

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра психології і туризму

Кваліфікаційна робота
на тему: «РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО
ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ»

Допущено до захисту
« ____ » _____ 2022 року

здобувача групи Т 01-18
факультету туризму, бізнесу і психології
освітньої програми
Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм

Чадронцевої
Олександри Олександрівни

Завідувач кафедри психології і
туризму

_____ проф.Бондаренко О.Ф.
(підпис)

Науковий керівник:
доктор історичних наук,
проф. Васильчук В. М.

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ	стор.
ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	5
1.1. Готельне господарство як об'єкт дослідження.....	5
1.2. Типізація підприємств готельного господарства.....	10
1.3. Державне регулювання готельного бізнесу в Україні.....	20
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ.....	24
2.1. Аналіз сучасного стану розвитку готельного господарства України.....	24
2.2. Особливості розвитку готельного господарства України...	28
2.3. Вплив зовнішніх чинників на готельне господарство України.....	32
РОЗДІЛ 3. РЕГІОНАЛЬНІ ВІДМІННОСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ.....	37
3.1. Характеристика стану регіонального ринку готельних послуг.....	37
3.2. Обмеження та слабкі сторони розвитку готельного бізнесу в регіонах України.....	45
3.3. Шляхи підвищення ефективності розвитку готельного господарства України.....	47
ВИСНОВКИ.....	51
РЕЗЮМЕ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	55
ДОДАТКИ.....	60

ВСТУП

Україна – країна у центрі Європи, багата на природно-кліматичні, історико-культурні, рекреаційні, лікувально-оздоровчі та подієві ресурси. Сучасний стан формування та використання існуючого туристичного потенціалу на ринку туристичних послуг можна назвати нерівномірним. Готельна індустрія є життєво важливою частиною сектору туристичних послуг будь-якої країни, і Україна не є виключенням.

Стан готельної індустрії по регіонах України прямо пропорційний розвитку туризму у окремо взятому регіоні. Ринок туристичних послуг в основному сконцентрований у декількох привабливих для цього регіонах, відповідно й готельна сфера там більш розвинена, ніж в інших.

Безпосередній вплив на розвиток сфери готельного господарства мають безліч внутрішніх та зовнішніх чинників, як-от забезпеченість певного регіону достатньою кількістю туристичних ресурсів, державне регулювання готельного бізнесу на рівні регіону, забезпеченість регіонів підприємствами готельного сектору, наявність кваліфікованої робочої сили. Зовнішні чинники також мають значний вплив на готельну індустрію країни в цілому, наприклад пандемія коронавірусу Covid-19, через яку галузь зазнала раніше небачених збитків та зіткнулася з безліччю нових проблем, початок повномасштабного військового конфлікту на території України також значно нашкодив цій галузі економіки країни.

Незважаючи на велику кількість проблем та перешкод, що є на шляху становлення готельної сфери України, пропонується велика кількість інноваційних підходів та перспективних напрямів, що мають на меті полегшити розвиток даного сегменту туристичних послуг та перетворити його на високодохідну галузь економіки України.

Значний внесок у дослідження регіональних особливостей готельного господарства України зробили такі науковці і дослідники, як М.П. Мальська[21], М.Г. Бойко [10], С.І. Байлик [8], В.В. Постова [31], О.О. Лупич [20], О.А. Ніколайчук [27], Н.В. Бунтова[11], П.О. Подлепіна[31], А.А. Рябєв[34], С.М. Мархонос[23] та інші науковці.

Мета роботи полягає у вивченні регіональних відмінностей функціонування готельної сфери в Україні.

Згідно мети, **завданнями** роботи є:

- розглянути теоретичні засади дослідження готельного господарства України;
- проаналізувати сучасний стан готельного господарства України;
- виявити вплив зовнішніх чинників на готельне господарство України;
- охарактеризувати регіональний ринок готельних послуг;
- описати шляхи підвищення ефективності розвитку готельного бізнесу в Україні.

Об'єкт дослідження – готельне господарство України.

Предметом дослідження є регіональні відмінності розвитку готельної сфери в Україні.

Методологічною основою є теоретичні положення і розробки вітчизняних та зарубіжних вчених в області готельного господарства, загальнонаукові принципи проведення комплексних досліджень. В процесі дослідження було використано методи групування і статистичного аналізу, порівняльний метод.

В основі статистичної бази для виконання дослідження було взято дані з відкритих джерел Державної служби статистики України, Державного агентства з розвитку туризму та Асоціації готелів та курортів України.

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає у тому, що одержані результати дослідження мають важливе практичне значення і доведені до рівня методичних та практичних рекомендацій, які впроваджені в діяльність:

Структурно робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, резюме та списку використаних джерел. Обсяг роботи – 50 сторінок, 40 використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1 .Готельне господарство як об'єкт дослідження

На сьогоднішній день, готельне господарство являє собою невід'ємну складову туристичної галузі, потужний сектор економіки країни і туристичного регіону, адже воно здатне забезпечувати бюджет валютними надходженнями та створювати робочі місця для населення. Підприємства готельного сектору та рівень сервісу, надаваний в них, є одним із ключових чинників розвитку туристичної індустрії.

Готельне господарство — частина соціальної інфраструктури регіону, яка створює сприятливі умови для руху, облаштування населення. Без розвинутого готельного господарства неможливий розвиток туризму, ділових стосунків, вдосконалення виробничих відносин. Досвід інших країн свідчить, що готельне господарство відіграє значну позитивну роль в забезпеченні населення відповідними послугами. У цій галузі задіяна значна кількість населення, існує прагнення до покращення роботи в умовах постійно існуючої ринкової конкуренції, забезпечуючи рентабельну їх роботу [18].

Термін «готель» походить від латинського *hostel* та англосаксонського *hospitality*, що в перекладі означає «гостинність», а також старофранцузького *hosprice*, тобто «гість». Тому готельне господарство називають індустрією гостинності. За словами О.В. Балахонової, Т.М. Дячук та М.В. Заїкіної, «готельні підприємства в структурі індустрії туризму й гостинності виконують ключові функції, формують і

пропонують споживачам комплексний готельний продукт, у просування якого беруть участь всі сектори й елементи туризму й гостинності» [9].

За словами М.П. Мальської готельне господарство – сукупність готельних підприємств різних типів, що здійснюють приймання і надання послуг з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг [22].

Регіональні аспекти розвитку готельного бізнесу в ринкових умовах досліджувались І.В. Свидою. У своїй роботі науковцем висвітлено зміст та суть поняття «готельний бізнес», його зв'язки в системі господарювання, обумовлена необхідність науково-обґрунтованого і комплексного підходу з врахуванням специфіки даного напрямку. На прикладі Закарпатської області автором здійснено маркетингове дослідження і SWOT-аналіз ринку готельних послуг і запропоновано регіональні механізми розвитку для вирішення проблем адаптації підприємств готельного бізнесу до нових умов господарювання та приведення їх до європейських стандартів [35].

Науковці А.О. Мельник, К.В. Сідлецька дослідили зарубіжний досвід розвитку готельного господарства та особливості його застосування в Україні, що дозволяє простежити зміни в інструментах управління, які відбулися в останні десятиліття [24].

У широкому розумінні індустрія гостинності – сукупність засобів розміщення, харчування, надання додаткових послуг тощо, у вузькому – лише проживання.

Крім готельних підприємств виділяють заклади розміщення, які не входять до системи готельного господарства. До них належать спеціалізовані лікувально-профілактичні та оздоровчі заклади, проживання в яких не є основним видом обслуговування.

Економічна сутність готельної індустрії полягає у тому, що її діяльність носить нематеріальний характер. Кінцевим продуктом

виробничого процесу готельних господарств є особливий вид послуг – послуги гостинності, які створено і реалізовано в межах одного підприємства.

Готельна послуга - це дія підприємства щодо розміщення споживача, пропонуючи номер (місце) для тимчасового проживання в готелі, а також інші види діяльності, пов'язані з розміщенням та тимчасовим проживанням [21].

Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що пропонуються споживачеві при розміщенні та проживанні в готелі. До цих послуг можна віднести:

- основні – харчування та проживання, що включені до вартості номера (койко-місця) і надаються споживачеві відповідно до укладеного сторонами договору
- додаткові – не пов'язані з базовими послугами, оплачуються споживачем окремо; до них відносяться пральня, паркування, рум-сервіс, екскурсії, трансфер, сауна, хімчистка, перукарня тощо

За якість та різноманіття готельних послуг у першу чергу відповідає матеріально-технічна база засобу розміщення та кваліфікація його персоналу. На сьогоднішній день прослідковується тенденція – будівництва додаткових споруд поряд з житловими блоками, де розміщуються спортивні, розважальні, медичні заклади тощо, що дозволяє надавати туристам більш комплексні та різноманітні послуги в межах одного підприємства.

Готельний продукт - це результат діяльності готельного підприємства, який пропонується ринку і створений для задоволення потреб і потреб клієнтів. Він складається з двох основних компонентів – матеріальних та нематеріальних (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Складові готельного продукту (складено за даними [26])

Готельний продукт	
Матеріальні послуги	Нематеріальні послуги
номерний фонд, меблі, інтер'єр, обладнання, харчування тощо	сервіс, атмосфера, ініціатива, гостинність, дружелюбність тощо
Реальні, об'єктивні, порівняльні, співвідношення послуга-ціна зрозумілі клієнту	Абстрактні, суб'єктивні, відсутня можливість попередньої оцінки, створюють внутрішнє відображення підприємства
Мають короткотерміновудію	Мають тривалудію
Формують рішення про купівлю і сприйняття якості послуг	

Готельна послуга є результатом людської праці та важливою складовою туристичного продукту.

Готельне господарство має свої особливості функціонування, які на пряму залежать від таких факторів:

- 1) Спеціалізація (призначення) закладу розміщення – наприклад конгрес-готель, профілакторій, курортний тощо
- 2) Високий абонизький сезон у певному регіоні функціонування, що на пряму впливає на заповненість номерів, кількість задіяного персоналу тощо
- 3) Персоніфікація обслуговування клієнтів

4) Нематеріальність готельного продукту, надання його в межах єдиного закладу готельного господарства

5) Плідна співпраця та взаємовідносини з супутніми галузями та підприємствами туристичного сектору

6) Децентралізація послуг (здійснення певних операцій окремими підрозділами – резервування, передпродаж тощо)

Загальні вимоги до засобів розміщення, призначених для проживання туристів, викладені в ДСТУ 4268:2003 [15] «Послуги туристичні. Засоби розміщення» (рис. 1). Вимоги до готелів різних категорій наведені в ДСТУ 4268:2009 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [16].

До колективного розміщення відносяться засоби розміщення, що забезпечують розміщення на ніч у кімнаті чи інших приміщеннях, у якому кількість місць має перевищувати певний мінімум для груп осіб більше однієї сім'ї, і всі місця підлягають єдиному управлінню та оплаті згідно з встановленими цінами.

До готелів та прирівняних до них засобів розміщення належать колективні засоби розміщення, що складаються з більш ніж семи номерів; мають єдине керівництво; надають готельні послуги, включаючи обслуговування номерів, щоденну зміну постільної білизни та прибирання ванних кімнат; згруповані за класами та категоріями згідно з переліком послуг та наявного обладнання та не входять до категорії спеціалізованих установа.

1.2 Типізація підприємств готельного господарства

Типізація - це метод наукового узагальнення, заснований на групуванні об'єктів за узагальненою моделлю або типом. У процесі типування вибирається об'єкт, найбільш притаманний цих оптимальних властивостей.

Типізація готельних підприємств – об'єднання готельних підприємств на загальних підставах залежно від їхнього функціонального призначення.

Тип готельного підприємства – одиниця класифікації готельних підприємств за функціональним призначенням, уточнена та доповнена іншими ознаками. [10]

У готельному бізнесі послуги з розміщення, харчування та інші послуги доповнюють одна одну, здебільшого взаємообумовлені та сприймаються гостем як єдине ціле. З огляду на те, як вони спроектовані та об'єднані в єдиний комплекс, формується певний тип підприємства. Через постійну появу на готельному ринку нових послуг і форм обслуговування ця типологія дуже умовна. Але такий поділ важливий для розуміння специфіки управління кожним типом. В середині цих типів зазвичай є багато різновидів.

Поділ готельних підприємств має значення не тільки для особливостей функціонування кожного виду підприємств, але і для прийняття рішень споживачами готельних послуг та турфірмами (туроператорами) щодо вибору готелю та визначення очікуваного рівня комфортності. [10]

Визначальними факторами типізації готельних підприємств є:

- місце знаходження;
- тривалість перебування;
- режим роботи;
- ємність номерного фонду;
- забезпечення живленням;
- цінова політика;
- мета перебування контингенту споживачів, що обслуговується.

