

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

Кафедра економіки та бізнесу

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ
Гарант освітньої програми
Лохман Н.В.

(підпис)

«___» _____ 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Бакалавр»
зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
освітньої програми «Готельно-ресторанний бізнес»

на тему: «ДИНАМІКА РОЗВИТКУ РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ
ПОСЛУГ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»

Виконав:

здобувач студент 4 курсу групи ГРС-18
вищої освіти Іліджах Максим Михайлович

(підпис)

Керівник:

к.і.н., доцент
Романуха Олександр Миколайович

(підпис)

Засвідчую, що у дипломній роботі немає
запозичень з праць інших авторів без
відповідних посилань
Здобувач вищої освіти _____
(підпис)

Маріуполь
2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут бізнесу та гостинності

Кафедра _____ економіки та бізнесу _____

Форма здобуття вищої освіти _____ денна _____

Ступінь _____ бакалавр _____

Галузь знань _____ Готельно-ресторанна справа _____

Освітня програма _____ 241 «Готельно-ресторанна справа» _____

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми

_____ Лохман Н.В.
підпис

« 16 » вересня 2021 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Іліджаху Максиму Михайловичу

прізвище, ім'я, по батькові

1. Тема роботи: «Динаміка розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні в умовах глобалізації»

Керівник роботи к.і.н., доцент Романуха О.М.

науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали

Затверджені наказом ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського

від «15» жовтня 2021 р. № 363-с

2. Строк подання здобувачем ВО роботи «13» червня 2022 р.

3. Вихідні дані до роботи: сайт підприємства, дані офіційної статистики Державної служби статистики України, навчальна та наукова література, діюча нормативно-правова база України, матеріали мережі Інтернет

4. Зміст (перелік питань, які потрібно розробити):

Вступ

Основна частина

Висновки та рекомендації

Список використаних джерел

Додатки

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

(За потреби зазначаються П.І. по Б. консультантів за розділами роботи)

6. Дата видачі завдання: «16» вересня 2021 р.

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Підготовка теоретичної складової основної частини	до 02.03.2022 р.	
2	Підготовка аналітичної складової основної частини	до 12.04.2022 р.	
3	Підготовка висновків та рекомендацій	до 23.05.2022 р.	
4	Підготовка та оформлення вступу, списку використаних джерел та інших складових роботи	до 16.05.2021 р.	
5	Отримання відгуку від керівника	до 01.06.2022 р.	
6	Подання на кафедру завершеної роботи	до 13.06.2022 р.	
7	Проходження перевірки на академічний плагіат і нормоконтролю кваліфікаційної роботи	до 16.06.2022р.	
8	Підготовка студента до захисту та захист кваліфікаційної роботи	18.06.2022 – 26.06.2022 р.	

Здобувач ВО _____ Іліджах М.М.
(підпис)Керівник роботи _____ Романуха О.М.
(підпис)

РЕФЕРАТ

Загальна кількість в роботі:

сторінок 68 , рисунків 1, таблиць 4, додатків 6,
графічного матеріалу -, використаних джерел 64

Об'єкт дослідження:	ринок готельно-ресторанних послуг України
Предмет дослідження:	тенденції розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації
Мета дослідження:	вивчення динаміки розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації
Методи дослідження:	системний аналіз, аналогія, аналізу, синтезу, індукції, дедукції, синтезу, узагальнення, порівняння, формалізація; методи економіко-статистичного аналізу: табличний, графічний, порівняння, групування; методи компаративного та кластерного аналізу; методи експертної діагностики
Основні результати дослідження:	активну роль у розвитку готелів та ресторанів в Україні відігравали фізичні особи підприємці; основними поводарями розвитку галузі в свою чергу були юридичні особи підприємці; відбулося зміщення акцентів в питаннях інвестицій у бік підвищення зацікавленості до покращення внутрішнього облаштування закладів та технічної модернізації, а не будівництва та перебудови; проведення кластерного аналізу дало змогу виокремити чотири кластери – Північний, Південний, Західний, Центрально-Східний. Центрами кластерів виступали міста з найбільшою кількістю юридичних осіб підприємців; в середині кластерів простежується внутрішньо-кластерна конкуренція та формування двох конкуруючих центрів; негативними аспектами, що заважають розвитку є війна, пандемія COVID-19, низька купівельна спроможність громадян
Ключові слова:	готель, ресторан, капітальні інвестиції, гостинність, тризм, тимчасові заклади розміщення, заклади харчування.

ЗМІСТ

Вступ	6
Основна частина	8
Висновки та рекомендації	41
Список використаних джерел	51
Додатки	57

ВСТУП

Актуальність теми. Ринок готельно-ресторанних послуг світ, останнім часом демонструє активні темпи зростання. Збільшення чисельності населення світу, швидкість пересування та обміну інформацією, автоматизація частки виробничих процесів сприяють зменшенню завантаженості людини, вивільненню часу та можливості його проведення у подорожах. В ХХІ столітті не потрібно витрачати місяці на подорож з Європи до Азії, не потрібно піклуватися про харчування чи нічліг. Більшість країн світу мають розгалужені системи готелів та ресторанів, транспортну інфраструктуру, що робить мандрівку приємною та комфортною. Рентабельність готельно-ресторанної індустрії при цьому не поступається таким напрямкам, як будівництво чи металургія. Світова економіка демонструє перехід від етапу виробництва, як основи економічної стабільності країни, до етапу торгівлі послугами. Дана тенденція прослідковується в інформаційній, фінансовій, технічній сфері. Можна сказати економіка стає все більше людино центрованою – ставлячи в основу своєї роботи не лише матеріальне задоволення потреб людини, але й сервісних, духовних. Зважаючи на це, аналіз розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні в умовах глобалізації є актуальним та перспективним напрямком дослідження.

Проблемам динаміки розвитку ринку готельних та ресторанных послуг в Україні були присвячені роботи: Я. Волковської [11], Н. Онищук [28], О. Давидова [13], Н. Кондратенка, Л. Оболенцевої [21] та ін. У своїх дослідженнях науковців торкалися широкого спектру питань: чисельності підприємств готельно-ресторанної індустрії; аналізу сервісного обслуговування; особливостей організаційної структури та ін. Однак поряд з цим мало вивченими лишилися аспекти: значення фізичних та юридичних осіб підприємців в розвитку галузі; регіональні особливості розвитку даного ринку в Україні; залежність тенденцій розвитку українського ринку від впливу світових явищ та процесів, тощо. Уваги потребують не лише кількісні показники розвитку, але й організаційні, сервісні, інноваційні.

Мета і завдання кваліфікаційної роботи. Метою дослідження є аналіз ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації.

Завдання дослідження можна сформулювати наступним чином:

- дати визначення основним поняттям, з'ясувати сутність готельно-ресторанних послуг, проаналізувати наукові підходи до їх розуміння;
- проаналізувати сукупність існуючих методів дослідження, що будуть використані під час аналізу розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні;
- прослідкувати динаміку розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України;
- визначити перспективи розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні;
- підвести підсумки та розробити пакет рекомендації стосовно

активізації ринку готельно-ресторанних послуг України.

Об'єктом дослідження виступає ринок готельно-ресторанних послуг України.

Предметом дослідження є тенденції розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації.

Методи використані в роботі. Під час написання роботи був використаний комплекс загально наукових та спеціально наукових методів дослідження. Серед загальнонаукових методів широкого застосування отримали методи: аналізу; синтезу; індукції; дедукції; узагальнення; порівняння. Вони дали змогу визначити загальну динаміку розвитку галузі, провести системні порівняння як за регіонами України так і в масштабах світу. Серед спеціально наукових методів варто звернути увагу на метод кластерного аналізу. Його застосування дало змогу визначити готельно-ресторанні кластери в Україні, виявити особливості їх розвитку та специфіку внутрішньо-кластерної конкуренції. В свою чергу статистичний метод дав змогу провести ґрунтовний аналіз даних щодо кількості готелів та ресторанів по регіонам, частку в них фізичних та юридичних осіб підприємців, рівень обсягу капітальних інвестицій. Метод багатовимірного факторного аналізу був корисним під час аналізу зовнішніх факторів впливу, що визначали загальну динаміку розвитку ринку послуг готельної та ресторанної сфери в Україні.

Практичне значення одержаних результатів полягає в можливості використання матеріалів в: розробці стратегії розвитку готельно-ресторанної сфери України; навчальному процесі чи створенні нових навчальних курсів; роботі органів державної влади, профільних об'єднань (асоціацій); роботі готелів та ресторанів, особливо мереж.

Джерельну базу роботи становили: матеріали державної служби статистики України; нормативно-правові акти України, що визначали роботу готелів та ресторанів; наукові публікації зарубіжних та українських дослідників.

Апробація результатів дослідження. Результати кваліфікаційної роботи пройшли апробацію на XI Всеукраїнській конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності», 19 травня 2022 року, м. Одеса.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

Вивчення будь-якого питання доцільно розпочинати з аналізу термінологічного апарату використовуваного в дослідженні. Дана необхідність зумовлена існуванням в науковому обігу декількох трактувань одного й того ж самого слова. Зважаючи на широту використання термінів – ринок, послуга, звернемо увагу на їх значення.

Центральне місце належатиме поняттю – послуга. Даний термін отримав настільки широке трактування, що можна виокремити два підходи, які сформувалися в науці, до її розуміння. Представники першої групи: Ю. Калмиков, С. Ємельянчик, Д. Степанов – схильні розглядати послугу як дію, процес, що відбувається в часі. Представники другої групи: О. Красавчиков, С. Алексеев, Е. Романова, Н. Індіюков, М. Кротова – вкладають у послугу результат дії, визначаючи її сутність через результат діяльності. Протилежність поглядів представників обох груп сприяло появі альтернативного бачення суті послуги та появі змішаного підходу. Його представники розуміють послугу як сукупність результату та діяльності. Найбільш відомими представниками цього підходу є Ю. Романець та Т. Левшина.

Дані підходи є найбільш поширеними, проте не єдиними. Послугу, як діяльність без уречевленого результату трактують – О. Іоффе та Є. Шешенін. Досліджують послугу як різновид блага через аналіз сутності блага – Ю. Космін, Н. Іванов, О. Щуковська. Інтеграція наук та постійна трансформація соціально-економічної, культурної, політичної, інформаційної сфер людського буття призводять до переосмислення суті поняття «послуга» та появі нових трактувань.

Виходячи з наведеного під час аналізу інформації під «Послугою» будемо розуміти визначення сформульоване В. Васильєвою – «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» [54].

Переходячи до розгляду суті поняття «готельна послуга» варто зазначити, що кількість його трактувань також доволі широке. Існуючі визначення умовно можна поділити на дві групи. До першої групи ми віднесемо представників, що трактували даний термін як економічну категорію. При цьому, варто звернути увагу, що єдності у суті визначення серед науковців не було. Кожен дослідник вбачав у ньому свої особливості та наголошував на цьому. Так М. Турковський говорив, що «Готельна послуга» – це короткострокова, загальнодоступна оренда місць для ночівлі. В свою чергу О. Кусков вбачав у ній організовану взаємодію гостя та персоналу готелю. Дослідники Т.А. Малюк, Е.В. Пешина, Г.Н. Самишкіна вели мову про сукупність взаємо-доповнюваних послуг, а О. Граніна - результат людської діяльності.

Представники другої групи розуміли «Готельну послугу», як цивільно-правову категорію. Дослідники А. Тихомирова, М. Цалікова, Д. Жмуліна, О. Серьогіна трактували дане поняття, як діяльність обумовлену угодою. При

цьому в Законі України «Про туризм» «Готельна послуга» визначалась як – «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].

Спираючись на вище зазначені підходи до розуміння суті поняття «готельна послуга» будемо вкладати в її зміст наступне – діяльність готелів та аналогічних закладів розміщення спрямовану на задоволення потреби особи в тимчасовому проживанні та користуванні пропонованими видами сервісу [54].

В свою чергу під ресторанною послугою будемо розуміти – діяльність закладів харчування спрямованих на надання послуг з виготовлення страв, кулінарної продукції та кондитерських виробів, реалізації даної продукції, організації обслуговування споживачів, організації дозвілля чи інформаційно-консультативні послуги.

Поєднання даних категорій породжує поняття «готельно-ресторанна послуга». Думки науковців щодо його розуміння хоч і варіюються у меншій мірі ніж просто «послуга» проте все одно різні. Так, О. Головка вкладає у це поняття наступний зміст, «готельно-ресторанна послуга» – «це 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 є синтетичною категорією за допомогою якої визначаються різноманітні за змістом і параметрами явища. Це пояснюється певними способом організації економічного життя, ознаками якого є самостійність учасників процесу на основі комерційної співпраці».

Виходячи з вище зазначеного під «готельно-ресторанною послугою» розумітимемо – «господарські операції підприємств з метою задоволення вимог споживача, що пропонується при розміщенні та тимчасовому проживанні й харчуванні» [17].

Торкаючись останньої категорії – «ринок», варто звернути увагу на її багатомірність. Сьогодні «ринок» розуміється як:

а) «обіг, організований за законами товарного виробництва та обігу, сукупність відносин товарного і грошового обігу» [23];

б) «сукупність умов, що забезпечують реалізацію валового національного продукту» [23];

в) «сфера товарного обігу, сукупність актів купівлі та продажу, де взаємодіють пропозиція товарів, платоспроможний попит, де формуються ціни на товари (послуги) та багато іншого» [23];

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].

Враховуючи те, що ринок виступає основним середовищем існування та діяльності готельних та ресторанних підприємств під ним слід розуміти –

«систему економічних відносин, яка склалася між виробниками в процесі реалізації ними товарів та послуг шляхом купівлі-продажу, відносини, які регулюються законами товарного господарства і насамперед законом попиту та пропозиції» [23]. Ми ж будемо спиратися на простіше формулювання, що – це сукупність відносин (актів) купівлі-продажу товарів і послуг; спосіб взаємодії виробників і споживачів, заснований на децентралізованому, безособовому механізмі цінових сигналів.

Оскільки об'єкт нашого дослідження розвивається в умовах глобалізації, то під нею 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].

З'ясувавши суть основних понять, можемо надати визначення терміну «ринок готельно-ресторанних послуг в умовах глобалізації» – це спосіб взаємодії споживачів і виробників готельних та ресторанных послуг, заснований на децентралізованому механізмі цінових сигналів з метою задоволення вимог споживача, під час розміщення, тимчасового проживання й харчування в умовах активної світової інтеграції та взаємодії.

Не меншою була увага наукової спільноти до вивчення питання розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні в умовах глобалізації. Даного питання активно торкалися, як в науковій так і публіцистичній літературі. Усі публікації можна згрупувати по наступним блокам:

- роботи узагальнюючого характеру (монографії);
- роботи надруковані в періодичній науковій літературі (статті);
- тези та доповіді (конференції, матеріали круглих столів).

Найбільшою за кількістю матеріалів є група – періодичної наукової літератури. Її формували публікації з актуальних тем розвитку ринку готельно-ресторанних послуг, а рівень викладеного матеріалу був доволі високим. Перевагою даної літератури є оперативне інформування про інновації розвитку галузі. Динаміка кількості публікацій при цьому зросла на початку ХХІ ст. Цьому сприяла активізація розвитку індустрії гостинності в світі та Україні. Поряд з цим комплексність розкриття проблемних питань була значно кращою в роботах узагальнюючого характеру. Широта охоплення проблеми, розгляд її з різних аспектів був незрівнянно кращим у монографіях.

Серед робіт останньої категорії варто звернути увагу на дослідження присвячені питанням управління готелями та ресторанами. Його торкалися О. Давидова [16], Л. Завідна [20], В. Зайцева [22]. Проводячи порівняння особливостей управління закладами гостинності в Україні та світі, автори звертали увагу на необхідність їх модернізації в Україні. Детально розкривалися недоліки керування та варіанти їх вирішення, робився акцент на відмову від старих радянських принципів чи їх трансформованих варіантів та перейняття передового світового досвіду.

