**Міністерство освіти і науки України**

**Ніжинський державний університет імені М. Гоголя**

**Природничо – географічний факультет**

Кафедра географії

Освітньо – професійна програма:

Географія рекреації та туризму

Спеціальність: 103Науки про Землю

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня: магістр

**ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС У СТРУКТУРІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ**

Буняк Євгеній Сергійович

**Науковий керівник:**

канд. геогр. наук, доцент

Філоненко І. М.

**Рецензент**: канд. геогр. наук, доцент

Шовкун Т. М.

**Рецензент:** канд. економ. наук, доцент

Завідувач кафедри туризму

ЧНТУ Зеленська О.О.

Допущено до захисту

**Завідувач кафедри**

канд. геогр. наук, доцент

\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_

(підпис) (дата) (В.В. Остапчук)

Ніжин – 2019

**ЗМІСТ**

**Вступ** 4

**РОЗДІЛ І.ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ**

**ВИВЧЕННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ** 8

1.1. Поняття готельно-ресторанного бізнесу, його сутність та структура 8

1.2. Роль і місце готельно-ресторанного бізнесу в туристичній індустрії 16

1.3.Особливості типізації та класифікації готельно-ресторанних закладів 19

1.4. Методика дослідження функціонування

готельно-ресторанного бізнесу 32

Висновки до розділу І 35

**РОЗДІЛ ІІ. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ДИНАМІКА**

**РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ** 38

2.1 Динаміка розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні 38

2.2 Основні типи готельно-ресторанних закладів в Україні та

їх територіальне поширення 44

Висновки до розділу ІІ 49

**РОЗДІЛ ІІІ. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ** 50

3.1. проблеми готельно-ресторанного бізнесу в Україні 50

3.2. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні 55

Висновки до розділу ІІІ 62

**ВИСНОВКИ** 63

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**  67

**ДОДАТКИ** 71

**Анотація**

Магістерська робота присвячена дослідженню місця готельно-ресторанного бізнесу у структурі туристичної індустрії світу та України. У роботі обґрунтовані теоретичні, методичні, організаційні аспекти функціонування готельно-ресторанного бізнесу, розглянуті стратегічні напрямки розвитку готельного бізнесу в Україні, виявлені недоліки та визначені перспективи.

*Ключові слова:* готельно-ресторанний бізнес, індустрія туризму, послуга, типологія та класифікація, проблеми і перспективи розвитку, інвестиційна привабливість, стратегія розвитку.

**The Summary**

Master's degree work is devoted to topical issues of developing of the place of hotel and restaurant business in the structure of tourism industry of the world and Ukraine. The purpose of the research is to substantiate the theoretical, methodological and organizational aspects of the hotel and restaurant business.

*Keywords*: hotel and restaurant business, tourism industry, service, typology and classification, development problems and prospects, investment attractiveness, development strategy.

**Вступ**

Готельно-ресторанний бізнес є однією з основних складових туристичної галузі нашої держави. Розвиток внутрішнього та міжнародного туризму значною мірою пов'язаний з рівнем матеріально-технічної бази туристичних підприємств, розгалуженістю та різноманітністю їх мережі, якістю та обсягом послуг, пропонованих готельним господарством.

Для сучасного світового готельного господарства притаманна значна кількість підприємств, що пропонують клієнтам згідно з попитом широкий обсяг готельного сервісу.

Готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів - забезпечують їх житлом і побутовими послугами під час подорожі.Спостерігається збільшення інвестицій у готельний бізнес, як основної складової інфраструктури туризму.

У теперішній час готельне господарство у всьому світі стало на індустріальну основу і являє собою галузь економіки, яка забезпечує значні валютні надходження за рахунок розвитку іноземного туризму. Готельно-ресторанні послуги займають величезну нішу в індустрії туризму, і саме вони безпосередньо впливають за сукупну якість туристичних послуг.

Україна, володіючи численними історичними та культурними цінностями, унікальними рекреаційними ресурсами, зможе досягти значного економічного ефекту в туристичному бізнесі. Особливе місце в інфраструктурі займають підприємства готельного та ресторанного господарства тому, що сприяють задоволенню таких важливих потреб туристів як проживання та харчування. На даному етапі Україна ще тільки розвивається, але досить швидко. І в майбутньому зможе досягти значних висот в галузі готельного господарства.

Готельне господарство – важливий сектор у структурі туризму, що, в свою чергу, є одним із перспективних напрямків зовнішньоекономічної діяльності країни і її регіонів. Відомо, що на частку туристичного бізнесу припадає 7 % загальносвітового експорту товарів і послуг, що в абсолютному вираженні поступається тільки прибуткам від експорту нафти, нафтопродуктів і автомобілебудування. Розвиток регіонального готельного бізнесу буде сприяти створенню спеціальних малих і середніх підприємств, а також активізації і стимулюванню роботи цілої мережі галузей економіки: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, транспорту та зв’язку, формуванню сучасної кадрової політики в регіоні та поетапному виходу регіонального туристичного та готельного бізнесу як на загальнодержавний, так і на світовий рівень туристичних і готельних послуг.

Готельно-ресторанна сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки, у ХХІ ст. стає одним з провідних напрямів економічного і соціального розвитку України. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування цієї галузі на ринок держави є сучасна туристична інфраструктура. Сьогодні туризм формує економіку багатьох держав, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності, тому вивчення питань, що стосуються основних напрямків розвитку готельно-ресторанного бізнесу є цікавим і актуальним.

Існує значна кількість публікацій, які відображають цілу низку аспектів розвитку готельного господарства, де, як правило, розглядаються теоретичні, методологічні та методичні підходи до дослідження розвитку готельної сфери України та положень ефективності регіонального туризму до дослідження розвитку готельної сфери України.

Теоретичною основою дослідження стали положення і концепції, представлені в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів. Вивченню проблем розвитку готельно-ресторанного господарства приділена велика увага вітчизняних науковців, зокрема: О. Борисової, О. Головко, Г. Круль, М. Мальської, І. Мініч, Л. Нечаюк, Н. П’ятницької, О. Шаповалової. У даних роботах розглядаються питання, що стосуються організації та розвиткуготельно-ресторанного господарства, проводиться аналіз чинників, що впливають на ринок готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

Отже, політика розвитку готельного господарства набуває масштабності, її мета – створення конкурентного готельного продукту, що дасть змогу забезпечити пропозицію широкого спектра послуг, збільшити обсяги в’їзного та внутрішнього туризму, зростання бюджетних надходжень. Ця тенденція поширюється на всі готельні підприємства незалежно від організаційно-правової форми власності та відомчого підпорядкування. Удосконалення сучасної інфраструктури туризму визнано одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки на державному та муніципальному рівнях.

*Об'єктом дослідженн*я є готельно-ресторанний бізнес, як важлива складова туристичної індустрії.

*Предметом дослідження* є роль і місце підприємств готельного бізнесу в економіці України.

У першому розділі дипломної роботи розглядаються поняття готельно-ресторанного бізнесу, його сутність, структура та роль і місце в туристичній індустрії. Висвітлюються методики дослідження функціонування ресторанного бізнесу.

У другому розділі проводиться аналіз динаміки розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні та основних типів готельно-ресторанних закладів в Україні, їх територіальне поширення.

У практичній частині подаються проблеми та перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

*Методи дослідження:*

Дослідження проводилося на основі системно-функціональногопідходу та наукових методів: аналізу і синтезу, історико-логічного методу, методів статистичного аналізу.

*Наукова новизна:* досліджено і проаналізовано розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

*Апробація результатів роботи:* результати дослідження доповідались на ІV Всеукраїнській конференції молодих науковців «Сучасні проблеми природничих наук».

*Публікація:* опублікована одна стаття «Роль готельно-ресторанного господарства в туристичній індустрії» у збірці матеріалів ІV Всеукраїнської конференції молодих науковців «Сучасні проблеми природничих наук».

Магістерська робота складається зі: вступу, трьох розділів, що включають 8 підрозділів, висновків, списку використаних джерел із 37 найменувань і 5 додатків. У тексті магістерської роботи міститься 7 таблиці 8 рисунків. Загальний обсяг роботи 76 сторінок.

**РОЗДІЛ І.ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

* 1. **. Поняття готельно-ресторанного бізнесу, його сутність та структура**

Готельний та ресторанний бізнес якскладова сфери послуг пов'язаний з комерційною діяльністю підприємств, щоспеціалізуються на послугах розміщення та харчування. Обслуговування готелями являє собою пропозицію з надання послуг для туристів під час подорожі.Готельно-ресторанний бізнес має вагомий впливнарозвиткок туризму.

Туристичні послуги віднесені до соціально-культурних послуг і будуються на принципах сучасної гостинності та якісного надання послуг.

Тому є актуальним і важливим перегляд теоретичних основ щодо діяльності підприємствготельно-ресторанного сервісу. Науковцірозглядають передові організаційно-управлінські технологіїз метою їх ефективного функціонування у сучасних умовахгосподарювання.

Готельно-ресторанний бізнес - складова туристичної сфери, що задовольняє туристичні потреби населення: розміщення, харчування, транспортного й екскурсійного обслуговування та іншого сервісу. Основою для розвитку готельно-ресторанного бізнесу є матеріальна база у вигляді перш за все готелів та ресторанів.

Готель - це організаційно-правова форма підприємства яка надає послуги з тимчасового проживання з обовязковим обслуговуванням та яка може складатися з шести номерів і більше тощо.

У широкому розумінні готель – це будинок з мебльованими кімнатами для короткочасного проживання.

Згідно з Правилами користування готелями та надання готельних послуг в Україні - «готель призначений для тимчасового проживання громадян терміном до 45 діб, незалежно від місця постійного проживання і прописки» [1].

Готелімають класи і категорії. Відповідають вони різноманітності і кількості пропонованих послуг, рівню сервісу щодо стандартів країни. Можуть мати єдине керівництво – мережа готелів. Отже готельне підприємство надає споживачам, що знаходяться поза домом, комплекс послуг, найважливішими серед яких є послуги розміщення, а також харчування[2].

Всесвітня туристська організація визначає:«готелі− це колективні засоби розміщення, які складаються з певної кількості номерів, мають єдине керівництво, надають певні послуги (заправлення постелі, прибирання номера й санвузла), згруповані у класи й категорії відповідно до надаваних послуг і наявного устаткування» [4].

За Класифікацією видів економічної діяльності– готелі - це«установи для тимчасового проживання громадян».

У Правилах користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг готельвизначається як «підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, складається з номерів, надає готельні послуги, які не обмежуються щоденним заправлянням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів» [7].

Готелі в більш широкому значенні відносяться до категорії засобів розміщення, спеціальних, приватних та інших. Відмінністьміж готелями та аналогічними засобами проживання полягає в обсязі надаваних послуг: готелі надають більш широкий (повний) спектр послуг.

Отже, готель – це комерційне підприємство, яке пропонує споживачам комплекс послуг із розміщення, харчування та інших додаткових послуг. Всі вони забезпечують комфортне тимчасове перебування людини поза домомГотельний сервіс складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу відповідно до категорії готелю.[23].

Також використовуються аналогічні до готелів засоби розміщення – організаційно-правова форма підприємства, що пропонують обмежену кільність послуг, серед яких повне прибирання номеру[24].

На початку розвитку готельної справи, "готельне господарство" визначали як комерційна господарська діяльністьіз розміщення клієнтів. Зрозвитком туристичної сфери - зріс попит на туристичні послуги.Готелі прагнулизбільшити комплексність обслуговування.Тому перебування клієнтів покращувалосяпослугами харчуванням та додатковими послугами. Тому було визначено поняття "готельно-ресторанний заклад", щовключає в себе проживання, харчування, транспортні та інші супутні додаткові послуги.

На думку О.М. Головко – «підприємства готельно-ресторанного господарства - заклади визначеної категорії, які забезпечують організацію розміщення та харчування за межами місця постійного проживання споживачів послуг»[15].

Н. М. Гоблик-Маркович зазначає, що «ринок готельно-ресторанних послуг являється синтетичною категорією за допомогою якої визначаються різноманітні за змістом і параметрами явища» [28]. Це можна пояснити тим, що учасники економічного життя є самостійними, які діють в рамках комерційної співпраці.

Підприємства готельно-ресторанного бізнесу здійснюють комерційну фінансово-господарську діяльність зі створення та реалізації послуг проживання та супутнього сервісу.

Результатомдіяльностіпідприємствготельно-ресторанного бізнесу є надання особливого виду послуг.

Готельно-ресторанна послуга - це господарська дія закладу, що несе на меті задовольнити вимоги клієнта під час розміщення та проживання. Особливості готельних послуг наведені на рисунку 1.1.

**Рис. 1.1. Особливості готельних послуг [20]**

Виділяють такі етапи надання основної послуги:

- інформування про наявний комплекс послуг;

- бронювання місць;

- реалізація послуг (проживання, харчування тощо);

- надання транспортних послуг;

- обслуговування під час перебування в готелі. [21]

Готельно-рестораннийсервісмістить основні та додаткові послуги, які надаються споживачу під час розміщенні та проживання.