Типи підприємств за місцерозташуванням наведено на Рис. 1.2:

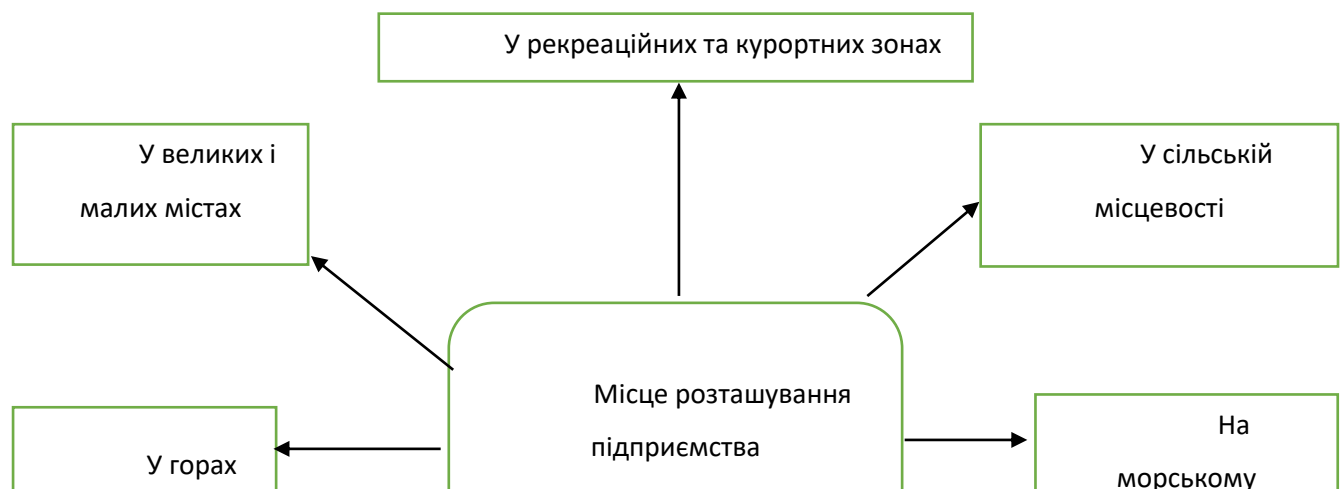


Рис. 1.2 Типи підприємств за місцерозташуванням (побудовано за даними [10])

Також підприємства готельного господарства поділяються за очікуваним терміном перебування у них споживача послуг. Є ті, які розраховані на довготривале перебування, а ті, які розраховані на тимчасове перебування, поділяються на:

- Транзитні готелі (від однієї ночі до двох діб)
- Готелі сегменту ділового туризму (від двох до семи діб)
- Готелі для лікування та відпочинку (від 7 до 45 діб)

Терміни перебування закладах розміщення дуже різні, чим визначається їх функціональне призначення.

Тенденції розвитку готельної індустрії кажуть, що на термін перебування впливає також і мета подорожі. Для прикладу, організований тур з метою відпочинку зазвичай триває 6-7 ночей. До столиць та історичних місцевостей, як правило, приїздять на вікенд (2-3 ночі).

В організованому туризмі високим попитом користуються 1-2-зіркові готелі, а також такі туристи зазвичай не харчуються в готелі. Ділові туристи (щоберуть участь у виставках, конгресах, конференціях тощо) будуть значно відрізнятися від звичайних туристів з культурно-пізнавальними цілями.

Різниця полягатиме у термінах перебування (з амплітудою від 1 ночі до півроку), категорії готелю (переважно це 4-5-зіркові готелі). Цей контингент потребує високого рівня сервісу та комфорту, а також послуговується широким спектром додаткових послуг.

Зазвичай, також ділові туристи харчуються в готелі, а пік прибуттів випадає на вівторок-середу. А це значить, що ділові туристи майже не перетинаються з організованими туристами, а це добре впливає на завантаження готелів. Також особливістю є те, що у термінах перебування у сегменті ділових туристів немає різких перепадів.

За режимом функціонування готелі поділяються на:

- Цілорічні
- Односезонні (зазвичай зима/літо)
- Змішані

Наприклад, бізнес-готелі працюють цілий рік, відкриті кемпінги влітку, а туристичні готелі можуть збільшити заповнюваність влітку до 50%.

За своїм режимом роботи готелі, розташовані на курортах мають чітку сезонність. Високе літнє навантаження на морських курортах, взимку - у гірських готелях, на курортах, що спеціалізуються на зимовому відпочинку. Але готелі на курортах відкриті цілий рік. Для того, щоб готель ефективно функціонував цілий рік, деякі 4-5-зіркові готелі організують конференції, конгреси, з'їзди та інші заходи.

Залежно від потужності номерного фонду (кількості місць) готельні підприємства України поділяються на:

- Великі (понад 300 номерів, більше 400 місць)
- Середні (до 300 номерів, від 150 до 400 місць)
- Малі (до 100 номерів, до 150 місць)

Особливість структури готельного господарства нашої країни у тому, що такі види засобів розміщення, як мотелі, кемпінги, молодіжні бази, які дуже поширені в світовій готельній промисловості, у нас практично відсутні. Найбільш поширені засоби розміщення загального типу, в основному призначені для ділових туристів на короткий термін проживання, а також для контингенту, що подорожує з різними

цілями. Зазвичай такі готелі розташовані в центральній частині міста, неподалік громадські та адміністративні центри, та транспортна доступність у різні райони.

Більшість таких готелів зазвичай має одномісні, двомісні та тримісні номери,

де організовано місця для роботи. Одномісні номери становлять близько 40-50% номерного фонду. Є філія, а іноді і відділення банку, можливість для зустрічей, ділових зустрічей та переговорів. Один з різновидів таких готелів - відомчі готелі, в яких в основному розміщуються ті, хто надходить у службових цілях у той чи інший відділ, підприємство чи установу. [10; с. 92]

Поширені також спеціалізовані конгрес-готелі та бізнес-готелі. Це засоби розміщення з підвищеним рівнем комфорту, вони мають обладнані номери

для роботи: зали для конференцій, симпозіумів, переговорні, телетайпи, ресторани різного типу, відділення банків, сауни, боулінг та ін.

Вік споживачів, що обслуговуються на підприємствах готельного господарства, також впливає на їх ідентифікацію та типізацію. На Рис. 1.3 зображено контингент споживачів:

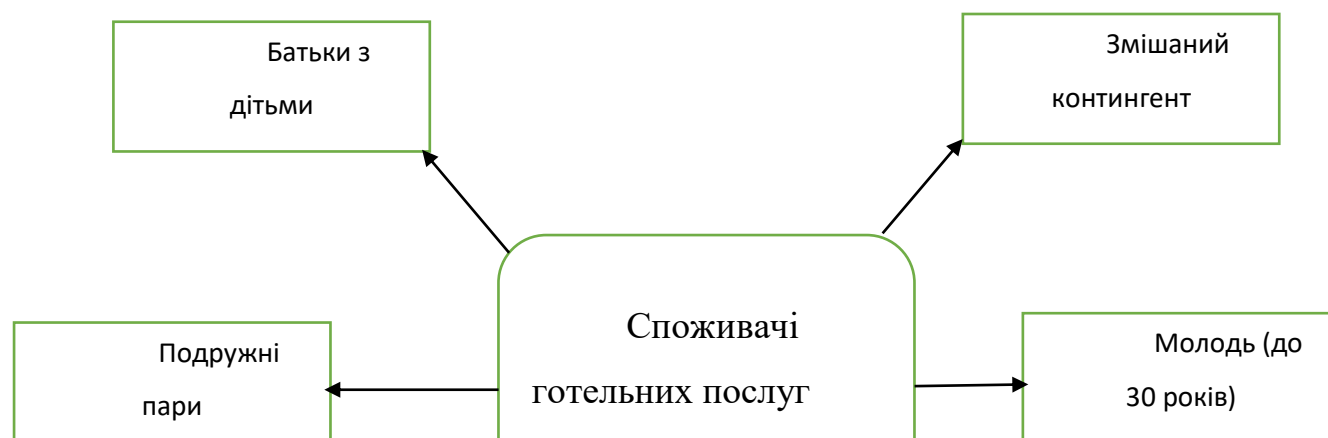
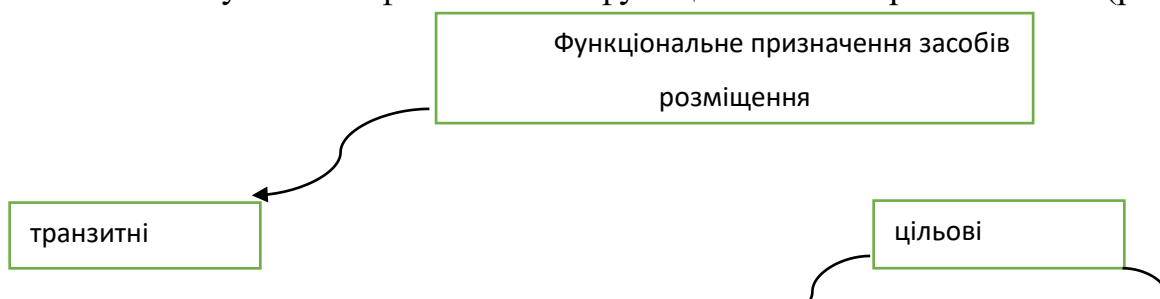


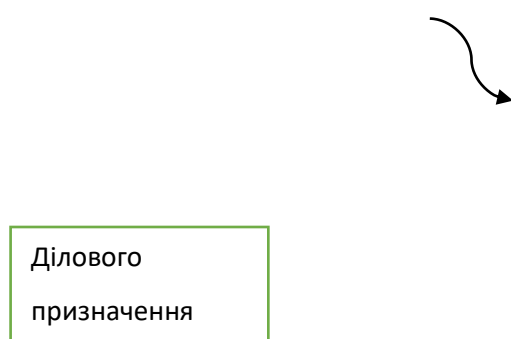
Рис. 1.3 Контингент споживачів (побудовано за даними [10])

Кожна категорія споживачів готельних послуг має свої особливості обслуговування та вимоги до засобів проживання. Молодь, наприклад, часто обирає мінімальну кількість додаткових послуг, більше роблячи ставку на програми дозвілля та екскурсії. Також вони частіше обирають більш короткий термін перебування та дешевші засоби розміщення.

Туристи середнього віку більше цінують комфорт у номері, відмінний сервіс, цікаві та часті розважальні програми, більш схильні включати додаткові послуги як-от трансфер, паркування та пральню. Кількість туристів віком від 50 років поступово зростає, особливо у більш заможних країнах (країни Європи, США тощо). Вони цінують підвищений комфорт, персоніфіковане обслуговування, наявність медичного персоналу у місці розміщення та більш різноманітні варіанти харчування.

За допомогою сукупності вищенаведених факторів, кожен засіб розміщення може бути класифікованим за функціональним призначенням (рис. 1.4)





Ділового
призначення

Рис. 1.4 Функціональне призначення засобів розміщення (за даними [10])

Також існують додаткові фактори, які впливають на типізацію закладів розміщення [10]. До них можна віднести:

- Кількість обслуговуваних туристів (засоби розміщення для груп туристів та для індивідуальних туристів)
- Засіб пересування маршрутом (залізниця – родтелі, купе в поїздах; автобусний транспорт – ротелі; автомобіль – мотелі, кемпінги; повітряний транспорт – флайтелі; водний транспорт – каюти на суднах, флотелі, ботелі)
- Категорія за рівнем комфорту
- Цінова політика (бюджетні, середнього класу, першого класу, класу «Люкс»)
- Архітектурні особливості будівлі (сучасні, вишукані, історичні)

Також існує типологія засобів розміщення в Україні згідно з термінологією ДСТУ 4527:2006 [17] (рис. 1.5)

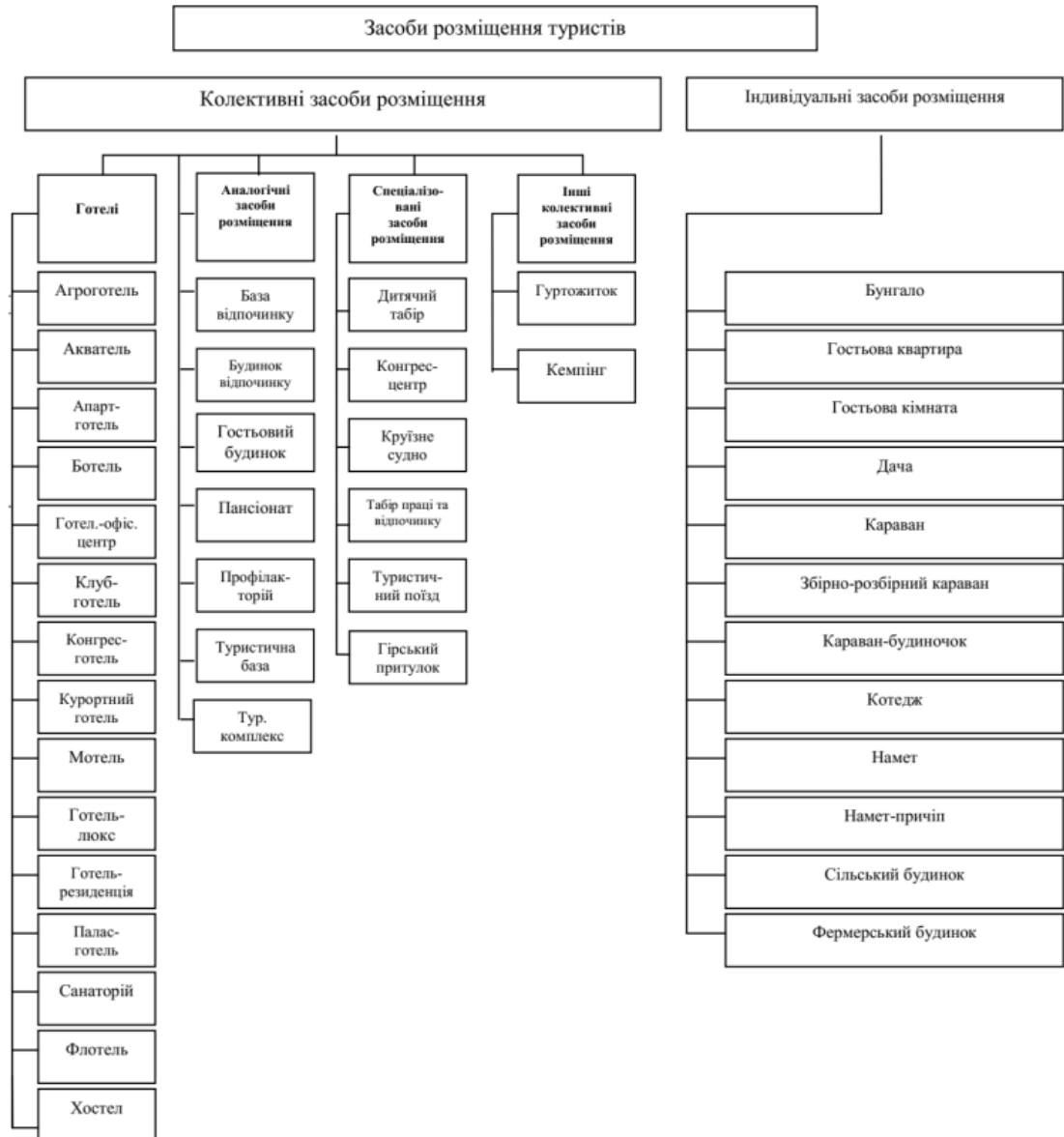


Рис. 1.5 Типологія засобів розміщення за ДСТУ 4527:2006 [17]