До даної категорії літератури слід віднести і значну кількість дисертаційних робіт. Серед загалу, звертає на себе увагу дослідження О. Лупича, присвячене питанням формування конкурентоспроможного

готельного господарства регіону [28]. Розкриваючи тему, автор проводить аналіз загальної динаміки розвитку галузі, робить регіональні співставлення та визначає фактори, які формують рівень конкурентоспроможності. При цьому, дослідник аналізує міжнародний досвід у цьому питанні та намагається сформулювати прийнятні варіанти розвитку для України.

З початком активного розвитку інформаційних технологій, увага дослідників до питання їх впровадження у діяльність готельно-ресторанних підприємств набувала все більшої актуальності. Кількість публікацій зростала з кожним роком. Для прикладу можна звернути увагу на роботу К.С. Федосової, Л.М. Тележенко [55]. Автори торкнулися питання рівня задоволення потреб готельно-ресторанних підприємств інформаційними технологіями, проаналізували тенденції розвитку даного напрямку в світі. У підсумках науковці роблять висновок про лідируючу роль інформаційних технологій в готельно-ресторанній індустрії світу.

Інтеграція України до світового економічного простору розширила перелік обговорюваних у науковій літературі тем. Перспективи подальшого розвитку індустрії гостинності, а саме готельно-ресторанної сфери в умовах активізації процесів глобалізації досліджував М.Ю. Максимович [29]. Автор звернув увагу на негативний вплив пандемії COVID-19 у світі та Україні.

Широкому переліку питань готельно-ресторанної сфери була присвячена і колективна монографія під редакцією В. М. Зайцевої [22]. У дослідженні давалась оцінка сьогоденному стану готельно-ресторанної сфери України, зверталась увага на перспективи її розвитку та активний взаємозв'язок з туристичним бізнесом, в окремих розділах торкалися питань економічної діяльності готелів та ресторанів, зверталась увага на нові підходи до організації справи, методи підвищення її рентабельності, тощо.

Не менш інформаційними та актуальними були роботи науковців ДонНУЕТ 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]. Авторські колективи торкнулися більшості актуальних тем готельно-ресторанної індустрії: негативного впливу пандемії COVID-19; глобалізаційного впливу; активного розвитку інформаційних технологій.

Значно ширше даної проблематики торкалися на сторінках періодичних видань. При цьому увесь загал матеріалу був присвячений, як і окремим питанням розвитку готелів чи ресторанів, так і загальним питанням становлення галузі. Останній напрямок мав більшу популярність серед науковців, оскільки в них віддавалась перевага вивченню питань загального плану: тенденції розвитку готельно-ресторанної галузі, динаміка розвитку закладів індустрії гостинності; фактори впливу.

Питання інноваційного розвитку готельно-ресторанної сфери в Україні вивчав Н.О. Коваленко [24]. Науковець поглянув на підняту проблему через підхід комплексності. Він наголошував на важливості комплексного впровадження інноваційних напрямків розвитку. Це сприяє ефективній

розробці та впровадженню інноваційних продуктів й підвищенню якості пропонованих послуг, збільшенню економічної рентабельності підприємств гостинності. При цьому автор підкреслював, що важливим фактором при виборі інноваційного напрямку розвитку закладу, в умовах соціально-економічної нестабільності, виступає рівень фінансових можливостей готелю чи ресторану. Відчуваючи нестачу коштів, готельно-ресторанні підприємства мають вибирати інноваційні вектори розвитку, що є менш фінансово затратні.

Також, питання необхідності розширення застосування інформаційних технологій в роботі готелів та ресторанів торкалися дослідники В.Ф. Доценко, О.Б. Шидловська, І.М. Медвідь, Л.С. Бедусенко [19]. Авторський колектив дав оцінку рівня впровадження даних технологій в індустрії гостинності, дослідив перспективи та тенденції їх розвитку. Звертають на себе увагу і висновки щодо важливості впровадження згаданих технологій на ринку готельно-ресторанних послуг, як основи конкурентності підприємства. Серед причин відставання українських закладів гостинності від своїх закордонних колег, дослідники відзначили слабе поширення сервісних ІТ-технологій, особливо систем CRM – глобального бронювання. Серед рекомендацій було відзначено потребу впровадження автоматизації комунікацій між клієнтами та персоналом через мобільні додатки. Це має сприяти покращенню рівня обслуговування, отримання зворотного зв'язку, рівня пропонованого сервісу. При цьому дані рекомендації адресувалися безпосередньо, як готелям так і ресторанам при них. Подібні висновки підтримували і міжнародні спеціалісти Д. Бухаліс, У. Гретцель, М.Фукса [2]. Науковці погоджувалися з твердженнями про важливу роль інформаційних технологій в розвитку закладів гостинності та їх значну перспективу.

Роль і значення міжнародної інтеграції готельно-ресторанної сфери України досліджували: О.М. Романуха, А.В. Слащева, Ю.О. Халілова-Чуваєва [43]. В роботі автори звернули увагу на відповідність внутрішнього законодавства міжнародному та зазначали у висновках про позитивний вплив даних процесів на розвиток галузі в цілому. Підкреслювалося, що це допомагає підвищити якість пропонованих послуг шляхом розгортання національних ланцюгів, притоку міжнародних інвестицій, змін законодавства та технологій, що в свою чергу сприяє посиленню конкурентних позицій підприємств готельно-ресторанної індустрії в цілому.

Питання тенденцій та динаміки розвитку ресторанів й готелів досліджували О.М. Романуха, Р.А. Муха, Ю.А. Халілова-Чуваєва, О.С. Коваленко, К.С. Хаврова [44], І.А. Ажаман, Н.А. Петрищенко, Н.В. Серьогіна [39] та ін. Науковці аналізуючи статистичний матеріал прораховували загальні тенденції розвитку, обсяги капіталовкладень, співвідношення юридичних та фізичних осіб підприємців, як основних гравців ринку.

Особливістю наукового доробку Н.А. Петрищенко, І.А. Ажаман, Н.В. Серьогіна стало порівняння динаміки розвитку кількості ресторанів та готелів з даними росту туристичного потоку в Україні. В результаті проведеної роботи науковці констатували, що збільшення чисельності мандрівок за кордон

негативно впливає на розвиток не лише внутрішнього туризму, але й готельно-ресторанної індустрії. Причиною цього вони виокремлюють: високі ціни, порівняно з закордонними закладами, українських курортів та закладів розміщення й харчування; низький рівень сервісу та якості пропонованих послуг; слабо розвинена при готельна інфраструктура; неефективна рекламна та маркетингова діяльність; недосконала та застаріла українська транспортна інфраструктура; слабка взаємодія туристичних агенцій та закладів розміщення та харчування; зношеність основних фондів та необхідність їх оновлення; слабкий рівень впровадження інноваційних технологій в закладах середньої та малої місткості.

Дослідник Р. Муха [31] вивчаючи питання ринку готельних та ресторанних послуг акцентував увагу на значущості розвитку нематеріальних активів закладів індустрії гостинності. Головним інструментом цього, на думку дослідника, є імідж підприємства. Його формування допомагатиме створенню лояльного ставлення клієнта до підприємства, формуватиме пізнаваність споживачами послуг, збільшення притоку інвестицій, росту ефективності роботи персоналу та у підсумку росту вартості підприємства гостинності на ринку.

Важливим напрямком дослідження динаміки розвитку готельно-ресторанної індустрії є питання приватизації. Його вивчали О.М. Романуха, К.С. Хаврова, Ю.А. Халілова-Чуваєва, О.С. Коваленко. Науковці позитивно охарактеризували роль приватизації у розвитку галузі, що допомагала залученню інвесторів. Одночасно вони звернули увагу на загальні тенденції розвитку галузі та залежність динаміки від політичної ситуації, важливість частки на ринку юридичних та фізичних осіб підприємців.

Комунікаційні аспекти, їх роль та значення в діяльності готелів та ресторанів вивчали І.В. Шаповалова, О.М. Романуха [45]. Вони звернули увагу на коливання рівня взаємодії користувачів соцмереж та закладів гостинності в період проведення великих заходів. Причина цього, приїзд туристів їх поселення та розміщення і зменшення уваги з їх боку до реклами та інших повідомлень. В свою чергу це обумовлювало зменшення витрат готелів та подібних закладів розміщення на комунікації та рекламу. Одночасно з цим ресторани демонстрували протилежну тенденцію. Приплив великої кількості туристів сприяв зростанню комунікативної активності ресторанів. Причина – звернення уваги до себе в умовах зростання попиту на ринку. Дослідники аналізували і зміст постів. Малоцікавими виявилися пости щодо стану номерів, переліку страв. На противагу цікавість пробуджували тексти стосовно участі у національних конкурсах; включення до топ-100 закладів гостинності; відвідання його відомими особами; проведення акцій.

Загальні аспекти динаміки розвитку готелів вивчали О.А. Давидова [14], Ю.А. Щевчук [59]. Вплив пандемії COVID-19 вивчав В.Берещак [7]. Роль інноваційних підходів у розвитку готельних підприємств досліджували О.М. Шаповалова, С.С. Казьякова [58]. Автори зазначили, що за умови підвищення рівня конкуренції, заклади тимчасового розміщення мають

впроваджувати нові методи підвищення своєї привабливості. Ігнорування даного твердження автоматично призводить до зниження конкурентності закладів, їх відставання та банкрутства. Суть нових методів привабливості зводилася не лише до інформаційних систем обслуговування, але й роботі з персоналом, економічної стратегії, підвищення якості. Рівень ефективності інновацій напряду залежатиме від кількості одночасного впровадження різних типів інновацій. При цьому усі інновації повинні відповідати загальній стратегії розвитку готелю, враховувати фінансові можливості закладу та ситуацію на ринку.

Не менший пласт, формували публікації щодо розвитку ресторанних підприємств. Більшість матеріалів мали узагальнюючий характер стосовно розвитку галузі у цілому. Серед них звертає на себе увагу дослідження М. Рябенкої [47]. У роботі авторка торкнулася питань: аналізу статистичних даних, щодо динаміки розвитку галузі; кількості нових форм закладів; причин уповільнення тенденцій розвитку. У висновках М. Рябенка підкреслює важливість введення інновацій, як елементу конкурентності, які надають суттєві переваги ресторанним підприємствам.

Дослідники І.М. Шамара, М.А. Семенова [57] у свою чергу звернули увагу на франчайзинг, як елемент розвитку галузі. В умовах глобалізації дана форма роботи є лідером у світі та сприяє впровадженню нових методів та підходів в обслуговуванні й забезпеченню високого рівня сервісу. Її ігнорування стає причиною відставання українського ринку порівняно з іншими країнами світу. Основним гальмом автор зазначає недосконалість правової бази діяльності в Україні, що не в повній мірі захищає інтелектуальні права та відлякує іноземних партнерів. Поряд з цим удосконалення потребує й ситуація довкола бюрократичного механізму в Україні, ускладнені процедури оформлення документів, система оподаткування.

Порівнянням ринку України з іншими країнами світу займався Н.В. Прилепа [40]. Вивчаючи особливості роботи ресторанних підприємств в країнах Європи автор зазначає, що український ринок має багато подібностей в манері обслуговування та стилістиці, формі, меню, підходів до обслуговування, тощо. Одночасно з цим він відзначає зростання уваги на обох ринках до екологічності, органічності, натуральності, зростання ролі стандартів. Це призводить до переформатування закладів у бік збільшення чисельності салат-барів, суп-барів, вегетаріанських ресторанів. Тенденція до переходу на європейські традиції розвитку ресторанної галузі особливо сильно простежуються у великих містах України.

Більш конкретним був аналіз розвитку ресторанних ринків України та Польщі А. Прокопюк, Ю. Феленчак [41]. Взавши до аналізу хронологічний період з 1990 р. по 2018 р. автори відзначили чітко виявлену тенденцію до спаду темпів розвитку галузі. Основою для даних висновків стали статистичні дані щодо кількості закладів та кількості обслуговуваних клієнтів. Іншим цікавим висновком стало твердження про те, що дана ситуація призводить до переформатування роботи підприємств у бік розширення кількості закладів

швидкого харчування: кейтеринг, фуд-корт, демократичні, авторські ресторани та ін.

Значну частку публікацій формували дослідження регіональних особливостей розвитку ринку ресторанів України. Дослідниці А.В. Слащева, С.Ю. Попова [49] торкалися питання стану та перспектив розвитку гастрономічного туризму м. Маріуполя. В свою чергу В.А. Ткач, В.А. Язіна [52] досліджували стан та тенденції розвитку ресторанного ринку Запорізької області. Дослідження даної групи цікаві через можливість вивчення регіональних особливостей розвитку ресторанного ринку, виявлення певних специфік та проблем.

Торкнулася даного питання, але в напрямку розвитку етногастрономічних ресторанних підприємств С.М. Неїленко [32]. Авторка констатувала факт зростання числа закладів, що представляли національні кухні: східні, європейські, американські. Проте поряд з цим статистичні дані говорять про втрату інтересу клієнтів до французької та японської кухні. Частка закладів харчування, що представляли українську кухню на ринку України лишалася незмінною та становила 22,8%.

Новою темою для досліджень, що швидко набула популярності стало висвітлення діяльності закладів харчування в умовах пандемії COVID-19. Даного питання торкалися ряд дослідників, серед яких варто виокремити роботи М. Босовська, Л. Бовш, І. Антонюк [10], Н. Балацька [5]. Науковці звернули увагу на питання діагностики практик керування закладами харчування в кризових ситуаціях та поширення вірусу COVID-19. Було обговорено інноваційні тактики протистояння викликам пандемії і розроблено модель діяльності ресторану в даних умовах на основі методики EFQM.

Тему розширення застосування SMM в ресторанному бізнесі досліджували Т.Е. Лебедева, О.В. Голубева [27]. Спираючись на тезу про те, що сучасні сфера послуг набула масової цифровізації та комп'ютеризації, автори говорять про необхідність максимального використання даних особливостей в роботі самих закладів. Саме інформаційні технології можуть докорінним чином змінити заклад як в питаннях обслуговування клієнтів, так і організації роботи персоналу, ведення обліку в роботі, приготування страв, розширення інформаційної присутності в медіа просторі та ін.

Отже, питання розвитку готельних та ресторанних підприємств активно обговорювався на сторінках наукової літератури. Більшість публікацій виходили в періодичних виданнях та торкалися загальних проблем розвитку галузі. Дослідники проводили порівняльні аналізи розвитку ринку в Україні та світі, виокремлювали ключові фактори, що впливали на динаміку розвитку, проблеми, які в свою чергу заважали та пропонували шляхи їх вирішення. Поряд з цим слабо дослідженими лишилися питання: динаміки розвитку капітальних інвестицій; методологія дослідження – спираючись на традиційні статистичні методи аналізу науковці не звертали уваги на особливості розвитку по регіонам, тенденції розвитку юридичних та фізичних осіб підприємців, тощо. Переоцінка тенденцій розвитку ринку готельно-ресторанних послуг

України з врахуванням даних підходів допоможе по новому поглянути на умови та фактори впливу на ринок індустрії гостинності.

При написанні роботи автором було використано наступні показники: кількості готелів та ресторанів; кількості їх місткості; кількість осіб, що їх відвідали; кількості фізичних та юридичних осіб підприємців та їх співвідношення по регіонам; обсяг капітальних інвестицій в готелі та ресторани (по видам: будівництво, земля, ремонт, техніка, витрати на спорудження одного готельного номера) тощо.

Аналіз теоретичного матеріалу першочергово базувався на визначенні суті поняття готельно-ресторанні послуги. Автором було поетапно проаналізовано значення термінів: ринок, послуга, ресторанна послуга, готельна послуга. Це дало можливість не лише чітко окреслити предмет та об'єкт дослідження, але й виокремити з загалу потрібні методи опрацювання теоретичного матеріалу, проведення аналізу.