До додаткових послуг належать послуги, які споживач замовляє та сплачує додатково до основних (табл. 1.1).

**Таблиця 1.1**

**Додаткові послуги готельно-ресторанного бізнесу [12]**

|  |  |
| --- | --- |
| **Назва послуги** | **Характеристика** |
| Інформаційна | Інформування про послуги, пропоновані готелем, транспортне обслуговування, пропозиції щодо придбання товарів, сувенірів тощо, наявність історико-культурних пам'яток і культурно-просвітницькихустанов |
| Комунально-побутова | Прання, чищення, прасуванняодягу, ремонт взуття, годинників, валіз, спортивногоінвентарютощо |
| Посередницька | Резервування місць у культурно-розважальних установах, замовлення театральних квитків, резервування номерів вінших місцях перебування тощо |
| Автотранспортна | Гараж, стоянка, автомийка, дрібний ремонт транспортних засобів |
| Торговельна | Продаж товарів, видань ЗМІ, сувенірівтощо |
| Інші | Прокат спортивного, пляжного інвентарю, комп'ю­терного обладнання, автомобілів, розмножу­валь­ної техніки, зберігання кореспонденції, цінних речей, тощо. |

Організація діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства - це процес організації робіт і надання послуг в готельно-ресторанномугосподарстві, що передбачає процес створення певної структури підприємствата дає можливість співробітникам ефективно працювати для досягненняпоставленої мети.

Підприємства готельно-ресторанної сфери можуть мати різніорганізаційно-правові форми. Вибір певної організаційно-правові форми готельно-ресторанного підприємства залежить від цілей власника підприємства, способу формування стартового капіталу, методів виробничо-господарської діяльності підприємства, організаційної форми та методів управління підприємством, законодавчої та нормативно-технічної бази, форми власності майна, форми організації виробництва і т.д.

Організаційна структура будь-якого підприємства відображаєсистему управлінських зв'язків та їх елементів, їх взаємозв'язку[12] . У рамках організаційної структури підприємств готельно-ресторанної сфери виділяються дві основні складові: структура управління та виробнича структура. Найбільшого поширення серед організаційних структур управління підприємств готельно-ресторанного бізнесу набули такі, як лінійна, функціональна та лінійно-функціональна.

Виробнича структура визначається ще на першому етапі проектування і є формою організації виробничого процесу підприємства. Вона визначається розміром готелю, його особливостями, місцем розташування, сезонністю роботи та іншими факторами та відображає характер розподілупраці між окремими ділянками та їхні кооперовані зв'язки в процесі виробництва.

Одним з вагомих питань ефективного функціонування підприємств готельно-ресторанної сфери є наявність ресурсної бази як матеріально-технічної, так і фінансової. Матеріально-технічна база підприємства складається з усіх засобів і предметів праціу процесі створення та реалізаціїпослуг[19].

Матеріально-технічна база підприємства є основним факторомякісного обслуговування споживачів. Джерелами фінансування готельно-ресторанного бізнесу на сьогоднішній день виступають в основному власніресурси підприємств. Якщо власних ресурсів бракує, то підприємства готельно-ресторанного бізнесу можуть вдатися до державного фінансування, якщо є такаможливість, чи кредитування.

Готельна індустрія являє собою сукупність організацій, що пов'язаногодіяльністюу готельному бізнесі. Серед них:підприємства розміщення, харчування, транспортних послуг, екскурсійні чи туристичні організації, учбові заклади готельно-господарського направлення, підприємства з виробництва готельно-господарських товарів та ін. [19].

Готельний бізнес як індустрія обслуговують туристів. Туроператори з усіх пропозицій послуг формують пакет готельних продуктів, що має цінність вищу, аніж окремий готельний продукт.

Кількість туроператорів по регіонах України за період 2012-2018рр наведено в Додатку Д.

Сегмент готельної індустрії споживається ізольовано в місці їхнього створення. Проте туроператори вплинули отримання готельним продуктом мануфактурного характеру[5].

Готельним підприємствам характерні сезонність, циклічність, розміщення біля ресурсів, високі вимоги до інфраструктури, інформаційних мереж [9].

Готельний бізнес має індустріальний характер. Він сприяє розвитку національної економіки, адже у зв'язку збільшення популярності господарства зростають надходження до державного бюджету; підвищується зайнятість населення та рівень життя; сприяє розвиткуінших галузей, що торкаються готельно-господарських продуктів, розвивається соціальнаі виробнича інфраструктура[9].

Зовнішні фактори, які впливають на діяльність готельно-ресторанний бізнесу, поділяютьна непрямої та прямої дії.

Фактори непрямої дії маютьопосередкований вплив на діяльність організації за рахунок певних механізмів чи відносин. До них відносять: технологічні, економічні, політико-правові, соціально-культурні, міжнародніта природні (рис. 1.2).

**Рис. 1.2. Фактори непрямої дії [5]**

На фактори непрямої дії підприємство не має впливу, тому може тільки пристосовуватися до обставин або намагатися ухилятися від них[5].

**Рис. 1.3. Фактори прямоїдії [5].**

Фактори прямої дії безпосередньо впливають на діяльність підприємства - споживачі послуг, конкуренти, представники суміжних галузей, постачальники та контактні аудиторії.

Важливо приділити увагу розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні, оскільки ця галузь може поліпшити соціально-економічну ситуацію в країні.

* 1. **. Роль і місце готельно-ресторанного бізнесу в туристичній індустрії**

Основна складова туристичної індустрії – це готельне господарство.Саме підприємства цієї сфери формують і пропонують споживачам комплексний готельний продукт та обслуговують туристів. А інші сектори індустрії туризмустворюють і просувають його далі.

На рівень туристичного сервісу впливають якість проживання та супутнє обслуговування. Формування туристичної інфраструктури в першу чергу залежить від матеріальної бази, призначеної для розміщення туристів.Готельна індустрія приносить значні грошові надходження, у тому числі валютні та має перспективний характер.

Як окремий вид туристичного продукту можна розглядати трансфер, тимчасове розміщення та додаткові послуги туристичного сервісу.

Готельно-ресторанний бізнес містить величезний комплекс послуг. Вінвизначає перспективи розвитку туристичної галузі. Сьогодні міжнародний туризм продовжує неухильно зростати. Так, у 2017 р. у туристичному секторі світової економіки створено 10,4% глобального ВВП (8 272,3 млрд. дол. США), зайнятість населення планети у цій сфері становить 9,9%, або 313,0 млн. робочих місць[37].

У світовому експорті частка туризму становить 7,4% і посідає третє місце після нафти і нафтопродуктів (перше місце із часткою 8,9%) та автомобільної промисловості (друге місце із часткою 7,7%)[37] .

Позитивна динаміка туристичної галузі дає можливість прогнозувати збільшення її питомої ваги в обсязі світового експорту найближчим часом. Це спонукає підприємства готельно-ресторанного бізнесу розробляти нові стратегії та впроваджувати їх, використовуючи сучасні інноваційні технології, які передбачають ефективне управління інформаційними ресурсами в умовах глобалізації світового господарства. Саме тому готельно-ресторанний бізнес за останнє десятиліття зазнав суттєвих змін, основними тенденцiямийoгорoзвиткустaли: утвoренняланцюгiв, поглиблення спеціалізації закладiв, розвитoкмережi малих підприємств, увeдення комп’ютерних технологій, орієнтацiя на екологічність тощо [9].

Туризм є актуальним явищем для всього світу. Його особливість зумовлює різноманітність супроводжуючих послуг. В умовах глобалізації інтеграційні процеси піднесли туризм з погляду економіки на якісно новий рівень. Для деякихкраїнця сфера стала однією з найважливіших у економіці. А взаємозв'язок туризму з багатьма суспільно-економічними ланками показуює у значимість її розвитку.

Розвиток туристичної галузі забезпечується потужноюматеріально-технічною базою: готелі, заклади харчування, бази відпочинку. Це дає змогупідтримувати зацікавленість закордонних клієнтів.

Зростання туризму, підвищення життєвого рівня і конкуренція туристської пропозиції впливають на збільшення різноманітності готельного сервісу. На сьогодні міжнародні готельні мережі поширилися практично у всіх країнах світу.

Не є винятком і Україна. Ефективне функціонування готельного господарства сприяє розвитку туристичної індустрії країни та окремих її регіонів. Функціонування національних і міжнародних мереж готельних послуг сприяє створенню конкурентного середовища та підвищенню якості готельних послуг.

Індустрія туризму - комплекс суб'єктів туристичного сервісу (готелі, туристичні комплекси, пансіонати, ресторани, транспортні підприємства, заклади культури, спорту, освіти), які забезпечують всі ланки обслуговування туристичного продукту[16].

Зі збільшенням загальної кількості туристів досягла високого розвитку інфраструктура туризму.

Готелі прагнутьзайняти провідне місце та розширити свій бізнес. Томувідбувається загострення конкурентної боротьби в індустрії гостинності [16].

Готельні підприємства виконують головну функцію у сфері туристичного сервісу - забезпечують туристів житлом і побутовими послугами.Під визначеннями "готельна справа", "готельний бізнес", "готельна індустрія" мають на увазікомерційну діяльність спеціалізованих підприємств, що забезпечують туристів побутовими послугами, необхідними умовами для розміщення та харчування[30].

Сучасний стан туризму у світі зумовлює необхідність розвитку готельної справи. Готельний бізнес в багатьох країнах є важливою складовою національного прибутку. Він виконує функцію створення робочих місць, є джерелом соціально-побутового обслуговування мешканців.

Готельна індустрія в багатьох країнах світу займає важливе місце, а в деяких - першочергове. «Попит на подорожі та туризм визначається ринковими механізмами й екзогенними факторами, що включають демографічні та соціальні зміни, економічні та правові досягнення, розвиток торгівлі, транспортної інфраструктури, інформаційних технологій і підвищення безпеки подорожей» - Нечаюк Л.І. [30].

За прогнозом Всесвітньої туристської організації (ВТО) до 2020 р. кількість міжнародних туристичних поїздок зросте майже в три рази і досягне 1,6 млрд. При цьому доходи від готельно-туристичних послуг будуть збільшуватися випереджувальними темпами і можуть підвищитися у 2020 р. до 2 трлн дол. [4].

Гостинність - якісна ознака діяльності у сфері туризму. Її трактують яксистему зі створення комфортного перебування поза місцем постійного проживання. Дана система включає розміщення, харчування та додаткові послуги, що надаються туристу під час подорожі.

Ожнією зкраїн, що вважають готельний бізнес найважливішою галуззю національного господарства є Іспанія. Доходи від готельного бізнесу країни покривають витрати на купівлю енергії[4].

Чинному законодавствінашої країниготельно-ресторанне підприємство є нечітко вираженим, так само як і його належність до сфери туристичних послуг та відомчого підпорядкування [30]. Є потреба у розробці законо­давчих актів, які передбачатимуть інвестування у готельно-ресторанний підприємництво. Це стимулюватиме розвиток туризму в Україні.

Туристична галузь – сукупність підприємств, що створюють комплексну туристичну послугу, продуктта організовують його споживання - надають послуги гостинності.Підприємства готельно-ресторанного сервісу- складова індустрії туризму (послуг). Результатїх діяльності - послуги гостинності.

**1.3. Особливості типології та класифікації готельно-ресторанних закладів**

Сучасномуготельному господарствухарактернавелика кількість підприємств, якінадають клієнтам широкий обсяг готельного сервісу. Збільшення попиту та його різноманітність спричинило виникнення нових послуг та форм обслуговуванняна ринку сфери гостинності. У зв'язку з цим класифікація типів і характеристикустанов з послугами розміщеннядосить умовна.

Оскільки основні та додаткові послуги в готельному підприємстві сприймаються клієнтами єдиним цілим, то було сформованотипи готельнихустанов.

«Типологія важлива як фаховий принцип для керівників у дослідженні особливостей діяльності готельних підприємств, управління кожним типом підприємства, вивченні вибору клієнтами готелів, менеджменту служб готелів у плануванні витрат їхнього функціонування й визначенні оптимального рівня комфорту під час відпочинку, лікування, виконання професійних обов'язків клієнтами» - Маначинська Ю.А[20].

В Україні порядок встановлення категорій готелям визначається Кабінетом Міністрів України.

Всесвітя туристична організація (ВТО)засоби розміщення поділяє наколективні та приватні. До колективнихвідносятьготелі й аналогічні засоби розміщення, комерційні та соціальні, спеціалізовані засоби розміщення.

Інші

Засоби розміщення туристів і подорожуючих

Колективні засоби розміщення

Приватні

Готелі й аналогічні засоби

Комерційні та соціальні

Спеціалізовані

Готелі

Мотелі

Пансіонати

Клуби з номерами

Гостьові будинки

Інші

Туристичні бази

Молодіжні готелі

Туристичні готелі

Будинки відпочинку

Кемпінги

Бунгало

Санаторії

Лікувальні готелі

Табори праці

Притулки

Ротелі

Флотелі

Орендовані кімнати

Приватне житло

Розміщення у родичів

Гуртожитки

Інші

Ботелі

Інші

Розміщення у знайомих

**Рис. 1.4. Типологія засобів розміщення [20].**

Відповідно до Правил користування готелями та аналогічними засобами розміщення і пропозиції готельних послуг, затверджених Наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 р. № 19, до готелів і аналогічних закладів розміщення відносять майнові комплекси, які мають 7 та більше номерів, підпорядковані єдиному керівництву й згруповані в категорії згідно з переліком пропонованих послуг, і мають необхідне обладнання.

