності фізичних та юридичних осіб підприємців. Якщо темпи приросту юридичних осіб зростали в період проведення Євробачення-2017 та Євро-2012, а після скорочувались, то поведінка фізичних осіб підприємців була протилежною. На час проведення даних заходів вона скорочувалась, а після зростала. У цілому ж частка фізичних осіб підприємців у загальній кількості готелів та подібних місць розміщення була значно більшою за юридичних осіб, що свідчить про домінування на ринку малих та середніх готельних комплексів та скорочення частки великих [35, 36].

Таблиця 2.2 – Динаміка розвитку готелів і подібних засобів розміщення

Роки	Кількість суб'єктів господарювання							
	Усього	Темп приросту у відношенні до попереднього року	З них фізичні особи-підприємці	Темп приросту у відношенні до попереднього року	У % до загального показника	З них юридичні особи	Темп приросту у відношенні до попереднього року	У % до загального показника
2010	4209		3327		79,0	882		21,0
2011	4067	97	3131	94	77,0	936	106	23,0
2012	3010	74	1827	58	60,7	1183	126	39,3
2013	3788	126	2399	131	63,3	1389	117	36,7
2014	4081	108	3006	125	73,7	1075	77	26,3
2015	4035	99	2962	99	73,4	1073	100	26,6
2016	4104	102	3174	107	77,3	930	87	22,7
2017	4432	108	3392	107	76,5	1040	112	23,5
2018	4985	112	3883	114	77,9	1102	106	22,1
2019	5451	109	4291	111	78,7	1160	105	21,3
2020	4523	83	3186	74	70,4	1337	115	29,6

Джерело: систематизовано авторами на основі даних [35, 36, 37, 38]

Кластерний аналіз ринку послуг готелів та подібних засобів розміщення у цілому збігається з даними аналізу ринку закладів тимчасового розміщення. Основними центрами виступають Одеса, Львів, Київ, Дніпропетровськ. Майже беззмінними лишаються і основні тенденції розвитку кластерів.

Безперечним лідером за кількістю готелів та аналогічних засобів розміщення виступає Західний кластер, що мав на 2019 рік понад 1 600 готелів та подібних закладів розміщення. При цьому частка фізичних осіб підприємців становить 82-83% з загалу ринку, що є найбільшим показником в Україні. Основну масу готелів давали Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська області. Це пояснюється їх прикордонним розташуванням та наявністю унікальних природних особливостей – Карпатських гір. При цьому частка фізичних осіб підприємців лишалася протягом 2015-2019 років майже незмінною. Її коливання становили 1%. Стабільність роботи юридичних осіб підприємців демонструє й коефіцієнт використання місткості колективних

засобів розміщування (Див. Додаток В). До 2019 року він зростав в областях даного кластеру. Так у Львівській області він становив – 0,28 у 2016 році та 0,30 у 2019 році. Виключення становить 2020 рік, який показав коефіцієнт заповнюваності – 0,14, проте світова пандемія COVID-19 легко пояснює даний спад та є загальносвітовим явищем, а не регіональним чи загальноукраїнським. Зважаючи на співвідношення коефіцієнту заповнюваності готелів та їх кількості в регіонах ми можемо констатувати факт незбалансованості попиту та пропозиції в Закарпатській та Рівненській областях. Зменшення кількості фізичних осіб підприємців, протягом досліджуваного періоду, чітко співвідноситься з зменшенням коефіцієнта завантаженості готелів – юридичних осіб підприємців. Це можна пояснити збільшенням кількості готелів – юридичних осіб підприємців, зменшенням кількості відвідувачів, що посилювало конкуренцію за клієнта на ринку готельних послуг та змусило вдаватися до демпінгових методів боротьби й поглинання дрібних установ – фізичних осіб підприємців, чи їх банкрутству. У той же час недостатня кількість готелів в Чернівецькій області швидко вирішувалась шляхом реакції ринку та збільшення не лише кількості, але й частки установ – фізичних осіб підприємців в області з 84% 2016 року до 90% - 2019 року. Одночасно зростала й доля завантаженості готелів – юридичних осіб підприємців з 0,15 у 2016 році до 0,26 – 2019 року [36, 37].

Наступним за кількістю готелів та подібних засобів розміщення був Центральний кластер. Дані області продемонстрували більш активне зростання кількості готелів. Так з 2016 по 2019 роки їх кількість зросла з 1 106 до 1 152 установ, а динаміка зростання склала 42%, що порівняно з Західним кластером була більшою на 15 %. Частка фізичних осіб підприємців була значно меншою та становили 71% - 2016 року й 73% - 2019 року. Найбільша частка фізичних осіб підприємців була у Вінницькій, Житомирській, Кіровоградській, Сумській областях. Вона перевищувала позначку у 80%. Найнижча у Києві та Київській області. Протягом досліджуваного періоду зменшення кількості та частки фізичних осіб підприємців прослідковувалось у Кіровоградській та Сумській областях. При цьому дані процеси супроводжувались збільшенням коефіцієнта використання місткості колективних засобів розміщування з 0,22 у 2016 році до 0,23 у 2019 році в Кіровоградській області. За темпами динаміки зростання частки фізичних осіб підприємців лідерами в кластері була Київська область та м. Київ. Високі темпи розвитку готельної сфери даних регіонів сприяли збільшенню як кількості юридичних так і фізичних осіб підприємців. Щодо коефіцієнту використання місткості колективних засобів розміщування то він був тут одним з найбільш стабільних. Різниця між роками становили не більше 0,01 позначки, а у половини регіонів навіть характеризувалась позитивною динамікою зростання [36, 37].

Третім за кількістю готелів та подібних засобів розміщення був Центрально-Східний кластер. Темпи зростання кількості готелів становили 20% з 2016 по 2019 роки та відповідно мали цифри 768 та 924 готелів та побічних засобів розміщення. Варто відзначити, що це були найнижчі показники зростання по усій території України. Це легко пояснити близькістю до зони

бойових дій та ускладненням міжнародних відносин з Російською Федерацією, зменшенням активності економічних, культурних та політичних взаємин, інтенсивності міграційних потоків через спільну лінію кордону. Частка фізичних осіб підприємців трималася на рівні 76-77 %. Найбільша їх кількість на 2016-2017 роки була у Дніпропетровській, Запорізькій, Харківській областях. Проте на 2019 рік вона вирівнялась в усіх суб'єктах кластеру за рахунок високих темпів зростання даної групи суб'єктів господарювання в Донецькій області. При цьому коефіцієнт використання місткості колективних засобів розміщування був найбільшим та мав позитивну динаміку зростання саме в Донецькій області з 0,16 у 2016 році до 0,32 у 2020 році незважаючи на поширення пандемії COVID-19. Це можна пояснити високою активністю різноманітних міжнародних делегацій та місій через військовий конфлікт на Сході України та грантовою підтримкою даних регіонів міжнародними інвесторами. Посилювала дію даного чинника і економічна роль Донецької області. Наприклад подібність ситуації в Луганській області та менші економічні потуги регіону давали у підсумку значно менший коефіцієнт завантаженості готелів. У той же час високі коефіцієнти завантаженості мала Запорізька область. За даними показниками вона конкурувала з м. Києвом [36, 37].

Південний кластер характеризувався найменшою кількістю готелів та подібних засобів розміщення у 2015 році, проте високі темпи зростання ринку готельних послуг призвели до того, що 2019 року він обійшов Центрально-Східний кластер та посів третє місце. За п'ять років темпи приросту кількості готелів склали 59%, що було найвищим показником в Україні. Цьому сприяла анексія Кримського півострову та перетворення регіону в основний кластер морського туризму. Найбільшу кількість готелів мала Одеська область, як і частку фізичних осіб підприємців. З 2016 до 2019 року вона зросла з 80 до 83%. У цілому відсоток фізичних осіб підприємців у кластері коливався протягом досліджуваного періоду в діапазоні 78-80%. Зменшення кількості та частки фізичних осіб підприємців спостерігалось лише в херсонській області з 78% - 2016 року до 69% - 2019 року. Даний спад пояснюється частковою мілітаризацією області через анексію Кримського півострову, створення зони турбулентності та виводу капіталів підприємцями через високі ризики ведення бізнесу. Складність даної ситуації підтверджують і дані коефіцієнтів використання місткості колективних засобів розміщування. Якщо в Одеській області вони в середньому тримали в діапазоні 0,13- 0,28, а Миколаївській – 0,22-0,32 то в херсонській області вони змінилися з 0,1 – 2016 року, до 0,43 – 2018 року, 0,35 – 2019 року та 0,25 – 2020 року. Зіставивши коефіцієнт заповнюваності та динаміки росту кількості готелів можемо вести мову про великий інтерес інвесторів та бізнесу саме до Одеської області.

Не стабільними були і показники інвестиційної активності в готельній сфері. Протягом 2010-2019 років обсяг інвестицій постійно коливався. Як видно з додатку 4 інвестиційні піки припадали на 2012 та 2018 роки. До даних періодів кількість інвестицій постійно зростала після чого поступово знижувалась. Причина цього – проведення в Україні Євро-2012 та пісенного конкурсу

«Євробачення 2017». Торкаючись структури інвестицій в галузь тимчасового розміщення варто відзначити підвищення інтересу до готелів та подібних засобів розміщення. Якщо на 2010 рік з загального обсягу вкладень 1 187 млн. грн. у тимчасові засоби розміщення на готелі та побідні засоби розміщення припадало 706 млн. грн., що становило 59% то 2012 року ці показники становили 2 444 млн. грн. загальних інвестицій та 2 290 млн. грн. вкладень у готелі та подібні засоби розміщення, що склало 94%. У 2017 році даний показник склав 89% капіталовкладень у готелі та подібні засоби розміщення, що склало 1 129 млн. грн з загалу 1 268 млн. грн., а 2019 р. 88% з поділом 869 млн. грн. у готелі та побідні засоби розміщення з 982 млн. грн у цілому в засоби тимчасового розміщення [35].

Структура інвестицій протягом 2010-2019 років була сталою та формувалась більшою частиною за рахунок вкладень у будівництво та перебудову будівель, потім у машини та обладнання, існуючі споруди та будівлі, у землю, придбання програмного забезпечення, у концесії, патенти, ліцензії, торговельні марки і аналогічні права. Динаміка інвестицій у будівництво та перебудову будівель у засобах тимчасового розміщення становила 2010 року – 67%, 2011 року – 68%, 2012 року – 74%, 2013 року – 78%, 2014 року – 80%, 2015 року – 46%, 2016 року – 69%, 2017 року – 60%, 2018 року – 67%, 2019 року – 50% від загалу. Відповідний показник вкладень у готелі та подібні засоби розміщення склав 2010 року – 64%, 2011 року – 70%, 2012 року – 76%, 2013 року – 79%, 2014 року – 81%, 2015 року – 45%, 2016 року – 70%, 2017 року – 61%, 2018 року – 66%, 2019 року – 49% від загалу. Найбільші піки припали на 2014 рік, а спади на 2015 та 2019 роки. Дані коливання можна пояснити реагуванням капіталу на політичні зміни в державі. Проголошення відкритості України та євроінтеграції сприяло залученню капіталу проте розгортання військового конфлікту на Сході України 2015 року відлякнуло інвесторів. З певною обережністю були сприйняті інвесторами і президентські вибори 2019 року, що супроводжувалися політичними ротаціями та перевиборчими заявами В. Зеленського стосовно припинення війни та боротьби з олігархами. Дав про себе знати цього року і вірус COVID-19. Вкладення у машини та обладнання у грошовому еквіваленті було найбільшим 2012 та 2017 роках та становило 24% від загального об'єму інвестицій. Найменший обсяг був відзначений 2014 року – 12%. Інвестиції в існуючі будівлі та споруди постійно скорочувались. Якщо 2010 року вони становили 94 млн. грн, що складало 8% від загального обсягу капіталовкладень то 2019 року вони становили лише 647 тис. грн., що становило 0,06%. Зменшувалась удільна вага інвестицій у землю. Найбільший обсяг капіталовкладень був відзначений 2010 року у розмірі 66 млн. грн., що склало 5% з загалу. 2019 року він вже становив 19 млн. грн. та 2% відповідно. Різкий скачок прослідковується 2016 року коли обсяг капіталовкладень досяг 41 млн. грн., що склало 6,5 % з загалу. В інші періоди обсяг інвестицій коливався від 0,2 до 2,3% загальних капіталовкладень. Інвестування у програмне забезпечення та концесії чи патенти проходило слабо. Увага до забезпечення готелів програмним продуктом активізувалась 2015, 2018 та 2019 роках. Інтеграція

готельного простору України до світового вимагала переходу на сучасний цифровий продукт та активної взаємодії з різними цифровими ресурсами, базами [35].