Зважаючи на використання в роботі великої кількості статистичного матеріалу, важливе місце серед задіяних методів посів статистичний та кластерного аналізу. Побудова таблиць динаміки розвитку ринку готельних послуг дала змогу не лише проаналізувати загальну динаміку його розвитку, але й окреслити коло внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливали на нього. В свою чергу це допомогло виявити загальні закономірності розвитку. На макро рівні це стало можливим завдяки використанню методу корпоративного аналізу. Порівняння усіх показників по регіонам дозволило окреслити не лише спільні тенденції та проблеми розвитку, але й визначити області, міста, що успішно розвивали даний сектор та навпаки – невдало. Аналіз динаміки капітальних інвестицій дозволило в свою чергу визначити перспективні напрямки розвитку в які вкладали гроші інвестори та тим самим окреслити тенденції майбутнього розвитку.

Методологія вивчення стану ринку ресторанних послуг відбувалася аналогічно. За основу аналізу бралися статистичні дані щодо кількості ресторанних підприємств, частки фізичних та юридичних осіб підприємців на ринку, розмір капітальних інвестицій. Алгоритми розрахунків базувалася на принципах середньоарифметичного визначення взятих до аналізу показників за рік та побудови загальної кривої динаміки. Увага приділялась і на кількісним змінам в цілому по Україні та регіонах ресторанів, барів, буфетів, кафе й їдальнь. При цьому подальші напрямки розвитку галузі визначалися з урахуванням динаміки капітальних інвестицій в галузь.

Зважаючи на те, що діяльність готельно-ресторанних підприємств характеризується специфічними ознаками економічної діяльності, законодавчими нормами в роботі використовувався загальнонаукові й спеціально-наукові методи. Це дозволило поглянути на особливості загальної динаміки становлення галузі та визначити закономірності регіонального розвитку підприємств індустрії гостинності.

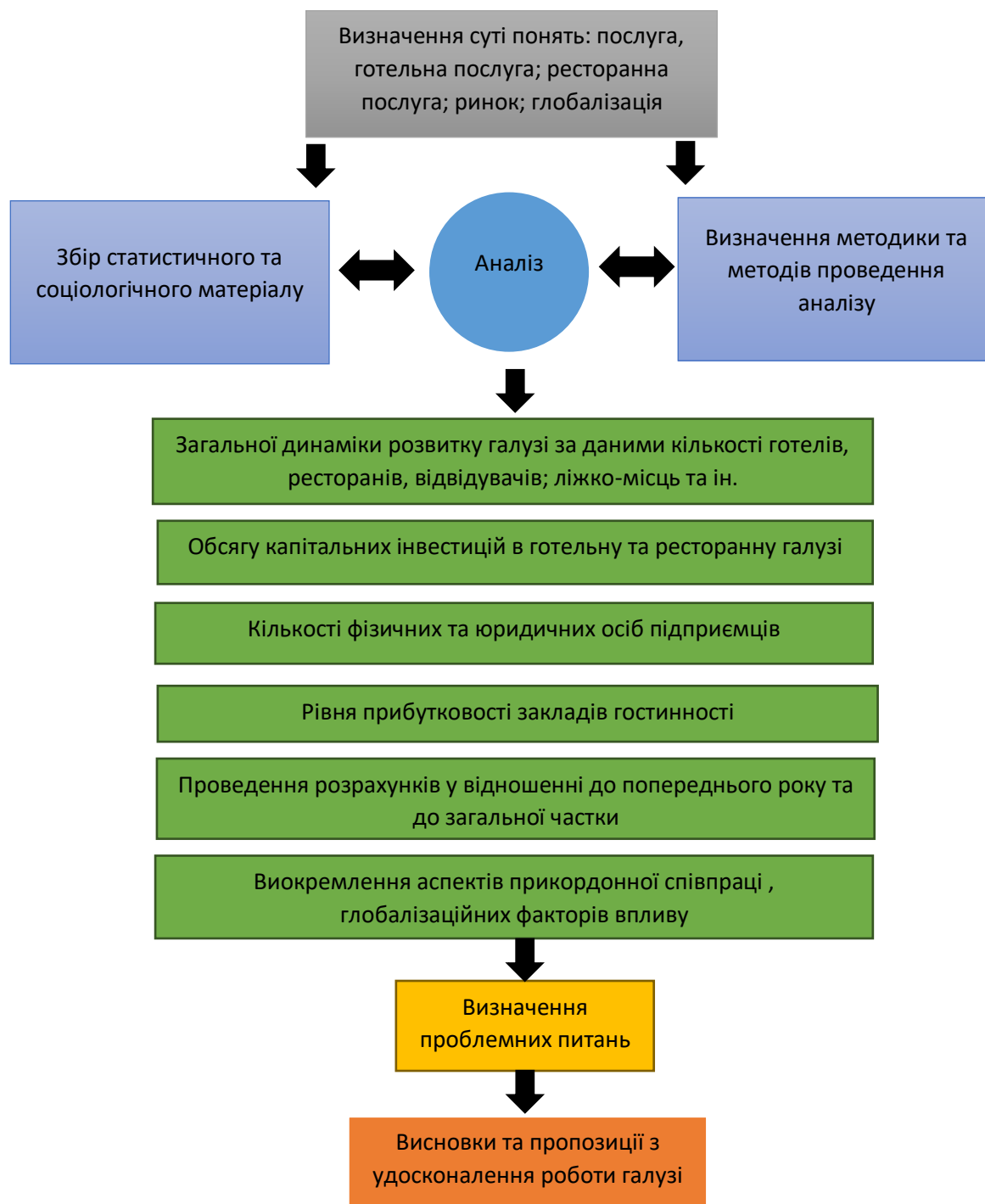


Рисунок 1 - Схема методології проведення дослідження [64]

Першочергове значення мали загальнонаукові методи дослідження: синтезу; аналізу; описовості; статистичний; нормативний; візуальний (спостереження); економічний; математичний методи, що описані в роботах В.М. Зайцевої та Л.Д. Завідної [20; 22]. Використання згаданих методів відбувалося з позицій процесуального і системного підходів.

Застосування системного підходу відбувалось з принципів системно-

структурного аналізу. Він базувався на структуруванні об'єкту дослідження, разом з усіма додатковими елементами.

Суть процесуального підходу ґрунтуючись на методі часових зрізів, що дало змогу розкрити механізми змін та причини цього. Поєднання двох підходів дозволило поглянути на об'єкт дослідження, як єдину систему, розвиток якої призводить до змін в територіальній організації готельного господарства.

Застосування методу кластерного аналізу дало змогу згрупувати регіони України в центри індустрії гостинності. В основу методологія проведення районування покладалися показники – частка готелів та ресторанів в регіонах. Підрахунки засвідчили наявність в Україні чотирьох центрів індустрії гостинності: Північний; Південний; Західний; Центрально-Східний. Отримані результати співпадають з культурними, історичними, економічними особливостями розвитку регіонів, що підтверджує правильність використаних підходів.

Рівень розвитку ринку індустрії гостинності в регіонах відбувався за наступними критеріями:

- аналіз кількості готелів та ресторанів;
- аналізу обсягів капітальних інвестицій в галузь;
- аналізу рівня використання інноваційних технологій.

Кожен елемент в основному характеризувався кількісними показниками та складав основу подальшого аналізу динаміки розвитку галузі.

В подальшому, статистичні дані групувалися за хронологічним принципом та за допомогою методів часових зрізів. Часові проміжки визначалися з врахуванням аналізованого періоду. Під самим аналітичним періодом розумівся – історичний період відображений в розвитку аналізованого процесу.

При цьому, етапами методики системно-структурного аналізу стали:

«визначити чинники, що мають прямий або опосередкований вплив на розвиток та функціонування готельного господарства країни» [29];

«визначити рівень розвитку готельного господарства та специфіку функціонування в даній країні» [29]

«визначити динаміку розвитку готельного господарства країни» [29];

«виявити та типізувати елементи територіальної структури готельно-ресторанного господарства» [29];

«визначити механізми територіальної організації готельного господарства» [29];

«розробити пропозиції щодо вдосконалення процесів територіальної організації готельного господарства країни» [29].

Кожен з них дозволяє виявити особливості та специфіки розвитку галузі та визначити характер процесу територіальної організації підприємств індустрії гостинності й подальші напрямки його розвитку [29].

Поряд з цим були застосовані і методи кількісної оцінки стану ринку готельно-ресторанних послуг за економіко-математичними та евристичними

методами. З загалу останніх широкого використання отримали експертні методи.

Основу експертного методу становили думки декількох експертів, що порівнювалися між собою. Основою їх суджень була інтуїція, досвід, тенденції розвитку ринку та ін. Поряд з цим робилася скидка на певну суб'єктивність даних думок та їх односторонність.

З загалу економіко-математичних методів прогнозування було використано методи: моделювання; екстраполяції.

Метод екстраполяції спирався на досвід минулого з перенесенням проєкції на можливий розвиток в майбутньому. Основні механізми даного дійства: припущення; закономірності. Важливо, що б термін прогнозу не був більшим за одну третю тривалості розрахункової бази.

Метод моделювання був корисний з точки зору побудови прогнозної моделі, що визначає залежність ринку від різних аспектів, що на нього впливають. При цьому дані моделі в основній своїй суті будуються на статистичних взаємозв'язках. Так прогноз ринку в готельній та ресторанній сфері робиться виходячи з характеру поведінки покупців в попередні періоди чи подібних ситуаціях в інших регіонах.

Подібним до моделювання є інтегрований підхід. Його основу складає метод розробки сценарію – динамічною моделі розвитку ситуації в майбутні роки, де детально прописуються можливі кроки із описом усіх можливих варіантів розвитку подій. Важливу роль тут відіграє опис факторів впливу, що є основними перемінними. Саме вони визначають в майбутньому причини спаду чи зростання попиту на послуги, або перспективи розвитку конкретного підприємства.

Альтернативним варіантом методу моделювання є сценарний підхід. Він полягає у розробці декількох варіантів розвитку події, як з врахуванням внутрішніх так і зовнішніх факторів. При цьому за основу планування береться основний варіант сценарію, усі інші варіанти є запасними та коригуючими. В основі його розробки лежать кількісні та якісні методи. Впровадження сценарного підходу відкриває можливості для використання в подальшому безперервного багатоваріантного планування.

При цьому варто завжди пам'ятати, що усі прогнози розвитку ринку готельно-ресторанних послуг потребують комплексного використання різних методів. Це забезпечує найбільшу об'єктивність та результативність дослідження.

Гостинність – це складна система, складові частини якої взаємопов'язані та взаємозалежні один з одним. Найбільш важливими елементами даної системи є: хостели, готелі, кемпінги (засоби розміщення); їдальні, кафе, ресторани (заклади харчування); залізниця, автомобілі, аеропорти (транспорт); туризм; клуби, спа-салони, музеї, фітнес – зали, спорт-зал (соціально-культурні заклади). Останнім часом актуальності набув – інформаційний простір. Причина цього проникнення його в усі вищепераховані сфери, що сприяє

підвищенню їх взаємодії та ефективності роботи. Основними елементами даної сфери є: довідкова інформація, сайти, сервіси, реклама.

Головне місце в індустрії гостинності посідають готелі та ресторани. Вони стають проміжним ланцюгом між туристами та туристичними об'єктами. Саме готелі є місцем розміщення туриста, а ресторани – місцем харчування. Враховуючи це вони є маркерами туристичних маршрутів та автоматично фіксують потоки і їх обсяг. Даний принцип є характерним для усіх країн світу.

Ринок готельно-ресторанних послуг України почав формуватися в часи Радянського Союзу. З проголошенням незалежності індустрія зіткнулася з необхідністю його трансформації та адаптації до умов роботи в ринковій економіці. Дані процеси з одного боку супроводжувались зменшенням кількості готелів, а з іншого покращенням рівня сервісу. Головним рушієм даних змін стала конкуренція та боротьба за клієнта. Ринок чітко визначав правила, ставлячи в пріоритет критерії конкуренції, рентабельності, пізнаваності та ін.

Складні умови переходу наприкінці ХХ ст. змінилися поступовим зростанням. За даними таблиці 1. видно тенденцію до збільшення кількості закладів розміщення аж до 2013 року. Події 2014 року змінили ситуацію у біг зменшення активності, через початок бойових дій на Сході України.

Дані події змінили і структуру ринку готельної сфери. Мінливі економічні умови сприяли зростанню кількості невеличких готелів. Частка великих закладів розміщення скорочувалась. При цьому різко зросла й кількість закладів розміщення готельних мереж. Світові тенденції розвитку готельної сфери все більше проникали на ринок України. Готельні мережі поглинали невеличкі готелі про, що свідчать й дані таблиці 1. Співвідносячи кількість колективних закладів розміщення та кількість місць у них ми можемо говорити не лише про поглинання малих готелів більшими, але й тенденцію ринку до зменшення попиту. Складні економічні умови, військовий конфлікт завдавали шкоди туризму та призводили у більшій мірі до відтоку туристів та інвесторів з України. У зв'язку з цим утримання багато містких закладів розміщення не було рентабельним та змушувало готельєрів розвивати невеличкі заклади. Підтверджують це і статистичні дані. Якщо 2011 року на один готель припадало 96 ліжко-місць, то 2019 року ця кількість впала до 69.

Спираючись на методи компоративного аналізу варто подивитися на тенденції розвитку ринку готельних послуг за регіонами. За даними Додатку А «Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів у 2015-2019 роках (тимчасове розміщення)» з легкістю можна визначити регіони з найбільшим числом закладів розміщення (критерій «тимчасове розміщення»). Найбільша кількість закладів була в Одеській; Івано-Франківській; Львівській; Закарпатській; Херсонській; Київській; Запорізькій; Дніпропетровській областях.

Таблиця 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, 64]

В попередні періоди ситуація на ринку мала тенденції до стрімкого розвитку готельної сфери ще й в Донецькій та Харківській областях і АР Крим. Цьому сприяло проведення міжнародних спортивних та культурних заходів, активний розвиток туристичного потоку з Російської Федерації. Події 2014 року змінили ситуацію на ринку, різко зменшивши кількість закладів розміщення на кордоні України з РФ та Республікою Білоруссю [36, 37].

Визначивши основні центри готельного бізнесу в Україні й використовуючи метод концентричних кіл було окреслено основні кластери ринку послуг з тимчасового розміщення. Умовно центрами даних кластерів можна поставити: Івано-Франківську, Одеську, Запорізьку області та м. Київ. Накладаючи отримані дані на матеріали історії, особливостей культурного і економічного розвитку, можемо вести мову про їх співпадання. Отримані результати відповідають усім принципам кластерності (спільність економічних, історичних, міграційних, культурних процесів), а тому ми можемо вести мову про існування в Україні чотирьох кластерів: Західного; Центрально-Східного; Південного; Північного.

Окреслені центри об'єднували довкола себе сусідні області в залежності від вищеперерахованих факторів. Кількість регіонів, що входила до кластеру залежала й від особливостей проходження транспортних коридорів, що у сучасних умовах сильно впливали на пасажиропотік. Метод концентричних кіл показав, що кількість закладів розміщення в усіх кластерах прямо пропорційна віддаленості області від центру кластеру. Чим далі область знаходилася тим менша кількість закладів розміщення в ній функціонувала.

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

За кількістю готелів та інших закладів розміщення лідером на ринку України є Західний кластер. До його складу входять: Івано-Франківська, Черновецька, Львівська, Волинська, Закарпатська, Тернопільська, Рівненська, Хмельницька області. Загальна кількість закладів розміщення сягає близько 2 500 установ. Особливістю кластеру є орієнтація на туризм, рекреацію, відпочинок, міграційні потоки.