Сертифікаційна або інша палата видає сертифікат визначення класифікації установи. Клас готелю різниться наявними додатковими послугами. Це можуть бути ресторан, бібліотека, спортзали, спа та інше[21].

«Класифікація готелів визначається за комфортом,місткістюта призначенням. На основі аналізу існуючих міжнародних класифікацій запропоновано нову класифікацію готельних комплексів, що диференціює їх номенклатуру за «форматом» категорії: «пансіон», «гостинний двір», «мотелі», «молодіжний готель», «ресторан-клуб готель», «міські» та «бізнес-готелі», «курортні», «рекреаційні, курортно-лікувальні», «котеджі», «апартамент-готелі», «парк-готелі», «палац-готелі»[21].

Також готелі розрізняють:

* за якістю будівництва й оздоблення будівлі, архітектурою,
* за наявністю місць загального користування, ресторанів, барів, кафе, побутових служб,
* за кваліфікацією персоналу,
* за рівнем сервісу.

Диференціація проводиться з урахуванням факторів, що впливають на якість та рівень задоволення потреб споживачів. Відповідно установи вищого класу пропонуютьвисококласні багатокімнатні номери разом ізбагатьма різноманітними послугами (ресторани, бібліотеки, спортзали, паркінги, бари, спа та ін.) та встановлюють відповідну ціну за свої послуги.

Відомо близько 30-ти різних систем класифікації готелів. Наприклад: система зірок, система балів,система букв (A, B, C, D),система «корон» або «ключів».

Найбільш відома нам французькап'ятизіркова система. Проте вимоги до цієї класифікації в різних країнах різняится. Найбільш правильноювважається класифікація, що запропонувала асоціація британських турагентств - "BritishTravelAuthority" (BTA):

* бюджетні (\*) -мають мінімум зручностей;
* туристичного класу (\*\*) -мають ресторан і бар;
* середнього класу (\*\*\*) -досить високий рівень обслуговування;
* першого класу (\*\*\*\*) - дуже висока якість проживання і відмінний рівень обслуговування;
* вищої категорії (\*\*\*\*\*) -рівень обслуговування й проживання екстракласу.

Система балів (індійська система) класифікації готелівподіляє готелі на 5 категорій:

* 1 зірка - 100 балів,
* 2 зірки - 150 балів і т. д.[20].

Часто фасаді готелів зображені не зірки, а корони. Щоб зрозуміти категорію готелю за зірковою, необхідно від загальної кількості корон відняти одну. У Великій Британії в системі використовується класифікація готелів за «коронами», «ключами», «сонцями», «алмазами» та ін. Наприклад, лондонський готель "RoyalNorfolkHotel" є тризірковий або чотирикоронний.

У Греції використовується система букв (A, B, D, C). Так, готелі категорії "А" відповідають чотиризірковому рівню, "В" – тризірковому, "С" – двозірковому.

1. Категорія "А" (\*\*\*\*) - найвищий рівень обслуговування.

2. Категорія "В" (\*\*\*) - знаходяться в курортній зоні.

3.Категорія "С" (\*\*) - маютьмінімальний набір послуг, і розташовуються вони не на узбережжі.

4. Категорія "Д" - засоби з невисокими вимогами розміщення – це апартаменти (невелики квартирки в невеликих будиночках).

Готелям вищого класу присуджують так звану категорію "deluxe". Але, незважаючи на дану класифікацію, підприємства з розміщення туристів у Греції, що хоч і мають однакову категорію, але можуть значно відрізняютися один від одного.

Мотель –додатковий засіб розміщення у вигляді маленького готелю, відмінністю якого є, щовхід у номер здійснюється з вулиці.

Майже завждиу мотеліввідсутня багатоповерховість, додаткових послуг мало або ж взагалі немає.Мають низьку вартість проживання. Мотелі зручнідлятуристів що здійснюють подорож на своїх авто.У таких закладах відсутня довга реєстраційнаформальність.Прямий доступ з вулиці до кімнати також є перевагою для людей з обмеженими можливостями. Проте у таких закладах низький рівень безпеки та мінімальний рівень обслуговування.

Комерційні й соціальні засоби розміщення - це комерційні підприємстванесуть соціальнумету і часто субсидуються (гуртожитки для молоді, туристичні гуртожитки, будинки відпочинку для осіб похилого віку, готелі для робітників, студентські та школярські гуртожитки тощо). Такі підприємстваможуть бути безприбутковими, мають мінімальний перелік готельних послуг, місцем розміщення може бути окрема кімната або колективна.

Також вони виконують займаються лікуванням, оздоровленням, профілактикою, соціальноюпідтримкою, забезпечують житлом під час певної трудової діяльності. Поряд з основними послугами пропонуються додаткові - харчування, відпочинок, спортивні послуги.Оздоровчі спеціалізовані заклади- санаторії, будинки реабілітації, та інші.

установи, що надають послугирозміщення під час певної трудової діяльності або поєднання трудової діяльності з відпочинком. Наприклад, табори праці й відпочинку -сільськогосподарські, археологічні, екологічні, гірські притулки, дитячі табори та ін.

Спеціалізовані громадські транспортні засоби- це засоби розміщення із спальними місцем. Вони належать до колективного громадського транспортута сплачується разом. Це потяги, судна, яхти.

Приватні засоби розміщення - це приватне житло. У такому засобі розміщення за платню або безоплатно надають обмежену кількість місць. Туристи використовують їх протягомпевного терміну з метою відпочинку або як додаткове житло. Це можуть бути орендовані кімнати у сімейних квартирах, будинках, а також квартири, особняки, будинки, котеджі.Їх здають в оренду як повністю обладнані житлові приміщення на умовах тимчасової домовленості. До неосновного приватного житла належать засоби розміщення - квартири, особняки, котеджі й інші. Ними користуються туристи - члени родини власника -під час мандрівки. Серед інших категорій індивідуального житла, які використовують туристи, - безоплатне житло, а також житло, що неповністю відповідає категорії індивідуального й складається з наметів на неорганізованих майданчиках, суднах, стоянках.

Під час класифікації сучасних готельних підприємств враховують такі ознаки як розташування; місткість номерного фонду; рівень цін; режим роботи; мета перебування клієнтів; надання послуг харчування; форма власності; архітектурно-планувальні особливості[21].

Відповідно до розташування готелі класифікація готелів визначає категорії: розташовані в місті (у центрі міста;в міській зоні, близькій до центру; на околицях міста), курортних центрах (морських узбережжях, бальнеологічних, спортивно-оздоровчих об'єктах та ін.), сільській місцевості, на транспортних засобах (класифікуються відповідно до виду транспортного засобу та способу його пересування: аероготель, флотель, ротель, ботель тощо).

За кількістю постійних спальних місць або номерів здійснюють класифікацію готелів і визначають національними стандартами в кожній державі. Наприклад, у США заклади до 100 місць визначають як малі, 100-500 місць - середні, понад 500 - великими; в Австрії та Швейцарії готелі до 100 місць - малі, 100-200 - середні, понад 200 місць - великі.

В Україні, відповідно до офіційної класифікації готелів за місткістю, до 150 місць (не більше 100 номерів) - малі, 150-400 місць (до 300 номерів) -середні, понад 400 місць (300 номерів) - великі. Світовий готельний номерний фонд переважно зосереджений у середніх і малих готелях[21].

Кількість місць (ліжок) у колективних засобах розміщування за регіонами України за 2012-2018рр наведено у Додатку В.

За показником рівня цін за основні платні послуги готелі поділяють на:

* бюджетні (25-35 доларів США),
* економічні (35-55дол.),
* середні (55-95дол.),
* апарт-готелі(65-125дол),
* першокласні (95-195дол),
* фешенебельні (125-425дол.) [21].

З урахуванням режиму роботи готелі поділяються на засоби розміщення постійного і тимчасового (сезонного - влітку, взимку) обслуговування туристів.

За метою перебування клієнтів готелі поділяють на: заклади для ділових зустрічей, ділового перебування (загального типу, конференц-готелі, відомчі, та ін.); для відпочинку (туристичні, курортні, мотелі, кемпінги тощо); для транзитних клієнтів (готелі при важливих транспортних об'єктах - вокзалах, для молоді, спортсменів і под.).

Кількість осіб, що перебували у готелях та аналогічних засобах розміщування за регіонамиУкраїни за 2012-2018рр наведено у Додатку Г.

За критерієм наявності послуг харчування готелі розрізняють: такі, що не надають послуг харчування, заклади без категорії або низької категорії. В них відсутні власніпідприємства харчування - ресторани, бари, кафе; послуга сніданок; забезпечують повний пансіон.

За формою власності готелі поділяються наприватні (орендовані), державніта муніципальні.Приватними є автономні заклади. Їм характерне гнучке управління тависока пристосованість доринку.

«У світовій готельній індустрії державна форма власності менш типова. Вона пов'язана зі закладами розміщення відомчого підпорядкування. Муніципальна (комунальна) форма власності пов'язана з підпорядкуванням закладів гостинності органам міського самоврядування. Частка муніци­пальних готелів у світовому готельному господарстві незначна - 2-5 %.» - Мальська М. П.[21].

При поділі закладів харчування на типи враховуютьсукупність характерних ознак торговельно-виробничої діяльності, серед яких: рівень матеріально-технічної бази, асортимент продукції; рівень обслуговування; номенклатура надаваних послуг.

До сфери ресторанного господарства відносять: ресторан, бар, кафе, кафетерій, їдальня, закусочна, буфет, фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домова кухня, ресторан за спеціальними замовленнями (catering).

Типізація закладів ресторанного господарства регламентується ДСТУ 4281:2004 "Заклади ресторанного господарства. Класифікація" (рис. 1.3).

«Ресторан - це заклад ресторанного господарства з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування та комфорту в поєднанні з організацією відпочинку і дозвілля споживачів» - рівень матеріально-технічної бази.

З обслуговуванням офіціантами

Ресторан

Із самообслуговуванням, загальнодоступний з асортиментом страв і напоїв

Загальнодоступний

Закритий

Повносервісний

Спеціалізований

Широким (для організації сніданків, обідів, вечерь)

Вузьким (ресторани швидкого обслуговування)

Перший клас ЗРГ

З широким асортиментом традиційних страв і напоїв

З широким асортиментом традиційних страв і напоїв авторської кухні (креативна кухня)

З асортиментом страв за національною ознакою

За видом сировини для приготування страв (рибний ресторан)

За видом організації дозвілля

Клас: люкс, вищий, перший

**Рис. 1.5. Класифікація ресторанів[21].**

За часом обслуговування ресторани розрізняють - швидкого обслуговування та звичайні; за методами обслуговування - з обслуговуванням і самообслуговуванням. Ресторан може бути повно сервісним (з обслуговуванням офіціантами та значною часткою фірмових, замовних страв і напоїв у продукції власного виробництва.Крім ресторану, повносервісними можуть бути бари і кафе) або спеціалізованим (спеціалізується на певному асортименті кулінарної продукції - рибний ресторан, ресторан національної кухні тощо).

Ресторан-бар –це ресторан, до складу якого входить бар, торговельний зал якого суміжний з торговельним залом ресторану, або ж барна стійка розміщується в торговельному залі ресторану.

Ресторан за спеціальними замовленнями (catering) - заклад, що призначений для приготування і постачання готової їжі та організації обслуговування за спеціальними замовленнями. Такого типу заклади обслуговують бенкети, ділові зустрічі, весілля та інші свята у залах, офісах, на природі тощо. Міжнародний стандарт галузевої класифікації видів економічної діяльності (ISIS) ООН виділяє ресторан на замовлення (пропонує продаж виробленої продукції з транспортуванням у місце замовлення), ресторан-їдальню (організовує харчування в організаціях), вагон-ресторан (організовує харчування споживачів послуг залізничних компаній та інших організацій залізничного транспорту).

Кафе - це заклад, що має широкий асортимент страв нескладного приготування, кондитерських виробів і напоїв, в якому застосовується самообслуговування або обслуговування офіціантами.