Інвестиційна активність готелів та подібних засобів тимчасового розміщення була схожа з загальними тенденціями розвитку галузі. Найбільший пік активності припав на 2012 рік, що охоплювало до 80% з загального потоку інвестицій у даний напрямок. В подальшому обсяг капіталовкладень знижувався та на 2019 рік впав нижче рівня 2010 року – 436 млн. грн. (49% з загалу). При цьому рівень інвестицій у машини та обладнання зростав. Бізнес зробив ставку на покращення рівня обслуговування та інвестував у даний напрямок 2010 року – 101 млн. грн., 2012 року – 276 млн. грн., 2017 року – 286 млн. грн та 2019 року – 266 млн. грн. У відсотковому еквіваленті до загального обсягу капіталовкладень в даний напрямок це становило – 14%, 16%, 25%, 30%. Зростали показники капіталовкладень і у придбання програмного забезпечення та патентів. Вклавши у даний напрямок 2010 року близько 2 млн. грн, що склало 0,25% 2019 року інвестори профінансували його на майже 7 млн. грн. збільшивши частку капіталовкладень до 0,76%. Інвестування в існуючі будівлі та споруди ставало не популярним напрямком та постійно скорочувалось з 51 млн. грн (7%) 2010 року до 647 тис. грн. (0,07%) 2019 року. Аналогічно зменшувалися капіталовкладення у землю з 57 млн. грн. (8%) 2010 року до 6 млн. грн. (0,7%) 2019 року. Земля та існуючі будівлі втрачали цінність. Загалом інвестиційна активність відображала загальносвітові тенденції, що традиційно акцентували увагу на зведення нових комплексів, які відповідали стандартам та вимогам сучасності, перехід на цифрові технологія з метою підвищення доступності та якості сервісу й внутрішнього оздоблення номерів.

Порівнюючи інвестиційні впливання в готельну галузь України можемо констатувати певний дисбаланс з світовим досвідом та практиками. Спираючись на дані Ribas Hotels Group можна вести мову про першочергову цікавість інвесторів до внутрішнього оздоблення та обладнання в готелі. За їхніми даними частка вкладень у створення нового готелю пов'язана з документальними та проектними роботами становить до 5% загального бюджету, зведення каркасу та фасадні роботи – 30%, внутрішні роботи та комплектація готелю близько – 60%, запуск – до 5%. Порівнюючи ці дані з даними Державної служби статистики України можемо відзначити дисбаланс по двом ключовим показникам обладнання та будівництво. В Україні комплектація готелів забирає близько 20-25% усіх капіталовкладень, у той час як будівництво та перебудова 50-70%. Економлячи на внутрішньому оздобленні та устаткуванні українські готелі автоматично програвали світовим брендам та ставали менш цікавими для гостей [48].

Одночасно вартість будівництва номеру в готелі під ключ оцінювалась експертами готельної сфери в Україні:

3-зірки – \$20 000-\$50 000;

4-зірки – \$50 000-\$150 000;

5-зірки – понад \$150 000.

Зважаючи середньостатистичну поширеність 3-х зіркових готелів в Україні та загальний обсяг інвестицій у галузь 2019 року близько 870 млн. грн. можемо сказати, що при умовному курсі долару у 26 грн було вкладено близько 33,5 млн \$. Розділивши ж дану суму на середньостатистичну вартість одного номеру в трьох зірковому готелі 35 тис \$ отримаємо 957 номерів. 2019 року лише у Києві було введено у експлуатації два готелі загальної кількістю 110 номерів, а 2020 року планувалося збільшити їх кількість до 450, що дає підстави стверджувати про левову частку новобудов в готельній сфері саме у Києві, слабкої поширеності інвестиційних вливань у регіони [7].

Торкаючись регіонального стану справ варто відзначити, що лідерами в розвитку готельної сфери виступають Одеська, Дніпропетровська, Запорізька, Львівська, Миколаївська, Київська області та м.Київ. За останні 20 років вони зуміли збільшити не лише кількість закладів розміщення, але й місць в них. Якщо в 2000 році Одеська область мала 96 готелів а аналогічних закладів розміщення та 8 161 місце то на 2019 рік дані показники дорівнювали 187 закладів розміщення та 26 151 місце. Дніпропетровська область відповідно: 84 заклади розміщення, 6 025 місць (2000 рік) та 106 закладів 13 070 місць (2019 рік). Запорізька область: 59 закладів розміщення, 3 554 місця (2000 рік) та 133 закладів розміщення й 17 938 місць (2019 рік). Львівська область: 55 закладів розміщення та 4 893 місця (2000 рік) й 130 закладів розміщення та 13 188 місць (2019 рік). Миколаївська область: 44 закладів розміщення та 2 490 місць (2000 рік) й 103 закладів та 12 081 місця (2019 року). м. Київ: 95 закладів розміщення та 14 478 місць (2000 рік) й 129 закладів розміщення та 19 619 місць (2019 рік). Надзвичайно стрімкі темпи розвитку показала Херсонська область. Анексія Криму та переміщення через це значної частини відпочивальників в інші приморські регіони України сприяли збільшенню кількості закладів розміщення з 47 у 2000 році до 88 – 2019 року, а місць розміщення з 2 817 у 2000 році до 16 594 – 2019 року [35, 36].

При цьому, торкаючись частки вказаних лідерів в загальному обсязі готельних послуг України варто відзначити розширення долі Одеської області на ринку України, а саме з 8% до 12% за кількістю готелів та з 9% до 14% за кількістю місць розміщення. Це найвищі показники зростання в країні. Наближається за динамікою розвитку до неї Запорізька область. Збільшення кількості закладів розміщення зросло з 5% до 8%, а місць розміщення з 4% до 10%. Незначні темпи зростання притаманні Миколаївській (з 4% до 6% кількості закладів розміщення та з 3% до 6% місць розміщення) та Київській (з 4% до 6% закладів розміщення та з 3% до 5% місць розміщення) областям. Застій а подекуди і спад демонструють Дніпропетровська область та м.Київ. Динаміка розвитку готельної справи м.Київ взагалі характеризується скороченням частки кількості місць розміщення з 16% до 11%, при збереженні частки кількості засобів розміщення в межах України на рівні 8%. Причина цього перетворення міста значною мірою в ділову столицю, розширення кількості офісних приміщень за рахунок готельного сектору. Прикладом може слугувати продаж з

онлайн аукціону одного з найбільших готелів України – готелю Дніпро та заява нових власників про наміри перетворення будівлі на центр кіберспорту.

Отже, готельна галузь України перебуває на стадії активної перебудови. Вхідження до світової індустрії вимагає переходу на сучасні принципи роботи та обслуговування. Це вимагає покращення умов перебування в тимчасових засобах розміщення, належного рівня сервісу та конкурентної цінової політики. Сьогодні можна вести мову про подолання стадії регресії та початку відновлення готельного потенціалу. Загальна динаміка кількості закладів розміщення демонструє з 2018 року поступове зростання, що супроводжується збільшенням не лише кількості готелів, але й числа людей, що перебували там, у тому числі і іноземців. Трансформація готельного ринку супроводжувалась відходом від великих за ємкістю готелів до середніх та невеличких, що в умовах мінливості ринку можуть швидше адаптуватися до нових вимог та продовжувати свою діяльність. При цьому темпи росту інвестицій в галузь демонструють перевагу будівництва чи перебудови готельних приміщень. Незначними варто вважати розміри вкладень у оснащення самих приміщень. Порівнюючи з тенденціями інших гравців готельного ринку розмір вкладень не перевищує 25% від загального обсягу інвестицій порівняно з загальноприйнятими 50-60 %. Позитивним варто вважати збільшення частки інвестування в програмне забезпечення, що не лише спрощує роботу самих готелів, але й робить їх більш відкритими для світового співтовариства. Регіонально ринок готельних послуг більш краще розвинутий в Західних та Північних областях України. Проте найвищі темпи розвитку демонструвала Одеська область, що після анексії АР Крим стала головним морським центром України. Позитивним тенденціями розвитку ринку готельних послуг в умовах глобалізації варто вважати і появу готельних ланцюгів. Вони не лише посилювали конкуренцію на ринку України, але й сприяли покращенню сервісу та якості послуг. Безперечну роль у кластеризації готельних послуг відіграв і проголошений курс на євроінтеграцію України. Підписання ряду домовленостей про розвиток транспортних коридорів на українсько-польській, українсько-угорській, українсько-румунському кордоні сприяли розвитку готельних мереж та відповідної інфраструктури. Роль великого, середнього та малого бізнесу в розвитку готельної справи гарно демонструють дані продуктивності роботи готелів за обсягами виробленої продукції (товарів, послуг). За період 2013-2019 років значні темпи приросту демонстрували представники малого бізнесу та мікропідприємництва. Так у даний проміжок часу продуктивність роботи готелів даної ланки зросла з 558 млн. грн. до 4,2 млрд. грн. Частка при цьому фізичних осіб підприємців збільшилась з 70% у 2013 році до 83% у 2019 році [38].

Негативним фактором світового масштабу стала пандемія COVID-19. Запровадження локдауну у багатьох країнах світу призвела до зменшення рентабельності готельної сфери та значних збитків.

Серед основних проблем, що заважали активному розвитку готельного сектора варто відзначити:

- незадовільний шлях доріг, що виступав основним гальмом розвитку не лише внутрішнього туризму, але й транзитних можливостей України;
- низька якість сервісу та пропонованих послуг, особливо в провінційних населених пунктах;
- слабкий рівень інтегрованості українських готелів та подібних закладів розміщення до світового ринку готельних послуг. Відсутність інформації про них в готельних інформаційних системах;
- собівартість послуг через високі витрати на комунальні платежі;
- зменшення внутрішнього та зовнішнього туристичного потоку;
- посилення дії зовнішніх загроз у вигляді: пандемії COVID-19; тероризму; війни;
- низька платоспроможність громадян України, як основних споживачів готельних послуг.

Розділ 2.2 Динаміка розвитку ринку ресторанних послуг України в умовах глобалізації

Важливим елементом розвитку індустрії гостинності є ресторанна галузь. Як і готельна сфера починаючи з 90-х років ХХ ст. вона пройшла шлях трансформації в питаннях покращення сервісу обслуговування та роздержавлення. Будучи орієнтованою на широкого споживача продукції, підприємства ресторанного господарства активно впроваджували сучасні стандарти та види обслуговування, проводили зміну обладнання. Необхідність даних змін обумовлювалась світовими тенденціями розвитку галузі та активним розвитком туризму. Збільшення кількості туристів у світі вимагало не лише організації розміщення їх перебування, але й надання послуг з організації харчування. Будучи елементом системи гостинності, ресторани відігравали важливу роль у формуванні загального враження та активно впливали на подальшу тенденції розвитку гостинності в Україні. Одночасно підприємства ресторанного господарства сприяли залученню до обігу частки доходів туристів із різних регіонів. Таким чином, відбувалося переливання купівельних фондів з одних районів до інших, з однієї країни до іншої. Крім того, задоволення потреб за межами постійного місця проживання трансформувало витрати купівельних фондів населення, витрати на купівлю товарів замінювалися витратами на послуги, що сприяло мобілізації вільних грошових коштів населення.

Ресторанний бізнес, як основна складова частина індустрії гостинності, складається як із потужних підприємств, які випускають різноманітну харчову продукцію, так і невеликих приватних підприємств : ресторанів, кафе, барів. Він включає в себе підприємства різних форм власності, об'єднані за характером перероблюваної сировини і продукції, що випускається, за організацією виробництва і формами обслуговування населення, за послуги, що надаються. Місія підприємств ресторанного господарства полягає в задоволенні потреб

населення в організації харчування та дозвілля за допомогою вироблених продуктів та послуг [57].

Загальна динаміка розвитку підприємств ресторанної галузі протягом 2010-2019 років була позитивною. Їх кількість зросла з 29 950 до 48 398 підприємств відповідно. Спад динаміки прослідковувався лише 2011 року. При цьому вплив міжнародних заходів був прямим. Збільшення кількості підприємств відбувалось у рік проведення заходів. В подальшому прослідковувалось повільне скорочення темпів розвитку при збереженні в цілому позитивної динаміки. Розподіл активності фізичних та юридичних осіб підприємців був протилежним від готелів та аналогічних засобів розміщення. Проведення великих міжнародних заходів позитивно впливало на активність фізичних осіб підприємців. Так проведення Євро-2012 сприяло збільшенню частки фізичних осіб підприємців на ринку ресторанних послуг з 79% 2012 року до 90% – 2019 року. Активність же юридичних осіб починаючи з 2012 року була не стабільною та характеризувалась періодами спадів та росту. Протягом 2012-2019 років їх частка впала з 20% до 10%. Певний вплив на розвиток готельної та ресторанної справи в Україні завдавала й суспільно-політична криза 2013-2014 років [36, 37].