Високі темпи розвитку демонструє Південний кластер. До його складу входять Херсонська, Одеська, Миколаївська області. Лідером кластеру є м. Одеса та Одеська область. Даний цент має одні з найвищих показників за кількістю закладів розміщення в Україні. Спеціалізується Південний кластер на відпочинку, рекреації, морському туризмі, міжнародній торгівлі та міжнародних морських перевезеннях.

Північний кластер охоплює Київську, Житомирську, Полтавську, Чернігівську, Черкаську, Сумську, Кіровоградську, Вінницьку області та м. Київ. Найбільшу кількість готелів та подібних закладів розміщення в кластері надають м. Київ та Київська область. Інші регіони мають порівняно з ними показник не більше 10% від їх потуг. Слабко розвинута готельна інфраструктура є причиною сільськогосподарської орієнтації економік більшості областей кластеру, та близькістю до кордонів з Республікою Білоруссю та Російською Федерацією.

Суттєво здав позиції порівняно з періодом до 2014 року Центрально-Східний кластер. Початок бойових дій на Сході України призвів до переміщення капіталів та людей в центральну частину України та активізації розвитку готельної індустрії в Запорізькій та дніпропетровській областях. Сам кластер включає до себе: Луганську, Донецьку, Харківську, Запорізьку, Дніпропетровську, області. Специфікою кластеру є розвинута промислова база та наявність значної кількості рекреаційних та туристичних об'єктів. При цьому загострення відносин з РФ призвело до поступового скорочення міграційних та туристичних потоків.

Торкаючись питання динаміки розвитку готелів та закладів тимчасового розміщення (Таблиця 2.) варто зазначити, що їх кількість у цілому протягом досліджуваного періоду зростала. Продовж 2010-2019 рр. загальна їх чисельність збільшилася до 5 451 одиниці з 4 209. Найбільші піки активності припали на 2012 та 2017 роки. Причина цього – проходження в Україні значних міжнародних спортивних та культурних заходів.

Аналіз темпів активності росту у співвідношенні до попереднього року показує зменшення темпів зростання у рік проведення заходу, незначне зростання наступного року, та поступовий спад активності після. В даних умовах по різному себе вели юридичні та фізичні особи підприємці. В рік проведення самих заходів значно більшою активність була юридичних осіб підприємців, після вона скорочувалась. Фізичні особи підприємці навпаки – зменшували свою активність у рік проведення заходу та збільшували після його проведення. Між собою частка юридичних та фізичних осіб підприємців співвідносилась на користь останніх й постійно зростала [35, 36].

Таблиця 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, 64]

Тенденції розвитку ринку готелів та подібних закладів розміщення були аналогічними. В Південному кластері лідуючи позиції продовжувала утримувати Одеська область, в Північному – м. Київ та київська область. Проте у Західному кластері лідером стала вже – Львівська область, а Центрально-Східному – Дніпропетровська.

Першість за чисельністю аналогічних засобів розміщення та готелів посів Західний кластер. На його території знаходилося близько 1 600 готелів та аналогічних закладів розміщення. Співвідношення фізичних та юридичних осіб підприємців коливалося на рівні 82-83% - фізичний осіб підприємців, 18-17% юридичних осіб підприємців, в залежності від року. Більшість закладів розміщення концентрувалося в Івано-Франківській, львівській, Закарпатській областях. Причина цього – наявність значної кількості рекреаційних ресурсів (Карпатських гір, лікувальних джерел, туристичних принад, тощо). Популярність даного туристичного напрямку після 2014 року (анексія АР Крим) сприяла збільшенню рівня завантаженості готелів та подібних закладів розміщення. Так, приміром на 2016 рік у Львівській області даний коефіцієнт досяг позначки 0,28, а 2019 року – 0,30 (Див. Додаток В). Зменшення 2020 року показника до 0,14 обумовлювалося посиленням впливу пандемії COVID-19. При цьому варто враховувати, що дані тенденції були притаманні готельній індустрії усього світу і не були явищем регіональним.

Порівнюючи між собою дані кількості закладів розміщення їх заповнюваності можна вести мову про нерівновагу між пропозиціями та

попитом в кластері. Особливо яскраво дані тенденції прослідковуються в Рівненській та Закарпатській областях. В результаті аналізу була виявлена і інша закономірність – динаміка розвитку рівня завантаженості закладів розміщення юридичних осіб підприємців була ідентична динаміці розвитку кількості фізичних осіб підприємців. Причина цього – посилення конкуренції на ринку готельних послуг, що призводила до закриття невеличких готелів чи їх поглинання більшими. Поряд з цим дефіцит закладів розміщення прослідковувався в Чернівецькій області. Це сприяло швидкому росту кількості закладів гостинності фізичних осіб підприємців та відповідно їх частки на ринку з 84% у 2016 р. до 90% у 2019 р. Відповідно зросла й частка завантаженості готельних закладів юридичних осіб підприємців – 0,15 2016 р.; 0,26 2019 р. [36, 37].

Друге місце посів Північний кластер. Протягом досліджуваного періоду (2016-2019 рр.) кількість готелів зросла у ньому з 1 106 до 1 152 установ. Показники динаміки зростання кластеру склали 42% та були вищими за Західний на 15%. Іншою особливістю була менша частки фізичних осіб підприємців порівняно з іншими кластерами – 71% (2016 р.). В самому кластері їх частка найбільшою в віддалених областях: Вінницька, Житомирська, Кіровоградська, Сумська області – та перевищувала позначку у 80%. Найменше усього – у Київській області та м. Києві.

Аналогічними були і тенденції до взаємозв'язку частки фізичних осіб підприємців та коефіцієнта завантаженості засобів розміщення. Так серед областей кластеру дана залежність прослідковувалась у Сумській та Кіровоградській областях. Скорочення чисельності фізичних осіб підприємців супроводжувалося зростанням рівня завантаженості закладів розміщення до 0,23 (2019 рік) з 0,22 (2016 рік). Найбільш високі темпи росту частки фізичних осіб підприємців демонстрував Київ [36, 37].

Наступним у рейтингу був Центрально-Східний кластер. Протягом 2016-2019 років рівень приросту чисельності готелів становив 20%. Це був найнижчий показник в Україні. Причина – активізація бойових дій на Сході 2014 року. Середньостатистична частка фізичних осіб підприємців коливалася в межах 76-77%. Найбільш усього їх було в Запорізькій, Харківській, Дніпропетровські областях. У 2019 році ситуація змінилася. Зростання частки фізосіб в Донецькій області сформувало в рамках кластеру єдину ситуацію.

Особливістю стали високі темпи зростання коефіцієнту використання місткості. Так у Донецькій області даний показник зріс з 0,16 (2016 р.) до 0,32 (2020 р.). У той же час коефіцієнт завантаженості запорізької області був вищим за м. Київ [36, 37].

Четверте місце посів Південний кластер. На 2015 рік він мав найменшу кількість закладів розміщення. Проте до 2019 року ситуація змінилася, кількість закладів зросла, а сам кластер піднявся на третє місце. У цей час темпи приросту готелів були найбільшими в Україні та склали 59%. Причина переміщення центру морського відпочинку, після анексії АР Крим до Південних областей України. Лідером в рамках кластеру за кількістю готелів та

подібних засобів розміщення була Одеська область. Проте порівнюючи частки фізичних осіб підприємців можна відзначити тенденцію до поступового зростання в ній кількості фізичних осіб підприємців та скорочення юридичних осіб підприємців х 80 до 83%. У той же час протилежними були тенденції в Херсонській області. Якщо у 2016 році частка фізичних осіб підприємців сягала в регіоні 78% то 2019 року вже 69%. Розташування в області значної кількості морських центрів відпочинку сприяло притоку капіталів та інвестицій, які реєструвалися як юридичні особи підприємці. Це забезпечувало їм легітимність та безпеку. Підтверджують це і дані «коефіцієнта використання місткості колективних засобів розміщення». Так в Одеській області їх діапазон коливався в межах 0,13-0,28, Миколаївській – 0,22-0,32, Херсонській – 0,1-0,43.

Важливою складовою аналізу динаміки розвитку готельного ринку Україна стала і інвестиційна активність. Вона визначала не лише рівень цікавості бізнесу до ринку України, але й напрямки розвитку готельної індустрії. Обсяг капітальних інвестицій в готельну сферу України, протягом досліджуваного періоду коливалися. За даними додатку Г найбільша кількість капіталовкладень припадала на 2012 і 2018 рр. До, обсяг вкладень зростав, після поступово спадав. Дані піки активності можна пояснити проведенням в Україні 2012 року чемпіонату Європи з футболу «Євро-2012», та музичного конкурсу «Євробачення - 2017».

За своєю структурою інвестиції більшою мірою вкладалися у готелі та подібні засоби розміщення. Протягом 2010-2019 років їх обсяг зріс з 706 мільйонів гривень (з загального обсягу у 1 187 мільйонів гривень) до 869 мільйонів гривень (з загального обсягу 982 мільйонів гривень). У піки активності розмір інвестування становив 2 290 мільйонів гривень у готелі та подібні засоби розміщення 2012 року (з загалу 2 444 млн. грн.) та 1 129 мільйонів гривень в готелі та подібні заклади розміщення 2017 року (з загалу 1 268 млн. грн.) [35].

За своєю структурою інвестиції більшою часткою йшли у «будівництво та перебудову будівель». Друге місце посідало «купівля машин та устаткування», потім «існуючі споруди та будівлі», «купівля землі», «купівля програмного забезпечення», «концесії, патенти, ліцензії, торговельні марки і аналогічні права». Даний розподіл у цілому був передбачуваним для України. Незадовільний стан будівель більшості закладів розміщення, що функціонував в Україні з часів Радянського Союзу був морально та технічно зношеним і потребував капітальних ремонтів. Саме тому лєвова частка коштів йшла саме на «будівництво та перебудову будівель».

Рівень капітальних інвестицій у «будівництво та перебудову» в засоби тимчасового розміщення сягали 67% - 2010 р., 68% - 2011 р., 74% - 2012 р., 78% - 2013 р. 80% - 2014 р. В подальшому спостерігається спад обумовлений початком бойових дій на Сході України. Так 2015 р. обсяг інвестицій в даний напрямок становив 46%, 2017 р. – 60%, 2019 р. – 50%.

Динаміка капіталовкладень у готелі та подібні засоби розміщення мала розвивалась аналогічно. Якщо 2010 р. в даний напрямок було інвестовано

64% коштів від загального обсягу інвестицій в галузь то 2013 р. даний показник становив 79%, а 2014 р. – 81%. Спад динаміки прослідковувався 2015 року через знову ж таки початок бойових дій на Сході України. 2015 р. він скоротився до 45%, 2018 р. зріс до 68%, а 2019 р. знову впав до 49%. Іншими причинами таких коливань був політичний курс України, що пов'язувався з інтеграцією до країн Європейського Союзу. Так заяви про отримання Україною статусу «Безвізу» позитивно вплинув на залучення іноземних капіталів, а вибори 2019 року зменшили темпи його залучення. Причина – передвиборчі заяви про боротьбу з олігархами, завершення війни на Сході України, початок пандемії COVID-19/

Інвестиції у «машини та обладнання» було другою позицією, що цікавила інвесторів на українському готельному ринку. Найактивніше у даний напрямок вкладали в 2012 та 2017 роках. Загальний обсяг інвестицій у даний напрямок склав 24%. Найбільший спад прослідковувався 2014 року, коли у напрямок інвестували лише 12% від загалу.

Відчутне зменшення капіталовкладень відбулося у «існуючі будівлі та споруди». За 9 років їх рівень скоротився з 8% до 0,06%. Причина, втрата цікавості до старих будівель, за виключенням пам'яток архітектури, через складність їх ремонту та невідповідності сучасним нормам. Інвестори віддавали перевагу зведенню нових готелів ніж перебудові чи реставрації старих.

Надзвичайно малими були і інвестиції у «землю». Якщо 2010 року в даний напрямок було вкладено 66 млн. грн. (5% від загалу) то 2016 року вже 41 млн. грн. (6,5% від загалу). Спад продовжився і 2019 року. Розмір вкладень становив 19 млн. грн (2% від загалу). Причина – неможливість придбання вільних ділянок землі під забудову. Оскільки інвесторів цікавила земля в основному у центрах великих міст, то там було дуже важко знайти її під будівництво нового готелю.

Не дуже активно інвестиції надходили і у «програмне забезпечення, концесії чи патенти». Початок 2000-х показував найнижчі рівні оновлення даного напрямку. Зміни відбулися лише після 2015 року. Зростання цікавості у світі до сучасних інформаційних технологій, поява нових додатків, гаджетів сприяла активному впровадженню їх у роботу індустрії гостинності. Тому 2015 р., 2018 р., 2019 р. прослідковується збільшення капіталовкладень у даний напрямок. Готельна сфера починає активно розвивати взаємодію з клієнтами в інформаційному полі та вкладати у це гроші [35].

Порівнюючи інвестиційну активність готельної галузі з загальною динамікою її розвитку можна побачити подібність тенденцій їх розвитку. В обох сферах пік активності припадає на 2012 рік. Найбільший спад припадає на 2019 рік. У цей час продуктивність роботи підприємств розміщення спускається до рівня 2010 року. При цьому варто відзначити переорієнтацію основних напрямків надходження інвестицій. При поступовому скорочення вкладень у «будівництво та перебудову» відбувається зростання в секторі «машини та обладнання».

Якщо 2010 року в перший напрямок було вкладено 51 млн. грн. (7%) то 2019 року 647 млн. грн. (0,07%). При цьому в другий напрямок 2010 р. інвестували 101 млн. грн., а 2017 року вже 286 млн. грн. 2019 року через вище згадані причини обсяг надходжень скоротився в незначний мірі та склав 266 млн. грн. Проте якщо ми поглянемо на дані цифри у відсотковому еквіваленті то побачимо нестримну динаміку росту. Так 2010 року цей показник становив 14%, 2017 року вже 25%, а 2019 року – 30%.

Побідні процеси проходили і в напрямку «придбання програмного забезпечення та патентів». Якщо 2010 року у нього було інвестовано 2 млн. грн. (0,25%) то 2019 року вже 7 млн. грн. (0,76%).

Скорочувалася цікавість і до землі як об'єкту інвестицій. Якщо 2010 року у даний напрямок було вкладено 57 млн. грн. (8%) то 2019 року вже 6 млн. грн. (0,7%).

Дані тенденція чітко визначали напрямки подальшого розвитку галузі та вихід на перше місце не питань купівлі землі й перебудови, а нового будівництва та облаштування закладів розміщення сучасним обладнанням. Увага приділялась питанням якості обслуговування, безпеки, комфорту та підвищення рівня сервісу. Даних змін вимагала інтеграція України до світового ринку та необхідності його відповідності міжнародним нормам й стандартам. Це не лише відкривало доступ до членства в різних асоціаціях, але й підвищувало конкурентність українських закладів у боротьбі за клієнта.

Підкреслюючи орієнтації українського готельної індустрії до світових тенденцій розвитку важливо звернути увагу і на певні розходження в її становлення порівняно з світовими практиками. Так найбільше усього звертає на себе увагу різниця витрат при побудові чи реконструкції закладу розміщення в Україні та інших країнах світу. За даними Ribas Hotels Group найбільша кількість коштів в країнах світу витрачається на технічне оснащення та внутрішнє оздоблення закладу розміщення. При цьому на документальні та проектні роботи витрачається в середньому до 5%, зведення каркасу та фасадні роботи до 30%, внутрішні роботи і комплектація приміщень до 60%, додаткові роботи й запуск до 5%. В Україні практикуються інші принципи розподілу. Найбільший дисбаланс простежується за напрямками будівництво та обладнання. В Україні з загального бюджету на зведення нового закладу розміщення витрачається на саме будівництво чи перебудову до 50-70% усіх коштів. В той же час на оснащення готелю лише 25-30 %. Це призводить до відсталості готельних комплексів у найбільш важливих питаннях: сервісу; обслуговування; зручності; сучасності; рівня впровадження інформаційних технологій тощо [48].