Згідно рекомендацій ВТО, існує така типологія засобів розміщення (рис. 1.6):

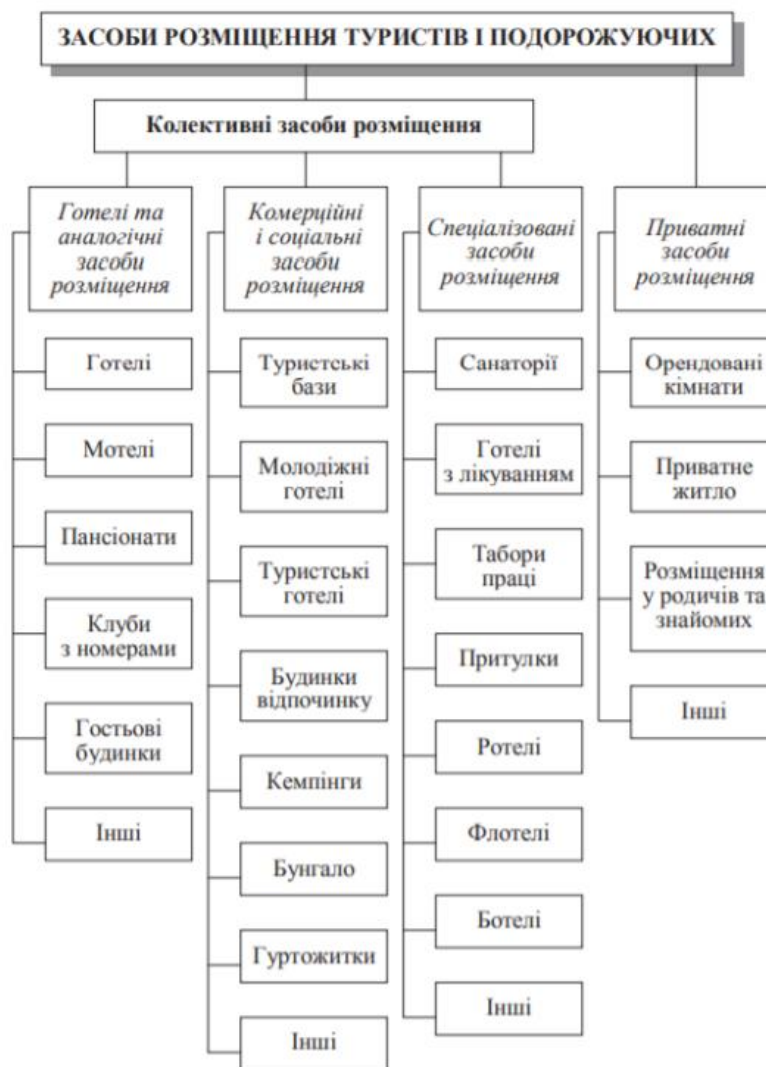


Рис. 1.6 Типологія засобів розміщення згідно рекомендацій ВТО[8]

Готель є підприємством будь-якої організаційно-правової форми власності, що складається з номерів, та пропонує комплекс готельних послуг.

Подібними засобами розміщення є такі підприємства будь-якої форми власності, які також мають номери, але пропонують обмежені послуги, включаючи застилання ліжок, прибирання кімнат та санвузлів (пансіонати, клуби з кімнатами, гостьові будинки та ін.).

До спеціалізованих приміщень відносяться об'єкти, які можуть бути некомерційні та надають мінімальну кількість послуг, можуть не мати номерів, натомість житлом буде кімната чи спільна спальня.

Крім проживання, вони надають інші основні послуги – лікування, профілактику та реабілітацію, а також надають соціальну допомогу чи житло на час працевлаштування. Такі об'єкти також організують харчування, відпочинок та спортивні послуги.

Медичні заклади включають в себе санаторії, поліклініки, реабілітаційні центри. Зручності, що включають заправлення ліжок та прибирання, визначаються як готелі.

До засобів розміщення, що забезпечують житло на час роботи або поєднання її з відпочинком, відносяться сільськогосподарські, екологічні, археологічні та інші трудові табори, скаутські та дитячі табори, гірські притулки та інші.

До цієї категорії також входять транспортні засоби зі спальними місцями, які не виділяються у тарифі та є колективними транспортними засобами. Здебільшого це пасажирські поїзди, кораблі, яхти.

Приватні засоби розміщення включають приватне житло, в якому за плату або безкоштовно надається місце, яке використовується туристами та домовласниками протягом певного періоду часу як додаткове житло або для відпочинку (наприклад, котеджі).

Є також кімнати, будинки, квартири, що здаються в оренду, а також садиби або котеджі, що здаються в оренду, що є повністю обладнаним житлом. До неосновного житла відносяться засоби розміщення, якими користуються туристи, що є родичами власників житла, а також намети у неорганізованих місцях та автостоянки.

Отже, на сьогоднішній день існує безліч підходів до типізації розміщення, але в будь-якому випадку на них впливають фактори, що визначають тип закладу – комфортність, місткість, розташування, тривалість роботи та термін перебування, харчування, функціональне призначення, форма власності та цінова політика.

1.3 Державне регулювання готельного бізнесу в Україні

Розвиток готельного господарства потребує створення певного сприятливого правового регулювання. Загальновідомо, що ця галузь ще недостатньо розвинена в Україні. Основи функціонування суб'єктів господарювання визначаються Законами України "Про підприємства", "Про підприємницьку діяльність" та інші законодавчі акти. Відповідно до цього правового поля готелі, як і будь-які інші суб'єкти господарювання, призначені для роботи на ринку принципи незалежності, самодостатності та самофінансування[8].

Іншими словами, готельні підприємства вільні у виборі напрямків та обсягів роботи, ділових партнерів, розпоряджаються результатами своєї діяльності, зобов'язані повністю покривати власні витрати за рахунок отриманих коштів, забезпечувати безбитковість роботи на ринку та розширене відтворення всіх ресурсів, досягнення необхідного рівня рентабельності.

У розвитку та становленні вітчизняного ринку послуг готельних підприємств певну роль відіграють Закони України "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності", "Про захист прав споживачів" "Про туризм". Простими словами, завдяки цим законам споживачі мають право вимагати надання послуг певного рівня якості, що в свою чергу підштовхуватиме готельєрів на покращення сервісу.

Нормативно-правовий контроль допомагає утримувати стабільність якості надаваних послуг та дотримання стандартів готельного обслуговування, вимагаючи ліцензування та сертифікації підприємств.

Досить недавно у вітчизняному готельному господарстві стали з'являтися готельні асоціації регіонального рівня, що переймають досвід у закордонних готельних ланцюгів. Вони мають за ціль підвищення рентабельності підприємств, покращення якості готельного сервісу та спільну діяльність у конкурентному середовищі.

Держава має декілька напрямів підтримки готельної індустрії, серед яких можна відзначити [8, с. 25]:

- Розробка та впровадження державних стандартів у сфері готельного обслуговування;
- Стимулювання розвитку малих готелів;
- Контроль за використанням цільових коштів, які надходять на підтримку готельного господарства;
- Впровадження регіональних програм розвитку готельних асоціацій;
- Координація підприємств з організаціями, що займаються ліцензуванням та сертифікацією;
- Координація різноманітних аспектів планів розвитку міст зі створенням належної готельної інфраструктури;
- Організація підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів тощо.

Українське законодавство нечітко окреслює поняття готельного господарства та його відомче підпорядкування. Для покращення ситуації є доцільним створення, розробка та впровадження Закону України про розвиток готельного господарства [8, с. 27]. Його положення мають дати визначення правовим, економічним та організаційним аспектам створення і розвитку цього ринку.

Наразі організація готельного господарства здійснюється на підставі таких нормативно-правових актів:

- Закону України „Про туризм“;
- ДСТУ 2296-93 «Національний знак відповідності. Форма, розміри, технічні умови та правила застосування»;
- ДСТУ 2462-94 «Сертифікація. Основні поняття. Терміни та визначення»;

- ДСТУ 3413-96 «Система сертифікаціїУкрСЕПРО. Порядок проведеннясертифікаціїпродукції»;
- ДСТУ 3498-96 «Система сертифікаціїУкрСЕПРО. Бланки документів. Форма та опис»;
- ДСТУ 3957-2000 «Система сертифікаціїУкрСЕПРО. Порядок обстеженнявиробництвапід час проведеннясертифікаціїпродукції»
- ДСТУ 4268-2003 „Послугитуристичні. Засобирозміщення. Загальнівимоги”;
- ДСТУ 4269-2003 „Послугитуристичні. Класифікаціяготелів”;
- ДСТУ 4527-2006 „Послугитуристичні. Засобирозміщення. Терміни та визначення”.
- ДСТУ ISO 9000-2001 «Система управлінняякістю. Основніпринципи і словник»;
- ДК 016-97 «Державнийкласифікаторпродукції та послуг» (ДКПП);
- ГОСТ 28681.3 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»;
- ДБН В.2.2-9-99 Будинки і споруди. Громадськібудинки та споруди. Основніположення»;
- ДСанПіН 5.5.5.23-99 «Улаштування, утримання і організаціядіяльностідитячихоздоровчихзакладів»;
- Правила користуванняготелями й аналогічнимизасобамирозміщення та наданняготельнихпослуг;
- Правила пожежноїбезпеки в Україні.

Законодавство та нормативно-правові акти у сфері туризму та готельного господарства є невід'ємною частиною туристичної діяльності. Проте, незважаючи на перелік нормативних документів, які висувають певні вимоги до закладів

розміщення, якість обслуговування в них залишає бажати кращого, а ціни на послуги занадто високі.

Це пояснюється застарілою матеріально-технічною базою, а також недостатнім рівнем управлінської кваліфікації та обслуговуючого персоналу. Вирішувати ці проблеми стає все складніше, особливо через недосконалість систем моніторингу та оцінки якості послуг готельних підприємств.

РОЗДІЛ 2

ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

2.1 Сучасний стан готельного господарства України

Туристична галузь має велике значення для розвитку економіки та соціальної сфери України та відіграє ключову роль у створенні нових робочих місць, поповненні валютних резервів країни та підвищенні її престижу та значення у світі. Вся територія України характеризується надзвичайно сприятливими умовами для різноманітних видів туристичної діяльності та наявністю різноманітних рекреаційних ресурсів для відпочинку та лікування населення. Але щоб задовольнити всі потреби туристів, відпочиваючих, бізнесменів, потрібно забезпечити комфорт їхнього перебування, високу якість обслуговування, створити атмосферу гостинності.

Готель може виконувати не лише роль місця відпочинку та проживання для відпочиваючих і подорожуючих, але й функціонувати як своєрідний хаб для активних ділових контактів. Нинішній стан готельного господарства України можна характеризувати як[3]:

- Основний готельний фонд не відповідає стандартам міжнародного рівня;
- Готелі підвищеного комфорту та класу «Люкс» по більшій мірі було введено в експлуатацію за участі іноземних компаній;
- Загальні досягнення готельної сфери України є достатньо скромними на тлі загальної тенденції зростання сфери послуг.

Недостатня підтримка готельного бізнесу державою, нестабільність інвестиційної діяльності, нерівномірність завантаження готелів по регіонах України, відсутність достовірної та оперативної інформації про стан ринку готельних послуг та конкуренцію на ньому лише погіршує стан та затримує вихід українських підприємств на світовий ринок туристичних послуг.