Таблиця 3.1 – Динаміка розвитку ресторанів

Роки	Кількість суб'єктів господарювання							
	Усього	Темп приросту у відношенні до попереднього року	З них фізичні особи-підприємці	Темп приросту у відношенні до попереднього року	У % до загального показника	З них юридичні особи	Темп приросту у відношенні до попереднього року	У % до загального показника
2010	29950		23857		79,7	6093		20,3
2011	24933	83	18774	79	75,3	6159	101	24,7
2012	28142	113	22441	120	79,7	5701	93	20,3
2013	32957	117	26896	120	81,6	6061	106	18,4
2014	37557	114	32727	122	87,1	4830	80	12,9
2015	38345	102	33633	103	87,7	4712	98	12,3
2016	38199	100	34207	102	89,5	3992	85	10,5
2017	38545	101	34102	100	88,5	4443	111	11,5
2018	41860	109	37283	109	89,1	4577	103	10,9
2019	48398	116	43572	117	90,0	4826	105	10,0
2020	51069	105	46298	106	90,6	4771	98,6	9,4

Джерело: систематизовано авторами на основі даних [35, 36, 37, 38]

Позитивні темпи розвитку представники ресторанної галузі демонстрували і за обсягами виробленої продукції (товарів, послуг). Зіставляючи дані середніх, малих та мікропідприємств ми бачимо що продуктивність середніх підприємств зросла з 2 млрд. грн. 2013 року до 3 млрд. грн. 2019 року, малих – з 4 млрд. грн до 26 млрд. грн. відповідно та мікропідприємств – з 2 млрд. грн. до

21 млрд. грн. Частка фізичних осіб підприємців при цьому для суб'єктів середнього підприємництва зросла з 53% до 79%, а мікропідприємництва з 73% до 92% [38].

Ресторани відігравали головну роль у стабільному зростанні ринку послуг харчування. Якщо загальна тенденція розвитку підприємств різної форми організації та спрямованості з забезпечення стравами та напоями протягом 2015-2017 років характеризувалась зменшенням їх кількості з 50 381 одиниць до 49 950, а потім зростанням у 2018-2019 роках до 60 851 підприємств, то заклади що згідно класифікатора державної служби статистики характеризувалися як діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування мали виключно позитивну динаміку зростання. Протягом 2015-2019 років їх кількість невпинно збільшувалась з 38 345 закладів до 43 572 (Див Додаток Д). Це призвело до збільшення їх частки серед загальної кількості підприємств з забезпечення стравами та напоями з 76% до 80% [36, 37].

Регіональна структура ринку послуг ресторанного обслуговування повністю накладається на регіональну структуру ринку готельних послуг. Дані компоративного аналізу демонструють подібність кластеризації підприємств ресторанного обслуговування. Згідно даних таблиці додатку 5 «Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів у 2015-2019 роках (діяльність із забезпечення стравами та напоями)» лідерами ринку були: Одеська; Львівська; Івано-Франківська; Закарпатська; Київська; Херсонська; Запорізька; Дніпропетровська, Харківська області. Що стосується Донецької, Луганської областей то темпи розвитку ресторанної галузі були значно менші ніж в регіонах-лідерах, проте загальна динаміка розвитку була все ж таки вищою за готельний сектор. Дані по АР Крим з 2014 року не відстежуються.

Найбільша кількість закладів ресторанного господарства простежується в Дніпропетровській, Закарпатській, Київській, Львівській, Харківській, Одеській областях. Це не дивно, оскільки дані регіони є центрами туризму, ділової активності, відпочинку. Тут найбільша кількість музеїв, готелів, підприємств. У різні історичні часи вони були також центрами політичної активності та позиціювались як консолідуючі регіони. Активний розвиток ресторанного господарства обумовлювався і високою щільністю населення. Більшість з перерахованих областей має центри – міста мільйонники та високий обсяг туристичного потоку. Необхідність задоволення потреб харчування та проведення дозвілля й стали тим фактором, що активно сприяв збільшенню кількості закладів ресторанного обслуговування.

Щорічний приріст закладів харчування у них в середньому збільшувався на 20-25%. При цьому дані центри виступали новаторами та ініціаторами поширення нових видів закладів ресторанного обслуговування та сервісу. Приміром, високі темпи зростання української мережі підприємств швидкого харчування забезпечувались саме завдяки появі нових ресторанів, в першу чергу в нових торговельних центрах, з розміщенням в них фудкортів, і відкриттям окремих ресторанів самообслуговування. Найбільшу частку в структурі мережі

закладів ресторанного господарства даних регіонів займали буфети, закусочні, кафе (більше 53%). При цьому частка їдальнь порівняно з кінцем 90-х років ХХ ст. – початком ХХ ст. скоротилася з 70% до 20%, барів – 16%, інших закладів ресторанного господарства – 7%. Тому на кінець другого десятиліття ХХІ ст. в них з розрахунку на 100 тис. осіб функціонувало 6 ресторанів, 119 кафе, буфетів, 35 барів, 14 їдальнь та 11 інших закладів ресторанного господарства. Тому не дивним виглядає зменшення місткості підприємств ресторанного господарства в 1,5 рази, при одночасному зростанні місткості їдальнь, кафе, буфетів, барів. Частка об'єктів ресторанного господарства в готелях та інших місцях для короткотермінового проживання на сучасному етапі має тенденцію до зростання, але поки що не перевищує 2% від виду економічної діяльності «Готелі та ресторани» [57].

Виступаючи в ролі агентів змін – дані регіони формували навколо себе кластери, імпортуючи до них нововведення та багато в чому визначаючи тенденції подальшого розвитку. Спираючись на метод концентричних кіл можемо виокремити в Україні існування чотирьох кластерів: Західний; Центральний; Центрально-Східний; Південний. Усі області гуртувалися в силу особливостей проходження транспортних коридорів, природних умов та ін., до якогось з даних кластерів.

Традиційно найбільша кількість закладів ресторанного господарства була в Центральному кластері. Він охоплював території – м. Київ, Київська, Вінницька, Житомирська, Чернігівська, Полтавська, Черкаська, Кіровоградська, Сумська області. Тут було зареєстровано 2019 року 13 157 закладів ресторанного та мобільного харчування. Найбільшу кількість традиційно демонстрував Київ – 4 632 заклади та Київська область 1 941. Далі за рейтингом йшли Полтавська, Вінницька, Житомирська області, кількість закладів ресторанного обслуговування в яких перевищувала 1 тис. Найменш усього закладів ресторанного господарства мали Черкаська, Чернігівська, Сумська області. В даних регіонах кількість закладів ресторанного обслуговування була меншою за 1 тис. При цьому якщо на 2015 рік аутсайдером була Чернігівська область з 569 ресторанами та установами з надання послуг мобільного харчування то в 2019 році найменшу кількість даних закладів мала Кіровоградська область – 700. Каталізатором збільшення кількості ресторанів став 2017 рік, що був знаменний проведенням в Україні пісенного конкурсу «Євробачення». Темпи приросту зберігались і в подальшому. Якщо в м. Києві вони становили 10-12% в рік то в віддалених областях вони складали 4-9%. Звертає на себе увагу і доволі висока частка фізичних-осіб підприємців з загалу ресторанних закладів. Протягом 2015-2019 років вона зросла з 88 до 91% у цілому по кластеру. Особливістю стало поведіння ринку під час конкурсу Євробачення-2017. У цей рік збільшилася частка юридичних осіб підприємців, а загальний відсоток фізичних осіб підприємців скоротився з 90% до 89%. Такі коливання були притаманні ресторанній галузі під час проведення будь-яких великих заходів. Приїзд іноземних гостей вимагав більш прискіпливої перевірки закладів харчування, дотримання високих стандартів обслуговування, що в більшій мірі могли

забезпечити саме юридичні особи підприємці. За регіонами кластеру найбільшу частку фізичних осіб підприємців мали віддалені області: Житомирська, Вінницька, Кіровоградська, Черкаська області (92-94% з загалу ринку). Найменшу – м.Київ, Чернігівська, Київська області (71-81% з загалу ринку). Звертає на себе увагу і той факт, що з загалу розташованих довкола Києва та Київської області інших областей, високі показники кількості закладів ресторанного та мобільного харчування мали – Житомирська, Вінницька, Полтавська області. Причина цього – транзитні можливості регіонів. Житомирська та Вінницька області були транспортними коридорами до Західного кластеру, а Полтавська до Центрально-Східного. Розширенню транзитних можливостей Черкаської та Кіровоградської областей перешкождали погані дороги, реконструкція яких почалася лише 2020 року. Завершення даної роботи сприятиме збільшенню транспортного потоку до Південного кластеру та збільшенню закладів харчування. Оцінюючи рівень забезпечення населення закладами ресторанного та мобільного харчування можна сказати, що він є найбільшим в Україні та становить близько 690 чоловік на один заклад (без врахування туристів). Порівнюючи з міжнародними показниками можна стверджувати про існування потенціалу для подальшого розвитку. Особливістю Центрального кластеру є й те, що він є лідером в розрізі сегментів поширення франчайзінгу [36, 37].

Наступним за кількістю закладів ресторанного та мобільного харчування є Західний кластер. До нього входять – Івано-Франківська, Львівська, Закарпатська, Черновецька, Тернопільська, Волинська, Рівненська, Хмельницька області. Протягом 2015 – 2019 років кількість закладів ресторанного господарства збільшилася з 12 314 до 13 661 установ. Загальна динаміка розвитку характеризувалась спадом кількості установ з 2015 до 2017 роки. Станом на 2017 рік в регіоні діяло 11 599 закладів. Зростання відбулося лише з 2018 року. Найбільшу кількість закладів демонструвала Львівська область. У 2015 році вона нараховувала 2 652 заклади, а 2019 року – 4 306. Протягом усього періоду їх чисельність лише зростала. Доволі активно розвивалися й інші області. Найбільші показники демонструвала Івано-Франківська та Закарпатська області. Це є очікуваним – оскільки вони мали значні рекреаційні ресурси та були єдиним центром гірно-лижного відпочинку, Меккою для поціновувачів лісів та висоти [36, 37].

Найменша кількість ресторанів та закладів мобільного харчування простежувалася у Волинській та Тернопільській областей. Якщо на 2015 рік вони мали 811 та 748 закладів то 2019 року 866 та 775 установ відповідно. Ще однією особливістю розвитку кластеру є постійне зменшення кількості закладів харчування протягом 2015-2019 років в Закарпатській області. На 2015 рік вона мала 2 784 заклади, а 2019 року лише 2 387. Серед можливих причин даної ситуації можемо виокремити: зменшення внутрішнього туристичного потоку в Україні через політичні кризи та початок військового конфлікту на Сході; зменшення кількості зовнішніх туристів з країн на пострадянському просторі; погіршення економічної ситуації, пандемія COVID-19; перенасичення

ресторанними підприємствами регіону та їх нерентабельність. Левова частка діючих закладів – фізичні особи підприємці. Загальноарифметичний показник їх частки в кластері протягом 2015-2019 роках зріс з 92% до 93%. Найбільша частка фізичних осіб підприємців була зареєстрована в Закарпатській області – 95-96% відповідно. Найнижчий мала Львівська область – 84% - 88%. Інші регіони на 2015 рік мали: Івано-Франківська – 90%; Рівненська, Тернопільська – 94%; Хмельницька – 93%; Чернівецька та Волинська області – 92%. До 2019 року дані показники зросли: Івано-Франківська область – 92%; Тернопільська та Волинська області – 94%; Рівненська, Хмельницька, Черновецька області – 95%. Принцип більшої представленості у великих містах юридичних осіб підприємців підтвердився на прикладі Львову і в Західному кластері. Як і в Північному кластері, незначне скорочення частки фізичних-осіб підприємців 2017 році, відбулося і в Західному кластері. Хоч населені пункти регіону і не були місцем проведення пісенного конкурсу «Євробачення 2017» проте зважаючи на транзитні потоки, що збільшилися з країн Європейського Союзу дані коливання є очікуваними [36, 37].