При цьому на 2019 рік експерти оцінювали зведення номеру в закладі розміщення в Україні під ключ у:

- 3-зірки – \$20 000-\$50 000;
- 4-зірки – \$50 000-\$150 000;
- 5-зірки – понад \$150 000.

Враховуючи обсяг інвестицій в 2019 році в готельну сфері у 870 млн. грн. ми можемо вести мову про будівництво близько 950 номерів. У матеріалах періодики зустрічаємо дані про введення в експлуатації 110 номерів лише у Києві. Це говорить про збереження цікавості інвесторів до великих міст та слабку підтримку менших населених пунктів. Мережа закладів гостинності розвивається більш кластерно та зберігає викривлені форми [7].

Спираючись на проаналізований та зібраний матеріал можна говорити про переконливе лідерство на ринку готельних послуг наступних областей: Одеська, Запорізька, Дніпропетровська, Львівська, Київська, Миколаївська області та м.Київ. Протягом досліджуваного періоду вони збільшили як кількість самих готелів та подібних закладів розміщення так і число місць у них. Приміром Одеський регіон з 2000 року до 2019 року збільшив кількість аналогічних закладів розміщення з 96 до 187, а ліжко місць з 8 161 до 26 151 одиниці. Трохи менші показники мала Дніпропетровська область. Вона мала на 2010 р. 84 заклади розміщення, а 2019 року вже 106 подібних підприємств. Місткість зросла з 6 025 ліжок до 13 070. Обігнала Дніпропетровську область у прирості аналогічних закладів розміщення Запорізька область. На 2010 рік вона мала 59 установ місткістю 3 554 ліжка, а 2019 року вже 133 заклади розміщення місткістю 17 938 ліжок. Приблизно однакові показники мала Львівська та Миколаївська області. На 2010 рік Львівська область мала 55 готельних установ з 4 893 ліжко-місць, а Миколаївська 44 заклади з 2 490 ліжко-місць. 2019 року вони наростили свої потуги до 130 закладів розміщення з 13 188 ліжко-місць у Львові та 103 готелями з 12 081 ліжко-місць у Миколаєві. Високі показники демонстрував Київ, збільшивши кількість закладів розміщення з 95 у 2010 році до 129 у 2019 році, а ліжко-місць з 14 478 – 2010 року до 19 619 2019 року. У відсотковому значення найвищі темпи приросту в цілому по Україні демонструвала херсонська область. Якщо на 2010 рік вона мала 47 закладів тимчасового розміщення з місткістю 2 817 ліжок то 2019 року даний показник зріс до 88 закладів з місткістю 16 594 ліжко-місця [35, 36].

Говорячи про частку областей лідерів в загальному ринку України варто звернути увагу на збільшення ваги Одеського регіону. Протягом 2010-2019 років даний показник за кількістю готелів зріс з 8 до 12%, У той же час за кількістю ліжко-місць він піднявся з 9 до 14%. Близьким за темпами приросту була Запорізька область. Кількість готелів та побідних закладів розміщення зросла там з 5 до 8% протягом досліджуваного періоду, а ліжко-місць з 4 до 10%. Де що меншими темпами розвитку характеризувалась готельна сфера Миколаївської та Київської областей. У Миколаївському регіоні збільшення кількості закладів розміщення відбулося з 4 до 6%, а ліжко-місць з 3 до 6%. У той час в Київському регіоні зростання закладів розміщення відбулося з 4 до 6%, а збільшення кількості ліжко-місць з 3 до 5%. Дане зростання де, що в чому відбулося за рахунок спаду активності в Дніпропетровській області та м. Києві. При цьому, як не дивно це виглядає, але Київ протягом 2010-2019 років зменшив свою частку в загальному обсязі українського ринку по готелям з

16 до 11%. Пояснити такі трансформації можна взяттям курсу на зведення нових готельних комплексів, а не реконструкції старих та продажу готелів, що перебували у державній власності в приватні руки. Інвестори охоче купували дані приміщення з метою подальшого їх перетворення на офіси чи інші комерційні приміщення. Найбільш відомий приклад продаж готелю «Дніпро» у м.Києві та намірі нових власників перетворити його на арену кіберспорту.

Отже, готельна індустрія протягом досліджуваного періоду перебувала на шляху перебудови. Перехід до ринкової моделі економіки вимагав оновлення методів та підходів ведення готельного господарства. Це потребувало зміни принципів обслуговування клієнтів, покращення сервісу, проведення технічного переоснащення приміщень та ін. Початок 2000-х років символізував собою активізацію даних процесів. Сприяло цьому проведення в Україні міжнародних спортивних та культурних заходів на кшталт «Євро-2012» та пісенного конкурсу «Євробачення - 2017». Вони пробуджували цікавість інвесторів до галузі, сприяли збільшенню потоку іноземних туристів та рівня завантаженості готелів й подібних закладів розміщення, збільшення кількості самих закладів розміщення. Особливо активно згадані процеси розпочалися після 2017 року. При цьому трансформацій зазнали і підходи до місткості закладів розміщення. Нові тенденції визначали пріоритетність будівництва середніх та невеличких готельних підприємств. Причина – більш легша адаптація до мінливих умов ринку. Аналіз інвестиційних впливань засвідчив відмінності в пріоритетності напрямків інвестицій в галузь порівняно з іншими країнами світу. При загальносвітових тенденціях до пріоритетності вкладень у оздоблення та внутрішнє оснащення, що забирало в інших країнах світу до 50-60% усіх коштів в Україні даний показник коливався в межах 25%. Позитивними змінами стало зростання частки вкладень у «програмне забезпечення», «патенти та ін.». Зростання рівня сервісу в готелях усього світу вимагало впровадження в українських закладах розміщення інноваційних технологій та підходів у роботі. Ігнорування даного факту загрожувало сервісному відставанню та програшу національних готелів іноземним готельним мережам. Останні в даному аспекті відіграли важливу роль стимулювання до змін та підтягнення до міжнародних стандартів.

Аналіз регіональних ринків готельних послуг показав існування в Україні чотирьох кластерів: Північного; Південного; Західного; Центрально-Східного. При цьому спостерігається тенденція до зміни лідерів. Якщо на початку високі темпи розвитку демонстрували Західний та Північний кластери то з часом лідерство почали перебирати на себе Південні кластер. Найбільші темпи приросту приміром демонструвала Одеська та Херсонська області. У той же час темпи росту м. Києва чи Івано-Франківської області значно уповільнювалися. Торкаючись внутрішньо-кластерної структури варто зазначити про існування декількох конкуруючих між собою центрів. Так приміром Південний кластер мав однозначного лідера Одеську область проте останні роки засвідчили високе зростання активності Херсонської області. Аналогічні процеси відбувалися і в інших кластер. Це дає можливість говорити про існування внутрішньо

кластерної та внутрішньодержавної конкуренції. В умовах дії ринкової економіки дані процеси є здоровими та позитивними. Внутрішньо кластерна конкуренція сприяє розвитку самого кластеру, а між кластерна – розвитку готельної галузі України в цілому, сприяє зростанню рівня обслуговування, сервісу, здорової боротьби за клієнта.

Іншим моментом є роль фізичних та юридичних осіб підприємців в розвитку готельної індустрії. Проаналізувавши їх динаміку розвитку було виявлено, що протягом 2013-2019 років високі темпи розвитку мали представники малого бізнесу. Продуктивність їх роботи виросла з 558 млн. грн. до 4,2 млрд. грн., а частка фізичних осіб підприємців зросла з 70% - 2013 р. до 83% - 2019 р. [38]. Цікавим моментом стала поведінка фізичних і юридичних осіб підприємців під час проведення великих міжнародних заходів. Кількість фізичних осіб підприємців на час проведення заходу скорочувалась, а юридичних осіб підприємців зростала та навпаки в наступні роки.

Серед негативних моментів варто відзначити:

- поява та поширення в світі вірусу COVID-19;
- запровадження локдауну та зменшення кількості мандрівок;
- поганий стан доріг та низька якість транспортних перевезень;
- невисока якість готельних послуг у віддалених населених пунктах
- слабкий рівень розвитку національних готельних мереж
- погана поінформованість про готельну мережу України, її можливості та сервіси;
- скорочення зовнішнього та внутрішнього туристичного потоку;
- низький рівень доходів громадян України та відповідно можливість витратити кошти на подорожі;
- початок 2014 року військового конфлікту на Сході України.

Становлення ресторанного господарства в Україні мало подібні тенденції. Причина цього пов'язаність готельного та ресторанного господарств й їх орієнтація на обслуговування мандрівників. Заклади ресторанного господарства також були орієнтовані у своїй діяльності на широкого споживача й допомагали готелям замкнути цикл обслуговування формуючи тим самим індустрію гостинності.

У своєму розвитку підприємства ресторанного господарства також пройшли складний шлях трансформації обумовлений потребами переходу в своїй діяльності на засади ринкової економіки. Зміни в принципах побудови роботи, організації сервісу, контролю його якості, меню, технічного оснащення були актуальними для підприємств даного напрямку протягом 90-х – початку 2000-х років.

За своєю структурою ресторанний бізнес формувався з великих підприємств – що спеціалізуються на масовому випуску харчової продукції й малих – орієнтованих на обслуговування клієнтів середньої ланки. При цьому підприємства ресторанного господарства слід розподіляти й за формою діяльності – юридичні та фізичні особи підприємства [57].

В цілому увесь сектор ресторанного господарства протягом досліджуваного періоду мав позитивну динаміку розвитку. Протягом другого десятиліття ХХІ ст. кількість закладів зросла з 29 950 установ до 48 398. Основними піками активного зростання були великі міжнародні заходи 2012 та 2017 років. У рік їх проведення кількість підприємств різко зростала, а після цього зменшувалася. Діаметрально протилежним у порівнянні з готелями був розподіл активності фізичних та юридичних осіб підприємців. Під час проведення великих міжнародних заходів кількість фізичних осіб підприємців збільшувалася, а юридичних скорочувалася, а не навпаки. Так частка фізичних осіб підприємців в ресторанній сфері зросла з 79% у 2012 р. до 90% у 2019 р. (Див. Табл. 3, Додаток Д)

Таблиця 3 – Динаміка розвитку ресторанів

Роки	Кількість суб'єктів господарювання							
	Усього	Темп приросту у відношенні до попереднього року	З них фізичні 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, 64]

Підтверджують дані стрімкого розвитку підприємств ресторанного напрямку і обсяги виробленої продукції. Так протягом 2013-2019 років продуктивність середніх підприємств ресторанної індустрії збільшилася з 2 до 3 млрд. грн. У той же час прибутковість малих з 4 до 26 млрд. грн., а мікропідприємств з 2 до 21 млрд. грн. Як видно найбільш успішно розвивалися малі та мікропідприємства, що були орієнтовані на більш широкий ринок. Одночасно з цим варто підкреслити домінування в даному сегменті саме фізичних, а не юридичних осіб підприємств. Протягом досліджуваного періоду їх частка зросла з 53% до 79% - середні підприємства, та 73% до 92% - мікропідприємства [38].

В регіональному розрізі тенденції розвитку ринку ресторанних послуг були аналогічними готельному. Результати компоративного аналізу показали

існування в Україні чотирьох ресторанних кластерів: Північний; Південний; Західний; Центрально-Східний. В основу даного поділу було покладено той же принцип першочергового визначення найбільш активних областей, та метод концентричних кіл. Серед регіонів лідерів ресторанної галузі варто відзначити: Львівську; Одеську; Київську; Івано-Франківську; Закарпатську; Запорізьку; Харківську; Дніпропетровську області. Цьому сприяла наявність в регіонах туристичних принад, рекреаційних джерел, промисловості, висока щільність населення тощо. Як наслідок щорічний приріст підприємств харчування в них складав до 20-25%. Дані центри ставали локомотивами розвитку галузі та поширення нововведень не лише в межах власних регіонів, але й навколишніх. Саме в них відкривалися перші ресторани з новими видами обслуговування. Особливо активно розвивалися мережі швидкого обслуговування, фудкорті, ресторани самообслуговування, тощо.

Торкаючись структури підприємств харчування варто зазначити, що більшу частку ринку контролювали кафе, буфети, закусочні – 53%. Доля їдальнь впала з 70 до 20%, барів до 16%, інші ресторанні підприємства – 7%. В середньому на 100 тис. осіб наприкінці другого десятиліття ХХІ ст. припадало 119 кафе, 35 барів, 14 їдальнь, 6 кафе, 11 інших установ ресторанного господарства. Зростання кількості закладів харчування посилював внутрішню конкуренцію на ринку, що з одного боку сприяла зростанню сервісу та якості, а з іншого змушувала трансформувати роботу закладів. Утверджується стійка тенденція до побудови підприємств невеликої місткості. Так за даними статистики, скорочення місткості підприємств ресторанного господарства відбулося в 1,5 рази. Динаміка розвитку ресторанів при готелях характеризувалася незначним зростанням у 2% [57].

Аналіз по регіонам показав першість за кількістю підприємств ресторанного господарства Північного кластеру. До його складу входили: Вінницька, Полтавська, Житомирська, Кіровоградська, Київська, Чернігівська, Черкаська, Сумська області та м. Київ. Станом на 2019 рік тут нараховувалося 13 157 підприємств ресторанного та мобільного харчування. Найбільш усього їх було в Києві (4 632 підприємств) та Київській області (1 941 підприємство). Кількість закладів в інших областях була прямо пропорційною рівню віддаленості їх від Києва. Чим далі тим менше. Даний принцип прослідковується і в темпах зростання. Якщо в Києві та Київській області вони характеризувалися показниками у 10-12% то у віддалених областях 4-9%. Частка фізичних осіб підприємців за 2013-2019 роки збільшилася з 88 до 91%. Найбільшу їх кількість мали Вінницька, Кіровоградська, Житомирська, Черкаська області (92-94%). Менш усього їх було у м.Києві, Чернігівській, Київській області (71-81%).

Особливістю кластеру є проходження через нього значної кількості транзитних коридорів, що сприяли формуванню довкола себе ресторанної інфраструктури. Так приміром, це позитивно впливало на динаміку розвитку Полтавської, житомирської та вінницької областей. В цілому ринок ресторанних послуг Північного кластеру представлений доволі розвинуто, а

рівень забезпечення населення підприємствами даного напрямку становить 690 чоловік на один заклад. Такі показники є найбільшими в Україні [36, 37].

Друге місце по кількості підприємств ресторанного та мобільного харчування посів Західний кластер. Він включав у себе: Закарпатську, Івано-Франківську, Тернопільську, Львівську, Черновецьку, Рівненську, Волинську, Хмельницьку області. За період з 2015 до 2019 роки чисельність підприємств ресторанного господарства зросла з 12 314 закладів до 13 661. Незначний спад прослідковувався у період з 2015 до 2017 року. Проте після прослідковується активне зростання. Лідером кластеру за кількістю закладів була Львівська область – 4 306 підприємств. Слідом за нею йшли Івано-Франківська та Закарпатська. Факторами, що сприяли цьому були: наявність значної кількості рекреаційних ресурсів; близькість до кордонів з країнами Європейського Союзу; проходження через кластер масивного міграційного потоку в західному напрямку, участь Західних областей України в реалізації Європейської програми TACIS спрямованої на забезпечення потреб українського ринку в готелях та ресторанах вздовж основних транспортних коридорів у Європу [36, 37]. Динаміка розвитку підприємств ресторанного господарства в інших областях була меш активною. Аутсайдерами стали Волинська (2015 р. – 811 закладів, 2019 р. – 748) та Тернопільська (2015 р. – 866 закладів, 2019 р. – 775) області. Негативними факторами, що могли вплинути на це стало перенасичення ринку закладами ресторанного господарства, поширення в світі пандемії COVID-19. Більшість діючих підприємств відносилися до групи – фізичних осіб. На 2019 рік їх частка становила 93%, а 2015 року – 92%. Найменш усього їх було у Львівській області 2015 рік – 84%, 2019 рік – 88%. Інші області тримали даний показник на рівні: Івано-Франківська 2015 р. – 90%, 2019 р. – 92%; Рівненська 2015 р. – 94%, 2019 р. – 95%, Тернопільська 2015 р. – 94%, 2019 р. – 94%; Хмельницька 2015 р. – 93%, 2019 р. – 95%; Чернівецька 2015 р. – 92%, 2019 р. – 95%; Волинська 2015 р. – 92%, 2019 р. – 94%; Закарпатській 2015 р. – 95%, 2019 р. – 96%. Гіпотеза про більшу частку юридичних осіб підприємців у центрах кластерів підтвердилася і на Західному прикладі. Львівська область будучи центром ресторанної індустрії виступала агентом змін та новатором в кластері, поширюючи нововведення у ньому [36, 37]. За рівнем забезпеченості населення підприємствами ресторанного господарства (765 чоловік на заклад) Західний кластер посів третє місце поступившись Північному та Південному.