Нижче наведена кількість колективних засобів розміщення з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців за 2017-2020 рр.:

Таблиця 2.1

Колективні засоби розміщування з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців за 2017-2020 рр. (складено за даними [19])

Рік	К-сть колективних засобів розміщення, од.	Кількість місць у КЗР, тис. од.	Кількість осіб, що перебували у КЗР, тис.
2017 ¹	4115	359,0	6661,2
2018 ^{1,2}	4719	300,0	7006,2
2019 ^{1,2}	5335	370,6	6960,9
2020 ^{1,2}	4523	312,1	3379,5

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

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

На діаграмі нижче можна побачити динаміку функціонування КЗР за 2017-2020рр.:

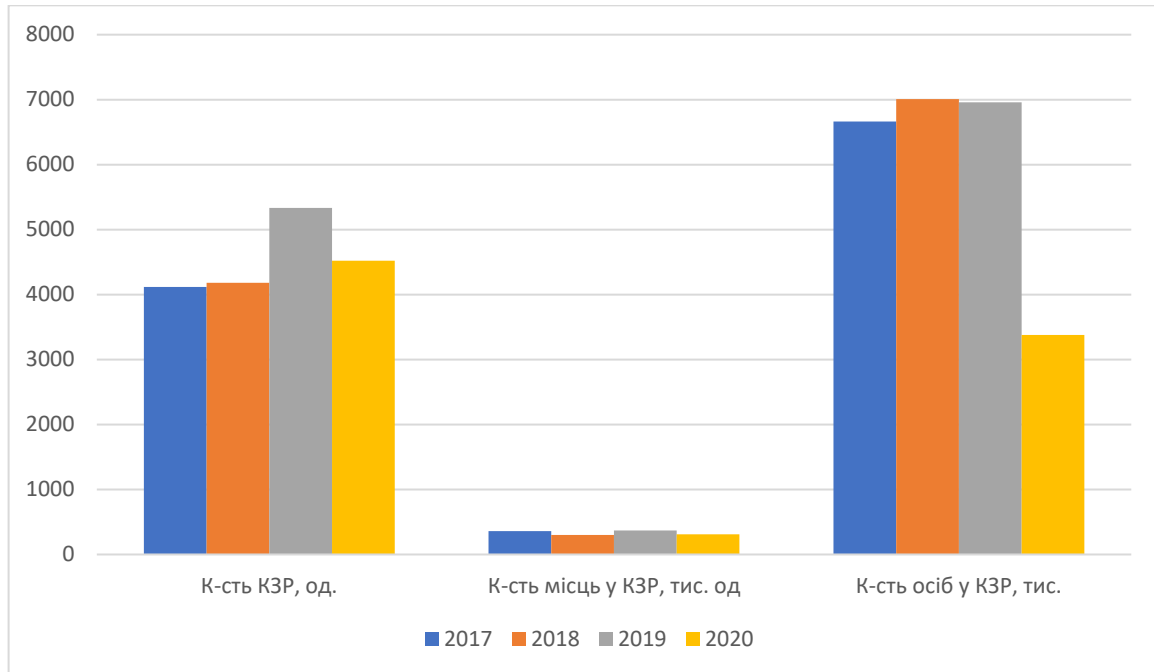


Рис. 2.1 Динаміка функціонування колективних засобів розміщування за 2017-2020рр. (побудовано за [19])

Виходячи з даних, представлених у Таблиці 2.1 та Рис. 2.1, можна прослідкувати деяку закономірність. У період з 2017 по 2019 роки, кількість колективних засобів розміщення та місць у них поступово зростала, пікова динаміка прослідковується у 2019 році. У 2020 році кількість КЗР та місць у них знизилася, а кількість відвідувачів різко зменшилася. Це можна пов'язати з пандемією коронавірусу, через яку були накладені тимчасові обмеження на перетин кордону, поїздки та використання засобів розміщення, через що підприємства готельного господарства понесли колосальні збитки у фінансовому плані.

Можна зробити висновок, що стан, розвиток та функціонування готельної сфери дуже тісно пов'язаний зі становищем туризму в цілому та подіями, що відбуваються у світі.

За останні роки значно змінилася структура та стратегія розвитку готельних підприємств. У регіонах, де спостерігається зростання їх кількості, відбулася значна диференціація. Значною мірою вона залежить від економічної спроможності внутрішніх туристів і збільшення кількості підприємств високої категорії для заможних туристів та іноземців.

В Україні з 2015 р. зменшилася загальна кількість спеціальних засобів розміщення на 11,9 %, водночас наявне зростання загальної їх кількості у Львівській області на 3,4 %. [19, с.79]

Кількість колективних засобів розміщення, що надають юридичні особи та підприємці, в цілому по Україні зменшилася на 5,2 %, а зросла у:

- Івано-Франківській області – на 19,1 %;
- Київській області – на 2,5 %;
- Києві – на 6,4 %;
- Хмельницькій області – на 3,4 %;
- Львівській – майже на 2 %.

В інших областях значно змінився в самому розподілі засобів розміщення: майже вдвічі збільшилася кількість апартаментів, поступово зростає кількість хостелів.

Керівництво багатьох готелів переглядає політику надання послуг і більш прискіпливо починає ставитися до визначення категорії готелів і їх відповідності світовим стандартам. Позитивним є і поширення ланцюгів готелів,

які почали з'являтися і в регіонах, де необхідно розвивати інфраструктуру, зокрема, шляхи для автотранспорту.

Забезпеченість Українцями в готелях – одна з найнижчих в Європі. На клас, вищий за одну зірку, можуть претендувати лише в середньому один з двадцяти готелів. Враховуючи нестабільність політичної та економічної ситуації в Україні, привабливість місцевих підприємств для інвесторів не зростає, а деколи й має тенденцію до зменшення.

2.2 Особливості розвитку готельного господарства України

Туризм, як галузь економіки, виконує декілька важливих функцій. Насамперед, він вносить вагомий вклад у ВВП країни, забезпечує робочі місця для населення та підіймає рейтинг країни у міжнародних відносинах. Відомо, що Україна є однією з найбагатших ресурсами країн Європи, наприклад природно-рекреаційними, екологічними та культурно-історичними, що має позитивний вплив на підвищення туристичного інтересу у внутрішніх та іноземних подорожуючих. Тим не менш, на шляху становлення України однією з країн-лідерів туризму є багато перешкод.

За останні декілька років кількість туристів, як внутрішніх так і іноземних, поступово зростала. Лише у 2020 році відбувся різкий спад відвідуваності через пандемію коронавірусної інфекції. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в період 2017-2020 рр., наведено нижче:

Таблиця 2.2

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в період 2017-2020 рр. (складено за даними [14])

Рік	К-сть обслуговуваних іноземних туристів, ос.	К-сть обслуговуваних внутрішніх туристів, ос.

2017	39605	476967
2018	75945	456799
2019	86840	520391
2020	11964	222612

* Статистичні дані без урахування тимчасово окупованої території Автономної республіки Крим, м. Севастополь та тимчасово окупованих частин Луганської та Донецької областей.

Наочно динаміку туристичних потоків можна побачити на Рис. 2.2:

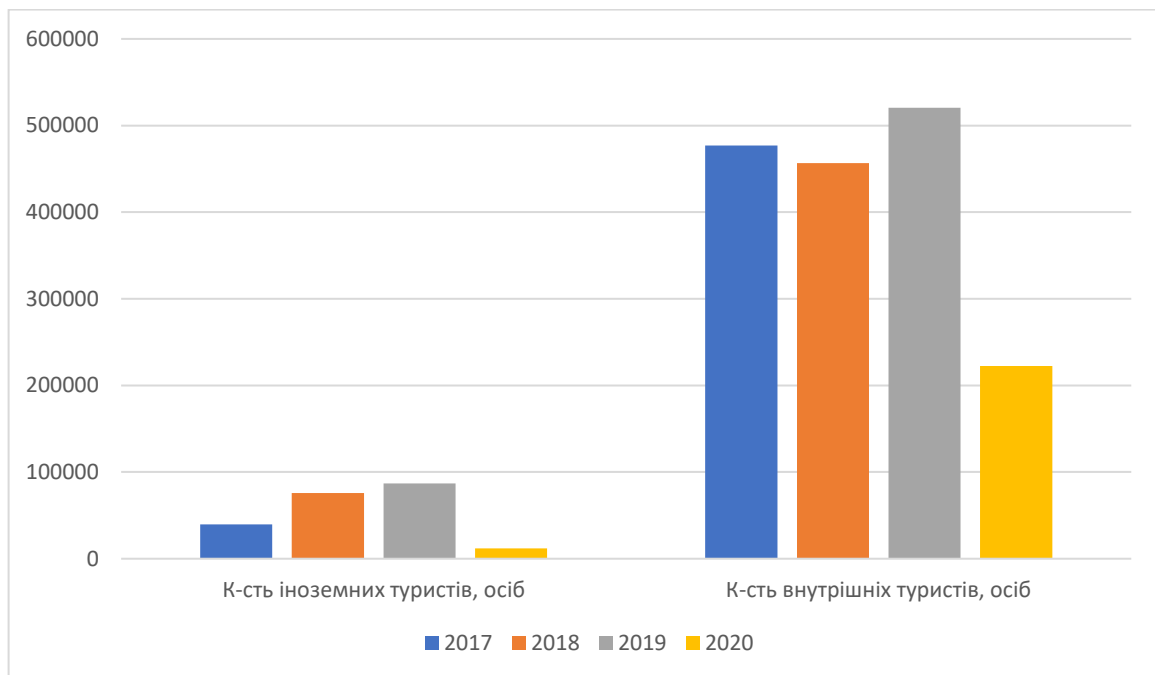


Рис. 2.2 Кількість туристів, обслугованих тураператорами та турагентами (побудовано за [14])

Проаналізувавши дані, зібрані для даної роботи, можна сказати, що Україна поступово наращує туристичний потенціал. З роками кількість туристів лише збільшується (не враховуючи 2020 рік) та, на нашу думку, буде і надалі збільшуватися після стабілізації ситуації у світі.

У результаті аналізу розміщення підприємств за регіонами України, можна зробити висновок, що найбільша концентрація таких підприємств спостерігається у регіонах з найбільшою кількістю культурно-історичних ресурсів, курортних місцевостях та місцях з розвинутою туристичною індустрією (Рис. 2.3):

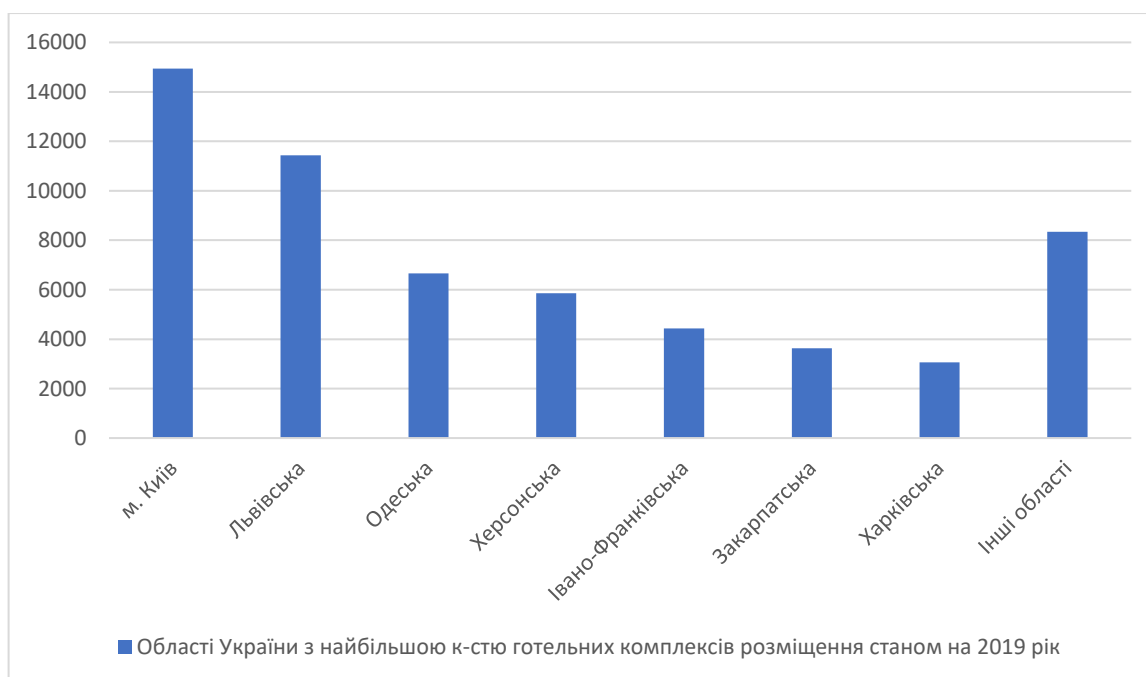


Рис. 2.3 Області України з найбільшою кількістю готельних комплексів розміщення станом на 2019 рік (побудовано за [14])

Рівень використання готельних потужностей може значно різнитися через велику різноманітність факторів, які можна розділити на дві основні групи – стимулюючі та обмежуючі. До стимулюючих чинників можна віднести:

- Зацікавленість міжнародних готельних ланцюгів та мереж у провадженні діяльності в Україні, як перспективній для цього країни;
- Спонсорвання бізнесовими структурами різноманітних заходів, що показує їх зацікавленість у провадженні готельної діяльності у регіоні та/або країні;
- Діяльність значної кількості осіб, що своєю ініціативою формують позитивне бачення існування готельної сфери.

В свою чергу, існують і обмежуючі чинники, серед яких:

- Відсутність достатнього фінансування сфери готельного господарства на рівні регіону та держави;
- Політично-економічна ситуація в країні та взаємини між країнами у питаннях туристичної галузі;
- Недостатньо чіткий та зрозумілий розподіл управлінських функцій у регіоні, внаслідок чого зводиться до нуля мотивація колективної роботи над створенням нових, сучасних продуктів та обмін досвідом та знаннями.