Позитивним фактором зростання кількості підприємств ресторанного господарства стала і участь України у європейській програмі TACIS. Вона була спрямована на забезпечення потреб в готелях і ресторанах довкола основних транспортних коридорів, що проходили територією України та допомагали покращити загальноєвропейську транспортну систему. Об'єднання зусиль у вирішенні даного завдання сприяло проведенню у 2002 р. Міжнародної конференції Ради Європи з питань українсько-словацького транскордонного співробітництва; зустрічі українських держслужбовців з представниками Європейської преси (“European report”, “Europe”, “Euroobserver”, “Нова Європа”, “EuroNews”). Крім цього було створено систему туристичних інформаційних центрів, в рамках програми технічної допомоги Twinning Projects з метою формування дієвої системи розповсюдження інформаційно-реklamних матеріалів. Як наслідок у 2019 р. в м.Трускавці було проведено перший Східноєвропейський форум гостинності та курортів. Участь прийняли представники Польщі, Словаччини, Угорщини, Румунії [53].

Розвиток внутрішньої транспортної системи починаючи з 2019 року сприяв стрімкому прориву Рівненської, Хмельницької, Чернівецької областей за кількістю закладів харчування. Будучи основними транзитними коридорами з усіх інших територій України, вони демонстрували високі темпи відкриття нових ресторанів протягом 2018-2019 років. Рівень забезпечення закладами ресторанного та мобільного харчування на кількість населення в Західному кластері становить 765 осіб на заклад (без врахування туристів). Це третє місце в Україні після Центрального та Південного кластерів.

Третє місце за кількістю закладів ресторанного та мобільного харчування посідає Центрально-Східний кластер. Він охоплює Дніпропетровську, Запорізьку, Донецьку, Луганську та Харківську області. Загальна динаміка розвитку підприємств ресторанної галузі в регіоні позитивна. Завдані втрати від військового конфлікту на Сході України поступово компенсувалися

збільшенням чисельності закладів харчування на підконтрольних територіях України Донецької та Луганської областей. Проте вести мову про повернення Донецькій області лідируючих позицій період 2014 року ще не доводиться. На 2015 рік в Центрально-Східному кластері нараховувалось 8 476 закладів ресторанного та мобільного харчування. До 2017 року відбувалось незначне зменшення даних об'єктів до 8 196 одиниць. Зменшення відбувалось через скорочення чисельності закладів харчування в Дніпропетровській та Запорізькій областях. В інших регіонах кластера динаміка продовжувала характеризуватися зростанням. Загальна позитивна динаміка відновилася з 2018 року та характеризувалася чисельністю 8 643 ресторани та заклади мобільного харчування, а 2019 року їх чисельність збільшилася до 9 984 одиниці. Місце лідера в кластері поділили між собою Харківська та Дніпропетровська області. Проте чисельність ресторанів дещо більша все ж таки в Харківській області. У 2015 році вона склала 2 679 закладів, а 2019 року – 3 495 одиниць. Дніпропетровська область мала показники 2 588 та 3 183 заклади відповідно. Третьою за кількістю даних суб'єктів господарювання була Запорізька область. Проте варто підкреслити, що протягом 2015-2019 років їх кількість скоротилася. Тенденція розвитку з 2015 по 2017 роки ресторанної сфери Запорізької області характеризувались стрімких скороченням чисельності даних підприємств. Якщо 2015 року їх було 1 852, 2016 – 1741 то 2017 – 1 487. Лише з 2017 року їх чисельність зросла до 1 498, а 2019 року до 1 644 одиниць. Найменш активно дана сфера розвивалась у Луганській області. За період з 2015 до 2019 років кількість ресторанів та закладів мобільного харчування зросла з 285 до 351 [36, 37].

Звертає на себе увагу і частка з загалу фізичних осіб підприємців. Середньоарифметичний показник по кластеру демонструє збільшення частки фізичних осіб підприємців з 90% 2015 року до 92% 2019 року. Найбільшу частку серед областей Центрально-Східного кластеру мала Луганська область. На 2015 рік вона становила 93% з загалу, а 2019 року – 95%. Друге місце посіла Дніпропетровська область. Частка фізичних осіб підприємців тут також збільшувалась з 90% у 2015 році до 93% 2019 року. Запорізька, Донецька та Харківська області мають у даному питанні певні особливості. Спираючись на результати аналізу попередніх кластерів (Північного та Західного) було констатовано, що інтегруючі центри мали не лише найбільшу кількість закладів ресторанного та мобільного харчування, а й значно нижчі показники частки фізичних осіб підприємців на ринку ресторанних послуг. Як Київ та Львів, вони демонстрували дані показники на рівні 86-84%. В Центрально-Східному кластері даний рівень частки фізичних осіб підприємців на 2015 рік був у Донецькій та Харківській областях (86%). Потім він почав збільшуватися до 89% – 2016 року, 90% – Донецька область та 89% – Харківська область 2018 року і 92% – Донецька область та 90% – Харківська область 2019 року. З одного боку це може свідчити про втрату цікавості інвесторів на даному сегменті ринку у цих областях та виходу з них. Особливо дане пояснення підходить до Донецької області, що через військовий конфлікт мусила майже з нуля відбудовувати даний бізнес,

залучаючи інвесторів та туристів. Можливості поширення даного сценарію розвитку на сусідню Харківську область ймовірно стали основним приводом виходу юридичних осіб підприємців з відси. Одночасно з цим протилежну динаміку демонструвала Запорізька область. Незважаючи на певне скорочення загальної чисельності закладів ресторанного та мобільного харчування, позиції юридичних осіб підприємців міцніли. Якщо в 2015 році їх частка на ринку області становила 8% то 2019 року вже 10%. Спираючись на це можемо вести мову про тимчасову невизначеність центру даного кластеру, що обумовлюється переміщенням не лише людей, але й капіталів, інвестицій з області в область.

Серед перешкоджаючих факторів подальшого активного зростання ресторанного бізнесу в даному регіоні необхідно відзначити погіршення відносин з Російською Федерацією. Прикордонне розташування Донецької, Луганської, Харківської областей та закритість кордону фактично перетворили їх на тупик міжнародної транзитної системи. Обмеження потоку переміщення вантажів та людей негативно позначається в цілому на розвитку як готельної так і ресторанної галузі.

При цьому потенціал до розвитку ресторанного бізнесу в регіоні найбільший в Україні. Розрахунок кількості населення на один заклад ресторанного господарства становить 1 368 осіб (без врахування туристів). Це найбільший показник в Україні, який в двічі перевищує дані Центрального та Південного кластеру та у півтора рази Західного. Нормалізація ситуації може сприяти в майбутньому виходу Центрально-Східного кластеру в лідери України.

Четверте місце за кількістю закладів ресторанного господарства посідає Південний кластер. До його складу входять Миколаївська, Одеська, Херсонська області. Центром кластеру виступає Одеська область, що має найбільшу кількість закладів ресторанного господарства. Загальна динаміка розвитку підприємств ресторанного сектору характеризується позитивними темпами зростання. На 2015 рік кількість ресторанів та закладів мобільного харчування нараховувала 4 398 одиниць, на 2019 рік їх кількість збільшилася до 5 967 одиниць. За областями динаміка зростання була також позитивною за виключенням 2016 року, що приніс Миколаївській та Херсонській області незначний спад. Щорічні темпи приросту після 2017 року характеризувалися звичними показниками росту у межах 3-6%. Характеристика співвідношення фізичних та юридичних осіб підприємців була на користь останніх. Протягом досліджуваного періоду спостерігається поступове збільшення кількості фізичних осіб підприємців з 90% у 2015 році до 91% у 2019 році. При цьому найбільша кількість фізичних осіб підприємців нараховувалась в Херсонській та Миколаївській областях. На 2015 рік їх частка становила 93% та 92% відповідно. До 2019 року ситуація майже не змінилась та характеризувалась показниками Херсонська область – 92%, Миколаївська область – 91%. Що стосується Одеської області то зважаючи на її інтегруючу суть ми бачимо ситуацію аналогічну вищезгаданим кластерам. Область має не лише найбільшу кількість підприємств ресторанного господарства, але й найнижчу частку фізичних осіб підприємців. У 2015 році вона становила 87%. Проте 2019 року досягла 91%. Це

може свідчити з одного боку про втрату цікавості великих гравців до регіону, а з іншого про трансформацію організаційних форм роботи через економічні фактори або поширення практики франчайзингу. На 2019 рік обсяг поширення даного сегменту в громадському харчуванні склав 21% в сегментації ринку франчайзингу. Показники кількості населення на один заклад ресторанного господарства середньостатистичні по країні та становлять 753 особи на один заклад (без врахування туристів) [36, 37].

Інвестиційна активність ресторанної галузі протягом досліджуваного періоду демонструвала високу активність. Кількість інвестицій зросла з 314 млн. грн у 2010 році до 1 356 млн. грн. – 2019 року. При цьому збільшилася і сама частка в загальному обсязі капіталовкладень в економіку України з 0,24% у 2010 році до 0,25% - 2019 року. Піками фінансової активності стали 2012 та 2017 роки. У 2012 році в галузь було інвестовано 516 млн. грн., а 2017 року вже 684 млн. грн. Звертає на себе увагу і той факт, що інвестиційний пік 2017 року мав вище темпи розвитку. Так інвестиційний приріс 2012 року порівняно з 2011 роком мав показник 38%, 2013 рік у відношення до 2012 вже 35%. У той же час інвестиційний приріс 2017 року по відношенню до 2016 року склав 48%, а 2018 рік до 2017 – 46% [35].

Найбільша частка капіталовкладень йшла у капітальні інвестиції та матеріальні активи. Якщо у 2010 році на нього було витрачено 310 млн. грн. то 2019 року вже 986 млн. грн. Проте звертає на себе увагу наступний факт, частка капітальних інвестицій від загалу з 2010 до 2017 років трималася на позначці – 98-99%. 2018 року вона трішки спустилася до 97%, а 2019 роки впала до 72%. Одночасно з цим капітальні інвестиції у нематеріальні актив зросли з 1% у 2010 році до 27% - 2019 року [35].

Структура інвестицій у матеріальні активи розподілялась на інвестиції у землю, в існуючі будівлі та споруди, у будівництво та перебудову будівель, у машини та обладнання. Найбільша частки вкладень припадала на будівництво та перебудову будівель. З 2010 по 2018 рік частка вкладень у даний напрямок постійно зростала. Якщо у 2010 році у неї було інвестовано 105 млн. грн, що склало 34% з загалу капітальні інвестиції у діяльність ресторанів та закладів мобільного харчування, 2011 року – 143 млн. грн (38%), 2012 року – 222 млн. грн. (43%), 2013 року – 297 млн. грн. (42%), 2014 року – 299 млн. грн. (55%), 2015 року – 170 млн. грн. (40%), 2016 року – 166 млн. грн. (36%), 2017 року – 277 млн. грн. (40%), 2018 року – 451 млн. грн. (45%), то 2019 року лише 232 млн. грн., що склало лише 17%. Частка вкладень у машини та обладнання протягом досліджуваного періоду лишалась стабільно. У 2010 році у даний напрямок було інвестовано 156 млн. грн., що становило 49%, 2011 року – 207 млн. грн. (55%), 2017 року – 313 млн. грн. (45%), 2019 року – 552 млн. грн (41%). Найменше усього вкладали в існуючі будівля та землю. Частка інвестицій в існуючі будівлі скоротилася з 9% 2010 року до 2% - 2019 року. Незначні піки прослідковувалися 2012 та 2017 року під час проведення великих міжнародних заходів Євро-2012 та Євробачення 2017. Рівень інвестицій у землю впав з 1% - 2010 року до 0,16% 2019 року [35].

Різке зменшення обсягу капітальних інвестицій у матеріальні активи компенсувалося їх збільшенням у нематеріальних. З 2010 до 2018 року розмір капіталовкладень зріс з 4 млн. грн. до 21 млн. грн. 2019 року він склав рекордні 370 млн. грн., що склало 27% загального обсягу капітальних інвестицій у ресторани та заклади мобільного харчування. При цьому вкладення у концесії, патенти, ліцензії, торговельні марки і аналогічні права зросли з 163 тис. грн 2010 року до 3,7 млн. грн. – 2019 року, що у відсотковому відношенні склало 0,05% та 0,27% відповідно. Подібна ситуація була і в напрямку придбання ліцензійного програмного забезпечення. Обсяг вкладень 2010 року склав – 1,9 млн. грн. (0,6%), а 2019 року 6 млн. грн. (0,45%). Сплеск інвестиційної активності прослідковувався лише 2016 року коли було вкладено у даний напрямок 19 млн. грн., що склало 4% з загалу усіх капітальних інвестицій в ресторанну галузь [35].