Третю сходинку отримав Центрально-Східний кластер. До його складу входили: Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Луганська, Харківська області. Динаміка росту кількості підприємств ресторанного господарства була позитивної та характеризувалась зростанням з 8 476 закладів 2015 року до 9 984 установи 2019 року. Незначний спад кількості ресторанних закладів фіксувався до 2017 року через причину розгортання військового конфлікту на Сході України. Лідерами за кількістю закладів стали Дніпропетровська (2015 рік – 2 679 закладів, 2019 рік – 3 495) та Харківська (2015 рік – 2 588 закладів, 2019 рік – 3 183) області. Неоднозначна динаміка розвитку при

цьому простежувалась в Запорізькій області. При скорочення кількості закладів ресторанного господарства з 1 852 закладів 2015 року до 1 644 – 2019 року, частка юридичних осіб підприємців, що діяла там постійно зростала. Аутсайдерами ринку стала Луганська область, що збільшила чисельність підприємств лише до 351 у 2019 році з 285 – 2015 року [36, 37]. Частка фізичних осіб підприємців коливалася в межах 90% - 2015 рік – 92% - 2019 рік. Більш всього їх було в Луганській області 93-95% та Дніпропетровській 90-93% відповідно. Харківська, Запорізька та Донецька області мали значно вищі показники юридичних осіб підприємців, що дає можливість говорити про конкурування між ними за лідерство в регіоні. Проте, якщо на 2015 рік цей показник дорівнював Донецька обл. – 86%, Харківська обл. – 86% Запорізька обл. – 92% то 2019 року ситуація змінилася: Донецька обл. – 92%, Харківська обл. – 90% Запорізька обл. – 90%. Це дає підстави говорити про втрату цікавості інвесторів до Харківської та Донецької області через бойові дії на Сході України та поступову переорієнтацію уваги до Запорізької області. Основним проблемами кластеру є: військовий конфлікт, близькість до кордонів з Російською Федерацією та зменшення міграційного потоку, як основного ресурсу клієнтів; поширення світом та Україною пандемії COVID-19. Незважаючи на це кластер має найбільші перспективи розвитку в Україні. Його ринок не насичений у повній мірі підприємствами ресторанного господарства, що стає привабливою ціллю для інвесторів за умови припинення війни. За статистичними підрахунками на один заклад ресторанного господарства в кластері припадає 1 368 осіб. Це найбільший показник в Україні, майже вдвічі більший за північний чи Західний кластери.

Останнє місце посів Південний кластер. Він включав у себе Одеську, Херсонську, Миколаївську області. Лідером кластеру була Одеська область. Вона мала найбільшу кількість підприємств ресторанного господарства. Загалом в кластері нараховувалося в 2015 році 4 398 закладів ресторанної індустрії, а 2019 року 5 967. Незначний спад відзначається 2017 року і то лише в Херсонській та Миколаївській областях. Динаміка розвитку фізичних та юридичних осіб підприємців була типовою як і в інших кластерах. Поступово відзначається зростання частки фізичних осіб підприємців. Якщо у 2015 році їх було 90% то у 2019 році вже 91%. Найбільше усього їх було в Херсонській (93% 2015 року, 92% - 2019 року) та Миколаївській (91% -2015 року, 92% - 2019 року) областях. Оскільки Одеська область мала найбільшу кількість ресторанних підприємств та виступала центром кластеру то як і в інших областях частка фізичних осіб підприємців тут була меншою. У 2015 році вона склала 87%, а 2019 року – 91%. При цьому Одеса ставала одним з центрів в Україні поширення франчайзингу. На 2019 рік дана форма роботи використовувалась у 21% підприємств ресторанної індустрії регіону. Рівень забезпеченості населенням закладами харчування був середніх по країні та становив 753 особи на заклад [36, 37].

Рівень вливання капітальних інвестицій у галузь постійно зростав. Протягом 2015-2019 років цей показник зріс з 314 млн. грн. до 1 356 млн. грн.

Зросла і частка капіталовкладень в загальному обсязі з 0,24 (2010 р.) до 0,25 (2019 р.). Найбільше усього рівень капіталовкладень був під час проведення міжнародних спортивних та культурних заходів 2012 (на 35% порівняно з 2011 роком) та 2017 років (на 48% порівняно з 2016 роком) [35].

Сама структура інвестицій була типовою й в основному складалася з капіталовкладень у матеріальні та нематеріальні активи. Найбільше всього вкладали у матеріальні активи. Так 2010 року у них було інвестовано 310 млн. грн., а 2019 року – 986 млн. грн., що в середньому становило 98% від загалу. 2019 року ситуація різко змінилася рівень вкладень у матеріальні активи впав до 72%, а нематеріальні зріс до 27% [35].

Сама структура матеріальних активів формувалася з вкладень у: землю; існуючі будівлі; будівництво та перебудову; машини і обладнання. Більшість коштів йшло в будівництво та перебудову, проте темпи зростання поступово падали. Якщо в 2010 році туди було інвестовано 105 млн. грн. (34%) то 2019 року 232 млн. грн. (17%). Інвестування в машини та обладнання трималося майже на одній позначці. У 2010 році туди було вкладено 156 млн. грн. (49%), а 2019 року 552 млн. грн. (41%). Менше усього вкладали у землю. Так 2010 року рівень вкладень сягав близько 1%, а 2019 року лише 0,16% [35].

Інвестування в нематеріальні активи до 2019 року йшло слабо і коливалося в межах 4-21 млн. грн. 2019 року даний обсяг зріс до 370 млн. грн. (27% від загалу). Найбільше всього вкладали у ліцензійне програмне забезпечення, ліцензії, патенти, аналогічні права, концесії.

Окремо інвестування в категорію «засоби розміщення та харчування» скорочувалося. Якщо 2017 року воно становило 0,5% то 2019 року вже 0,4%. В регіональному розрізі капітальні інвестиції розподілялись наступним чином. Збільшення обсягу вкладень прослідковувалося у Одеській та Дніпропетровській областях на 0,4%, Луганська та Тернопільська – 0,2%. У той же час зменшення рівня інвестування був відзначений у Львівській обл. – 0,6%, Закарпатська обл. – 0,3%, Харківська, Волинська, Чернівецька області – 0,2% (Див. Табл. 4).

Характерною тенденцією розвитку ресторанної галузі було й тематичне різноманіття меню та форматів роботи. Активно розвивались напрямки: «smart cafe», «коворкінг», «антикафе», «стріт-фуд». Розширювався чи змінювався час роботи закладів, меню, інтер'єр залів. Все більшого поширення набував франчайзинг. Згідно даних Teamvision піком поширення даної практики був період 2002-2008 років. З 2009 року відзначалося незначне падіння, що 2010 року припинилося та змінилося знову зростанням. Дані тенденції були притаманні у більшій мірі великим містам. Виступаючи центрами кластерів саме вони відповідали за поширення інновацій в галузі, конкурентність їх ринку та збільшення кількості відвідувачів. Це стимулювало керівників ресторанних підприємств до експериментів та нововведень.

Загальна динаміка розвитку сприяла покращенню технічного оснащення закладів не лише в питаннях приготування їжі, але й загального сервісу.

Традиційним став безкоштовний Wi-Fi; інтерактивне меню, стіл чи бар; страви від шеф-кухаря; QR-коди. Усе це сприяло більшій інтеграції українських ресторанів до світового ринку, його спільного розвитку та удосконалення.

Таблиця 4 – 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, 64]

Поряд з цим основними проблемами галузі стали:

- скорочення туристичних потоків в Україні;
- відставання в обслуговуванні та рівні сервісу в невеличких містах
- високі ціни на енергоносії, що збільшували рентабельність роботи ресторанів та низька купівельна спроможність пересічного громадянина України;
- посилення терористичних загроз у світі та військовий конфлікт на Сході України;

- розгортання у світі пандемії COVID-19;
- невпевненість інвесторів у стабільності ситуації в Україні та гальмування розвитку інвестицій.

Враховуючи особливості динаміки розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України можна виокремити наступні перспективні напрямки подальшого розвитку:

- «зміна напрямів туристичних потоків, туристичних уподобань в окремих регіонах України (наприклад, Буковель);»
- «формування бази вибору туристами місць відпочинку за допомогою інтернет-ресурсів;»
- «активізація ЗМІ в напрямку формування смаку клієнтів до якості готельних послуг (телевізійні програми з внутрішніми перевітками готельних господарств тощо);»
- «ініціювання розвитку бутік-готелів та традиційних хостелів, які мають масове розповсюдження в міжнародних системах бронювання;»
- «диверсифікація готельної пропозиції для збільшення рівня завантаженості вже існуючого номерного фонду та пошук нових готельно-туристичних послуг для привабливості українського ринку» [62].

Торкаючись окремо кожного напрямку слід звернути увагу на диверсифікацію пропозицій готелів та ресторанів. Останнім часом популярності набувають «заклади заміського типу, особливо активною є їх відвідуваність у літній період за винятком міських ресторанів, розташованих у рекреаційних зонах та парках. Споживачі віддають перевагу ресторанам при невеликих готелях (на 10–15 номерів) із розвиненою інфраструктурою (дитячими майданчиками, басейнами, мангалами тощо) для сімейного відпочинку на природі.» [61].

«Протягом 2017 р. стали активно розвиватися чайні та кавові клуби разом із закладами продажу кондитерських виробів. В перспективі є вірогідність розвитку мереж брендів закладів із певними особливостями виробництва власної продукції. Ще однією новинкою в Україні стало відкриття «інтелектуальних кафе» на базі книжкових магазинів, де є можливість не лише похарчуватися, а й почитати». [61].

Подальших перспектив розвитку отримує і напрямок розширення номенклатури готельно-ресторанних послуг. Це не лише важливий елемент конкуренції, але й оновлення індустрії гостинності в цілому. Найбільш активно в даному напрямку розвивається сегмент ресторанного господарства. Все більш перспективними стають такі напрямки розвитку як: «послуги сомельє; години фортуни та щасливі години для гостей; гастрономічні шоу; урочиста презентація страв; бар-шоу; рибалка та кулінарне приготування у присутності гостя; знижки постійним клієнтам; виїзний кейтерінг з організацією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг у будь-якій точці міста, його садово-паркової зони та мальовничих околиць; відпочинок та розваги на воді, землі та повітрі тощо». При цьому тенденції переміщення послуг з організації

споживання продукції та обслуговування споживачів із залів харчування до робочих місць (офіси, установи); місць відпочинку; місць святкування ювілеїв та інших офіційних та неофіційних святкових подій до домівки набирають все більших темпів [60].

Перспективним став і напрямок аутсорсингу. Практика постійного розширення асортименту додаткових послуг невпинно крокує в перед. Даний аспект стає одним з головних факторів конкуренції. Якщо років п'ять назад в середньому кількість додаткових послуг обмежувалась 10-15 то сьогодні вже не менше 50-60. Однак це не межа. «У німецьких готелях найвищої категорії їхня кількість сягає майже 300. Тому в готельно-ресторанному бізнесі активно стали застосовувати аутсорсинг, що дає змогу супутні функції закладу передати зовнішнім виконавцям. Це дає можливість зекономити кошти і використати їх для основної діяльності, натомість отримавши якісні послуги за рахунок вузької спеціалізації аутсорсера» [63].

Активно в роботу готелів та ресторанів впроваджуються й досягнення технічного плану. Все більше і більше заклади гостинності переходять на дистанційні системи замовлення, виклику офіціанта, зали облаштовуються системами доступу до бездротового інтернету, камерами спостереження, планшетами, інтерактивними столами, що дають змогу отримати доступ не лише до електронного меню, але й ряду інших додаткових функцій. Серед нововведень, що активно поширюються та набувають популярності стало використання QR-коду. «Винахід QR-коду – двомірного штрих-коду – відкрив нові необмежені можливості для on-line взаємодії компаній і споживачів. У маленькому яскравому квадратному лабіринті QR-коду можна запрограмувати всі відомі інновації готельно-ресторанного бізнесу, а також безліч нових можливостей. Швидкість розпізнавання QR-коду дуже висока, його можна розміщувати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню і закінчуючи різними вивісками» [60].

«Сьогодні майже всі готельні та ресторани підприємства використовують електронні системи управління, що дає можливість на відстані спілкуватися з клієнтом, надавати повну інформацію про себе та мати зворотний зв'язок. Не менш важливими є багатофункціональні системи безпеки, що включають елементи захисту починаючи з охоронної сигналізації і закінчуючи збором і обробкою інформації. Однією із таких є система Enterprise Building Integration (EBI)» [61].

Впровадження технічних нововведень відбувається навіть на етапі будівництва та проектування закладу. Останнім часом все більшої популярності набувають тенденції до звернення уваги під час будівництва готелю чи ресторану на збереження часу, грошей та енергії. «Важливими є екологічні технології, що передбачають установлення сонячних панелей на даху, вітряних генераторів, меблів, виготовлених із вторсировини, системи збору дощової води для технічних цілей тощо. Прикладом такого екоготелю може бути Innovation Hotel, що належить до IHG» [61].

Проте найбільша кількість інновацій, що отримують все більшого розвитку торкається організаційних засад функціонування та управління готелями й ресторанами. «На сьогодні підприємства й мережі об'єднуються у громадські організації. Основними напрямками їхньої діяльності є: проведення професійних, ресторанных асамблей, навчання персоналу, інформаційне та консультаційне обслуговування, створення фірмового стилю та виготовлення різноманітної друкованої продукції для ресторанів, кафе, барів, нічних клубів, більярдних тощо [60].

Зважаючи на важливість вимог та стандартів у роботі закладів гостинності значних перспектив розвитку набуває робота зі створення єдиної системи категоризації. «Найбільш успішним прикладом такої системи сьогодні є Hotelstars Union, що була прийнята членами асоціації HOTREC (Союз професійних асоціацій рестораторів і готел'єрів Європи), і в 2018 р. діє у 17 країнах Європи. Партнерство в Hotelstars Union забезпечує узгоджену класифікацію готелів із загальними критеріями та процедурами категоризації в країнах-учасниках, підвищує їхню репутацію та впливає на якість надаваних готельних послуг, створюючи прозорість і безпеку для гостей» [61].

Перевагами системи є: «високі стандарти якості обслуговування та організація дієвого контролю; максимум об'єктивності в критеріях оцінки готелів; прозорість для гостей та готел'єрів, справедлива конкуренція; сучасна та актуальна інформація для клієнтів; міжнародний товарний знак та брендинг для готелів; загальна інформаційна база даних; наявність спеціального бренду для готелів малої місткості; широка аудиторія споживачів (180 млн. осіб)» [61].

«Система Hotelstars передбачає відповідні параметри, такі як розмір номерів, наявність приміщень для проведення семінарів та конференцій, робота зі скаргами гостей та їхні відгуки про готель. Засоби розміщення оцінюються за допомогою 270 критеріїв, що групуються у сім блоків та мають обов'язковий набір базових та факультативних критеріїв, які включають у себе основну інформацію про готель, обов'язки рецепції та обслуговування, вимоги до номерного фонду та послуг харчування, необхідні умови щодо організації заходів та дозвілля» [61].