Актуальні питання розвитку та територіальної організації готельного господарства на найближчу перспективу є такими:

а) удосконалення державної політики у готельній сфері, яка має бути спрямована на підтримку готельного бізнесу шляхом створення сприятливого інвестиційного клімату для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій;

б) підтримка та розвиток інноваційних процесів, які на сучасному етапі вже характеризуються транснаціоналізацією та монополізацією діяльності, що проявляється в наявності таких учасників ринку, як міжнародні (Radisson, Hyatt, InterContinental, Rixos) та національних (PremierHotels, асоціація хостелів) готельних мереж, інтернаціоналізація праці (впровадження нових стандартів якості готельних послуг, технологічних та інформаційних систем, освоєння яких стимулює рух робочої сили готельного бізнесу), що призводить до розширення мережі; переформатування елементів територіальної структури у бік збільшення частки високих рангів за рахунок територіальної концентрації установ, що сприяє організаційно-управлінській розбудові галузі;

в) науково обґрунтований розвиток мережі закладів гостинності має ґрунтуватися на дослідженнях зовнішнього та внутрішнього попиту, нововведеннях у технологічній, інформаційній, управлінській діяльності для впорядкування структури галузі, удосконалення організаційно-управлінських принципів функціонування, обґрунтування розвитку готельних послуг на ринку [32].

Індустрія готельного господарства розвивається не дуже стрімкими темпами через те, що інвестори більше зацікавлені у будівництві торгово-розважальних центрів, житлових комплексів, офісних центрів та коворкінгів, бо вони окупаються та починають приносити прибутки набагато швидше, ніж готелі. Незважаючи на те, що ці проблеми поступово вирішуються, більша частина інфраструктури галузі не відповідає міжнародним стандартам, адже, наприклад, багато готелів не оснащені сучасними засобами зв'язку та конференц-залами з аудіовізуальною технікою відповідного рівня та технічними засобами для здійснення синхронного перекладу[40].

2.3 Вплив зовнішніх чинників на готельне господарство України

Готельне господарство є невід’ємною складовою туристичної галузі, тому вони схильні піддаватися впливу однакових чинників. Зазвичай такі чинники поділяються на дві групи – внутрішні та зовнішні.

До внутрішніх чинників впливу відносять [20]:

- Якість обслуговування на підприємствах готельного господарства;
- Інфраструктурні фактори (місткість засобів розміщування, туристичних баз, кількість структурних підрозділів сфери сервісу, кількість суб’єктів туристичної діяльності);
- Впровадження інновацій тощо.

До зовнішніх чинників можна віднести [20]:

- Економічні фактори (співвідношення показників доходності та витрат);
- Політико-правові фактори, що пов’язані з політичною стабільністю в країні, наявністю активних бойових дій на її території;
- Міжнародні, соціокультурні та демографічні фактори.

До найбільш недавніх глобальних зовнішніх чинників можна віднести пандемію коронавірусу Covid-19, яка стала потужним ударом для готельної індустрії України та світу. Різке зменшення кількості прибуттів через закриті кордони, обмежене пересування регіонами країни та скасоване авіасполучення змусили готельєрів всього світу адаптуватися до нової реальності та впроваджувати антикризові заходи, аби втримати свій бізнес на плаву. За даними Державної служби статистики [держстат], українські туроператори та турагенти обслуговували 607 231 особу у 2019 році, тоді як у 2020 – усього 234 576 осіб.

У березні 2020 року ColliersInternationalразом з VertexHotelGroup провели опитування готельєрів, за результатами якого було визначено, що 47% опитаних представників 5-зіркових готелів вдавалися до таких антикризових заходів, як:

- Виведення з експлуатації номерного фонду;
- Зменшення маркетингових бюджетів;
- Переведення співробітників у відпустку за власний рахунок тощо.

Найбільш часто готельєри задля зменшення фінансових збитків відправляли своїх співробітників у відпустку, як оплачувану так і за власний рахунок. Майже 30% опитаних скоротили від 50 до 150 співробітників, 45% відзначали, що скоротять до 10 робочих місць. Більше половини (61%) представників готелів з номерним фондом до 50 номерів планували скоротити до 10 робочих місць, ще 30% респондентів відзначали скорочення від 10 до 50 співробітників [33]. Проте, деякі готелі вдавалися і до більш креативних способів вирішення проблеми фінансування – надавали послуги з самоізоляції у готельному номері, або надавали кімнати для того, аби люди могли у спокої та комфорті працювати дистанційно [29].

За ініціативою Асоціації готелів і курортів України (UHRA), було проведено опитування, в якому взяли участь 122 готелі з номерним фондом в середньому 72 номери. 93% опитаних підтвердили загальний спад рівня виручки своїх готелів, в 21% готелів валова виручка скоротилася на 25-40%, в третині готелів - на 40-60%, в 30% готелів наступні скорочення склали більше 60%, тільки 4% готелів показали зростання річної виручки, а в 3% вона залишилася на тому ж рівні. В той же час, 66% оптимізували свої витрати, скоротивши штат, 2/3 скоротили ціни на свої послуги, 63% опитаних вдосконалили свій продукт і сервіси (ремонт, репозиціонування, оновлення стандартів роботи і умов з постачальниками, зміна комплектації і т.д.), 1/3 респондентів впровадили цифрові і маркетингові інструменти, 27% ввели альтернативні послуги (коворкінг, здача номерів під офіси і т.п.), 7% вирішили перепрофілювати частину приміщень, наприклад, для оренди під гральні заклади.

Катастрофічним для великої кількості готелів стало те, що в Україні, на відміну від багатьох інших країн, урядом не було надано оперативної, своєчасної фінансової підтримки галузі готельного господарства.

Враховуючи обсяг витрат та істотно меншу виручку, деяким підприємствам довелося зовсім припинити свою діяльність та вийти з ринку, особливо тим, в яких була висока частка іноземних туристів. За прогнозами експертів, для відновлення галузі до рівня хоча б 2019 року потрібно буде щонайменше 5 років [27, с. 3].

Дослідивши основні тренди та тенденції готельної індустрії в умовах карантинних обмежень, нами було виділено основні з них [6]:

- Безпека та гігієна;
- Безконтактні платежі;
- Голосовий пошук та управління голосом;
- Роботизація підприємств;
- Тури готелями за допомогою віртуальної реальності;
- Чат-боти;
- Реєстрація в готелі за допомогою мобільного телефону тощо.

На готельну індустрію нашої держави дуже суттєво вплинуло повномасштабне вторгнення Росії на територію України 24 лютого 2022 року. З самого початку активних бойових дій українські готелі слугують так званим «хабом» для вимушених переселенців та осіб, евакуйованих з найгарячіших точок країни. На своїх кухнях підприємства готують гарячі обіди для захисників України, представників Територіальної Оборони та волонтерів, які в такий непростий час допомагають постраждалим від війни особам. Також готелі надають свої приміщення під зберігання гуманітарної допомоги та медикаментів від Червоного Хреста [7].

Асоціацією готелів та курортів України (UHRA) за підтримки Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) та Міністерства культури України було зніційовано акцію «VisitUkraineIntheFuture», метою якої є підтримка вітчизняної індустрії гостинності, яка несе дуже значні втрати з початку збройної агресії РФ та, не дивлячись на це, слугує надійним тилом для наших захисників та жертв війни.

Небайдужі люди з усіх куточків світу, які виявили бажання підтримати економіку та сферу гостинності України, можуть здійснити так зване «благодійне бронювання» номерів в українських готелях на будь-які дати впродовж 2022 року. Представники індустрії гостинності відмічають, що вони будуть надзвичайно раді зустрічати гостей одразу після перемоги України.

За даними провайдера фінансової інформації - агентства Bloomberg—станом на 5 березня 2022 року через сервіс бронювання житла Airbnb було отримано резервів майже 61 тисячі ночей сумарно на 2 мільйони доларів США від людей, які не збираються проживати у заброньованих кімнатах, а таким чином хочуть фінансово підтримати українців, що постраждали від війни [1].

У час війни, готелі часто переформатовують під потреби сьогодення. Їх використовують як в'язниці, місця для переговорів, робочий простір для представників медіа або як тимчасове місце проживання біженців.

На території України готелі найчастіше використовують в якості місця базування кореспондентів та інших представників ЗМІ та як місця розміщення біженців. В Україні значна кількість кореспондентів була на місці за кількатижнів до початку російського вторгнення. Відтоді їхня кількість зросла. Більшість, хоча далеко не всі, базувалися у Львові, Києві чи Дніпрі, і готелі там слугували важливими базами. У Києві Radisson Blu, Hyatt, Premier Palace, Kozatskiy, Senator, Хрещатик, Intercontinental та багато інших невеликих готелів згодом були використані як бази для журналістів, де вони

можуть надсилати прямі репортажі за допомогою портативних систем мовлення «Aviwest», «Dejero Live» або «Live U», які використовують українську інфраструктуру 4G, яка складається з шести мобільних мереж. Менша кількість використовує портативну супутникову систему «Inmarsat BGAN», хоча вона більш схильна до перешкод з боку військових. Деякі кореспонденти не супроводжуються оператором і замість цього використовують свої мобільні телефони, щоб знімати, редагувати або транслювати [2].

Звичайно, готелі є частиною журналістської інфраструктури лише тоді, коли їх послуги потрібні. У міру того, як просування росіян повільно зміщується на захід, повітряні альянси, такі як на Яворівський міжнародний центр підтримки миру поблизу польського кордону, а також оточення таможливих облог Києва, змушують багатьох журналістів та організації, у яких вони працюють, переміщуватися у більш спокійні регіони України.

РОЗДІЛ 3

РЕГІОНАЛЬНІ ВІДМІННОСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

3.1 Характеристика регіонального ринку готельних послуг

Велика кількість регіонів України має готельне господарство за один із пріоритетних напрямів розвитку. Готельний бізнес стимулює розвиток регіону у економічно-соціальному аспекті, підвищує його конкурентну спроможність, створює позитивний імідж у очах туристів та гостей регіону, забезпечує місцеве населення робочими місцями та ін. Все, що описано вище, стає можливим лише за

плідної співпраці стейкхолдерів сфери готельного бізнесу в регіону та створення продуманого та виваженого плану дій.

Хоча кількість підприємств готельного господарства в Україні є відносно невеликою, можна простежити динаміку зростання їх кількості у 2015-2019 рр. Це пов'язано з тим, що зростає інтерес до нашої країни, а відповідно – кількість прибуттів іноземних та внутрішніх туристів.

Аналізуючи розвиток готельного господарства України, можна зробити висновки, що їхня кількість дуже мала порівняно з країнами Європи та сусідніми країнами. За даними Державної служби статистики[14], у 2019 році Україна налічувала 5335 колективних засобів розміщування в той час як сусідня Румунія, наприклад, мала понад 3,5 тис. готелів, хоча за площею наша країна є найбільшою в Європі. Також цікавим є те, що у структурі готельного господарства європейських країн переважають готелі сімейного типу та мотелі, а лише 15-25% від усіх підприємств є великими готелями. В той же час, в Україні близько 70% усіх лішко-місць зосереджені у великих готелях, а типові для Європи мотелі та кемпінги у нас дуже мало поширені [28].

Розглядаючи наявні статистичні дані, можна визначити регіони, що є лідерами за кількістю готельних підприємств та місць у них:

Таблиця 3.1

Кількість колективних засобів розміщення за регіонами України станом на 2019 р. (складено за даними [14])

	Усього	Готелі та аналогічні засоби розміщування	Інші засоби розміщування
Україна	1626	792	834
Вінницька	21	16	5
Волинська	61	13	48
Дніпропетровська	106	59	47

Донецька	88	17	71
Житомирська	19	17	2
Закарпатська	59	49	10
Запорізька	133	17	116
Івано-Франківська	64	44	20
Київська	96	59	37
Кіровоградська	37	16	21
Луганська	11	6	5
Львівська	130	106	24
Миколаївська	103	22	81
Одеська	187	72	115
Полтавська	44	30	14
Рівненська	18	15	3
Сумська	21	11	10
Тернопільська	15	11	4
Харківська	73	38	35
Херсонська	88	17	71
Хмельницька	31	24	7
Черкаська	55	24	31
Чернівецька	13	9	4
Чернігівська	24	14	10
м. Київ	129	86	43

*Дані про КЗР на території Луганської та Донецької областей складені з урахуванням тимчасової окупації цих територій

За даними, наведеними вище, можна зробити висновок, що до регіонів-лідерів за кількістю колективних засобів розміщування відносяться Одеська, Львівська, Запорізька, Миколаївська області та м. Київ. В той же час, до регіонів-аутсайдерів відносяться Луганська, Чернівецька, Тернопільська та Рівненська області.

Готельного господарства регіону має свою специфіку та формується і розвивається під впливом факторів, в тому числі й геополітичних.

До таких факторів віднесемо:

- регіональні фактори функціонування готельного господарства;
- еколого-географічні фактори (сезонність тощо);
- спеціалізація готельного господарства в регіоні (курортно-санаторна, ділова, спортивна тощо);
- соціальна спрямованість готельного господарства в регіоні;
- рівень якості готельних послуг та безпеки в регіоні;
- наявність та розвиненість туристичної інфраструктури;
- кваліфікація персоналу готельного господарства;
- асортимент готельних послуг в регіоні;
- комплексність регіональних туристичних продуктів тощо.

Важливою складовою розвитку готельної індустрії є збільшення кількості іноземних туристів, що використовують засоби розміщення. До 2020 р. можна було спостерігати поступове збільшення туристичного потоку з-за кордону, але через пандемію та військові дії на території країни це зростання призупинилося.

Завдяки закриттю кордонів та обмеженням на виїзд збільшилася кількість внутрішніх туристів, що в основному обирали сімейний відпочинок та поєднання ділового та рекреаційного видів туризму.

У перспективних для розвитку регіонах – багатих на природні та культурно-історичні ресурси – можна спостерігати зміщення фокусу на створення та розвиток туристичної інфраструктури та рекреаційного господарства країни. До таких регіонів можна віднести Одеську, Миколаївську, Запорізьку та Херсонську області, що мають виходи до моря та сприятливі умови для пляжно-купального та оздоровчого відпочинку. Щодо регіонів заходу України, можна виділити Поліський та Карпатський рекреаційні регіони.