При цьому частка капіталовкладень в засоби розміщення та харчування у відсотку до загального обсягу інвестицій в економіку України скорочувалась з 0,5% у 2017 році до 0,4% у 2019 році. Поглянувши на регіональний рівень інвестицій в засоби розміщення та харчування можемо констатувати збільшення притоку інвестицій в Дніпропетровській та Одеській областях на 0,4%, Тернопільська та Луганська області на 0,2%, Івано-Франківська на 0,1%. Дане збільшення відбулося за рахунок скорочення капіталовкладень в Львівській області на 0,6%, Закарпатська область – 0,3%, Волинська, Харківська, Херсонська, Чернівецька області й м.Київ – 0,2% (Див. Табл. 3.2).

Основними тематичними напрямками розвитку закладів харчування стала тенденція до «демократизації» - появи ресторанів із красивим інтер'єром, меблями та посудом, доступними цінами. Значної популярності та поширення набули вільні або креативні простори, які часто називають «коворкінгами», «smart cafe», «антикафе». Головними законодавцями даної моди виступали великі міста – центри вище згаданих кластерів. Активно розвивалися і заміські ресторани. Їх формат передбачав: ресторан-готель на 15-25 номерів (одна будівля або будиночки), мангал, дитячий майданчик, звіринець, басейн, автостоянка.

Активно змінилася і сама культура споживання їжі. Це сильно вплинуло не лише на формат роботи закладів харчування, але й їх меню, час роботи. Так зростаюча популярність в великих містах снідати в ресторанах, сприяла зміни їх графіку роботи з 7 ранку. Асортимент закладів наповнюється великої кількістю різних національних страв. Стрімкого розвитку набув Стріт-фуд. Даний сегмент ринку щорічно зростає на 20%, проте попит задоволений у великих містах лише на 40%. Тенденція до відкриття кав'ярень, піцерій, булочних проникала навіть до невеличких містечок та активно приживалась там.

Найбільшого впливу від процесів глобалізації ресторанний ринок України зазнав від франчайзингу. За даними компанії Teamvision активний ріст кількості франчайзерів спостерігався у 2002-2008 рр. від 70 до 382, у 2009 р. зафіксовано різке падіння цього показника до 247. Основне скорочення відбулося за рахунок тих франшиз, які з точки зору Федерації розвитку франчайзингу в Україні

шкодили самій сутності франчайзингу, оскільки не відповідали нормам цього виду відносин. З 2010 р. тенденція зростання кількості франчайзерів відновилася на якісно іншому рівні.

Таблиця 3.2 – Обсяг капітальних інвестицій за видами економічної діяльності за регіонами. Тимчасове розміщування й організація харчування

	2019		2017	
	тис.грн	у % до загального обсягу у регіоні	тис.грн	у % до загального обсягу у регіоні
Україна	2832178	0,4	2133519	0,5
Вінницька	17267	0,1	10411	0,1
Волинська	11989	0,1	18151	0,3
Дніпропетровська	494265	0,7	110100	0,3
Донецька	17806	0,1	15959	0,1
Житомирська	1871	0	3425	0
Закарпатська	47498	0,5	43373	0,8
Запорізька	74237	0,5	73424	0,5
Івано-Франківська	14767	0,2	12765	0,1
Київська	45401	0,1	74693	0,2
Кіровоградська	2080	0	646	0
Луганська	9614	0,3	2914	0,1
Львівська	220605	0,7	315222	1,3
Миколаївська	27403	0,2	55084	0,5
Одеська	184561	0,9	109546	0,5
Полтавська	24459	0,1	30363	0,2
Рівненська	2642	0	7685	0,1
Сумська	1723	0	1581	0
Тернопільська	31653	0,3	7154	0,1
Харківська	44954	0,2	87110	0,4
Херсонська	16566	0,1	20677	0,3
Хмельницька	5963	0,1	3111	0
Черкаська	4342	0	6270	0,1
Чернівецька	4637	0,1	8713	0,3
Чернігівська	5215	0,1	10607	0,1
м.Київ	1520660	0,7	1104535	0,8

Джерело: систематизовано авторами на основі даних [35, 36, 37, 38]

Активно розвивалися міжнародні та національні ресторанні мережі. Пропускаючи таких відомих на весь світ брендів як McDonald's, KFC варто звернути увагу на створені в Україні національних брендів «Система швидкого харчування», «Картопляна Хата», «Яппі» та ін.

З технічного та маркетингового боку інноваційними впровадженнями стали: безкоштовний Wi-Fi у закладі; страви від шеф-кухаря; інтерактивне електронне меню; використання QR-кодів; інтерактивний стіл; Інтерактивний бар. Сьогодні можна з впевненістю вести мову про інтегрованість ресторанних підприємств України до світу, запозичення досягнень світової індустрії, появи

власних брендів та мереж, що сприятиме з часом виходу власної продукції, франшизи на світові ринки та переходу галузі на новий рівень розвитку.

Серед основних проблем, що заважали активному розвитку ресторанного господарства варто відзначити:

- зменшення кількості внутрішніх та зовнішніх туристів;
- низька якість сервісу, продуктів, пропонованих послуг, особливо в провінційних населених пунктах;
- висока собівартість послуг через значні витрати на комунальні платежі чи сплату кредиту;
- посилення дії зовнішніх загроз у вигляді: пандемії COVID-19; тероризму; війни;
- зниження ролі України як транзитної країни;
- не високі показники капіталовкладень через політичну нестабільність в середині країни;
- низька платоспроможність громадян України, як основних споживачів ресторанних послуг.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Отже, індустрія гостинності характеризується динамічними темпами зростання. Аналіз розвитку готелів та ресторанів засвідчує залежність темпів розвитку від стабільності політичної системи в країні та світі. Відсутність політичної криз сприяло збільшенню кількості підприємств готельно-ресторанної галузі, притоку інвестицій, зростанню обсягів виробництва. Загострення ж ситуації призводило до зворотних процесів. На даний момент можна вести мову про стабілізацію роботи галузі та досягнення нею докризових показників розвитку у 2019 році.

Значна роль у цьому належить фізичних особам підприємцям, на долю яких припадало 70-90% усіх підприємств готельно-ресторанної сфери. При цьому дослідження показало залежність темпів розвитку готельно-ресторанного сектору певної області від співвідношення фізичних та юридичних осіб підприємців. Результати кластерного аналізу дали можливість виокремити центри розвитку та показали, що усі вони мали вищу кількість юридичних осіб підприємців. Області з високою часткою фізичних осіб підприємців були лише частиною кластеру та мали значно нижчі показники успішності в роботі. Цікавим у даному аспекті виявився Центрально-Східний кластер, що засвідчив на даний час процес переходу лідируючих позицій в середині кластеру від Харкова до Запоріжжя. Вища доля юридичних осіб підприємців демонструвала стабільність регіонального ринку та гарні умови розвитку бізнесу. У більшості випадків вона досягалась приходом іноземних готельних та ресторанних мереж, поширення франшиз, підвищенням конкуренції серед підприємств. Ринок України реагував на світові тенденції розвитку, а найбільші міста України ставали каналами поширення цього досвіду, агентами змін. Частка фізичних та юридичних осіб підприємців змінювалась і під час проведення в Україні великих міжнародних заходів. Якщо темпи приросту юридичних осіб зростали в період проведення Євробачення-2017 та Євро-2012, а після скорочувались, то поведінка фізичних осіб підприємців була протилежною. На час проведення даних заходів вона скорочувалась, а після зростала.

Подальше поширення світових тенденцій в межах локацій відбувалося згідно теорії концентричних кіл. Дані компоративного аналізу показали існування в Україні чотирьох таких локацій: Західна, Центральна, Південна, Центрально-Східна. Загальні тенденції їх розвитку засвідчували збільшення кількості готелів та ресторанів в усіх регіонах. Проте зіставлення отриманих даних демонструвало більшу активність даних процесів в Західному кластері та меншу в Центрально-Східному. Сприяло цьому проголошення Україною курсу на інтеграцію з країнами Європейського Союзу та досягнення безвізу. Переорієнтація міграційних потоків у бік ЄС вимагало створення відповідної інфраструктури. В свою чергу загострення відносин з Російською Федерацією, обмеження економічних, культурних, політичних взаємин призводило до зменшення кількості осіб перетинавших кордон та занепаду готелів й ресторанів. Як наслідок, темпи розвитку Західного кластеру були вищими ніж Центрально-

Східного. При цьому усі прикордонні області України з Республікою Білорусь та Російською Федерацією мали найнижчу кількість готелів.

При цьому динаміка капітальних інвестицій за останні роки продемонструвала тенденцію до змін. Якщо на початку 20-х років ХХІ ст. більшість коштів вкладалося в Західний та Центральний кластер то останнім часом частка капіталовкладень в засоби розміщення та харчування у відсотку до загального обсягу інвестицій в економіку України взагалі почала скорочуватись та склала 0,5% у 2017 році та 0,4% у 2019 році. Поглянувши на регіональний рівень інвестицій в засоби розміщення та харчування можемо констатувати збільшення притоку інвестицій в Дніпропетровську та Одеську області на 0,4%, Тернопільська та Луганська області на 0,2%, Івано-Франківська на 0,1%. Дане збільшення відбулося за рахунок скорочення капіталовкладень в Львівській області на 0,6%, Закарпатська область – 0,3%, Волинська, Харківська, Херсонська, Чернівецька області й м.Київ – 0,2%. Зміна інвестиційних потоків може призвести з часом до переорієнтації внутрішнього ринку та появи нових лідерів та законодавців готельно-ресторанної моди.

Сама структура інвестицій в засоби розміщення та харчування також мала певні особливості та відмінності від світових практик. Торкаючись питання інвестицій в готелі та подібні засоби розміщення варто відзначити тенденцію до вкладення більшої частини коштів у будівництво та перебудову. Близько 60% усіх коштів йшло саме сюди. Це при тому, що за даними Ribas Hotels Group інвесторів завжди цікавило в першу чергу внутрішнє оздоблення та обладнання готелю. За їхніми даними частка вкладень у створення нового готелю пов'язана з документальними та проектними роботами становить до 5% загального бюджету, зведення каркасу та фасадні роботи – 30%, внутрішні роботи та комплектація готелю близько – 60%, запуск – до 5%. Порівнюючи ці дані з даними Державної служби статистики України можемо відзначити дисбаланс по двом ключовим показникам обладнання та будівництво. В Україні комплектація готелів забирає близько 20-25% усіх капіталовкладень, у той час як будівництво та перебудова 50-70%. Економлячи на внутрішньому оздобленні та устаткуванні українські готелі автоматично програють світовим брендам та стають менш цікавими для гостей.

Торкаючись ресторанів то тут можна відзначити відповідність принципів інвестування світовим нормам. Основна увага як і в більшості країн світу приділялась капіталовкладенням у будівництво та перебудову, машини та обладнання. При цьому коли 2019 року частка загальних інвестицій у матеріалі активи скоротилася до 17% з 45%, частка вкладень у машини та обладнання лишилася на позначці 45%. Це свідчить про затвердження в Україні світових правил ведення та розвитку ресторанного бізнесу. Успішному входженню українських рестораторів до світового ринку сприяла і тенденція до збільшення капітальних інвестицій у не матеріалі активи: програмне забезпечення; патенти; франшизи. Український ринок ставав у такий спосіб все більше відкритим та інтегрованим до світового.

Динамічний розвиток об'єктів малого та середнього бізнесу також був результатом реалізації курсу приватизації державного майна та побудови роботи галузі на принципах ринку. Дані процеси з одного боку сприяли додатковому залученню інвестицій, а з іншого призводили до скорочення частки великих готельних підприємств. Прикладом слугує гучний продаж з аукціону готелю «Дніпро» та заява нових власників про наміри перетворити його на арену кіберспорту.

Позитивно позначилися на розвитку готельно-ресторанної сфери і інтеграційні процеси до країн Європейського Союзу. Підписання угоди про безвіз відкрили кордони сприяли збільшенню міграційного потоку, що позитивно впливав на розвиток закладів розміщення та харчування. Даний аспект відіграв важливу роль оскільки за даними ВТО майже половина готельного фонду світу (49 %) розміщена в країнах Європи, тоді як готельний фонд України становить 0,9% від європейського. Наближеність до даного центру та конкурентна цінова політика сприяли б подальшому розвитку галузі. Враховуючи це, більш інтенсивні тенденції розвитку Західного кластеру є цілком логічними та природними. Активізація транскордонного співробітництва в напрямку налагодження інфраструктури європейських транспортних коридорів давала змогу розвивати не лише інфраструктуру, але й приводити у відповідність до міжнародних стандартів якості пропонованих послуг і сервісу.