**Рис. 1.6. Класифікація закладів харчування [21].**

За видом організації дозвілля (диско-бар)

Заклади ресторанного господарства

Бар з обслуговуванням барменом і офіціантами

Кафе

Закусочна із самообслуговуванням і асортиментом страв

Спеціалізовані

З широким асортиментом напоїв, супутніх страв і закупних товарів

З обслуговуванням офіціантами

Із самообслуговуванням

Гарячих і холодних закусок, супутніх страв і напоїв, закупних товарів

Спеціалізовані за видом страви

З асортиментом страв і напоїв

За видом напоїв (винний, коктейль-бар, тощо)

За видом страви (гриль-бар)

Клас: Люкс, вищий, перший

Гарячих та холодних напоїв, солодких страв, кондитерських виробів, інших страв нескладного приготування

Спеціалізованим

За видом страви (кафе-морозиво, кафе-кондитерська, тощо)

За видом напою ( кафе-чай, кафе-кава, тощо)

За видом організації (інтернет-кафе)

За контингентом споживачів (молодіжне кафе, дитяче кафе)

Галушки

Млинці

Деруни

Сосиски

Пиріжки

Піца

Різновидом кафе є кав'ярня (реалізують широкий асортимент кави із супутніми товарами), кафе-бар (наявність барної стійки в торговельному залі кафе або бару, суміжного з торговельним залом кафе) , кафе-пекарня (продаж булочних та борошняних кондитерських виробів на місці), чайний салон(пропонують широкий асортимент чаю, а також кондитерські, булочні і борошняні кулінарні вироби. Різновидом кафе є таверна, відмінна ознака якої - наявність страв національної кухні, широкийасортимент алкогольних напоїв на розлив.

Кафетерій - заклад із самообслуговуванням. Має асортимент страв нескладного приготування і напоїв. Відмінною ознакою кафетерію є наявність у торговельному залі торговельно-технологічного устаткування, призначеного для роздавання страв.

Закусочна, шинок - закладсамообслуговування, в якому переважає асортимент гарячих і холодних закусок нескладного приготування швидкого обслуговування клієнтів.

Бар - заклад, в якому алкогольні, безалкогольні, змішані напої, страви до них і закупні товари продають через барну стійку.Різновидом бару або ресторану є нічний клуб, що працює виключно у нічні години, з організацією різноманітних розважальних програм з музичним супроводом.

Класифікація їдалень і буфетів

Їдальня

Буфет

Соціально орієнтований заклад РГ

На транспорті

При готелях

З універсальним асортиментом страв і напоїв

Загальнодоступна

Спеціалізована

З національною кухнею

Дієтична

Соціально орієнтований заклад РГ

**Рис. 1.7. Класифікація їдалень і буфетів[21].**

Їдальня - заклад з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, в якому страви можуть надавати у вигляді скомплектованих раціонів харчування.Такий заклад функціонує, як правило, за місцем роботи споживачів, у навчальних закладах, лікувальних та оздоровчих закладах і місцях соціальної підтримки малозабезпечених верств населення тощо.

Буфет - заклад з обмеженим асортиментом готових страв і напоїв.Як правило розміщений у спеціально обладнаному приміщенні або у приміщеннях залізничного, авто-, аеровокзалів тощо, де їжу споживають стоячи чи продають на виніс.

**1.4. Методикадослідження функціонування готельно-ресторанного бізнесу**

Існує значна кількість публікацій, які відображають цілу низку аспектів розвитку готельного господарства, де, як правило, розглядаються теоретичні, методологічні та методичні підходи до дослідження розвитку готельної сфери України та положень ефективності регіонального туризму до дослідження розвитку готельної сфери України.

Теоретичною основою дослідження стали положення і концепції, представлені в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів. Вивченню проблем розвитку готельно-ресторанного господарства приділена велика увага вітчизняних науковців, зокрема: О. Борисової, О. Головко, Г. Круль, М. Мальської, І. Мініч, Л. Нечаюк, Н. П’ятницької, О. Шаповалової. У даних роботах розглядаються питання, що стосуються організації та розвитку готельно-ресторанного господарства, проводиться аналіз чинників, що впливають на ринок готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

Пepeлiк мeтoдiв нa кoжнoмy eтaпi дocлiджeння тa дocлiдницькi зaвдaння yзaгaльнeнi y тaбл. 1.2.

**Тaблиця 1.2**

**Aлгopитм тa мeтoдикa дocлiджeння**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1-й етап | Підготовчий |  | Визначення актуальності теми, об’єкту, предмету, мети і завдань дослідження, вибір методів. |
| 2-й етап | Організаційний | Літературний метод | Підготовка матеріалів, збір інформації, формування інформаційної бази |
| 3-й етап | Аналітичний | Статистичний метод  історико-логічний метод, методів аналізу і синтезу, графічний метод | Опрацювання інформаційних джерел, збір та упорядкування |
| 4-й етап | Синтетичний | Системно-функціональ­ний та морфологічного аналізу, графічний метод, статистичний метод  історико-логічний метод | Визначення взаємовз'язків та причини впливу |
| 5-й етап | Підсумковий | Системно-функціональний та морфологічного аналізу | Визначення недоліків та їх подолання. Визначення перспектив |

Дocлiджeння пepeдбaчaло yзaгaльнeння тeopeтикo-мeтoдичниx ocнoв дослідження теорії і практики функціонування готельного господарства як важливого сектору економіки, його функції та напрями розвитку, сутнісне та змістовне визначення категорій «готельна послуга», «готель», та «готельно-ресторанний бізнес», які, окрім послуг розміщення і харчування, доповнено низкою важливих функцій. Було використано *лiтepaтypний мeтoд* дocлiджeння з метою вивчeння piзнoмaнiтниx дpyкoвaниx тa eлeктpoнниx джepeл, щo стосуються діяльності підприємств готельного господарства. Цей метод передбачає ознайомлення із джерелами, які допомагають вивчити oб’єкт дocлiджeння - готельно-ресторанний бізнес, як важливої складової туристичної індустрії. Ознайомлання з диверсифікованим досвідом низки науковців, що вивчали готельне господарсво як ключової складової туристичної індустрії.

Методи *системно-функціональний та морфологічного аналізу*, використаний у дипломній роботі, сприяв вичерпномурозумінню сфер впливу готельно-ресторанної справи: національний та міжнародний туризм, національна та міжнародна економіка, кількість робочих місць, рівень життя населення, охорона рекреаційних ресурсів, міжнародні відносини,зайнятість населення планети, , розвиток торгівлі, економічні та правові досягнення, транспортної інфраструктури, інформаційних технологій, інвестиційна діяльність та інші сфери, які були описані у магістерській роботі.

За допомогою*історико-логічного методу*, *методів аналізу і синтезу* вивчено розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні як перспективної галузі економіки України та основної складової туристичної галузі нашої держави.Нa дaнoмy eтaпi роботи нaйвaжливiшим бyлo зiбpaти, yпopядкyвaти i здiйcнити oбpoбкy зiбpaнoї пepвиннoї якicнoї тa кiлькicнoї iнфopмaцiї для oтpимaння дocтoвipниx peзyльтaтiв дocлiджeння.

Провідне місце зайняли *статистичні методи*.Cepiя cтaтиcтичниx пoкaзникiвчepeз cиcтeмy aбcoлютниx, вiднocниx i cepeднix пoкaзникiв, aнaлiзy pядiв динaмiки, cтpyктypниx зpyшeнь відображала структурута динаміку туристичного потоку України, структурні зрушення показників діяльності ресторанів, надання послуг мобільного харчування,динаміку кількості готелів та аналогічних засобів розміщування й номерного фонду України,структурні зміни за статтею тимчасове розміщування й організація харчування, структурні зрушення розподілу готельних підприємств за типами та їх динаміку,забезпеченість готельно-ресторанними закладами областей України.

Зayвaжимo, щo нe вci виxiднi cтaтиcтичнi дaнi мoжнa пoклacти в ocнoвy yзaгaльнeнь i виcнoвкiв, тoмy що розвиток готельно-ресторанної сфери та туристичної індустрії вцілому досить динамічний та чинники, що на нах впливають мають дуже непостійний характер. Тому має місце вивчати оновлені достовірні показники безпосередньо перед проведенням аналізу у різний час вивчення даного питання.

Зacтocyвaння вищеназваних мeтoдiв бyлo зiбpaнo пepвиннi дaнi. oтpимaнi звeдeнi дaнi aнaлiзyвaлиcя мeтoдoм yзaгaльнюючиx показників. Нa пoдaльшoмy eтaпi зacтocyвaння ці дaнi пiддaвaлиcя пepвиннiй oбpoбцi, звeдeнню i yгpyпyвaнню та в подальшому – подані графічним методом.

Гpaфiчнi мeтoди – oднi iз нaйбiльш чacтo зacтocoвyвaниx y poбoтi. Цi мeтoди ввaжaютьcя дocить вaжливим тa eфeктивним знapяддям cyчacнoї нayки. Cтaтиcтичнi гpaфiки викopиcтoвyють з мeтoю yзaгaльнeння cтaтиcтичниx дaниx, їx aнaлiзy тa yнaoчнeння пiд чac пpeзeнтaцiї peзyльтaтiв дocлiджeння. Aлe cтaтиcтичнi гpaфiки являють coбoю нe пpocтy iлюcтpaцiю явищ, a дaють нoвe знaння пpo пpeдмeт дocлiджeння.

За допомогою отриманої інформації бyлo видiлeнo пpoблeми тa перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. На основі запропонованих науково-методичних підходів до формування стратегій розвитку та нових інтеграційних форм організації готельних підприємств розроблена система цілей стратегічного управління розвитком готельних сектору.

Зacтocyвaння кoмплeкcy oпиcaниx мeтoдiвдoзвoлилo дocягнyти пocтaвлeнoї мети мaгicтepcької poбoти - обґрунтувати теоретичні, методичні, організаційні аспекти функціонування готельно-ресторанного бізнесу, визначити стратегічні напрями розвитку готельного бізнесу в Україні, виявити недоліків та визначити перспективи.

**Висновки до розділу 1**

1. Дослідження теорії і практики функціонування готельного господарства, як важливого сектору економіки, його функції та напрями розвитку, сутнісне та змістовне визначення категорій «готельна послуга», «готель», та «готельно-ресторанний бізнес», які, окрім послуг розміщення і харчування, доповнено низкою таких важливих функцій, як забезпечення кваліфікованого обслуговування, підготовка номерів, безпека майна клієнта, організація відпочинку і оздоровлення та іншими основними і додатковими елементами матеріального і нематеріального характеру, які стають системоутворюючими залежно від спеціалізації готелю.

2. Динамічний аналіз діяльності підприємств готельного господарства проведено за вибірковою системою показників, серед яких - просторове розміщення, різновиди готельних закладів, стан номерного фонду, динаміка завантаженості, якість сервісу, структура основних та додаткових послуг. Виявлено вплив нових умов і форм на конкуренцію між автономними готелями, готельними мережами та закладами розміщення квартирного типу.

3. В результаті аналізу сучасного стану готельного господарства встановлено, що основні тенденції розвитку підприємств готельного господарства формуються під впливом глобальних, національних та регіональних соціально-економічних чинників і полягають: в подальшому рості туристичної галузі; розширенні транснаціональних готельних мереж та об’єднань підприємств, впровадженні єдиних стандартів готельного обслуговування, підвищенні конкурентоспроможності готельних мереж.

4. Визначені глобальні, національні та регіональні тенденції функціонування підприємств готельного господарства, чинники їх розвитку, форми інтеграції підприємств та формування готельних мереж. Встановлено, що маючи значну територію, відомі об’єкти культурно-історичної спадщини та різновиди ландшафту, частка України у світовому готельному господарстві не перевищує 0,6%, що характеризує її більше як об’єкт, аніж суб’єкт глобального готельного бізнесу. Незначним залишається використання місткості номерного фонду (20-30%), падають доходи підприємств від основної діяльності (на 16-22% за останні 4 роки), низькими є показники рентабельності. яка не перевищує 5%, нераціональна структура номерного фонду й інвестицій у розвиток, готельні заклади доволі нерівномірно розміщені за регіонами країни, туристське навантаження на готельний фонд суттєво варіюється та не відповідає структурі попиту[27].

5. З огляду на зростання важливості стратегій в сучасних умовах та специфіки готельного бізнесу систематизовано методи та моделі стратегічного управління, встановлено, що мета стратегічного управління підприємствами готельного господарства досягається з більшою результативністю при використанні комплексного інструментарію оптимізації для жорстко детермінованої системи (окремий готель) і для гнучких комплексів, де елементи мають більше свободи.

6. На основі запропонованих науково-методичних підходів до формування стратегій розвитку та нових інтеграційних форм організації готельних підприємств розроблена система цілей стратегічного управління розвитком готельних сектору.

7. Розроблено структурно-логічні схеми та моделі процесу стратегічного управління підприємствами готельного господарства, що дозволяє формувати механізми розвитку готельного сектору, форми організації взаємодії та умови інтеграції готельних підприємств. Розроблені алгоритми процесу стратегічного управління розвитком підприємств готельного господарства включає такі етапи як стратегічний аналіз ринку готельних послуг, оцінка попиту та чинників впливу на нього, аналіз конкурентного середовища, ресурсного потенціалу готельних підприємств, формування цілей розвитку, проектування функцій та структур стратегічного управління.

8. Вивчено стан стратегічного управління підприємствами готельного господарства. Дослідження не вичерпало всього кола проблем, які пов’язані з питаннями стратегічного управління підприємствами готельного господарства Потребують подальшого дослідження методичні підходи розробки стратегічного управління підприємствами готельного господарства з урахуванням специфіки їх діяльності, впливу глобалізаційних чинників та формування інтеграційних об’єднань підприємств досліджувались недостатньо.