Розподіл підприємств, що надають послуги тимчасового розміщення по регіонах нерівномірний (рис. 3.1):

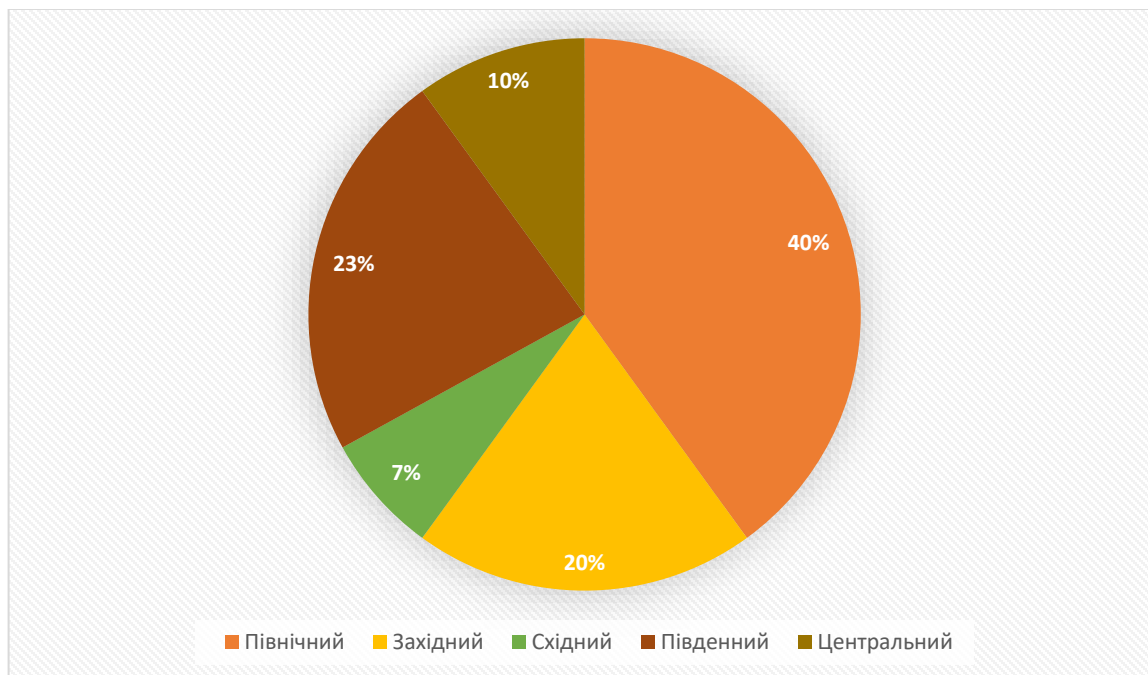


Рис. 3.1 Розподіл колективних засобів розміщення по регіонах України (побудовано за [14, 19])

Розподіл областей України за регіонами за географічним розташуванням продемонстровано у додатку А.

Аналізуючи наведені вище дані, можна зробити висновок, що розподіл колективних засобів розміщення за регіонами нерівномірний і залежить від багатьох чинників, до яких насамперед відносяться: природно-кліматичні умови, наявність туристичних атракцій, культурно-історичні ресурси, рівень розвиненості транспортної інфраструктури та економіко-географічне розташування.

Далі наведена аналітика за основними регіонами України.

Центральний регіон

Розподіл засобів тимчасового розміщення у регіоні пропорціональний за винятком Кіровоградської області (рис. 3.2). У Дніпропетровській області переважну більшість складають готелі – 50%, бізнес-готелі – 27,3%, 4 мотелі та 11 хостелів. Стан готельної індустрії Центрального регіону в цілому

характеризується середнім станом матеріально-технічної бази, малою часткою готелів високої категорії та категорії «Люкс».

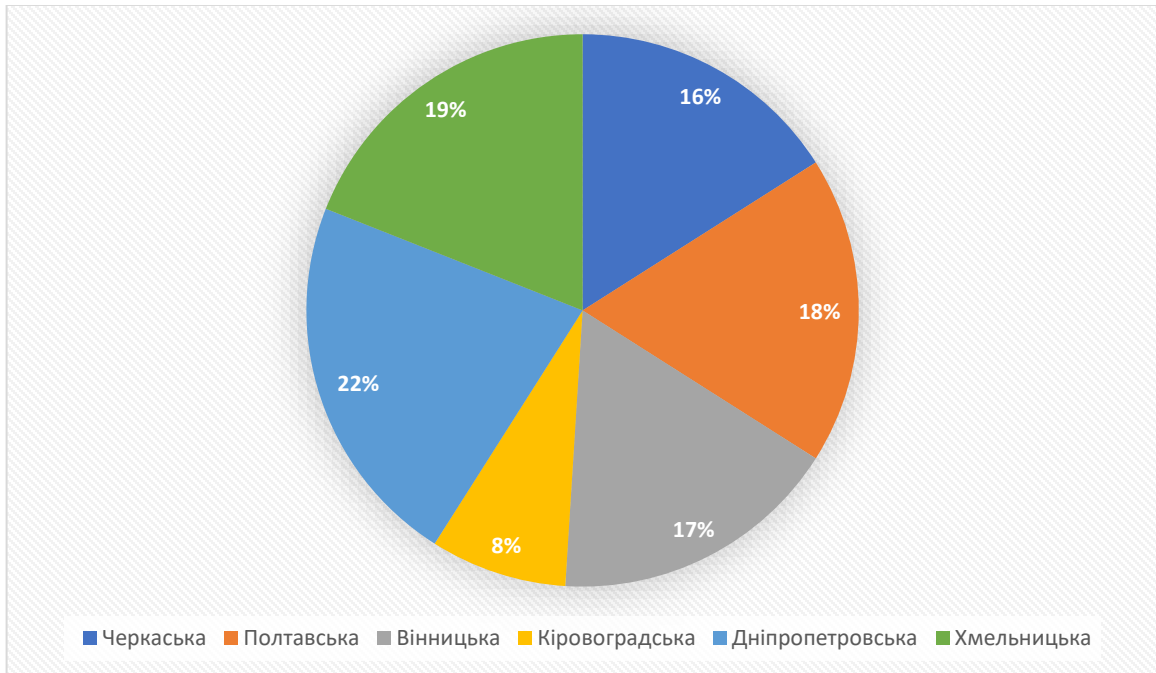


Рис. 3.2 Розподіл готельних підприємств за областями у Центральному регіоні (побудовано за [19])

Північний регіон

Серед областей північного регіону перше місце займає Київська область за рахунок самого м. Києва (рис. 3.3). Основною метою подорожей до Києва виділяють діловий туризм, в той час як поїздки культурно-пізнавального характеру мають місце значно рідше.

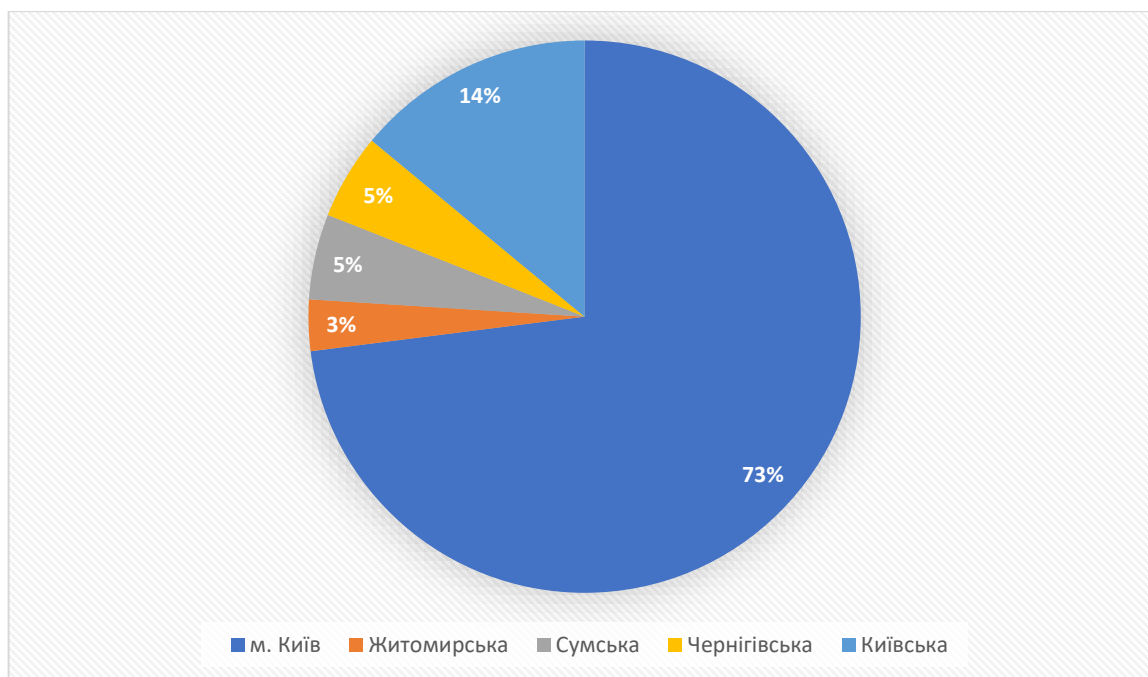


Рис. 3.3 Розподіл готельних підприємств за областями у Північному регіоні (побудовано за [19])

Західний регіон

Західний регіон включає у себе найбільшу кількість областей. Розподіл засобів розміщування у ньому також є нерівномірним (рис. 3.4).

За даними Державної служби статистики, інших офіційних джерел та інтернет-ресурсів, лідером з прийому гостей є Львівська область. На неї припадає в середньому 2/3 відвідувань Західного регіону.

Тернопільська область багата історико-культурними ресурсами, а також лікувально-оздоровчими. Незважаючи на це, на даний момент туристична інфраструктура досі розвивається. Ця область найбільш пристосована до таких видів туризму як культурно-пізнавальний, спелеотуризм, гірський, екстремальний, лікувально-оздоровчий та зелений. Також є передумови для релігійного туризму (с. Онішковці, чудодійне джерело Святої Ганни).

Більшість готелів даного регіону розміщуються у великих містах, в той час як аналогічні засоби розміщення більш поширені за містом.

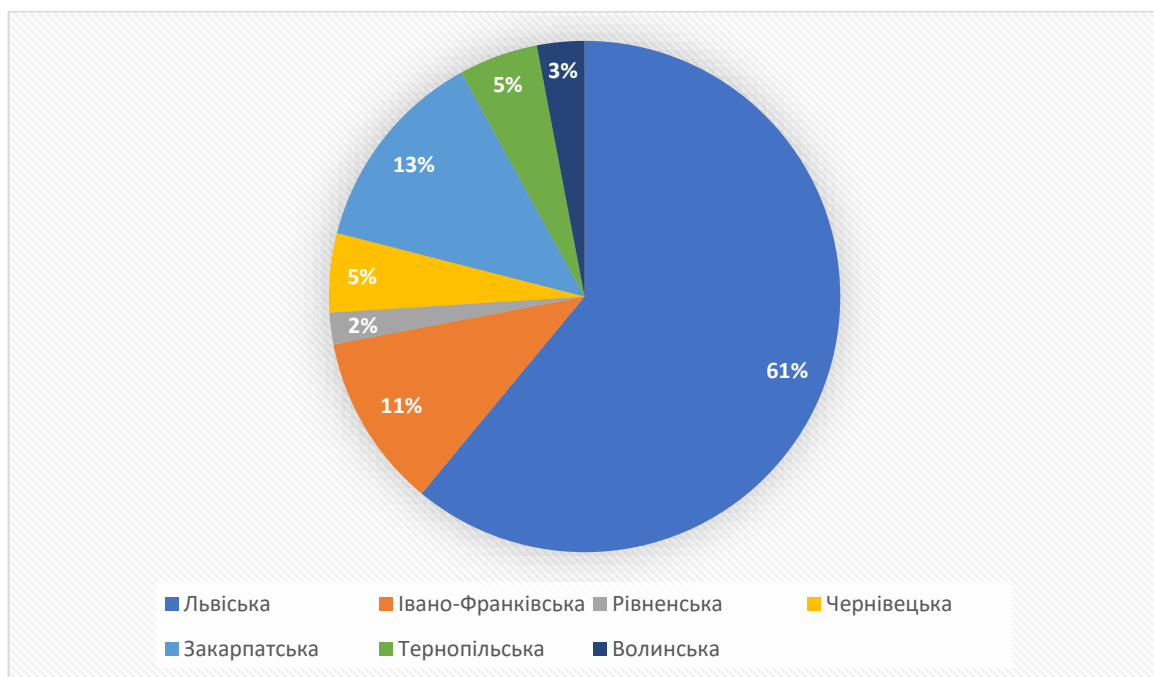


Рис. 3.4 Розподіл готельних підприємств за областями у Західному регіоні (побудовано за [19])

Південний регіон

Південний регіон вирізняється серед інших тим, що він має досить добру матеріально-технічну базу, оскільки є традиційно курортним. Розподіл засобів розміщення, як і в інших регіонах, є нерівномірним (рис. 3.5).

Одеська область має потужну санаторно-курортну базу, однак поїздки з метою лікування та оздоровлення на даний момент стають все рідшими, адже в раніші роки оздоровлення в основному фінансувалося профспілками та державою. Купівельна спроможність населення через численні кризи знизилася, відповідно і попит на дані послуги сильно впав. Найбільш активно функціонують підприємства у курортних містах, таких як Білгород-Дністровський та Затока.