Саме даний аспект став головним напрямком розвитку української індустрії гостинності. Безкоштовний Wi-Fi; страви від шеф-кухаря; інтерактивне електронне меню; використання QR-кодів; інтерактивний стіл та бар вже давно перетворились для платоспроможного клієнта на норму. Готелі та ресторани України активно намагалися покращувати даний аспект своєї діяльності, який з часом фактично перетворився на головний засіб втримання клієнта та залучення нового. Спонукало до цього і проникнення в Україну готельних та ресторанних мереж. Зростання їх кількості змушувало національних представників індустрії гостинності ставитися більш відповідально до сервісу та якості послуг у власному закладі та триматися рівня міжнародних стандартів.

Допомагало досягти даного результату впровадження інформаційних технологій. Відбувалось розширення застосування широкого спектра сучасних інформаційних технологій, технологій забезпечення безпеки клієнтів, використання онлайн і мобільних технологій «підключений мандрівник», впровадження мобільних пристроїв у вигляді «безконтактного супроводу» в діяльність готельного та ресторанного бізнесу, впровадження штучного інтелекту, бенчмаркінг, програмний комплекс в управлінні готельним та ресторанним комплексами і менеджмент, використання екологічних інновацій.

Одночасно з цим глобалізація ринку гостинності принесла і певну кількість проблем. Однією з найбільш була проблема зменшення кількості внутрішнього та зовнішнього туриста. Відкриття кордонів та неконкурентний стан українського ринку готельних та ресторанних послуг призвели до переорієнтації громадян України на відпочинок за кордон. Причини цього: невідповідність цін рівню якості готельних послуг; неналежне державне регулювання; низький

рівень конкуренції на готельному ринку; відсутність корпоративних стандартів управління якістю готельних послуг; відсутність розвиненої та офіційно облікованої мережі альтернативних засобів розміщення; нерозвиненість готельних мереж і нестача готелів середньої цінової категорії.

Давалась в знаки і нестача кваліфікованих кадрів. Активне впровадження в роботу готелів та ресторанів автоматизованих систем управління, бронювання, обслуговування потребувало відповідної підготовки кадрів, якої в більшості випадків не було. Відкриття українського ринку для іноземних компаній засвідчило і неконкурентність вітчизняних маркетингових підходів, технологій забезпечення прибутковості та управління готельним чи ресторанним господарством. Більш досвідчені іноземні гравці ринку, лишали позаду українських колег. Дана ситуація була особливо гострою на початку XXI ст. Це в подальшому сприяло переформатуванню навчальних планів спеціальностей готельно-ресторанна справа у закладах вищої освіти, посиленню практичної складової навчального процесу, початку практики студентів за кордоном. Як приклад, ДонНУЕТ вже другий рік реалізує проекти, щодо проходження літньої практики в готельних та ресторанних закладах Італії. Це сприяє не лише більш комплексній підготовці здобувачів вищої освіти, але й перейняття досвіду розвитку галузі та впровадження новацій в Україні.

Негативним аспектом розвитку готельно-ресторанної галузі України став і військовий конфлікт на Сході України. Розгортання бойових дій та втрата контролю над частиною території призвела до відтоку капіталу, зниження рівня безпеки, як основного показника привабливості країни для відпочинку. Сильно страждають від цього Донецька і Луганська області, що фактично опинились паралізовані в напрямку туризму та рекреації.

Проте головним випробуванням для усього світу та України стала пандемія COVID-19. Стрімке поширення вірусу та його постійні мутації найбільш усього дестабілізують індустрію гостинності. Запровадження локдауну у більшості країн світу нанесли великі фінансові збитки усім суб'єктам готельно-ресторанного бізнесу. Так згідно з дослідженням українського готельно-ресторанного ринку (жовтень 2021 року), 93% опитаних респондентів підтвердили загальний спад рівня виручки, у 21% готелів та ресторанів валова виручка скоротилася на 25-40%, у третини – на 40-60%, у 30% такі скорочення сягнули понад 60%, лише 4% показали зростання річної виручки, а у 3% вона залишилась на тому ж рівні.

Зважаючи на вище сказане вважаємо за потрібне впровадження наступних заходів (Додаток Е):

Розробку та впровадження стратегії розвитку готельно-ресторанної сфери в межах України. Даний документ сприятиме посиленню державної підтримки галузі її конкурентності на фоні посилення ролі міжнародних готельних та ресторанних ланцюгів. Це сприятиме формуванню національних ланцюгів та їх виходу на міжнародні ринки. Економічний ефект від реалізації стратегії полягатиме у збільшенні капіталу національних готельних та ресторанних підприємств, а не виводу його через міжнародні ланцюги закордон, збільшення

відрахування податків до бюджету. Основний сегмент розвитку – національні готельні та ресторани мережі 2-3 зірки;

З метою збільшення рівня капіталовкладень у готелі та ресторани необхідна розробка державної програми кредитування підприємств готельно-ресторанної сфери під низькі відсотки. Очікуваний результат поява державних кредитів під низькі відсотки для бізнесу. Ефект – зниження вартості послуг перебування в готелі чи ресторані (оскільки сплата відсотків по кредиту низька та вимагає незначного збільшення собівартості послуг готелю чи ресторану) та збільшення кількості відвідувачів, підвищення прибутковості закладу гостинності;

Збільшення кількості внутрішнього туристичного потоку може відбутися за рахунок впровадження державної програми – «Відпочиваємо в Україні». Поява подібного документу має стимулювати громадян України до відпочинку в її межах шляхом інформаційної пропаганди (ЗМІ, Інтернет ресурси), економічного стимулу у вигляді знижок на внутрішні транспортні послуги для проїзду на відпочинок. Зростання зовнішнього туристичного потоку можливе за умови відчутної цінової конкуренції та вищої якості сервісу порівняно з іншими країнами. Досягнення даного результату можливе за рахунок впровадження сучасних технологій як у обслуговуванні так і технічних питаннях діяльності готелю чи ресторану. Посприяло б цьому і прийняття закону про «Гральний бізнес», що міг би перетворити українські міста на американський Лас-Вегас – світовий центр азартних ігор. Як початкові заходи у даному напрямку можна ініціювати проведення міжнародних турнірів з покеру чи інших азартних ігор.

Покращення потребують і транспортні коридори України. Незадовільний стан шляхів, застаріла інфраструктура не приваблює туристів та не стимулює внутрішній туризм. Початок реалізації програми Президента України «Велике будівництво» по трохи вирішує цю проблему. Реконструкція автошляхів, створення спільно з країнами Європейського Союзу ряду програм щодо спільного розвитку Європейських транспортних коридорів дає можливість швидко дістатися до багатьох туристичних міць України комфортно та швидко. Це не лише посилює бажання мандрувати, але й суттєво зменшує витрати на подорожі.

Посилення боротьбі з пандемією COVID-19 шляхом вакцинації та пропаганди норм поведінки в місцях великого скупчення людей. Епідеміологічна безпеки клієнту під час перебування в готелі чи ресторані на даний час головна складова конкурентності та успішності закладу. Гарантування її можливе за умови вакцинації персоналу. Досягнення 100% показника можливе за умови збільшення заробітної платні, додаткових днів відпустки, премій. Додатковими заходами можуть стати: дезінфекція приміщень (кварцування); встановлення тепловізорів дистанційного заміру температури; надання системи знижок для вакцинованих клієнтів, тощо. Це сприятиме збільшенню кількості відвідувачів та у підсумку прибутку закладу.

Вирішити попередню проблему та одночасно підвищити рівень сервісу та обслуговування допоможе активне впровадження інформаційних технологій.

Приміром поширення технології IoT, або інтернет речей. Вона дозволяє звичним пристроям приймати й отримувати дані за допомогою сенсорів і датчиків. Деякі готелі вже використовують інтелектуальні енергетичні системи на основі технології IoT. Наприклад, у лакшері готелях популярні смарт-номери, де гість може відкрити двері своїм смартфоном, і система встановить автоматично оптимальну температуру повітря, освітлення і гучність музики на підставі його попередніх вподобань. Сьогодні багато мандрівників віддають перевагу технологіям перед людьми. Згідно з дослідженням компанії Gartner, до 2020 року 85% взаємодій зі споживачами буде обходитися без участі людини. Популярними стають і технології віртуальної або доповненої реальності. Впровадження технічних інновацій зменшить не лише витрати на персонал, але й посилить безпеку готелю, його конкурентність. Дані системи допоможуть зекономити кошти і на комунальних послугах, оскільки автоматично регулюватимуть температуру приміщень, освітлення, витрати води.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bloom J. How are food supply networks coping with coronavirus? *BBC News*. URL: <https://www.bbc.com/news/business-52020648> (дата звернення: 20.10.2021).
2. Buhalis D. (2003), "eTourism: information technology for strategic tourism management", Pearson, London, UK. pp. 15-16.
3. Meghashyam M. Restaurant industry reeling under coronavirus. *The Hill*. URL: <https://thehill.com/business-a-lobbying/business-a-lobbying/488110-restaurant-industry-reeling-under-coronavirus> (дата звернення: 20.10.2021)
4. Алексеева Т. А., Обозна Н.М., Шабельник Н.М. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник НТУ «Харківський політехнічний інститут»*. 2017. № 2. С. 89-92.
5. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. Випуск 42. С. 117-122. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/42_2020_ukr/22.pdf (дата звернення: 20.10.2021)
6. Баумгартен В.Л. Маркетинг готельного підприємства. Москва : Издательство Юрайт, 2019. 338 с.
7. Берещак В. Як COVID-19 змінить готельний бізнес в Україні. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez-koronavirus> (дата звернення: 20.10.2021); Берещак В. Огляд ринку готелів: що відбувається з готелями в Україні URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/oglyad-rinku-goteliv-sho-vidbuvayetsya-z-gotelyami-v-ukrayini> (дата звернення: 20.10.2021)
8. Білокінь Н. В. Вплив готельних ланцюгів на розвиток сучасної індустрії гостинності. Туристичний та готельноресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали круглого столу та студентської науковопрактичної конференції. Одеса: ОНЕУ, 2018. С. 87–89.
9. Богдан Н.М., Корчагіна Д.С. Фактори туристичної привабливості дестинації: готельноресторанний бізнес. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2020. С.23-24
10. Босовська М., Бовш Л., Антонюк І. Ресторанні практики: антипандемічний кейс. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2021. № 2. С. 113-132
11. Волковська Я.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*. 2015. № 12. С. 82-85
12. Глобалізація URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BB%D0%BE%D0%B1%D0%B0%D0>

%BB%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F (дата звернення: 25.11.2021)

13. Гордієнко Т.В. Використання інформаційних систем в готельному господарстві Харківського регіону. Менеджмент міського та регіонального розвитку: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 28-29 березня. Х.: ХНАМГ, 2013. С. 189-190.

14. Давидова О. А. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного господарства України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 2, Т. 2. С. 257-260

15. Давидова О. Індустрія гостинності у контексті проведення євро-2012. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія економіка*. 2011. № 121-122. С.44-48

16. Давидова О. Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: методологія, теорія і практика: монографія. Харків: Вид-во Іванченка І.С., 2018. 448с.

17. Домбик О.М. Економічна суть діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Торгівля, комерція, підприємництво. 2013. Випуск 15. С.64-66. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/dombyk.htm (дата звернення: 25.11.2021)

18. Дослідження ринку франчайзингових послуг в Україні. 2020 рік URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/issledovanie-rynka-franchajzingovyh-uslug-v-ukraine-2020-god> (дата звернення: 20.10.2021)

19. Доценко В. Ф., Шидловська О. Б., Медвідь І. М., Бедусенко Л. С. Інформаційні технології в готельній індустрії України: реалії та перспективи. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 1. С. 51–57. DOI: 10.32702/2306-6814.2020.1.51

20. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.

21. Закон України «Про туризм» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 25.11.2021)

22. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку : монографія / колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої ; Запорізький національний технічний університет. Запоріжжя : Просвіта, 2017. 240 с.

23. Кириленко В.В. Економіка. Тернопіль: Економічна думка, 2002. 193с.

24. Коваленко Н.О. Інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності в Україні. *Європейські перспективи*. 2015. № 7. С. 174-179.

25. Ковальчук Т.Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету: серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 23, Ч. 1. С. 126-130.

26. Кондратенко Н.О., Оболенцева Л.В. Аналіз сучасного стану та тенденції розвитку готельного бізнесу в регіонах України. *Проблеми економіки*. 2019. №4 (42). С.72-80 DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2019-4-72-80>

27. Лебедева Т.Е., Голубева О.В. Возможности SMM в ресторанном бизнесе. *Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования*. 2018. № 6(32). С. 112–117.