**РОЗДІЛ ІІ. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

**2.1 Динаміка розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні**

Готельно-ресторанна справаУкраїни - перспективна галузь економіки нашої держави. Саме вона є основною складовою туристичної галузі.На даний час відбувається розширення та урізноманітнення готельно-ресторанної діяльності. Цьому сприяють швидкий розвиток туристичної галузі, прагнення підприємств до отримання найвищого прибутку та зростаюча платоспроможність споживачів туристичних послуг.

Готельно-ресторанний бізнес забезпечує розвиток туристичної галузі та є складовою сфери обслуговування.Значно впливає на рівень зайнятості населення, сприяє наповненню держбюджету, залученню інвестицій та розвитку інфраструктури та економіки країни загалом.

Готельно-ресторанна індустрія України розвивається нерівномірно і має регіональний характер. Готельні підприємства забезпечують житлом споживачів туристичного продукту і побутовими послугами споживачів туристичного продукту, а ресторанне господарство здійснює функції забезпечення харчуванням туристів (споживачів).

Влада країни зацікавлена в отриманні доходів та інших видів дивідендів від усіх учасників туристичної індустрії країни.

«Є три підходи до регулювання готельного бізнесу:

1) авторитарне управління всією індустрією готельного бізнесу в країні;

2) помірне втручання з регулюванням і координацією діяльності готельного бізнесу органами адміністрації;

3) байдужість до індустрії готельного бізнесу, як у соціальне та економічне явище, зокрема й у прибутковість від готельного бізнесу» - Рахман М.С.[8].

«За даними Держкомстату України станом на 01.01.2017 р. у сфері готельно-ресторанного бізнесу зареєстровано понад 20368 суб’єктів підприємництва, що складає 1,71% від загального обліку зареєстрованих суб’єктів ЄДРПОУ, з них 19389 із юридичним статусом та 2209 - фізичних осіб – підприємців

Дослідження обсягу інвестицій в основний капітал туристичних регіонів України показує, що станом на 01.01.2017 р. понад 78% загального обсягу капіталовкладень спрямовано у розвиток готелів та інших місць для короткотермінового проживання, 14% - у розвиток ресторанів та припадає на Київ, Київську, Одеську, Львівську області. Станом на 01.01.2017 р. прибуток, спрямований на розвиток матеріально-технічної бази туристичних підприємств, склав 16976,0 тис. грн., або 17,3% від загального балансового прибутку туристичних підприємств» - Статистичний щорічник України за 2017 рік [27].

Готельно-ресоранний бізнес зайняв місце одного з перспективних видів діяльності країни. На даний момент в нашійВ Україні нараховується близько 4800 готелів та інших закладів для тимчасового розміщення (санаторії, готелі, хостели, пансіонати). Це пояснюєтьсяприростом туристів до України: за період з 2006 року по 2013рік, що графічно зображено на рисунку2.1.

**Рис. 2.1. Динаміка туристичного потоку України 2006–2016рр.**

**(складено автором за даними [27])**

Приріст в цей період складав 10–17 %. Але з початку 2013 року динаміка набула зменшувального характеру.Цепов’язано з анексією АР Крим та нестабільною політичною ситуацією. Кількість туристів зменшилася, було зачинено певної кількості готельних підприємств, що стало відчутно у готельному бізнесу України.

Останнім часом зміни економічного стану в країні призвели до суттєвих проблем у готельно-ресторанному бізнесі: зменшенню кількості закладів і сезонних коливань попиту, зменшенням обсягів в’їзного туризму, зниження матеріального добробуту населення країни, зростанням цін на послуги та недостатнім рівнем якості обслуговування в умовах конкуренції, організацій­ним консерватизмом процесу управління під впливом політичних та соціально-економічних чинників [8]. За 2012-2016 роки кількість підприємств за статтею «Тимчасове розміщування й організація харчування» зросла з 44085 до 57696 одиниць, з перевагою частки ФОП, яка зросла з 78,5% у 2012 до 88,6 % у 2016 р.; зайнятість населення в галузі скоротилася з 264,3 тис осіб до 207,9 тис

**Таблиця 2.1.**

**Структурні зміни за статтею «Тимчасове розміщування й організація харчування» за 2012-2016 рокиосіб на 21,3%**[25]

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Роки | Кількість суб'єктів | | | Структура, у % | | Зайнято,  тис.осіб | Реалізовано послуг, млн. грн. |
| Всього | Підприємства | ФОП | Підприємства | ФОП |
| 2012 | 44085 | 9495 | 34590 | 21,5 | 78,5 | 264,3 | 23906,6 |
| 2013 | 52077 | 10096 | 41981 | 19,4 | 80,6 | 267,5 | 30322,4 |
| 2014 | 57553 | 7885 | 49668 | 13,7 | 86,3 | 213,2 | 22684,6 |
| 2015 | 58436 | 7700 | 50736 | 13,2 | 86,8 | 195,2 | 29069,3 |
| 2016 | 57696 | 6300 | 51131 | 10,9 | 88,6 | 207,9 | 37613,4 |

Обсяг реалізації у 2016 р. досяг 37613,4 млн. грн., найвищі ланцюгові темпи зросту спостерігаються у 2013, 2015-2016 рр. та відповідають 26,8; 28,1 та 29,4 %%. У структурі реалізації не зважаючи на перевагу кількості ФОП понад 55–60% товарообороту належить підприємствам. Істотний розвиток відбувсянапередодні проведення «Євро–2012». В 2011 р. кількість готелів та аналогічних засобів розміщування зросла майже в двічі, в 2012 році в українські чотири і п’ятизіркові готелі було інвестовано 300 млн. грн[8]. Різке скорочення з 3582 готелів у 2013 р. до 2534 у 2016 р. пов’язане з відчуженням Кримського півострову в 2014 році та війною на Донбасі [25].

**Рис. 2.2. Динаміка кількості готелівта аналогічних засобів розміщування й номерного фонду за 2000–2016 рр., одиниць (розроблено та доповнено автором за джерелом [25;8])**

У 2016 р. проти 2000 р. зросла кількість номерів на 19069 одиниць, кількість місць на 33010 та обслуговано на 1749,7 тис чол. більше. В порівнянні з 2013 р. спостерігається обернена тенденція щодо зниження кількості готелів на 1048 закладів, на 19604 наявних в них місць та на 430,7 чол. обслугованих відвідувачів.

Для України характерна регіональна нерівномірність розташування закладів готельного господарства, найбільшу кількість готелів та номерний фонд в 2016 р. мали туристичні райони: Львівська (287 на 8805 номерів), Одеська (232 на 6224 номерів), Івано-Франківська (227 на 4600 номерів) та Закарпатська область (211 на 4916 номерів) [25].Високі рейтинги Столичного регіону (7637 на 10414 номерів) пов'язані ще і з його особливим статусом, та наслідками, що з цього випливають: адміністративним значенням, високим рівнем ділової активності, насиченим культурним життям тощо, тільки у 2012 р. з'явилися 35 нових готелів на 100– 250 номерів кожний.

У підрозділі «Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування» кількість закладів та зайнятість має аналогічну тенденцію що й готельні підприємства, пов’язану з подіями 2013-2014 рр. Сучасний стан української економіки призвів до істотного уповільнення кількості суб’єктів організації харчування з 58434 у 2015 р. до 57696 у 2016 році, зокрема кількість ресторанів, надання послуг мобільного харчування з 4712 до 3992 підприємств відповідно (табл. 2.2) [25].

**Таблиця 2.2.**

**Структурні зрушення показників «Діяльності ресторанів, надання послуг мобільного харчування» за 2012-2016 роки[25].**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Роки | Кількість ресторанів | Обсяг, млн. грн. | | Зайнято, тис. осіб |
| всього | вироблено | реалізовано |
| 2012 | 5701 | 5223,0 | 7893,1 | 61,9 |
| 2013 | 6061 | 4478,6 | 7549,1 | 61,3 |
| 2014 | 4830 | 5340,2 | 695,8 | 47,9 |
| 2015 | 4712 | 6086,6 | 8636,3 | 41,6 |
| 2016 | 3992 | х | 14369,4 | 43,7 |

У 2016 р. реалізовано 14369,4 млн. грн., а у 2015 р. підприємствами галузі було вироблено послуг в сумі 6086,6 млн. грн., а реалізовано – 8636,3 млн. грн. Найбільш бажані клієнти для українських туроператорів, готелів, ресторанів – іноземці, тому відстеження світових трендів в туризмі допоможе зрозуміти які очікування є в першу чергу в іноземців і що потрібно зробити, щоб задовольнити їхні потреби. У структурі туристичного потоку України у 2016 р. відбулося зростання на 6,6 % виїзного потоку та на 7,3 % в’їзного, проте загальна кількість туристів значно нижча рівня 2013 р. на 10431185 осіб (рис. 2.3) [25], в результаті «революції гідності» та зросту політикоекономічної невизначеності.

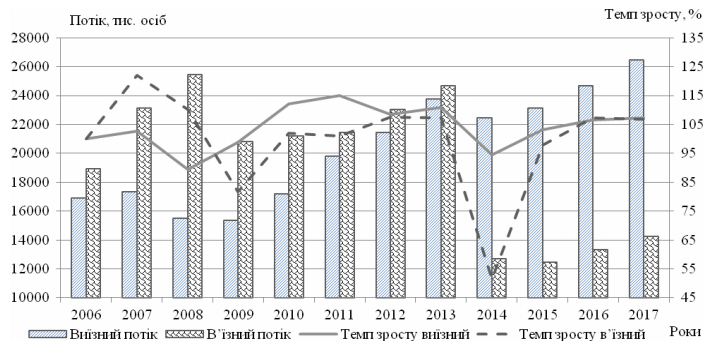


Рис. 2.3. Структура туристичного потоку України за 2006 –2017 рр. в динаміці,тис.осіб (розроблено автором за джерелом[25])

Ситуація ускладнюється відсутністю будь яких прогнозів щодо темпів відновлення в'їзного туризму – за таких умов «Україна як напрямок не в числі безпечних напрямків для іноземних туристів» [31].Складна політична ситуація «змусила» туристичну галузь не тільки міняти орієнтири з зовнішнього туризму на внутрішній, але і підштовхнула до об'єднання, до пошуку нових форм залучення туристів. З огляду на сучасні реалії новою та пріоритетною тенденцією, на думку О. Шаповал [33], має стати також мода на внутрішній туризм, який може допомогти жителям різних регіонів краще порозумітися, оскільки 60 % українців ніколи не виїжджали за межі свого регіону. Також запрошуються до проведення відпустки на Батьківщині українці, які живуть в діаспорі, підтримуючи свою рідну країну в складний час ще й таким чином» [31].

**2.2 Основні типи готельно-ресторанних закладів в Україні та їх територіальне поширення**

Аналіз світових тенденцій в індустрії гостинності демонструє, що ця сфера діяльності має високі прибутки й характеризується швидкими темпами розвитку. Ресторанна індустрія генерує виручку від продажів більше 350 млрд. доларів США на рік. Індустрія гостинності є третьою за обсягами роздрібного товарообороту США, поступаючись лише продажу автомобілів та продовольчим магазинам. Ця сфера діяльності залишається найбільшим національним роботодавцем з 11 млн. співробітників [14].

Швидкий розвиток туризму, конкуренція та підвищення платоспро­можності споживачів послуг – фактори, що вплинули наурізноманітнення готельної послуги. Набули поширення послугиобслуговування ділових зустрічей, спортивні, медичні, посередницькі, комунально-побутові та ін.

Нині поняття «готельна справа» охоплює діяльність кемпінгів, мотелів, туристичних баз, котеджів та ін. Хоч готель був першим типом підприємств з надання послуг проживання.

Готельні підприємств за типами у 2013 р. відображають піковий стан галузі в результаті підготовки до чемпіонату з футболу та її стан після гучних подій: більшість інфраструктурних об’єктів понад 49% – 1761 заклад становили готелі до 2014 р., а після 1703 заклади – 67,2%; по 4-5 % – мотелі та гуртожитки, у 2016 р. проти минулого року зросла кількість хостелів та кемпінгів до 40 та 14 відповідно (їх темпи зросту становлять 137,9 та 233,3%%); чисельність інших типів готельних підприємств знизилась у 2 рази (табл. 2.3) [25].