Миколаївська область часто характеризується туристичними сайтами як варіант для сімейного відпочинку та «готелі без зірок». Найбільш популярними є такі напрямки, як м. Коблево та подібні.

Херсонська область має природну перевагу – вихід до одразу двох морів, Азовського та Чорного, однак туризм тут слабо розвинений через фокус лише на пляжно-купальний відпочинок, сезон якого є досить коротким.

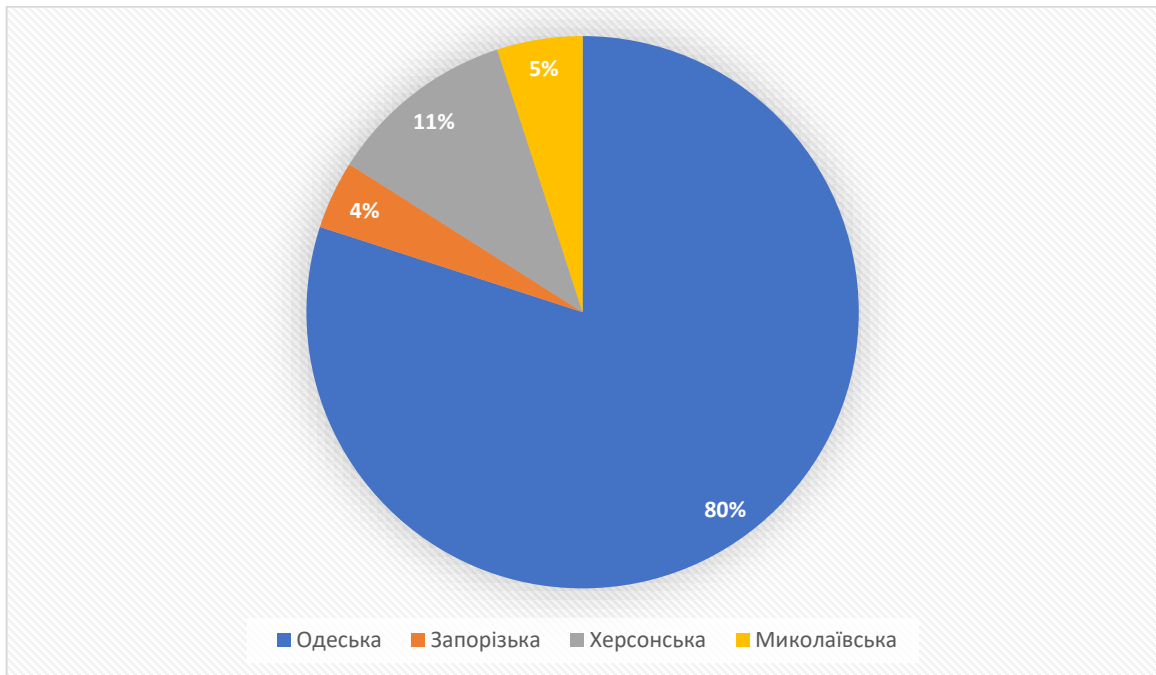


Рис. 3.5 Розподіл готельних підприємств у Південному регіоні (побудовано за [19])

Східний регіон

Наразі доцільно розглядати лише Харківську область, адже велика частина даного регіону знаходиться у тимчасовій окупації з 2014 р.

Більшість готельних підприємств Харківської області розташовані у самому місті Харків. Туди подорожують в основному з діловими цілями, також незначна частка поїздок з культурно-пізнавальною ціллю.

Також до недавніх подій на території країни, Маріуполь був одним із місць для пляжно-купального та культурно-пізнавального туризму.

Частка готелів у структурі розміщення Харківської області складає лише 13%, тоді як апартаменти – аж 60%.

3.2 Обмеження та слабкі сторони розвитку готельного бізнесу у регіонах України

Через вплив зовнішніх та внутрішніх чинників простежується скорочення готельного фонду та ліжко-місць у готелях України. Для подальшого аналізу можна розглянути статистичні дані розвитку індустрії розміщення та визначити індекси приросту (додаток Б).

Також важливим буде простежити динаміку кількості місць у готельних господарствах за регіонами України (рис. 3.6).

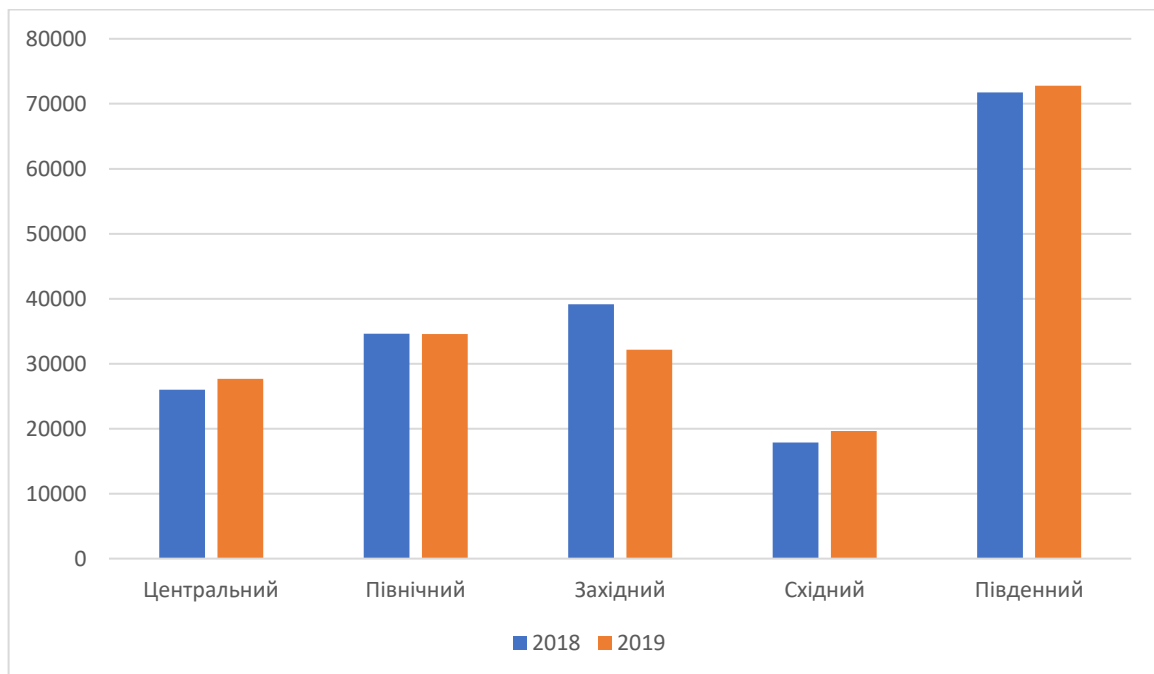


Рис. 3.6 Динаміка кількості місць у готельних господарствах за регіонами (побудовано за [14, 19])

Порівняно з 2018 роком, у 2019 зменшилась кількість місць у Херсонській області та м. Київ. Тим не менш, у Запорізькій, Київській, Одеській, Дніпропетровській, Закарпатській та Вінницькій областях кількість місць

збільшилась. У інших областях ситуація з кількістю ліжко-місць залишається майже без змін.

Також зменшилась кількість підприємств готельного господарства на території Луганської та Донецької областей, що знаходяться на лінії розмежування з тимчасово окупованими територіями. Будь-яка інформація щодо стану готельної індустрії на тимчасово окупованих територіях Луганської, Донецької областей та АР Крим відсутня з 2014 р [37].

Усі області України страждають від недостатнього розвитку маркетингових стратегій для приваблення туристів. Також дуже обмежена або, в деяких випадках, взагалі відсутня інформація про різноманітні види послуг, що надає індустрія гостинності.

Одним із доказів недостатнього використання промоції та маркетингу є те, що основні туристичні сайти володіють інформацією лише про половину наявних підприємств готельного господарства. На міжнародному сервісі бронювань житла Booking.com є інформація лише по половині підприємств, що зазначені у відомостях Державної служби статистики [19].

В усіх областях Західного регіону, не включаючи Львівську, слабо розвинена туристична інфраструктура, стан матеріально-технічного забезпечення бажає кращого, обмежена кількість та різноманітність додаткових послуг.

У Північному регіоні значного розвитку у плані готельної індустрії отримало лише м. Київ та Київська, які є в основному центрами ділового туризму. Незважаючи на те, що регіон дуже багатий культурно-історичними ресурсами та рекреаційним потенціалом, розвиток цього напрямку дуже повільний.

Проблемою Південного регіону здебільшого є мала тривалість туристичного сезону, яка складає в середньому 3,5 місяці. Регіон в основному фокусується на пляжно-купальному туризмі, хоча має усі передумови для розвитку інших видів туризму.

У Центральному регіоні недостатньо розвинена матеріально-технічна база, відсутні маркетингові стратегії для популяризації регіону та послуги не вирізняються різноманітністю.

3.3 Шляхи підвищення ефективності розвитку готельного господарства України

Для покращення стану готельного господарства в усіх регіонах України має впроваджуватися широкий спектр заходів, які залежать як від влади та держави, так і від власників готельних господарств [11].

До основних з них можна віднести:

- Збільшення асортименту послуг та якості їх надання;
- Розвиток сучасних систем зв'язку та автоматизація (в т.ч. розвиток більшого спектру онлайн-послуг);
- Збільшення обсягу інвестицій;
- Законодавча та державна підтримка підприємств готельної індустрії тощо.

Для усіх регіонів України є загальною тенденцією визначення необхідності впровадження інновацій та ефективних взаємовідносин між органами влади та державного самоврядування, турагентствами, туроператорами та готельними підприємствами задля колективного стимулювання розвитку регіональних інфраструктур, що має бути реалізовано через залучення різноманітних джерел фінансування [31].

Перспективною тенденцією розвитку індустрії гостинності України є орієнтація на екологічність. Міжнародна організація еко-сертифікації GreenKey видає сертифікати екологічності 14 українським підприємствам розміщення [5]. Для того, аби отримати такий сертифікат, підприємство має

відповідати ряду вимог щодо екологічності. Еко-сертифікат підвищує престижність закладу в очах відвідувачів, тому що показує відповідальне ставлення до навколишнього середовища, а отже і суспільства в цілому.

На табл. 3.2 наведено засоби розміщення України, що отримали еко-сертифікат GreenKey:

Таблиця 3.2

Засоби розміщення України, що отримали еко-сертифікат
GreenKey(складено за даними [5])

Місто	Підприємство готельного господарства
Київ	Radisson Blu Hotel, Maison Blanche, Maison Blanche (Mytnitsa), Rus Accord Hotel, Баккара Арт-готель
Львів	ReikartzDworzecLviv, ReikartzMedievaleLviv, Дністер Прем'єр Готель
Миколаїв	ReikartzРівер Миколаїв
Запоріжжя	Reikartz Запоріжжя
Дніпро	Reikartz Дніпро
Харків	Reikartz Харків

Проаналізувавши таблицю, можна побачити, що більшість еко-сертифікованих готелів належить українській мережі REIKARTZHOTELGROUP, з чого можна зробити висновок, що ця мережа впроваджує сучасні підходи до ведення бізнесу. Екологізація готельної індустрії швидко набуває поширення у світі, все більше готелів обирають для інтер'єрів екологічно безпечні матеріали, впроваджують zero-wastetехнології, екологічно чисті продукти та напої тощо. Внаслідок цього готелі стають більш конкурентноспроможними та привабливими для гостей.

Також, зважаючи на те, що більшу частину у структурі готельного господарства країни займають саме великі готелі, доцільним буде створення регіональних мереж закладів розміщення по типу хостелів, що будуть надавати свої послуги за низькими цінами, тим самим приваблюючи молодих туристів та так званих «бекпекерів» (від англ. Backpack – наплічник), які подорожують з мінімумом речей, обмеженим бюджетом та шукають найпростішого засобу розміщення. Світовий досвід показує, що незважаючи на низьку ціну послуг, такий вид розміщення є популярним та може приносити значний прибуток [34-35].

Іншим перспективним шляхом розвитку може стати об'єднання малих готелів на природі, включаючи сімейні готелі та пансіонати. Головним завданням такого об'єднання має стати формування нового іміджу відпочинку для природі та гідна його презентація на світовому ринку туристичних послуг.

Можливості для розвитку готельного господарства регіонів можуть незначуще відрізнятися в залежності від ресурсів окремо взятого регіону, але до універсальних можна віднести:

- Завоювання нових ринків шляхом розвитку новітніх видів туризму;
- Запровадження системи франчайзингу;
- Запозичення іноземного досвіду управління сферою гостинності та залучення інвестицій;
- Розвиток національної мережі готельних підприємств тощо.

До основних перспектив розвитку індустрії гостинності належать оновлення та покращення законодавчої та нормативно-правової бази щодо підприємств готельного господарства, створення державних програм заохочення інвестицій у готельний бізнес, створення робочих місць з метою формування прибуткової галузі регіону, розробка та затвердження регіональних та місцевих програм розвитку готельного господарства, створення таких видів засобів розміщення як

хостели та мотелі, спрощена система оподаткування на час перших років функціонування.

Також доцільною буде підтримка, реконструкція та відновлення існуючих об'єктів з метою підвищення їхнього рівня до міжнародних стандартів.

Загальний розвиток туризму в регіонах напряду впливатиме на заповнюваність номерів у готелях, а отже на прибуток для галузі та можливості для її подальшого розвитку.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи все сказане вище, можна сказати, що Україна рухається до того, аби зробити готельне господарство одним з найприбутковіших секторів економіки. У роботі було зазначено, що наразі у світі існує безліч видів підприємств розміщення, деякі з яких також розповсюджені і на території України, як-от великі готелі, хостели, сімейні готелі, мотелі тощо.