28. Лупич О. О. Формування конкурентоспроможного готельного господарства регіону: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05 / О. О. Лупич. – Ужгород, 2017. – 285 с.

29. Максимович, М. Ю. Ринок готельно-ресторанних послуг України і перспективи його розвитку в умовах глобалізації : дипломна робота : 242 «Туризм» / М. Ю. Максимович ; керівник роботи А. В. Роговий ; НУ "Чернігівська політехніка", кафедра туризму. Чернігів, 2021. 85 с.

30. Мігущенко Ю.В. Механізми підвищення ефективності використання туристичного потенціалу прикордонних територій західних регіонів України". *Аналітична записка Національний інститут стратегічних досліджень*. URL: <http://old2.niss.gov.ua/articles/1511/> (дата звернення: 20.10.2021)

31. Муха Р. А. Дослідження стану готельно-ресторанної індустрії України та вплив пандемії covid-19 на неї. *Ефективна економіка*. 2021. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9075> (дата звернення: 19.10.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2021.7.90

32. Неїленко С.М. Аналіз ринку ресторанного господарства за 2013–2018 роки в ракурсі етногастрономічного розвитку. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип 38.1. С. 124-128

33. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. №4 (21). 297-304

34. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень: монографія [Електронний ресурс] / Г.О. Горіна, С.Р. Бабушко, Л.В. Безкоровайна, Г.А. Богатирьова та ін.; наук. ред. Г.О. Горіна. Кривий Ріг : Вид. Р.А. Козлов, 2021. 134 с.

35. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/ioz.htm (дата звернення: 15.10.2021)

36. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Колективні засоби розміщення в Україні у 2017 році. Статистичний щорічник. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_kzr_2017.pdf (дата звернення: 10.10.2021)

37. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Колективні засоби розміщування в Україні (юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб) у 2019 році. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2019/tyr/kol_zas_ukr/arch_kol_zas_ukr.htm (дата звернення: 10.10.2021)

38. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за видами економічної діяльності у 2013-2019 роках. Кількість суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за

видами економічної діяльності у 2010-2019 роках. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/ioz.htm (дата звернення: 10.10.2021)

39. Петрищенко Н.А., Ажаман І.А., Серьогіна Н.В. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу та туризму в Україні. *Приазовський економічний вісник*. Вип 6 (11). 2018. С. 259-264

40. Прилепа Н.В. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Європи. *Вісник Хмельницького національного університету* 2017, № 6 Том 1. С.163-166.

41. Прокопюк А., Феленчак Ю. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Польщі. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2015. № 25.4. С. 259-265

42. Розвиток індустрії гостинності: сучасний погляд / під ред. Н.В. Лохман. Кременчук: NovaBook, ПП Щербатих, 2021. 170 с.

43. Романуха О.М., А.В. Слащека, Ю.О. Халілова-Чуваєва Інтеграції готельно-ресторанної галузі України до європейського простору. *Вісник хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. №1. С. 127-131.

44. Романуха О.М., Халілова-Чуваєва Ю.А., Хаврова К.С., Коваленко О.С. Динаміка розвитку індустрії гостинності в Україна на прикладі готельно-ресторанної галузі. *Економіка та держава*. 2021. №2. С 42-46

45. Романуха О.М., Шаповалова І.В. Особливості комунікацій в соціальних мережах підприємств індустрії гостинності на прикладі готелів та ресторанів України. *Торгівля і ринок*. 2021. №1(49). С.130-138

46. Рябенка М.О., Троян В.В., Молодовець Т.М. Застосування новітніх інформаційних систем управління готелем. Матеріали конференції "Перспективні питання світової науки": 17-25 грудня 2014 р. - Софія, Болгарія: "Бял ГРАД-БГ" ООД, 2014. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/ryabenka.htm (дата звернення: 20.10.2021)

47. Рябенка, М. (2021). Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*, (24). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-51>

48. Скільки стоить побудувати номер в готелі URL: <https://ribashotelsgroup.ua/ru/blog/skolyko-stoit-postroity-nomer-v-otele/> (дата звернення: 20.10.2021)

49. Слащева А.В., Попова С.Ю., Романуха О.М. Стан та перспективи розвитку гастрономічного напрямку індустрії гостинності міста мариуполя. *Приазовський економічний вісник*. 6(23), 2020. С. 180-186

50. Соколенко А.С., Онопрієнко К.Ю. Підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства за рахунок впровадження системи якості. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2020. С.36-38.

51. Стратегічне управління готельними підприємствами в умовах глобалізації: монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В.М. Зайцевої. Запоріжжя: ЗНТУ, 2018. 120 с.

52. Ткач В.А., Язіна В.А. Сучасний стан розвитку ресторанного господарства Запорізької області. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2014. № 2 (17). С.232-239.

53. У Трускавці розпочався форум гостинності і курортології «Кришталевий лотос» Львівська ОДА URL: https://loda.gov.ua/news?news_departments=6,16,24&id=43275 (дата звернення: 20.10.2021)

54. Устінський А.В. Цивільно-правове регулювання відносин у сфері надання готельних послуг URL: http://elar.naiau.kiev.ua/bitstream/123456789/29/1/dis_Ustinskiy.pdf (дата звернення: 25.11.2021)

55. Федосова К.С. Тележенко Л.М. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі [Текст]: монографія. Одеса: ТЕС, 2010. 264 с.

56. Халілова-Чуваєва Ю.А., Сорокіна Н.С. Сучасні тенденції розвитку ІТ-технологій у сфері готельного господарства. Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції "Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання": 21-22 березня 2019 р. Черкаси: ЧДТУ, 2019. Т. 1. 195 с.

57. Шамара І.М., Семенов М.А. Тенденції розвитку ресторанного господарства України в умовах глобалізації. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. Вип. 8, 2018. С.204-210 DOI: 10.26565/2310-9513-2018-8-24

58. Шаповалова О.М., Казьякова С.С. Аналіз інноваційної діяльності у сфері послуг на прикладі готельного господарства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 17. С. 70-74.

59. Щевчук Ю.А. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного бізнесу України: чинники та проблеми. *Проблеми розвитку економіки. Вісник КНУТД. Серія; Економічні науки*. № 1 (143), 2020. С.41-51

ДОДАТКИ

Додаток А Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів у 2015-2019 роках

	Код за КВЕД –2010	регіон	Кількість суб'єктів господарювання									
			2015		2016		2017		2018		2019	
			усього, одиниць	з них фізичні особи-підприємці, одиниць	усього, одиниць	з них фізичні особи-підприємці, одиниць	усього, одиниць	з них фізичні особи-підприємці, одиниць	усього, одиниць	з них фізичні особи-підприємці, одиниць	усього, одиниць	з них фізичні особи-підприємці, одиниць
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тимчасове розміщування	55	Україна	8055	6283	7520	5979	7628	5902	8203	6410	8838	6962
	55	Вінницька область	156	130	147	125	152	130	173	151	197	171
	55	Волинська область	102	82	105	87	113	89	120	96	129	107
	55	Дніпропетровська область	408	311	386	296	377	276	405	306	448	341
	55	Донецька область	223	153	222	157	215	150	224	163	240	176
	55	Житомирська область	82	67	83	66	88	70	96	77	100	80
	55	Закарпатська область	512	446	556	503	568	510	610	543	637	569
	55	Запорізька область	794	626	657	499	589	425	587	423	663	492
	55	Івано - Франківська область	867	799	697	640	624	556	635	566	633	566
	55	Київська область	248	152	247	167	265	176	311	215	329	237
	55	Кіровоградська область	70	54	71	55	69	54	75	54	80	58

Продовження Додатку А

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тимчасове розмішування	55	Луганська область	32	23	35	27	36	26	37	30	37	28
	55	Львівська область	724	575	707	578	753	604	814	661	900	735
	55	Миколаївська область	288	194	260	170	276	169	286	178	304	194
	55	Одеська область	1230	964	1184	940	1264	999	1419	1143	1497	1203
	55	Полтавська область	122	80	113	80	127	90	139	101	152	111
	55	Рівненська область	98	85	89	77	81	67	93	78	98	83
	55	Сумська область	69	55	66	54	67	52	69	54	72	58
	55	Тернопільська область	102	88	97	83	94	80	103	87	110	96
	55	Харківська область	297	215	278	217	284	221	301	235	333	263
	55	Херсонська область	503	417	430	356	408	323	408	317	435	330
	55	Хмельницька область	143	117	146	124	139	114	154	125	162	131
	55	Черкаська область	117	77	113	76	121	78	132	85	154	106
	55	Чернівецька область	137	114	127	110	122	106	133	118	136	123
	55	Чернігівська область	63	41	68	49	68	46	69	49	86	66
	55	м. Київ	668	418	636	443	728	491	810	555	906	638

Джерело: систематизовано авторами на основі даних [30, 31, 32, 33]

Додаток Б Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів у 2015-2019 роках

	Код за КВЕД–2010	регіон	Кількість суб'єктів господарювання									
			2015		2016		2017		2018		2019	
			усього, одиниць	з них фізичні особи-підприємці, одиниць	усього, одиниць	з них фізичні особи-підприємці, одиниць	усього, одиниць	з них фізичні особи-підприємці, одиниць	усього, одиниць	з них фізичні особи-підприємці, одиниць	усього, одиниць	з них фізичні особи-підприємці, одиниць
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення	55.1	Україна	4035	2962	4104	3174	4432	3392	4985	3883	5451	4291
	55.1	Вінницька область	116	96	119	102	125	109	145	127	163	142
	55.1	Волинська область	75	59	75	61	88	69	94	76	97	81
	55.1	Дніпропетровська область	258	195	241	182	234	171	263	199	295	224
	55.1	Донецька область	112	75	107	74	121	84	131	98	138	103
	55.1	Житомирська область	61	51	60	49	69	56	75	62	80	66
	55.1	Закарпатська область	367	320	382	342	396	350	433	379	451	396
	55.1	Запорізька область	174	132	184	146	176	137	178	137	211	165
	55.1	Івано - Франківська область	247	192	245	198	258	203	295	239	305	251
	55.1	Київська область	177	100	182	115	208	134	247	164	265	187

Продовження додатку Б

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування	55.1	Кіровоградська область	49	42	53	45	52	46	54	44	57	46
	55.1	Луганська область	22	15	26	19	24	17	25	20	27	21
	55.1	Львівська область	497	367	511	399	559	435	623	491	696	553
	55.1	Миколаївська область	111	78	100	66	113	75	126	90	129	91
	55.1	Одеська область	430	320	507	405	588	478	701	584	764	637
	55.1	Полтавська область	81	53	74	52	90	65	102	76	118	89
	55.1	Рівненська область	70	57	64	52	62	48	70	55	72	57
	55.1	Сумська область	51	43	50	42	52	41	54	42	54	43
	55.1	Тернопільська область	71	64	68	61	71	64	80	71	87	80
	55.1	Харківська область	202	140	194	149	203	159	229	181	253	202
	55.1	Херсонська область	107	79	108	84	106	75	121	90	139	96
	55.1	Хмельницька область	94	75	95	79	93	75	105	83	108	85
	55.1	Черкаська область	80	57	81	59	87	62	101	71	118	89
	55.1	Чернівецька область	92	75	93	78	93	79	107	94	108	97
	55.1	Чернігівська область	50	31	54	37	55	36	58	40	75	58
	55.1	м. Київ	441	246	431	278	509	324	568	370	641	432

Джерело: систематизовано авторами на основі даних [30, 31, 32, 33]

**Додаток В Коефіцієнт використання місткості колективних засобів
розміщування за регіонами (Юридичні особи)**

	2020	2019	2018	2017	2016
Україна	0,20	0,30	0,31		0,25
Вінницька	0,26	0,29	0,30		0,18
Волинська	0,24	0,28	0,35		0,34
Дніпропетровська	0,18	0,30	0,39		0,24
Донецька	0,32	0,32	0,33		0,16
Житомирська	0,26	0,36	0,30		0,26
Закарпатська	0,18	0,16	0,21		0,18
Запорізька	0,24	0,35	0,38		0,30
Івано–Франківська	0,21	0,21	0,23		0,33
Київська	0,21	0,34	0,34		0,20
Кіровоградська	0,20	0,23	0,19		0,22
Луганська	0,18	0,18	0,23		0,22
Львівська	0,14	0,30	0,31		0,28
Миколаївська	0,28	0,32	0,35		0,22
Одеська	0,17	0,28	0,27		0,13
Полтавська	0,17	0,28	0,29		0,21
Рівненська	0,13	0,19	0,21		0,24
Сумська	0,14	0,23	0,24		0,23
Тернопільська	0,10	0,18	0,22		0,17
Харківська	0,15	0,21	0,21		0,24
Херсонська	0,25	0,35	0,43		0,10
Хмельницька	0,18	0,32	0,30		0,23
Черкаська	0,21	0,24	0,26		0,23
Чернівецька	0,14	0,26	0,25		0,15
Чернігівська	0,19	0,25	0,21		0,26
м.Київ	0,19	0,37	0,36		0,33

Джерело: систематизовано авторами на основі даних [30, 31, 32, 33]

Додаток Г Капітальні інвестиції підприємств за видами економічної діяльності у 2010-2019 роках (тис.грн.)