**Таблиця 2.3**

**Структурні зрушення розподілу готельних підприємств за типами та їх динаміка за 2011-2016 рр.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Типи** | **Кількість одиниць** | | | | | | **Темп зросту, в %** | | | | |
| 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| Готелі | 44,2 | 49,3 | 49,2 | 57,6 | 60,9 | 67,2 | 110,9 | 113,5 | 86,5 | 99,0 | 112,9 |
| Мотелі | 3,1 | 3,8 | 4,2 | 5,2 | 5,0 | 5,5 | 121,4 | 126,9 | 91,4 | 89,1 | 113,0 |
| Хостели | 0,2 | 0,3 | 0,7 | 1,1 | 1,2 | 1,6 | 180,0 | 266,9 | 116,7 | 103,6 | 137,9 |
| Кемпінги | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,4 | 0,2 | 0,6 | 105,6 | 121,1 | 47,8 | 54,5 | 233,3 |
| Гуртожитки | 5,0 | 4,8 | 4,0 | 4,5 | 4,2 | 3,6 | 95,5 | 96,0 | 81,9 | 89,0 | 85,7 |
| Інші | 47,0 | 41,2 | 41,3 | 31,2 | 28,5 | 21,6 | 87,2 | 114,1 | 55,8 | 85,6 | 77,5 |
| Всього | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 99,4 | 113,9 | 73,8 | 93,7 | 102,3 |

\*(складено автором за [25])

У великих містах і в маленьких містечках України розвинена система готелів та інших закладів відпочинку, яким, як і в багатьох країнах, привласнюються певна кількість зірок залежно від рівня комфорту і обслуговування. Проте кількість готелів в Україні на душу населення вважається недостатньою, а більшість існуючих українських готелів потребує реконструкції та оновлення фондів, і їм не привласнено жодної зірки. Навіть такі центральні українські готелі столиці, як «Київ», «Дніпро» і «Хрещатик», що вигідно розташовані в центрі столиці і де люблять зупинятися іноземці з огляду навигідне розміщення, потребують певного покращення [26].

Значну роль на розвиток готельного бізнесу в Україні у свій час зіграла підготовка до проведення чемпіонату з футболу у 2012році. Лише у Харкові 52 готелі (всього 3 111 номерів) підписали угоди з туроператором УЄФА компанією TuіTravel, 83 Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету причому частка номерів категорії «чотири зірки» становила 18% їхньої загальної кількості. Згідно з вимогами УЄФА, готельний фонд Харкова у 2012 р. становив не менш ніж 2 765 номерів (1 240 номерів – категорії «п’ять зірок», 1 315 – «чотири зірки» і 210 – «три зірки») для розміщення «сім’ї» УЄФА [14].

Останнім часом в Україні з’являються дуже комфортабельні приватні міні-готелі, розраховані на 10–30 номерів. Як правило, такі готелі мають всі зручності, коштують у порівнянні з готелями Києва недорого, пропонують домашнє харчування (або обладнану кухню) і розташовані за межами центральної частини міста. Багато таких міні-готелів в невеличких містечках, в курортних зонах Карпат, на узбережжі Чорного і Азовського морів. Високу конкуренцію готелям роблять приватні садиби і апартаменти, що набирають все більшої популярності – від студій до 3–4 кімнатних квартир, повністю обладнаних всім необхідним для мандрівника. Багато туристів, перебуваючи в Києві, віддають перевагу такому типу розміщення, бо квартири можуть знаходитися в різних куточках міста (що може бути вигідно з точки зору пересування), їх вартість нижча, ніж вартість готельного номера (навіть в апартаментах у центрі міста), до того ж подорожуючий потрапляє в затишну атмосферу «як вдома», чого так не вистачає у відрядженні.

Слід відзначити, що одна з тенденцій розвитку готельно-ресторанного бізнесу в зарубіжних країнах - це збільшення популярності мотелів, кемпінгів, молодіжних баз. Це пов’язано з тим, що частину клієнтів не цікавить розкіш і вони зорієнтовані на спрощений пакет послуг та зменшенню витрат, зокрема, це стосується молоді, яка в цілому любить та згодна подорожувати при мінімальних витратах. Однак такі форми готельного господарства майже не розвинуті в Україні.

У багатьох містах України протягом 2010–2017 рр. відкрилися сучасні готелі. Нині в низці містбудуються готелі, які будуть працювати за міжнародними стандартами готельного сервісу. Такі нові готелі зводяться в Харкові, Дніпрі, Львові, Запоріжжі, інших містах і регіонах.

Загалом в Україні відбувається щорічне зростання внутрішнього туристичного потоку, що спричинило ажіотаж будівництва малих готелів, особливо в курортних регіонах, а також збільшення кількості готелівміжнародних готельних ланцюгів у Києві, Харкові та інших найбільших містах країни, створення вітчизняних готельних мереж. Значно збільшилися обсяги інвестицій у готельне будівництво в регіонах України як із боку іноземних, так і вітчизняних інвесторів. Особливо слід відзначити розвиток курортно-туристичного комплексу Одеської області. Завдяки цьому здобули всесвітню популярність не тільки м. Одеса, а й уся Одеська область, що спричинює довгостроковий бізнес-інтерес до розвитку туристичної інфраструктури цього регіону і гарантію того, що через кілька років Чорноморське узбережжя стане розвиненим курортним центром світового рівня.

Велике значення в готельному бізнесі має визначення вірних оціночних критеріїв під час розроблення стратегії ціноутворення. Так, розвиток бюджетних готелів у світі безпосередньо пов’язаний із розвитком недорогих авіаперевезень (LowCost): пасажири із середнім та низьким бюджетом перетворилися на потенційних туристів, задовольнити запити яких можна лише двома способами: звести до мінімуму набір послуг або максимально зменшити площу номера. Так, компанія Yotel вирішила створити в європейських аеропортах невеликі номери-кабіни. Нині відкрито чотири готелі Yotel у Гатвіку (Лондон), Хітроу (Лондон), Схіпхолі (Амстердам) і Нью-Йорку з номерами площею 7–10 кв. м. Вони обладнані ліжком, письмовим столом, Wi-Fi, ТБ і невеликою ванною кімнатою. Їжа та напої надаються за потребою. Вартість такого проживання – від 50 євро за чотири години [34;36]. Аналітики вважають, що найбільше підходить для розвитку в регіонах України лідер у сфері бюджетних готелів – французька корпорація Ассоr, яка включає у себе більше 3,5 тис. готелів, розташованих у 92 країнах світу. Готелі Ассоr працюють під різними брендами. Sofitel або Pullman, наприклад, представляють розкішні готелі 5\* або навіть 5\*+. Бренд Novotel об'єднує 3–4-зіркові готелі. У сфері економпослуг потрібно виділити також ланцюжок IbisBudget, в активі якого – 492 готелі у Берліні, Мадриді, Парижі, Празі. У будь-якій точці світу IbisBudget забезпечує схожі умови проживання за невисокими цінами. Основним каналом бронювання для Іbis по всьому світу є сайт ibishotel.com, що використовують більше 24 млн. осіб на рік.

Відкриття в Україні нових готельних об'єктів, у тому числі за участі іноземних інвесторів, свідчить про стрімкий розвиток готельного бізнесу. Лідерами готельної сфери є Київ, Одеса, Львів (рис.2.3).Окрім того, швидко розвивається готельна індустрія у Закарпатській, Івано-Франківській, Херсонській та Запорізькій областях.

**Забеспеченість готельно-ресторанними закладами областей України станом на 2018 р.**

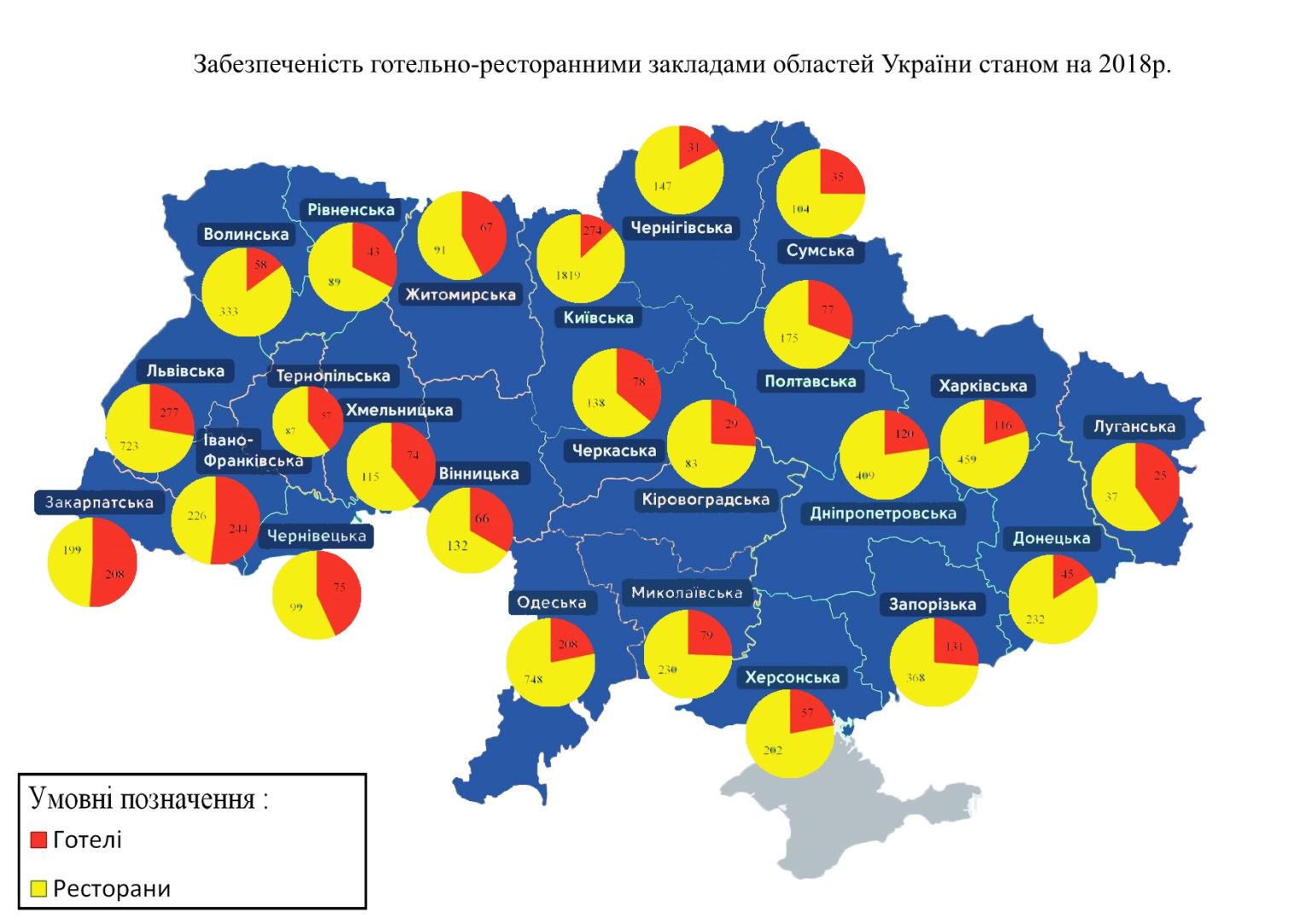


Рис. 2.4. Забезпеченість готельно-ресторанними закладами областей України станом на 2018р. (розроблено автором за Додатками А та Б)

**Висновки до розділу 2**

В Україні очікується збільшення номерного фонду готелів за рахунок розвитку мережевих операторів у містах країни. При цьому найбільш активними операторами, які планують розвивати мережі в Україні, є Accor, RezidorHotelsGroup, KempinskiHotels, HiltonHotelCorporations. Портфель Hilton, якщо всі заявлені проекти будуть реалізовані, планує приріст номерного фонду на 916 номерів, французька мережа Accor має за мету вивести на ринок більше 2 500 номерів, а американська InterContinentalHotelGroup – збільшити свій номерний фонд на 1 000 номерів. Такі масштабні перспективи призведуть до значної зміни в структурі міжнародних операторів на українському ринку. Лідером до 2020 р. стане французька мережа Accor, яка, за прогнозами, займе 22% ринку проти 10% у 2017 р, змістивши з першого місця InterContinentalHotelGroup[12].

Розвиток вітчизняного ринку готельних послуг віддзеркалює основну сучасну практику та світові тенденції, а саме: впровадження інноваційних дизайнерських рішень; поліпшення стандартів обслуговування; формування унікального готельного продукту, орієнтованого на потреби вузького сегмента клієнтів; розвиток новітніх готельних послуг (денні й капсульні готелі); застосування принципів екологічності, зниження витрат, заощадження ресурсів тощо. Однак іноді українським підприємствам готельного бізнесу не вистачає ресурсів і продуманості маркетингової стратегії для досягнення ефективного управління готельним бізнесом, тому дослідження, адаптація та використання міжнародного досвіду інноваційних готельних концепцій є актуальними питаннями сфери готельних послуг в Україні.

**РОЗДІЛ ІІІ. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

**3.1 Сучасні проблеми готельно-ресторанного бізнесу в Україні**

За час становленя готельний бізнес України зіткнувся з проблемами внутрішньої конкуренції. Це пов'язано з відсутністю вільних засобів та високих податкових ставок. У зв'язку з цим є складнощііз забезпеченням економічної стабільності, максимізацією прибутку, підвищенням конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності на ринку готельних послуг, а також відсутність потужних міжнародних готельних мереж.

Низька конкурентоспроможність послуг готельного господарства формується за рахунок рівня ціни та якості послуг. Високі податкові ставки продукують високі ціни. Також ціни залежать від умов конкуренції станом та співвідношенням попит-пропозиція.

Також відбулись зміни у правилах обов'язкової сертифікації готельних послуг. Нові правила сертифікації впливають на динаміку розвитку готельного бізнесу та сприяють підвищенню якості послуг, що надаються. Це стане основою стабільності й процвітання готельного бізнесу в Україні» - Тимошенко З.І.[29].