З боку законодавчих засад регулювання готельного господарства в Україні було пройдено чималий шлях, запроваджено та використовується багато державних стандартів та вимог до готелів, хоча цього, на жаль, недостатньо для досягнення вітчизняними готелями міжнародних стандартів. Також досі не існує закону, який би регулював та визначав саме готельне господарство як суб'єкт підприємницької діяльності, що також дещо гальмує процес розвитку.

Провівши аналіз сучасного готельного господарства України можна дійти висновку, що, хоча Україна має перспективи для успішного функціонування готельної індустрії, на цьому шляху є низка проблем, таких як застаріла матеріально-технічна база, недостатня кваліфікація персоналу та невідповідність вітчизняних готельних підприємств міжнародним стандартам. Також важливим чинником, що впливає на стан готельного господарства є соціально-політична обстановка в країні та такі зовнішні чинники як пандемія Covid-19 та повномасштабний військовий конфлікт, що наносять колосальні збитки підприємствам сфери розміщування, змушуючи їх скорочувати чисельність персоналу, підлаштовуватися під нові реалії чи зовсім закривати заклади.

Варто зазначити, що розвиток готельного господарства по регіонах України є досить нерівномірним, на що впливають такі чинники, як наявність та розвиненість туристичної інфраструктури, рівень якості надаваних готельних послуг, безпека у регіоні, спеціалізація готельної сфери в регіоні тощо. За кількістю колективних засобів розміщування лідерами є м. Київ, Одеська,

Львівська та Миколаївська області, що закономірно, адже Київ – центр ділового туризму в Україні, Одеська та Миколаївська області мають вихід до моря та лікувально-оздоровчі ресурси, а Львівська область є популярним історико-культурним центром. В той же час Чернівецька, Тернопільська та Рівненська області мають найменшу кількість колективних засобів розміщування, недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури та малий асортимент готельних послуг.

Шляхами підвищення ефективності розвитку туристичного господарства можуть бути збільшення асортименту послуг, залучення інвестицій, орієнтація на сучасні тенденції (наприклад екологічність), розвиток національної мережі готельних підприємств та оновлення вже наявних готелів.

РЕЗЮМЕ

Тема кваліфікаційної роботи: «Регіональні особливості розвитку готельного господарства в Україні». Метою даної роботи визначено вивчення регіональних відмінностей функціонування готельної сфери в Україні.

Об'єктом дослідження виступає готельне господарство України.

Предметом дослідження виступають регіональні відмінності розвитку готельної сфери в Україні.

Для досягнення заданої мети автором визначено ряд завдань:

- розглянути теоретичні засади дослідження готельного господарства України;
- проаналізувати сучасний стан готельного господарства України;
- виявити вплив зовнішніх чинників на готельне господарство України;
- охарактеризувати регіональний ринок готельних послуг;
- описати шляхи підвищення ефективності розвитку готельного бізнесу в Україні.

Методами дослідження для досягнення мети виступають методи групування і статистичного аналізу та порівняльний метод.

В ході роботи було досліджено теоретичні аспекти готельного господарства України, наведено типізацію підприємств готельного господарства та розглянуто державне регулювання готельного бізнесу в Україні. Проаналізовано сучасний стан розвитку готельного господарства України, його особливості та досліджено вплив зовнішніх чинників на готельне господарство України. Було охарактеризовано стан регіонального ринку готельних послуг, його обмеження та слабкі сторони. Також було запропоновано шляхи підвищення ефективності розвитку готельного господарства в Україні.

RESUME

Theme of qualification work: "Regional features of hotel development in Ukraine".
The purpose of this work is to study the regional differences in the functioning of the hotel industry in Ukraine.

The object of the study is the hotel industry of Ukraine.

The subject of the study are regional differences in the development of the hotel industry in Ukraine.

To achieve this goal, the author has identified a number of tasks:

- consider the theoretical foundations of the study of the hotel industry of Ukraine;
- analyze the current state of the hotel industry in Ukraine;
- identify the impact of external factors on the hotel industry of Ukraine;
- describe the regional market of hotel services;
- describe ways to increase the efficiency of hotel business development in Ukraine.

Research methods to achieve the goal are methods of grouping and statistical analysis and comparative method.

In the course of the work the theoretical aspects of the hotel industry of Ukraine were researched, the typification of hotel enterprises was given and the state regulation of the hotel business in Ukraine was considered. The current state of development of the hotel industry of Ukraine, its features and the influence of external factors on the hotel industry of Ukraine are analyzed. The state of the regional hotel services market, its limitations and weaknesses were described. Ways to increase the efficiency of hotel development in Ukraine were also suggested.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Donate Ukraine – help us to win. URL: <https://uhra.com.ua/en/2022/03/14/action-to-support-hospitality-entities-ofukraine2/> (Last accessed: 22.03.2022).
2. In Ukraine, war means new war hotels. URL: <https://www.aljazeera.com/features/2022/3/16/in-ukraine-war-means-new-war-hotels> (Last accessed: 30.03.2022).
3. Innovation in hotel products and services. URL: https://www.nreionline.com/alternative-properties/hotelgreen/housekeeping/innovation_hotel_products (дата звернення: 25.03.2022).
4. Mohn T. Travel Boom: Young Tourists Spent \$217 Billion Last Year, More Growth Than Any Other Group. URL: <https://www.forbes.com/sites/tanyamohn/2013/10/07/the-new-young-travelerboom/#7ee5d7cc4ff1> (Last accessed: 30.04.2022).
5. TheGreenKeyorganization. URL: <http://www.greenkey.global> (Last accessed: 25.03.2022).
6. The latest Trends in the hospitality industry. URL: <https://www.revfine.com/hospitality-trends/#general-and-covid-trends> (Last accessed: 12.03.2022).
7. Ukrainian hotels located in war zones ask the world for support and launch the action Visit Ukraine in the Future. URL: <https://visitukraine.today/blog/214/ukrainian-hotels-located-in-war-zones-ask-the-world-for-support-and-launch-the-action-visit-ukraine-in-the-future> (Last accessed: 22.04.2022).
8. Байлік С. І., Писаревський І. М. Організація готельного господарства: підручник. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 329 с.
9. Балахонова О. В., Дячук Т. М., Заїкіна М. В. Бухгалтерський облік готельних послуг. *Матеріали міжнародної науково-практичної*

- конференції*. Київ, (Київ, 18-19 листопада 2011 р.): Київський економічний науковий центр, 2011. Ч. II. С. 49–51.
10. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: підручник. Київ: КНТЭУ, 2006. 448 с.
11. Бунтова Н. В. Стратегія орієнтири розвитку готельного бізнесу в Україні. *Ефективна економіка*. 2013. Вип. 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.Ua/?n=12&y=2013> (дата звернення: 25.04.2022).
12. Васильчук В. М. Передумови виникнення і розвиток туризму. Сучасні тенденції та напрями інноваційного розвитку індустрії туризму/ за заг. ред. В. В. Ципко. Київ: НТУ, 2020. 232 с.
13. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація готельного господарства: Навч. посібник. Київ: ФОП Гуляєва В. М., 2019. 204 с.
14. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.11.2019).
15. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2003. 8 с.
16. ДСТУ 4268:2009. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2003. 8 с.
17. ДСТУ 4527:2006. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2006. 10 с.
18. Зінь Е.А. Регіональна економіка: підручник. Київ: Професіонал, 2014. 528 с.
19. Кондратенко Н. О., Оболенцева Л. В. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку готельного бізнесу в регіонах України: проблеми економіки. Харків, 2019. С. 72–80.
20. Лупич О. О. Формування конкурентоспроможного готельного господарства регіону: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Ужгород: 2017. 285 с.

21. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. Посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
22. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2-вид. перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
23. Мархонос С. М., Турло Н. П. Туристична сфера як фактор підвищення інвестиційної привабливості регіону. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2012. Вип. 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_30 (дата звернення: 15.04.2022).
24. Мельник А. О., Сідлецька, К. В. Зарубіжний досвід розвитку готельного господарства та особливості його застосування в Україні. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2008_4_2/94.pdf
25. Морозова О. С., Морозов О. В. Індустрія гостинності: перспективи її розвитку в Україні. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Вип. 2(19). С. 50 – 52.
26. Незвещук-Когут Т. С. Готельна послуга як вид туристичного продукту. *Індустрія гостинності в країнах Європи: матеріали III міжнародної науково-практичної. (м. Сімферополь, 4–6 .01 2009 р.)*. Сімферополь: ВіТроПринт, 2009, С .92–94.
27. Ніколайчук О. А. Тренди розвитку вітчизняної індустрії гостинності в умовах COVID-19. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2021. Вип. 13. С. 108–114.
28. Офіційний сайт ГО «Асоціація готелів та курортів України» (UHRA). URL: <https://ring.org.ua/edr/uk/company/43851744> (дата звернення: 27.04.2022).

29. Пандемія COVID-19 та її наслідки в сфері туризму в Україні: дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRDCOVID19-Report-UKR.pdf> (дата звернення: 15.04.2022).
30. Паук О. Є. Інноваційні напрямки розвитку готельного господарства України: екологізація засобів розміщення. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 26.2. URL: https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2016/26_2/5.pdf (дата звернення: 25.03.2022).
31. Подлепіна П. О. Функціонування готельного господарства України в контексті сучасних тенденцій розвитку економіки. *Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку*: матеріали I Міжнар. наук. практ. конф. Черкаси: Брама-Україна. 2012. С. 370–374.
32. Постова В. В., Лук'янець А. В. Особливості формування та підтримка іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Підприємництво та інновації*. 2020. Вип. 14. С. 63–67.
33. Ринок готелів в Україні після карантину. URL: <https://100realty.ua/uk/articles/rinok-goteliv-v-ukraini-pisla-karantinu-rinok-tilki-rosinae-vidnovluvatisa> (дата звернення: 25.04.2022).
34. Рябев А. А. Аналіз стану готельного господарства регіонів України. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2021. Вип. 27. С. 1–17.
35. Рябев А. А. Готельні та хостельні мережі: дослідження поживного попиту. *Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. 2016. Вип. 2(13). С. 94–101.
36. Свида І. В. Регіональні механізми розвитку готельного бізнесу в умовах ринкової економіки (на матеріалах Закарпатської області): автореф. дис... канд. ек. наук: 08.00.05/ Ужгородський національний університет. Ужгород, 2008. 24 с.

37. Стан та перспектив розвитку туристичного готельно-ресторанного бізнесу: колективна монографія / за заг. ред.: Чепурди Г. М. Черкаси: ЧДТУ, 2019. 157 с.
38. Стан індустрії гостинності в Україні під час пандемії. URL: <https://www.ukrinform.ru/rubric-tourism/3174594-gostinichnyj-biznes-v-ukraine-pones-sereznye-ubytki-izza-pandemii-otelery.html> (дата звернення: 25.04.2022).
39. Ткаченко А. М., Лелі Ю. Г. Проблеми та перспективи розвитку готельного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та управління підприємствами*. 2016. Вип. 12. URL: http://bses.in.ua/journals/2016/12-1_2016/39.pdf (дата звернення: 25.04.2022).
40. Ціхановська В. М., Ковальчук С. Я. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 7. С. 86–89.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Таблиця А.1

Розподіл областей України за регіонами за географічним розташуванням

(складено за даними [])

Назва регіону та віднесених до нього територій				
Центральний	Північний	Західний	Південний	Східний
Вінницька	Житомирська	Волинська	Запорізька	Харківська
Дніпропетровська	Київська	Закарпатська	Миколаївська	--
Кіровоградська	м. Київ	Івано- Франківська	Одеська	--
Полтавська	Сумська	Львівська	Херсонська	Донецька
Хмельницька	Чернігівська	Рівненська	--	Луганська
Черкаська	--	Тернопільська	--	--
--	--	Чернівецька	--	--

ДОДАТОК Б

Динаміка розвитку готельного господарства в регіонах України за 2018–2019 роки

Регіон	Кількість готельних господарств			Кількість місць		
	2018	2019	Індекс приросту	2018	2019	Індекс приросту
Вінницька	22	21	-1	1895	1869	-26
Волинська	72	61	-11	3684	3309	-375
Дніпропетровська	93	106	13	11826	13070	1244
Донецька	78	88	10	9505	10884	1379
Житомирська	17	19	2	995	1615	620
Закарпатська	54	59	5	3748	4672	924
Запорізька	123	133	10	16102	17938	1836
Івано-Франківська	67	64	-3	6229	5912	-317
Київська	86	96	10	9489	10184	695
Кіровоградська	30	37	7	2114	2377	263
Луганська	9	11	2	869	952	83
Львівська	129	130	1	13191	13188	-3
Миколаївська	102	103	1	12620	12081	-539
Одеська	177	187	10	23427	26151	2724
Полтавська	43	44	1	3363	3453	90
Рівненська	17	18	1	1557	1588	31
Сумська обл.	21	21	0	1532	1424	-108
Тернопільська	14	15	1	1267	1392	125
Харківська	67	73	6	7511	7824	313
Херсонська.	107	88	-19	19581	16594	-2987
Хмельницька	33	31	-2	2823	2606	-217
Черкаська	54	55	1	3978	4308	330
Чернівецька	11	13	2	1325	2108	783
Чернігівська	25	24	-1	1949	1722	-227
м. Київ	140	129	-11	20662	19619	-1043
Усього	1591	1626	35	181242	186840	5598

Рис. Б.1 Динаміка розвитку готельного господарства в регіонах України за 2018–2019 роки [24]