	Код за КВЕД–2010	Роки	Капітальні інвестиції - усього	У тому числі							
				капітальні інвестиції у матеріальні активи	з них				капітальні інвестиції у нематеріальні активи	з них	
					у землю	в існуючі будівлі та споруди	у будівництво та перебудову будівель	у машини та обладнання		у концесії, патенти, ліцензії, торговельні марки і аналогічні права	у придбання програмного забезпечення
Тимчасове розмішування	55	2010	1200813	1187420	66666	94127	807207	172072	13393	1320	3345
		2011	1699508	1692611	17892	38634	1162712	417454	6897	454	4335
		2012	2453905	2444617	57217	19279	1831500	408372	9288	735	6157
		2013	1624024	1615567	28905	17343	1280474	200991	8457	3289	3053
		2014	847610	842244	6198	8211	681385	107837	5366	314	4528
		2015	639129	623314	41894	71947	294551	181294	15815	10551	4897
		2016	983794	975877	2797	21625	686131	192162	7917	529	5956
		2017	1282958	1268531	27024	40351	779506	317286	14427	576	2966
		2018	1396991	1382136	17861	5989	943771	288971	14855	726	10223
		2019	990954	982961	19471	647	503855	283409	7993	1006	6771
Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розмішування	55.1	2010	717598	706031	57601	51042	465871	100962	11567	1239	1796
		2011	1256770	1250502	10771	33457	883990	276709	6268	384	3800
		2012	2297905	2290949	17093	18087	1758462	381058	6956	667	5887
		2013	1456543	1448549	19694	17311	1152764	177962	7994	3159	2988
		2014	783491	778504	5726	7512	638505	95318	4987	304	4386
		2015	596080	580316	38958	66477	274156	171306	15764	10537	4860
		2016	941890	934123	1121	21600	663159	179814	7767	529	5867
		2017	1144192	1129869	7650	39662	701372	286050	14323	570	2884
		2018	1155422	1140634	3486	5446	763418	259069	14788	707	10175
		2019	877883	869931	6376	647	436592	266240	7952	1006	6731

Джерело: систематизовано авторами на основі даних [30, 31, 32, 33]

Додаток Д Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів у 2015-2019 роках

	Код за КВЕД–2010	Region	Кількість суб'єктів господарювання																		
			2015			2016				2017				2018				2019			
			Усього, одиниць	З них фізичні особи-підприємці, Частка фізичних осіб підприємців		Усього, одиниць	З них фізичні особи-підприємці, Частка фізичних осіб підприємців	Темпи зростання частки фізичних осіб	Усього, одиниць	З них фізичні особи-підприємці, Частка фізичних осіб підприємців	Темпи зростання частки фізичних осіб	Усього, одиниць	З них фізичні особи-підприємці, Частка фізичних осіб підприємців	Темпи зростання частки фізичних осіб	Усього, одиниць	З них фізичні особи-підприємці, Частка фізичних осіб підприємців	Темпи зростання частки фізичних осіб				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	56	Україна	50381	44453	88	50176	45173	90	102	49950	44391	89	98	53558	47816	89	108	60851	54842	90	115
	56	Вінницька область	1680	1567	93	1610	1518	94	97	1519	1422	94	94	1607	1511	94	106	1738	1640	94	109
	56	Волинська область	1213	1108	91	1255	1170	93	106	1155	1069	93	91	1144	1055	92	99	1228	1138	93	108
	56	Дніпропетровська область	3339	3016	90	3340	3076	92	102	3307	3014	91	98	3406	3119	92	103	3945	3639	92	117
	56	Донецька область	1374	1184	86	1375	1219	89	103	1430	1273	89	104	1536	1393	91	109	1698	1561	92	112
	56	Житомирська область	1296	1205	93	1302	1229	94	102	1237	1164	94	95	1285	1210	94	104	1392	1317	95	109
	56	Закарпатська область	3683	3513	95	3573	3444	96	98	3181	3046	96	88	2984	2840	95	93	2977	2836	95	100

Продовження Додатку Д

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	56	Запорізька область	2417	2222	92	2284	2115	93	95	1948	1752	90	83	1931	1720	89	98	2086	1871	90	109
	56	Івано-Франківська область	2197	2023	92	2112	1968	93	97	2093	1935	92	98	2259	2101	93	109	2431	2277	94	108
	56	Київська область	2426	2090	86	2571	2244	87	107	2674	2325	87	104	3028	2678	88	115	3601	3247	90	121
	56	Кіровоградська область	983	903	92	903	843	93	93	855	789	92	94	873	809	93	103	933	871	93	108
	56	Луганська область	405	381	94	434	410	94	108	417	395	95	96	462	440	95	111	508	486	96	110
	56	Львівська область	4302	3657	85	4196	3690	88	101	4167	3595	86	97	4497	3914	87	109	5269	4637	88	118
	56	Миколаївська область	1316	1208	92	1263	1166	92	97	1269	1152	91	99	1288	1170	91	102	1414	1293	91	111
	56	Одеська область	3629	3149	87	3746	3350	89	106	3917	3467	89	103	4251	3782	89	109	4814	4326	90	114
	56	Полтавська область	1599	1456	91	1610	1490	93	102	1614	1487	92	100	1648	1523	92	102	1864	1735	93	114
	56	Рівненська область	1222	1145	94	1180	1113	94	97	1152	1079	94	97	1280	1209	94	112	1389	1312	94	109
	56	Сумська область	927	838	90	874	793	91	95	829	743	90	94	928	840	91	113	1022	928	91	110
	56	Тернопільська область	1234	1155	94	1159	1097	95	95	1025	958	93	87	1081	1008	93	105	1143	1072	94	106
	56	Харківська область	3163	2707	86	3181	2825	89	104	3239	2853	88	101	3525	3122	89	109	4139	3722	90	119
	56	Херсонська область	1348	1251	93	1339	1250	93	100	1360	1256	92	100	1401	1288	92	103	1575	1455	92	113
	56	Хмельницька область	1560	1443	93	1437	1358	95	94	1479	1395	94	103	1631	1536	94	110	1841	1745	95	114
	56	Черкаська область	1234	1147	93	1215	1125	93	98	1228	1142	93	102	1351	1266	94	111	1476	1397	95	110
	56	Чернівецька область	1524	1428	94	1506	1431	95	100	1446	1368	95	96	1497	1421	95	104	1568	1496	95	105
	56	Чернігівська область	829	706	85	771	656	85	93	808	686	85	105	893	770	86	112	1089	964	89	125
	56	м. Київ	5481	3951	72	5940	4593	77	116	6601	5026	76	109	7772	6091	78	121	9711	7877	81	129

Продовження Додатку Д

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування	56.1	Україна	38345	33633	88	38199	34207	90	102	38545	34102	88	100	41860	37283	89	109	48398	43572	90	117
	56.1	Вінницька область	1307	1212	93	1242	1167	94	96	1168	1090	93	93	1225	1148	94	105	1334	1257	94	109
	56.1	Волинська область	883	811	92	908	851	94	105	839	780	93	92	847	788	93	101	924	866	94	110
	56.1	Дніпропетровська область	2588	2339	90	2579	2382	92	102	2601	2387	92	100	2696	2488	92	104	3183	2960	93	119
	56.1	Донецька область	1072	925	86	1053	932	89	101	1118	991	89	106	1174	1060	90	107	1311	1203	92	113
	56.1	Житомирська область	1046	968	93	1055	991	94	102	1002	936	93	94	1050	985	94	105	1130	1067	94	108
	56.1	Закарпатська область	2907	2784	96	2826	2726	96	98	2514	2410	96	88	2392	2278	95	95	2387	2276	95	100
	56.1	Запорізька область	1852	1712	92	1741	1625	93	95	1487	1351	91	83	1498	1350	90	100	1644	1487	90	110
	56.1	Івано - Франківська область	1560	1404	90	1463	1335	91	95	1423	1282	90	96	1548	1410	91	110	1667	1533	92	109
	56.1	Київська область	1941	1674	86	2079	1823	88	109	2175	1896	87	104	2481	2205	89	116	2987	2706	91	123
	56.1	Кіровоградська область	749	688	92	694	649	94	94	666	616	92	95	684	638	93	104	748	700	94	110
	56.1	Луганська область	285	266	93	310	292	94	110	293	277	95	95	317	301	95	109	351	334	95	111
	56.1	Львівська область	3152	2652	84	3116	2712	87	102	3191	2743	86	101	3546	3092	87	113	4306	3807	88	123
	56.1	Миколаївська область	822	754	92	793	732	92	97	812	737	91	101	868	782	90	106	987	897	91	115
	56.1	Одеська область	2506	2171	87	2640	2360	89	109	2848	2534	89	107	3203	2872	90	113	3733	3385	91	118
	56.1	Полтавська область	1250	1136	91	1231	1141	93	100	1253	1158	92	101	1266	1172	93	101	1455	1358	93	116
	56.1	Рівненська область	961	902	94	920	869	94	96	904	849	94	98	1007	954	95	112	1102	1045	95	110
	56.1	Сумська область	704	643	91	647	590	91	92	626	564	90	96	715	653	91	116	786	720	92	110
	56.1	Тернопільська область	797	748	94	760	720	95	96	707	660	93	92	755	705	93	107	823	775	94	110

Продовження додатку Д																					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування	56.1	Харківська область	2679	2300	86	2637	2342	89	102	2697	2381	88	102	2958	2624	89	110	3495	3146	90	120
	56.1	Херсонська область	1070	992	93	1061	987	93	99	1086	1000	92	101	1101	1013	92	101	1247	1150	92	114
	56.1	Хмельницька область	1148	1068	93	1045	990	95	93	1094	1035	95	105	1215	1146	94	111	1379	1308	95	114
	56.1	Черкаська область	867	801	92	872	801	92	100	897	826	92	103	999	930	93	113	1122	1057	94	114
	56.1	Чернівецька область	906	834	92	919	862	94	103	927	867	94	101	1012	951	94	110	1073	1014	95	107
	56.1	Чернігівська область	661	569	86	605	517	85	91	644	547	85	106	720	623	87	114	869	768	88	123
	56.1	м. Київ	4632	3280	71	5003	3811	76	116	5573	4185	75	110	6583	5115	78	122	8355	6753	81	132

Джерело: систематизовано авторами на основі даних [30, 31, 32, 33]

**Програма заходів, спрямованих забезпечення ефективності розвитку
ринку готельно-ресторанних послуг України**

Назва заходу	Очікуваний результат	Економічна ефективність
1. Розробка та впровадження стратегії розвитку готельно-ресторанної сфери України	Розробка стратегії, що передбачатиме механізми підтримки готелів та ресторанів в Україні шляхом: надання безвідсоткових кредитів на розвиток бізнесу; запровадження податкових канікул; певних пільг.	Збільшення рентабельності роботи закладу через встановлення конкурентної ціни на послуги. Зростання капіталу національних мереж, а не вивід його за кордон.
2. Збільшення внутрішнього та зовнішнього туристичного потоку	Впровадження державних програм підтримки та надання пільг людям на проїзд, що планують мандрувати в межах України. Прийняття закону про Гральний бізнес та створення центрів грального бізнесу на кшталт Лас-Вегасу в Україні.	Збільшення надходжень до бюджету на зростання прибутковості готелів і ресторанів
3. Масштабна реконструкція доріг	Відновлення дорожнього полотна в межах усієї України. Це сприятиме оптимальним витратам пального і зменшення вартості поїздки.	Зменшення витрат на подорожі та підвищення цікавості до мандрівок
4. Впровадження у роботу закладів інформаційних технологій	Покращення якості обслуговування та сервісу, посилення інформаційної присутності закладу в мережі інтернет. Посилення безпеки роботи готельного чи ресторанного підприємства. Зменшення витрат на персонал, комунальні платежі, тощо.	Зменшення витрат на персонал, комунальні платежі, збільшення рентабельності роботи закладу.