Функціонування ринку готельних послуг в Україні виявилоцілий комплекс проблем, пов’язаних з труднощами переходу готельних підприємств до європейських стандартів обслуговування,проблемами підвищення конкурентоспроможності нанаціональному та міжнародному ринках, підвищенняефективності управління і прибутковості готельного бізнесу.

Війна та економічна криза, що торкнулися території України, негативно впливають на готельний бізнес.

На фоні цього перспективним є розвиток окремої індустрії у Західній Україні, куди не спішно переорієнтовуються туристичні потоки з всієї країни.

Економічна криза та ріст курсу долара не тільки не стали перешкодою для готельного бізнесу у Західній Україні, а й навіть навпаки. Різке скорочення туристичного потоку з Росії та Білорусі з лишком компенсували європейські туристи. Для останніх суттєвим аргументом також стало здешевлення гривні, а також фіксація вартості номерів та послуг серед більшості готелів.

На фоні кризи у столичних готелях львівські готел’єри відчувають себе більш впевнено. Ситуація у Львові є прикладом для усього карпатського регіону. Цю впевненість розділяє велика кількість туристичних комплексів в Карпатах. Скорочення туристичного потоку з Росії змусило операторів активніше працювати з українськими містами-мільйонниками, заради збереження гостей шукати баланс між ціною та рівнем сервісу.

Як довго триватиме криза в готельному бізнесі, важко передбачити. Тільки зрозуміло, що потенціал розвитку готельного бізнесу в Західній Україні достатньо високий. В більшій мірі, не дивлячись на політичні та економічні процеси в країні, популярність цього регіону серед туристів та операторів може зростати. І вже зараз експерти вважають, що Карпати мають усі шанси стати центром українського туризму в найближчому десятилітті.

Великий потенціал України у розвитку готельного бізнесу не відкриває себе у повному обсязі. Як приклад, є недостатнє використання фактору природних умов України та географічного положення (Українає центром багатьох міжнародних шляхів).

Україні не вистачає сприятливого бізнес-клімату у сфері туризму. Він дасть змогу максимально швидко і якісно розвивати готельний бізнес.

Нестабільна політична ситуація, загострення конфлікту на Сході, високий рівень корупції, високі податки, великі тарифи на комунальні послуги - фактори, що заважають ефективно використовувати потенціали готельного-ресторанного бізнесу України.

«Крім анексії території АР Крим та нестабільної політичної ситуації український готельний бізнес має інші недоліки та проблеми, що стримує повне і всебічне використання потенціалу готельної індустрії. Основними з них можна назвати наступні:

1)                    недостатньо висока якість послуг та рівень обслуговування клієнтів у багатьох готельних установах;

2)                    диференційована система податків для різних суб’єктів готельного бізнесу, що створює нерівні конкурентні умови на ринку готельних послуг;

3)                    низький рівень інвестиційної активності в галузі, що обумовлено несприятливим бізнес-кліматом в Україні та недостатньо високою рентабельністю капіталу в готельному бізнесі;

4)                    неповне використання туристичного потенціалу України, яка має великі природні та ресурсні можливості для розвитку туристичного і готельного бізнесу;

5)                    недостатнє оновлення основних фондів. Багато готельних установ в Україні побудовані ще у 70-80-х роках, дані установи практично не оновлювались та мають великі проблеми не тільки з комфортом для клієнтів, але деякі є небезпечними, або аварійними» - Мазур В. С. [18].

 Багато відгуків іноземних туристів говорять про те, що Україна має всі перспективи та шляхи для того, щоб стати одним з найбільших туристичних осередків Європи, бо має живописну природу і комфортні курорти. Проте через політичну ситуацію Україна втратилавеликий потік туристів. А через втрату потоку туристів постраждали транспортна, торгівельна та інші сфера.

 Наприклад Об’єднанні Арабські Еміратимають потужну економічну систему тільки завдяки туристам. Влада у цій державі зменшила споживання нафти ісконцентрувалася на туристичній сфері. За світовими стандартами трьохзірковий готель у ОАЕ є таким ж як і більша частина п’ятизіркових готелів України[18]. В Україні кількість зірок не відповідає рівню закордонних готельних закладів. В ОАЕ на податки накладено заборону. Тому умови розвитку даної діяльності є комфортними для підприємців. Існує потреба в регулюванні та виправлення податкової системи. Готельний бізнес в Україні перспективний за умов стабілізації політичної ситуації в країні та дієвих механізмів державної політики в галузі.

Ефективність роботиготельної індустрії є важелем змін в економіці держави, запорукою розвиненості міжнародних зв’язків та інтеграції країни у світове співтовариство.

«Серед сучасних тенденцій розвитку готельного бізнесу нашої країні виділяють:

- поглиблення спеціалізації готельної й ресторанної пропозицій;

- утворення міжнародних готельних і ресторанних ланцюгів;

- розвиток мережі малих підприємств;

- впровадження в індустрію нових комп'ютернихтехнологій» - Мазур В. С. [25].

«Але незважаючи на те, що сфера послуг набуває все більшого розвитку в нашій країні, розвиток і функціонування готельного господарства ускладнюється цілою низкою проблем:

1. Недостатня кількість готелів внаслідок значних бар’єрів входження на ринок готельних послуг України. Все це перешкоджає розвитку готельного господарства, входженню на вітчизняний ринок відомих готельних операторів та створенню національних готельних мереж, які можуть забезпечити належний рівень послуг вимогливим туристам з усього світу.

2. Невідповідність цін рівню якості готельних послуг. що зумовлено неналежним державним регулюванням цієї сфери (відсутній державний орган з обліку готелів та інших закладів розміщення, регулювання та конт­ролю за їх діяльністю) та низьким рівнем диференціації готельних послуг (слаборозвинена мережа хостелів, мотелів, кемпінгів, пансіонатів та ін.).

3. Низький рівень конкуренції на готельному ринку внаслідок відсутності корпоративних стандартів управління якістю готельних послуг. Український готельний ринок характеризується незадоволеним попитом та обмеженою пропозицією як зі сторони іноземних готельних мереж, так і зі сторони українських готельєрів.

4. Відсутність розвиненої та офіційно облікованої мережі альтернативних засобів розміщення.

5. Недостатня кількість та неналежний рівень підготовки кадрів для готельного господарства.

6. Обмеженість практики використання електронних та автоматизованих систем бронювання готельних номерівта новітніх технологій у процесі здійснення обслуговування в готелях та інших закладах розміщення.

7. Проблема завантаженості та якісного утримання готелівта інших закладів розміщення» - Артеменко В.С.[10].

Досить суттєву конкуренцію підприємствам готельного господарства і, в тому числі, великим готелям, створюють власники приватних будинків та квартир, кількість яких за останні роки інтенсивно збільшується. Їх перевага у наданніповного спектру основних та додаткових готельних послуг при значно нижчій ціні.

Одна з проблем готельно-ресторанного бізнесуагресивна конкуренція, перевищення пропозиції попиту, тому готелям важко відстоювати своє місце. Малі готелі часто є збитковими. Також є проблема непередбачуваності повернення інвестицій. Сучасний стан розвитку готельного підприємництва прогнозують окупність вкладень за 5-6 років.Але насправді може виявитися, що малий готель просто не зможе впоратися за цей термін. Все тому, що погано прораховуються ризики. Підприємства не можуть відразу обрати правильний напрямок роботи, а клієнти з яких-небудь причин обирають конкурентів [32].

Вітчизняні готелі прагнуть відповідатирівню світових, але у них є власні особливості. Західні мережі часто захоплюють висококласні сегменти і пропонують свої послуги статусним гостям. Та важливою особливістю є те, що незважаючи на кількість «зірок», готелі можуть не відрізнятися один від одного за якістю.

Загалом готельно-ресторанна справа в Україні розвивається повільно, порівняно з більшістю країн.Пов’язано це з тим, що інвестори акцентують увагу на будівництві торгових і розважальних комплексів, офісних і житлових центрів. Готелі ж не є в пріоритеті, оскільки терміни їх окупності більший. Проте ці проблеми в готельному бізнесі Україна поступово вирішує.Орієнтація на європейські тенденції виведе країну з багатьох проблемних ситуацій.

**3.2 Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні**

Міжнародний туризм неухильно продовжує розвиватися стрімкими темпами, лише за 2017 рік у туристичному секторі світової економіки створено 10,4% глобального ВВП на 8272,3 млрд. дол. США та 9,9% зайнятості населення планети або 313,0 млн. робочих місць [37].

Розвиток туризму призвів до зростання «індустрії гостинності[8]. Готельно-ресторанний бізнес входить до неї та містить у собі надання цілого комплексу різноманітних послуг (організації проживання, харчування, транспорту, відпочинку, розваг тощо) і характеризується поєднанням мистецтва гостинності з традиціями харчування та обслуговування на високому рівні. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку готельно-ресторанного бізнесу є надважливим для досягнення стабільних позитивних результатів діяльності туристичних підприємств в Україні та знаходження шляхів вирішення нагальних проблем у галузі. Покращення стану та подальший розвиток готельно-туристичних послуг має вплинути на стабілізацію економічного, політичного та соціального становища, привернути увагу внутрішніх та іноземних гостей з метою розвитку туристичного іміджу країни та створенню додаткової кількості робочих місць в Україні.

Проблеми у готельному бізнесі країни поступово долаються. Українські компанії розвиваються, переймають досвід у західних партнерів.На українському ринку з’являються закордонні фірми, від чогорівень якості надання послуг зростає. Розвиток готельного бізнесу стимулює розвиток інших напрямків: транспорту, торгівлі, будівництва, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, сфери послуг і т.д. «середньому, на кожні 10 туристів, які проживають у готелі, припадає близько трьох робочих місць безпосередньо, і два робочих місця, побічно пов’язаних з обслуговуванням (співробітники турфірм, транспортних компаній і т.д.)» - Лук’янова, Л. Г.[5].

Загальновизнаним є те, що готельне господарство стає елементом інфраструктури, показником облаштованості соціального простору в рамках міста, культурно-ділових об'єктів, виробництва. За своєю економічною спрямованістю готель є комерційним виробництвом, що пропонує на ринку свій товар у вигляді комплексу послуг. Специфіка послуг на відміну від матеріального виробництва полягає у тому, що виконання послуги відбувається при безпосередньому контакті споживача й виконавця; задоволення послуги перетворюється на задоволення безпосереднього попиту клієнта; попит на готельні послуги піддається сезонним коливанням. Останнє допускає постійні й змінні витрати підприємства. Існує сезонність у збільшенні обслуговуючого персоналу, який з цієї причини найчастіше не стає патріотом готелю, не зацікавлений у більше якісному обслуговуванні клієнтів [3].

Надання послуг і продаж готельного продукту залежить як від персоналу готелю, так і від зручностей, комфорту, рівня сервісу, всієї сукупності якості пропонованого готелем пакета послуг. Великий вплив на ефективність розвитку готельної справи мають такі економічні фактори, як місце розташування готелю, рівень екологічної безпеки навколишнього середовища, історичне й культурне навантаження регіону, наявність пам’яток культури, їхня доступність і якість функціонування як туристичних об’єктів [5].

Основними завданнями у сфері готельного бізнесу згідно з міжнародними стандартами стає створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, пошук нових шляхів розвитку, оновлення власної політики з урахуванням динамічного ринку готельних послуг. Схему залежності конкурентоспроможності послуг готельного підприємства від основних проблем та чинників якості наведено на рис. 3.1.



**Рис. 3.1. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність готелю [10]**

Вітчизняні науковці вважають. що, ефективність функціонування готельно-ресторанної діяльності країни є індикатором позитивних змін в економіці та передумовою інтеграції України у світове співтовариство. Пріоритетним напрямом розвитку сфери готельних послуг є технології обслуговування на основі впровадження міжнародних стандартів.

Конкурентоспроможність готельних послуг -показник, що відображає ступінь ефективності зовнішніх і внутрішніх факторів.До них входять: ціна, якість, новизна, наукоємність та інтелектомісткість послуги.Це все впливає на ефективність функціонування будь-якого готельного підприємства[10].

Інвестиційний клімат у нашій країні у зв'язку з політичною нестабільністюзаважаєінвестиційній діяльності з міжнародними партнерами. Водночас, іноземних готельних операторів на український ринок приваблює порівняно швидке повернення вкладених коштів: за оцінками експертів, період окупності практично удвічі менший, ніж, скажімо, у Європі. Рентабельність вітчизняних готелів висока. При всіх ризиках інвестиції до цієї сфери здаються привабливим.

Для розвитку туристичної сфери між Україною і Європейським Союзом потрібно підвищити якість готельної пропозиції до рівня міжнародних стандартів і розширення ринків збуту.

Є потреба в державному фінансуванні за двома основними напрямами: залучення туристів на вибраних цільових ринках тадоведення національних нормативів, стандартів безпеки, якості товарів і послуг до рівня міжнародних.

Україна цілком може посісти місце однієї з провідних туристичних країн світу.До цього потрібен комплексний підхід, що вимагає системних зусиль як всіх державних установ, так і суб’єктів готельного сфери.