«Для підвищення рівня конкурентоспроможності готелі та ресторани повинні постійно вводити інновації. Також потрібно заохочувати со-оретіон (cooperation+competition: співпраця + конкуренція), адже готельний бізнес змушений конкурувати не лише в середині галузі, а й з фірмами готельного сервісу, фірмами, які пропонують послуги оренди житла, гуртожитками, приватним сектором, але разом з тим він повинен тісно співпрацювати з ними» [63].

«В більшості співпраця ведеться з туристичними фірмами, які бронюють місця для своїх клієнтів. У таких питаннях вони повинні діяти за одно як представники готельного бізнесу, водночас підтримуючи конкуренцію в середині галузі. Однією з найбільших проблем готельного та певною мірою ресторанного бізнесу є відсутність реклами. Отже, потрібно запровадити

агресивну рекламу на туристичних сайтах, в турагенціях, що певною мірою знизить зовнішню конкуренцію» [63].

Усе це сприяє розвитку готельного маркетингу. Перспективним напрямком є й інвестиційна активність українських готелів та ресторанів. При цьому її варто розглядати не лише з боку залучення інвестицій на ринок України, що потребує подальшого поширення технічних, технологічних та управлінських інновацій, але й інвестування українських підприємств гостинності за межі України. Унікальність кулінарного продукту, сервісу, культури має стати торгівельною маркою України. Створення на цій основі українських готельних та ресторанних мереж і їх вихід за кордон матиме не лише бізнес вигоди, але й сприятиме загальнодержавного економічному та політичному зростанню України.

В свою чергу це наводить на думку, що у «найближчій перспективі готельно-ресторанний бізнес в Україні має зростати за рахунок якості та оригінальності наданих послуг, і це буде стосуватися не лише брендів підприємств, а й середнього і малого бізнесу. Існуючим закладам варто створювати мережі з універсальним набором послуг і високим рівнем обслуговування, що дасть можливість домінувати на ринку» [61].

Досягнення цього можливе за умови проведення не лише ретельного аналізу, а й планування та прогнозування діяльності на «перспектив за відповідними етапами, починаючи з аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища, визначення загальної стратегії функціонування підприємства з урахуванням сучасних вимог, виявлення власних можливостей і на їх основі побудови стратегії діяльності та розроблення концепції, бізнес-планів, програм і на завершення – процес реалізації проектів». Дана робота важлива та необхідна не лише на рівні підприємств, але й держави. Створення стратегії розвитку готельно-ресторанної галузі України сприяло б більш організованій, злагодженій взаємодії суб'єктів ринку та просування вперед [61].

«Варто приділити увагу некомпетентності персоналу, недосконалому програмному забезпеченню та відсутності системи захисту інформації, незадовільному рівню комунікації, невідповідності екологічним та санітарним нормам, неефективному ціноутворенню, наявності дефіциту або понаднормових залишків ресурсів, відсутності іміджевих заходів, частим змінам законодавства, адміністративному тиску, змінам у зовнішньоекономічних відносинах» [61].

«Підвищенню перспективності розвитку ринку готельних послуг в Україні допомогла б і робота з удосконалення законодавства України. Проблем у сфері законодавчої бази та нестабільної економічної і політичної ситуації в країні доволі багато. Це заважає процесу розвитку готельно-ресторанного бізнесу». Поряд з цим вирішення економічних, політичних, військових, епідеміологічних проблем прибрати б бар'єри на шляху становлення індустрії гостинності України» [61].

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Отже, динаміка розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в умовах глобалізації демонструвала в цілому позитивні темпи зростання за виключенням незначних періодів спадів, обумовлених військовими, економічними чи політичними факторами.

В результаті дослідження було проаналізовано динаміку розвитку кількості готелів та подібних закладів розміщення, ресторанів та закладів швидкого харчування, рівня завантаженості закладів розміщення й харчування, частки фізичних та юридичних осіб підприємців в даному секторі індустрії гостинності, розмір інвестицій в цілому та за напрямками (землю, будівництво та перебудову, обладнання та машини, патенти, авторські права, тощо).

Основними методами використаними при обробці даних був метод компоративного аналізу, концентричних кіл, індукції та дедукції, узагальнення, аналогії, часових зрізів та ін. Усі вони використовувалися комплексно, що дало змогу прийти до наступних висновків.

Кількість закладів розміщення протягом досліджуваного періоду змінювалася в залежності від ситуації. Якщо на 2010 рік в Україні діяло 5 882 колективних засобів розміщення і їх кількість постійно зростала, то 2014 року, через початок військового конфлікту на Сході України вона зменшується до 4 572 заклади. У подальшому тенденція до зменшення продовжувалася аж до 2018 року. З даного часу ми відзначаємо поступове зростання кількості колективних закладів розміщення до 5 335 одиниць 2019 р. Проте 2020 року знову фіксується спад.

Де в чому схожою була і динаміка розвитку готелів та подібних закладів розміщення. Зростання їх чисельності відбувалося до 2011 року після чого змінилося спадом, а кількість готелів та подібних закладів розміщення впала з 4 067 одиниць до 3 010. З 2013 року до 2019 року фіксується зростання а чисельність підприємств досягає 5 451. Проте 2020 рік позначається знову спадом.

Серед причин коливання динаміки розвитку ринку готельних послуг варто відзначити:

- політичну кризу в Україні 2014 року та початок війни на Сході України;
- проходження в Україні міжнародних культурних заходів на кштал «євробачення-2017»;
- поширення Україною та світом пандемії COVID-19;
- економічна криза та зменшення купівельної спроможності громадян України, що позначалося на їх цікавості до мандрівок, а відповідно ресторанів та готелів;
- скорочення через усі вищезазначені причини кількості іноземних туристів.

Більшість даних причин були типовими для інших країн світу, що дає нам змогу говорити про єдність готельного ринку України з світовим.

Підтверджують це і дані щодо участі України та готелів України в ряді міжнародних проектів. Вихід на світовий ринок був одним з пріоритетів, що активно розвивався у напрямку країн Європейського Союзу. Інтеграційні процеси позитивно позначалися на темпах розвитку галузі та сприяли збільшенню кількості закладів розміщення, покращення якості обслуговування, сервісу. Серед найбільших програм спрямованих в дане русло варто згадати участь України в реалізації проекту ЄС з розвитку транспортної інфраструктури в питаннях готелів та ресторанів вздовж міжнародних магістралей, що проходять Україною.

Позитивного висновку та рекомендацій подальшого розвитку заслуговує і поступове входження готелів України до міжнародних асоціацій, товариств. Користь даної роботи полягає в провадженні в роботу українських готелів міжнародних стандартів та правил в роботі й обслуговуванні клієнтів. Формування високого рівня сервісу допомагає в подальшому готелям та подібних закладам розміщення зтягувати іноземних туристів та відкривати туристичні та ділові принади України.

Даний вид роботи особливо активізувався наприкінці першого десятиліття XXI ст. Проходження в передні етапи процесу трансформації галузі виявився складним та довготривалим. Готельна індустрія мала не лише пережити процедуру роздержавлення закладів розміщення, але й усвідомити необхідність зміни стандартів обслуговування та виходу на світовий ринок. Поступове покращення ситуації сприяло приходу на український ринок міжнародних готельних мереж, що стали прикладом для подальшої еволюції українських готельєрів. З часом почали виникати національні готельні мережі, які включилися у боротьбу за український ринок та почали готуватися до виходу в своїй діяльності за межі України. Дана практика є позитивною та вимагає злагодженого підходу в роботі й побудові чіткої стратегії розвитку. Одним словом готельний ринок України поступово виріс за межі країни, спираючись на власне прагнення інтеграції до світової економіки.

Серед рекомендацій удосконалення даного напрямку роботи можна зазначити важливість продовження подальшої інтеграції готельного ринку України до світового, перейняття досвіду, запровадження міжнародних стандартів обслуговування, зміни законодавства та відкриття українських туристичних представництв закордоном по прикладу Франції, Іспанії, Італії. Даний вид роботи важливий оскільки інформаційна представленість України в даному напрямку доволі слабка. Туристичні представництва поширюючи матеріали щодо привабливості рекреаційних місць України паралельно інформували б про можливість готельного ринку України, його привабливість та прийнятну цінову політику. Підкреслити варто і важливість трансформації законодавчої бази України стосовно діяльності готелів та подібних місць розміщення. На даний час готельна індустрія України функціонує керуючись багато в чому застарілим радянським законодавством. Воно не відповідає сучасним тенденціям ринку та гальмує подальший розвиток даного сектору економіки, особливо в питаннях сервісу та стандартів обслуговування.

Врахування даних пропозицій поліпшить ситуацію в галузі та допоможе забезпечити її сталий розвиток в майбутньому.

Тенденції розвитку динаміки закладів розміщення вплинули на характер динаміки капітальних інвестицій в готельну індустрію. Аналіз статистичних матеріал показав пріоритетність уваги інвесторів серед усіх закладів розміщення саме до готелів та подібних закладів розміщення. До 90% усіх коштів надходило саме сюди. Структура інвестицій демонструвала зацікавленість інвесторів в будівництві та перебудові готелів, машинах та обладнанні. Дані позиції отримували більшу частку коштів. При цьому якщо на початку другого десятиліття ХХІ ст. до 85% вкладень у готелі та подібні заклади розміщення йшли саме у будівництво та перебудову, то до 2019 року ситуація зазнала змін. Зросла цікавість інвесторів до машин і обладнання, що збільшили свою долю фінансування в інвестиційному пакеті до 25%. Дані трансформація обумовлювалися світовими тенденціями ринку готельного господарства. Порівнюючи структуру витрат на зведення та введення в експлуатацію готелю в Україні та світі біли виявлені викривлення на рівні обсягу витрат на будівництво та обладнання номеру. В Україні більшість коштів витрачалась саме у будівництво. В той же час у світі більшість коштів йшла на внутрішнє обладнання та оздоблення. За твердженням експертів саме вигляд з середини найбільше усього впливає на загальні враження клієнта та бажання повернутися сюди ще раз. Посилення інтеграції України до міжнародної спільноти змушував трансформувати мислення керівників готелів та подібних закладів розміщення, а збільшення частки присутності на ринку України міжнародних готельних мереж пришвидшував ці процеси.

Рекомендації щодо покращення інвестиційної активності можуть полягати у наступних пропозиціях:

- запровадження податкових пільг інвесторам за певних умов;
- продовження зміни пріоритетності капіталовкладень у машини і обладнання з будівництва та перебудови;
- введення практики безкоштовного виділення державою землі під забудову інвестору;
- відновлення практики діяльності вільних економічних зон з особливими умовами оподаткування та економічних операцій для представників готельної індустрії.

В результаті аналізу динаміки розвитку кількості закладів розміщення, інвестиційної активності в галузь, було розподілено регіони України за рівнем активності. Найбільш активними областями стали Харківська, Дніпропетровська, Запорізька, Одеська, Київська, Львівська, Івано-Франківська. Далі керуючись методами концентричних кіл та узагальнення було визначено довкола найбільш активних центрів кластери. Аналіз виявив існування в Україні чотирьох кластерів: Північного; Південного; Центрально-Східного; Західного. Рівень динаміки розвитку кластеру залежав від віддаленості від Сходу, через причину бойових дій та наявності промислових чи рекреаційних ресурсів, транспортних можливостей. Зважаючи на це все

найбільш активним був західний кластер, що мав Карпати, був ближче усіх розташований до країн європейського Союзу й надалі усього від лінії фронту. Далі йшов Північний кластер, Південний та Центрально-Східний. При цьому останні два кластери понесли в результаті початку війни 2014 року значні втрати. Зіставляючи це з даними інвестиційної активності по регіонам було виявлено поступову втрату лідерства Західного та Північного кластерів й зростання активності Південного й Центрально-Східного. Вона проявлялася у переорієнтації потоку капітальних інвестицій з Заходу та півночі та Південь, Центр і Схід. Причина поступове нарощування темпів розвитку економік даних регіонів та активізації ділового й морського туризму. Перспектива подальшого розвитку даної тенденції нажаль була перервана початком російсько-української війни 2022 року.

При цьому активність готельної індустрії Сходу та Півдня України на передодні не пов'язувалася з поліпшенням стосунків України та Російської Федерації. Будь які передумови цього, були відсутні. Про це свідчать факти, щодо кількості закладів розміщення в прикордонних областях – вона була мізерна та найменша в Україні. Причина цього різке зменшення міграційного обміну та обсягів торгівлі. Уся активність відбувалася за рахунок бізнес-подорожей (враховуючи промисловий потенціал регіону) та міжнародних гуманітарних місій на Донбас. Початок війни Росії 24 лютого 2022 року припинив подальший розвиток даних процесів. Рекомендації з покращення ситуації у даному питанні неможливі до остаточного припинення російсько-української війни.

Звертає на себе увагу і особливість поведження фізичних та юридичних осіб підприємців на ринку готельних послуг України. Аналіз динаміки співвідношення частки фізичних та юридичних осіб підприємців показав тенденцію до поступового зростання долі саме фізичних осіб підприємців. Протягом 2010-2019 років вони збільшили в середньому свою присутність у регіонах до 85-90% та стали основними рушіями готельної індустрії. Позиції юридичних осіб підприємців зберігалися лише в великих містах. Особливістю стало виявлення залежності рівня частки юридичних осіб підприємців та рівня лідерства в кластері. Області лідери кластерів мали не лише найбільшу кількість готелів та подібних закладів розміщення, але й вищу частку юридичних осіб підприємців. При цьому дана особливість була не єдиною. Аналізований період показав тенденцію до суперництва в рамках кластерів регіонів за право лідерства. З 2015 до 2019 року ми можемо відзначати коливання частки юридичних осіб підприємців в Харківській та Запорізькій області в рамках Центрально-Східного кластеру, що говорить про боротьбу даних міст за право першості. В Південному регіоні дані процеси ми можемо спостерігати між Одеською та Херсонською областями. Отримані дані свідчать про активний розвиток ринкових принципів та моделей функціонування в готельному ринку України. Це сприятиме зростанню конкуренції в середині ринку, а як наслідок зростання рівня обслуговування, сервісу, оптимізації

цінової політики та посиленню конкуренції українських закладів розміщення на світовому ринку.

Серед можливих рекомендацій та перспектив розвитку варто зазначити потребу в державній підтримці готельєрів через пережиту пандемію COVID-19 та розпочату війну 2022 року. Перспективним напрямком має стати в подальшому створення регіональних готельних асоціацій, що враховуючи особливості місцевого ринку будуть формувати власні стратегії розвитку готельної справи, сприяти впровадженню світових досягнень та нововведень, ставатимуть рекламними центрами та пропагуватимуть свої послуги не лише в рамках України, але й за її межами. Діяльність даних асоціацій ще не розвинута в Україні, незважаючи на їх надзвичайну поширеність в інших країнах світу.

Становлення та розвиток ресторанної сфери відбувався багато в чому за подібним сценарієм. Перехід до ринкової економіки знаменував початок перебудови ресторанної галузі, що відразу переросло в активні процеси роздержавлення приватної власності. Це позитивно вплинуло на динаміку зростання кількості підприємств ресторанної галузі. Якщо на 2010 рік в Україні нараховувалося близько 23 тис. об'єктів ресторанної індустрії то 2020 року їх було вже понад 51 тис. Протягом досліджуваного періоду не було жодного року коли б динаміка їх зростання виявилася негативною та в середньому становила щорічно 4 тис в рік.

Змінився і формат роботи закладів. Світові тенденції розвитку, що активно проникали в Україну призводили до відходу від практики функціонування великих закладів ресторанного господарства та відкриттю невеличких підприємств з своєю унікальною тематикою та спрямованістю роботи. Ринок України змінюючись наповнювався новими закладами: кафе; бари; фуд-корти та ін. Допомогали у цьому і міжнародні ресторани мережі, що активно відкривали свої представництва на території України.

Зростання кількості закладів ресторанного господарства автоматично призводило до формування кластерів, яких в Україні сформувалося чотири. Оскільки сфера ресторанного господарства є взаємодоповнюючою готельної то принципи формування кластерів були ідентичними. Зіставляючи кількість закладів ресторанного господарства по регіонам, було виокремлено області з найбільшою їх кількістю та проведено групування сусідніх регіонів за принципом концентричних кіл. У результаті проведеної роботи було виокремлено: Західний; Північний; Південний; Центрально-Східний кластери.

Лідером ринку був північний кластер, що мав високу щільність населення та високу адміністративну роль. При цьому левову частку закладів ресторанного господарства мала Київська область та м. Київ. Саме вони забезпечили провідне місце регіону на ринку ресторанних послуг. Друге місце посів західний кластер. Цьому сприяла наявність значної кількості рекреаційних ресурсів та значні міграційні потоки в напрямку країн Європейського Союзу. Третє місце відводилося Центрально-Східному кластеру. Даний кластер має одні з найбільших перспектив розвитку, через

слабке охоплення населення закладами харчування. Дані показники є найнижчими в Україні. Останню сходинку посів Південний кластер.

Зіставляючи статистичні дані щодо кількості ресторанних закладів з даними капітальних інвестицій в галузь можемо вести мову про поступове переміщення капіталів та тенденції до зміни лідерів ринку з Заходу у Центр. При цьому, аналогічно готельному ринку, ресторанний ринок також характеризувався переходом від великих ресторанних підприємств до середніх та малих. Дані тенденції сформувалися на початку 2000-х років та продовжують розвиватися. Одночасно з цим відбулося і переформатування структури самих капіталовкладень. Якщо на початку XXI ст. основні інвестиції надходили в будівництво, а друге місце посідали витрати пов'язані з купівлею обладнання та іншого оснащення. То в другому десятилітті XXI ст. ситуація трішки змінилася. Значно зростають витрати щодо придбання обладнання та устаткування. Рівень капіталовкладень в інші напрямки теж зріс. Особливу увагу привертають такі напрямки як придбання ліцензійного програмного забезпечення, патентів, авторських прав. Усе це свідчить про орієнтацію українського ресторанного ринку у своєму розвитку саме на міжнародну взаємодію та кооперацію.

Поширення отримали і міжнародні ресторанні ланцюги. Як і у випадку готелів вони з одного боку ставали сильними конкурентами національних ресторанним підприємствам, а з іншого надавали стимул до змін та модернізації ресторанної індустрії України.

Важливу роль у цьому відігравали фізичні та юридичні особи підприємці. Роль кожного при цьому була особливою. Фізичні особи підприємців протягом досліджуваного періоду різко збільшили свою частку на ринку з 80% до 90%. Охопивши своїми послугами більшу частину населення вони перетворилися на основних розпорядників оборотних коштів на ринку.

У той же час юридичні особи підприємців перейняли на себе функцію поведарів. Будучі представленими в більшості випадків національними та міжнародними ресторанними мережами юридичні особи підприємці, активно впроваджували світовий досвід, стандарти роботи, інновації у власних закладах, стаючи агентами змін в Україні. Саме тому не дивно, що в центральних областях – лідерах кластерів, частка юридичних осіб підприємців була вищою за інші регіони. Щільність населення, адміністративний статус при цьому відігравали не останню роль. У комплексі це формувало своєрідну ієрархію комунікацій та передачі інновацій від центру до окраїн та навпаки. Як і на ринку готельних послуг кластерний аналіз показав існування на ринку ресторанних послуг внутрішньо-кластерну конкуренцію. В середині груп прослідковується тенденція до поступового формування нових центрів, що починають конкурувати з існуючими. Дані тенденції відіграють позитивну роль у формуванні загальноукраїнського ринку ресторанних послуг та сприяють посиленню його позицій на світовому ринку, вироблення конкурентної продукції та послуг.

Рекомендаціями стосовно поліпшення подальшого розвитку даного напрямку в ресторанній сфері можуть бути:

- збільшення кількості ресторанних асоціацій України на регіональному рівні та передачі їм функцій маркетингового просування галузі на місцях та взаємодії з міжнародними та національними партнерами;
- розробку програми пільгового кредитування ресторанних підприємств з метою подальшого розвитку національних ресторанних мереж;
- стимулювання національних ресторанних мереж до виходу в своїй діяльності за кордон;
- розробка державної стратегії розвитку ресторанної галузі в Україні.

В цілому ресторани та засоби швидкого харчування розвивалися більш динамічно ніж готелі та подібні засоби розміщення. Вони не мали таких коливань у кількості підприємств за роками, хоч регіональна структура їх розташування була майже ідентична готелям. Причина цього, орієнтація на більш широкий ринок. Готелі здебільшого були спрямовані на обслуговування туристів або іноземців. Ресторани активно працювали як на внутрішнього клієнта (мешканці міста) так і зовнішнього (туристи, іноземці). Цикл життя ресторанного бренду був значно коротшим, а отже систематичні оновлення інтер'єру, меню сприяли більшому залученню клієнтів та підвищенню окупності діяльності закладу. Готелі ж в свою чергу мали значно більший цикл життя та робили ставку не лише на якість сервісу, але й пізнаваність клієнтом, як закладу з репутацією.

Відмінні принципи роботи готелів та ресторанів багато в чому і обумовили розходжі показники динаміки розвитку, їх коливання. Спільним в обох випадках стали напрямки та перспективи подальшого розвитку. Зважаючи на світові тенденції розвитку готельно-ресторанна галузь України має активно працювати у напрямку впровадження інформаційних технологій в роботу готелів та ресторанів. Інформатизація світу йде невинними темпами. Усі аспекти економіки, людського буття, обслуговування все більше пов'язуються з інтернет простором. Зважаючи на це, першочергової уваги потребує робота з збільшення інформаційної представленості підприємств готельно-ресторанної індустрії України в інтернеті, особливо за кордоном. Це сприятиме поширенню інформації та залученню іноземних туристів до України. При цьому, оновлення потребують і технічні складові даного аспекту. Безкоштовний Wi-Fi, інтерактивне електронне меню, QR-коди, інтерактивні столи та бари вже давно перетворилися на норму у більшості країн світу. При цьому інформатизація роботи закладів гостинності пов'язується не лише з гаджетами, що покращують оформлення замовлення, але й організації його обслуговування, безпеки, рентабельності самої установи. Так останнім часом популярності набувають інтегровані системи безпеки, що дають можливість контролювати усі процеси в готелі чи ресторані. Вони дають змогу, через функцію розпізнавання обличчя, попереджувати про наближення небезпечної людини чи постійного клієнта та

відразу надати менеджеру інформацію, про його улюблені страви, місце відпочинку та ін. Дані системи дають змогу контролювати роботу персоналу, роблячи тим самим непотрібними раніше використовувані методи контролю, як фотохронограф та ін. Одночасно з цим системи можуть передавати дані щодо стану здоров'я працівника, рівня його емоційного вигорання. Дана інформація дуже важлива оскільки дає змогу попередити можливість виникнення конфліктів з клієнтом чи поганого сервісу. Доволі цікавою є і технологія IoT, або інтернет речей. З її допомогою клієнт отримує можливість обміну даними з усіма пристроями в готелі. Так популярні на сьогоднішній день смарт-номери активно облаштовуються нею. Клієнт може відкрити двері смартфоном, встановити автоматично оптимальну температуру в приміщенні, рівень освітлення, гучності музики. Технологія поступово витісняють прямий контакт клієнт-працівник. За даними дослідженням Gartner, до 2020 року 85% взаємодій зі споживачами буде обходитися без участі людини. Економічна рентабельність інформаційних технологій доволі висока за рахунок економії коштів на комунальних послугах, кількості персоналу, канцелярських витратах та ін.

В економічному плані доволі корисним є впровадження систем «Розумний дім». Дані системи дозволяють автоматично контролювати витрати світла, води, тепла в приміщенні залежно від завданих параметрів та присутності людей у ньому. Обладнані системами електронний ключ, вони є надійною гарантією безпеки клієнта. Раціональне використання даних ресурсів має не лише екологічну, моральну, але й економічну користь. Це безпосередньо впливає на кінцеву собівартість послуг та відповідно номеру.

Окрім цього подальшого розвитку потребують різноманітні мобільні додатки, що давали б можливість клієнтам проводити порівняння ресторанних чи готельних закладів, їх цінової політики, зручності розташування. Дані додатки активно ширяться світом проте велика їх кількість призводить до плутанини. Створення єдиного інформаційного ресурсу допомогло б зробити сервіс більш універсальним. Інтеграція додатків, інформаційних систем керування готелем чи рестораном, розширення сфер використання інтернету в підсумку породила перші роботизовані готелі та ресторани. На сьогоднішній момент дані заклади являють собою у більшій мірі диковинку, проте подальша цифровізація та роботизація нашого життя призведе до перетворення на повсякденну реальність даного нововведення.

Значних перспектив розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України забезпечить подальша інтеграція до світової економіки. Взаємодія з навколишнім середовищем ключовий аспект розвитку галузі. По-перше, він гарантує обмін інноваціями, інвестиціями, а по-друге сприяє залученню туристів. Враховуючи близькість України до країн Європейського Союзу – інтеграція в даному напрямку має стратегічне значення. Європейський ринок готельних послуг складає 49% світового. Це величезний ринок, що активно розвивається та інвестує в інші країни світу. Долучення до нього сприятиме:

- розбудові українських готелів та ресторанів;
- збільшенню кількості міжнародних туристів;

- посиленню транскордонного співробітництва та активізації роботи міжнародних транспортних коридорів;
- підвищенню стандартів та якості обслуговування клієнтів;
- посиленню конкурентності українських національних готельних та ресторанних мереж;
- оновленню законодавства щодо діяльності готелів та ресторанів.

Ігнорування важливості інтеграції до Європейського простору несе в собі загрозу відставання готельно-ресторанного ринку України та втрату його конкурентності й цікавості навіть для внутрішніх споживачів. Переконають у цьому дані міграційного потоку з України. Посилення кількості виїздів на відпочинок за кордон свідчать про незадоволеність рівнем сервісу та ціни українців. Незмінність даної ситуації в кінцевому підсумку призведе до занепаду індустрії гостинності в Україні. Це потребує вирішення наступних питань: оптимізацію цінової політики; посилення державного регулювання; запровадження корпоративних стандартів управління якістю; уніфікація законодавства з країнами ЄС в питаннях розвитку готельно-ресторанної сфери.

Вести мову про перспективи розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні в умовах військового конфлікту Росії та України доволі умовна справа. Події 2014 року дуже негативно вплинули на загальну динаміку розвитку, а ескалація конфлікту 2022 року нанесла галузі значних збитків. Український ринок звісно пристосувався до даних подій, що чудово видно на динаміці активності кластерів та руху капіталів. Проте збереження загрози розширення лінії зіткнення шкодить в плані відлякування клієнтів. Саме даний аспект є головним. Турист не буде їхати у місця небезпечні для його життя.

Як результат, протягом 2014-2020 років ми бачимо негативну тенденції міграційного потоку. Громадяни України активно виїжджали на відпочинок за кордон. Рекомендаціями щодо покращення ситуації в даному питанні можуть бути:

- впровадження програми підтримки внутрішнього туризму в Україні, що надаватиме знижки мандрівникам чи компенсуватиме певні їх витрати;
- зниження ціни на готельні та ресторанні послуги для туристів за рахунок надання електроенергії, води, газу за зниженими цінами або на рівні собівартості ресурсу;
- стимулювання державних програм спрямованих на впровадження інформаційних технологій та автоматизації різних процесів в готелях та ресторанах, що сприятиме покращенню рівня сервісу та пробудженні цікавості туристів до українських підприємств гостинності;
- проведення реконструкції транспортної системи України: ремонт доріг; зміна автопарку; осучаснення залізничного рухомого складу, що у підсумку призведе до більш швидшого та якіснішого переміщення пасажирів та пробудженню бажанню подорожувати країною навіть у вихідні дні.

Важливим фактором розвитку готельно-ресторанної індустрії України стала й пандемія COVID-19. Запровадження локдауну, к захисної мірі призвела у підсумку до значних фінансових втрат більшості закладів. Обмеження переміщення людей заблокувало роботу галузі. Згідно з даними опитування щодо стану українського ринку готельно-ресторанних послуг (жовтень 2021 року), 93% респондентів підтвердили спад рівня прибутку, у 21% ресторанів й готелів виручка скоротилася на 25-40%, у 30% – на 40-60%, і ще у 30% втрати досягли позначки 60%. При цьому 4% показали зростання прибутку, ще 3% зазначили про незмінність ситуації.

Перспективою подальшої роботи в даній ситуації може бути активізація вакцинації, дотримання карантинних вимог. Готелі та ресторани у свою чергу активно впроваджують нові стандарти санітарної безпеки. Зважаючи на вище сказане вважаємо за потрібне впровадження наступних заходів (Додаток Е):

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-vidbuyayetsya-z-gotelyami-v-ukrayini> (дата звернення: 20.10.2021)
8. Білокінь Н. В. Вплив готельних ланцюгів на розвиток сучасної індустрії гостинності. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції. Одеса: ОНЕУ, 2018. С. 87–89.
9. Богдан Н.М., Корчагіна Д.С. Фактори туристичної привабливості дестинації: готельно-ресторанний 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 "Перспективніе вопросы мировой 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 отелі 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 маріуполя. *Приазовський економічний вісник*. 6(23), 2020. С. 180-186

50. Соколенко А.С., Онопрієнко К.Ю. Підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства за рахунок упровадження 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.naiu.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 Х 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

60. Сідина Л.П. Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України: теорія, практика, інновації розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. №5. С. 54-62

61. Ковальчук Т.Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства. *Науковий Вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип.23, Ч.1. С.126-130

62. Мазур С.А., Прилуцький А.М. Стан та перспективи розвитку готельно-ресторанної справи в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. №2. С. 24-29

63. Шмагіна Ю.В. Перспективи розвитку готельного бізнесу та ресторанної справи URL: http://www.rusnauka.com/2_KAND_2009/Economics/39523.doc.htm (дата звернення: 20.10.2021)

64. Романуха О.М. Ринок готельно-ресторанних послуг України в умовах глобалізації. Кваліфікаційна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр» зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» освітньої програми «Готельно-ресторанний бізнес». Кривий Ріг, 2021. 63 с.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Таблиця А.1 – 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 розміщення	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 таблиця А.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тимчасове розміщення	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, 64]

ДОДАТОК Б

Таблиця Б.1 – Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів у 2015-2019 рр.

	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 таблиця Б.1

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, 64]

ДОДАТОК В

Таблиця Б.1 – 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, 64]

ДОДАТОК Г

Таблиця Г 1 – 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 розміщування	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 розміщування	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, 64]

ДОДАТОК Д

Таблиця Д.1 – Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів у 2015-2019 роках

1	2	3	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 підприємців у порівнянні до	Усього, одиниць	З них фізичні особи-підприємці,	Частка фізичних осіб підприємців	темпи зростання частки фізичних осіб підприємців у порівнянні до	Усього, одиниць	З них фізичні особи-підприємці,	Частка фізичних осіб підприємців	темпи зростання частки фізичних осіб підприємців у порівнянні до	Усього, одиниць	З них фізичні особи-підприємці,	Частка фізичних осіб підприємців	темпи зростання частки фізичних осіб підприємців у порівнянні до
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 таблиця Д.1

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 таблиця Д.1

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 таблиця Д.1

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, 64]

ДОДАТОК Е

Таблиця Е.1 – Програма заходів, спрямованих забезпечення ефективності розвитку ринку готельно-ресторанних послуг України [64]

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.