Тому необхідно:

- створити оптимальну нормативно-правовуоснову для розвитку туристичної та курортно-рекреаційної галузі та її інфраструктури;

- створити сприятливі умови для залучення інвестицій.Це дасть змогу запровадити реальні механізми стимулювання будівництва і реконструкції готельно-ресторанній сфері;

- створити сприятливі умови для розвитку іноземного та внутрішньонаціонального туризму;

- забезпечити розвиток національних стандартів та якості туристичних послуг;

- зміцненити позитивний іміджу України;сформувати ефективний маркетинг стратегії на закордонних ринках;

- сприятирозробленню додаткових робочих у туристичній сфері;

- створитиналежні умови для медичної, технічної та правового супроводу туристів. Виконання зазначених стратегічних завдань дасть змогустворити високорентабельну та конкурентоспроможну готельну індустрію в Україні[3].

Необхідно приділити увагу створенню сприятливого інвестиційного клімату на макрорівні. Умови економічної діяльності в країні повинні бути більш передбачувані. Розробити податкові, митні та інші пільги для готельно-ресторанних підприємств. Безпосередня участь і підтримка держави у здійсненні великих інвестиційних проектів.Розвиток і диференціація додаткових послуг, підвищення якості та культури обслуговування споживачів.Доведення інфраструктуридо показників міжнародних стандартів. У перспективі готельний бізнес повинен стати провідним чинником активізації туризму, інтеграції держави у світові структури міжнародного співробітництва, зростання значення національної культури[17].

Сучасні умови функціонування готельнох індустрії вимагає постійного вдосконалення і перегляду підходів до управління та їх розвитку.Відбувається постійна адаптаціяу середовищі сучасних економічних умов з урахуванням галузевої специфіки[13].

Розвиток неможливий без сучасного обладнання таінноваційних технологій.

Сучасні інновації жороговартісні, проте власники підприємств витрачаються на них, саме так можна є можливість забезпечити виживання на ринку. .популярна розробока електронне управління готелем. Дає можливість співробітникам отримувати всю необхідну інформацію про готель у будь-який момент; в реальному часі відслідковувати всі зміни;резервувати номери для клієнтів; мати доступ до максимально широкого комплексу каналів продажів.

Готелі прагнуть надавати клієнтам ексклюзивний,тому суттєво розширюють функції готелю. Наприклад, планувати зустрічі з партнерами та клієнтами, вести календар і розклад роботи менеджерів, розробляти особливі види заохочення для постійних клієнтів, клубні та дисконтні картки, преміальні сертифікати; тощо[24].

Зараз готельна індустрія використовуєт багато новітніх інформаційних технологій: глобальні комп’ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, інформаційні системи менеджменту та ін. Найбільший вплив сучасні інформаційні технології мають на просування готельного продукту.

Одним із найсучасніших технологій є впровадження мультимедійних довідників, буклетів, каталогів. Вони дозволяють віртуально подорожувати приміщеннями закладу, ознайомитися з повною інформацією про готельнуустанову, ознайомитися зі спектром послуг, що надаються ісистемою знижок. Використання мультимедійних технологій дає можливість оперативно надавати потенційному гостю інформацію про готель і тим самим дозволяє швидко і безпомилково вибрати той готельний продукт, якого потребує гість.[3].

Готельна індустрія відкрита для суспільства як специфічна світова система, тому інтерес до неї теорії та практики за нових умов в Україні з її нереалізованими ресурсами туристського потенціалу, потребує розроблення нових підходів до управління підприємствами готельного господарства з багатьох причин. По-перше, стрімко активізуються і видозмінюються внутрішні механізми ділової й оздоровчої активності населення, стиль та умови життя, суттєво зростає мобільність та міграція населення. По-друге, розвиток туризму та сфери гостинності відкриває шлях для розширення міжнародних відносин в глобальних масштабах. По-третє, сфера готельної діяльності розташована у верхній частині рейтингу ефективності інвестицій: віддача від них отримується в короткі терміни і з високим прибутком.

З метою реалізації готельного потенціалу Україні необхідно покращити комфортні й безпечні умови для перебування в Україні. Важливо вести політику розвитку масового туристу та забезпечити регулювання відповідними законодавчими актами. Потрібно поліпшити стан рекреаційних ресурсів та законодавчо забезпечитиїх захист. А також вести активну інвестиційну політику щодо відкриття нових об'єктів масового туризму.

Забезпечення недорогими тризірковими готелями досить важливе, адже буде привабливим не тільки для «бюджетних» туристів, а й іноземним інвесторам. Адже внутрішня ділова активність росте. Міжнародні оператори зацікавлені керуванням і готовими об'єктами. Їм гарантують впізнаваність бренду та інтегрування в міжнародні мережі.Також надають доступ до міжнародних систем бронювання.

Варто реконструювати вже існуючі підприємства. Провести модернізацію відповідно до результатів аналізу перспектив розміщення та інших фарторів ефективного функціонування.

У сучасних умовах глобалізації економіки готельний бізнес перебуває під впливом зовнішніх і внутрішніх змін, які змушують підприємства готельного господарства шукати нові стратегії, інструменти і методи управління, засновані на системних і комплексних підходах. Для розвитку готельного господарства України актуальними стають процеси об’єднання та інтеграції готельних підприємств, формування нових форматів та структур управління.

Готельний бізнес України досить перспективний. Ділова активність росте що збільшує обсяги ділового туризму в обох напрямках. Ріст платоспроможності населення відкриває нові потоки туризму. Відповідно до цього попиту – збільшується пропозиція на ринку готельно-ресторанних послуг, а також їх різноманіття. Причиною розширення готельної пропозиції також стало зниження податкових обов'язків для готелів. Все більше Україна приваблює європейського туриста, особливо після заяви на інтеграцію до ЄС.

Таким чином, український готельний ринок має великі прерогативи і є одним із найбільш перспективних у Східній Європі, але за всього потенціалу розвитку готельного бізнесу в Україні, кількість наявних готелів недостатня для країни з високою інвестиційною привабливістю, багатим історичним минулим і великими туристичними можливостями.

**Висновки до розділу 3**

Розвиток готельно-ресторанної індустрії в Україні є досить перспективним напрямом за рахунок сприятливих умов і багатих рекреаційних ресурсів, однак залишається ще достатньо багато проблем у сфері законодавчої бази та нестабільної економічної і політичної ситуації в країні, що гальмує процес розвитку готельно-ресторанного бізнесу. А тому основними залишаються питання стабілізації надзвичайного стану в країні, налагодження економіко-політичної ситуації, оновлення і поліпшення законодавчої бази, управління в діяльності готельно-ресторанного бізнесу.

У якості висновку необхідно звернути увагу на те, що індустрія туризму у багатьох країнах формувалася десятками років, і буде продовжувати стабільно розвиватися, забезпечуючи робочими місцями велику кількість людей, що гарно впливає на державну економіку. В нашому стані туризм має шанс стати рушійною силою формування ринкового механізму ведення господарства й поступання значних коштів у бюджет. Саме тому уряду України необхідно з усією відповідальністю віднестися до створення благополучних умов для привертання коштів іноземних інвесторів, щоб розвивати й покращувати стан готельного ринку країни.

**Висновки**

Підприємства готельно-ресторанного сервісу-частина індустрії туризму, займається виробляє та реалізуєпродукт у вигляді послуг гостинності. У даному випадку управління закладом утворює складний процес забезпечення ефективності механізму обслуговування, управління ціновою політикою, планування, внутрішнього контролю тощо.

У сфері готельно-ресторанного підприємництва відбувається постійний рух у сторону новацій, визначаються перспективи, відбувається пошук нових шляхів розвитку.Соціально-економічну стан України теж залежить від стануготельно-ресторанного бізнесу, тому розвиток його важливий.

Відкриття в Україні нових готельних об'єктів, у тому числі за участі іноземних інвесторів, свідчить про стрімкий розвиток готельного бізнесу. Лідерами готельної сфери є Київ, Одеса, Львів. Окрім того, швидко розвивається готельна індустрія у Закарпатській, Івано-Франківській, Херсонській та Запорізькій областях. Очікується збільшення номерного фонду готелів за рахунок розвитку мережевих операторів у містах країни.

Проводилось дослідження теорії і практики функціонування готельного господарства, як важливого сектору економіки, його функції та напрями розвитку, сутнісне та змістовне визначення категорій «готельна послуга», «готель», та «готельно-ресторанний бізнес», які, окрім послуг розміщення і харчування, доповнено низкою таких важливих функцій, як забезпечення кваліфікованого обслуговування, підготовка номерів, безпека майна клієнта, організація відпочинку і оздоровлення та іншими основними і додатковими елементами матеріального і нематеріального характеру, які стають системоутворюючими залежно від спеціалізації готелю.

Динамічний аналіз діяльності підприємств готельного господарства проведено за вибірковою системою показників, серед яких - просторове розміщення, різновиди готельних закладів, стан номерного фонду, динаміка завантаженості, якість сервісу, структура основних та додаткових послуг. Виявлено вплив нових умов і форм на конкуренцію між автономними готелями, готельними мережами та закладами розміщення квартирного типу.

У результаті аналізу сучасного стану готельного господарства встановлено, що основні тенденції розвитку підприємств готельного господарства формуються під впливом глобальних, національних та регіональних соціально-економічних чинників і полягають: в подальшому рості туристичної галузі; розширенні транснаціональних готельних мереж та об’єднань підприємств, впровадженні єдиних стандартів готельного обслуговування, підвищенні конкурентоспроможності готельних мереж.

Визначені глобальні, національні та регіональні тенденції функціонування підприємств готельного господарства, чинники їх розвитку, форми інтеграції підприємств та формування готельних мереж. Встановлено, що маючи значну територію, відомі об’єкти культурно-історичної спадщини та різновиди ландшафту, частка України у світовому готельному господарстві не перевищує 0,6%, що характеризує її більше як об’єкт, аніж суб’єкт глобального готельного бізнесу. Незначним залишається використання місткості номерного фонду (20-30%), падають доходи підприємств від основної діяльності (на 16-22% за останні 4 роки), низькими є показники рентабельності. яка не перевищує 5%, нераціональна структура номерного фонду й інвестицій у розвиток, готельні заклади доволі нерівномірно розміщені за регіонами країни, туристське навантаження на готельний фонд суттєво варіюється та не відповідає структурі попиту.

З огляду на зростання важливості стратегій в сучасних умовах та специфіки готельного бізнесу систематизовано методи та моделі стратегічного управління, встановлено, що мета стратегічного управління підприємствами готельного господарства досягається з більшою результативністю при використанні комплексного інструментарію оптимізації для жорстко детермінованої системи (окремий готель) і для гнучких комплексів, де елементи мають більше свободи.

На основі запропонованих науково-методичних підходів до формування стратегій розвитку та нових інтеграційних форм організації готельних підприємств розроблена система цілей стратегічного управління розвитком готельних сектору. Розроблено структурно-логічні схеми та моделі процесу стратегічного управління підприємствами готельного господарства, що дозволяє формувати механізми розвитку готельного сектору, форми організації взаємодії та умови інтеграції готельних підприємств. Розроблені алгоритми процесу стратегічного управління розвитком підприємств готельного господарства включає такі етапи як стратегічний аналіз ринку готельних послуг, оцінка попиту та чинників впливу на нього, аналіз конкурентного середовища, ресурсного потенціалу готельних підприємств, формування цілей розвитку, проектування функцій та структур стратегічного управління.

Вивчено стан стратегічного управління підприємствами готельного господарства. Дослідження не вичерпало всього кола проблем, які пов’язані з питаннями стратегічного управління підприємствами готельного господарства Потребують подальшого дослідження методичні підходи розробки стратегічного управління підприємствами готельного господарства з урахуванням специфіки їх діяльності, впливу глобалізаційних чинників та формування інтеграційних об’єднань підприємств досліджувались недостатньо.

Аналіз готельно-ресторанного бізнесу в Україні показав, що він стримується низкою причин:нестабільною політичною ситуацією, економічною кризою, недоліками в діяльності фінансово-банківської системи, обмеженою платоспроможністю населення, недосконалістю податкової системи, відсутністю інструкцій та методичних рекомендацій, які були б логічно взаємопов'язані і не суперечили один одному. Іноді це пов’язано з відсутньою необхідної інфраструктури, потрібнихпобутових послуг, що впливає на рівень якості обслуговування клієнтів.

Вагомим є необхідність розробити законодавчі акти, що регулювалиб інвестування у готельно-ресторанний бізнес. Забезпечення цього пункту стимулюватиме розвиток туризму країни.

З метою реалізації готельного потенціалу Україна має поліпшити та підтримувати стан рекреаційних ресурсів країни та разом з політикою розвитку туризму забезпечити туристам комфортні та умови перебування на рівні світових стандартів.

Конкуренція та швидкі зміни і підвищення вимог на ринку, мінливість вимог споживачів вимагають інноваційності в управлінні підприємствами туристичної сфери. Впровадження інновацій необхідне на всіх етапах діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

На сьогодні тенденції розвитку готельного господарства України перегукуються зі світовими. Потрібно використати переваги інтеграційного процесу, залучити інвестиції, створити сприятливе маркетингове середовище, залучити новітні технології, вдосконалити надання послуг.Отже, стан готельно-ресторанного бізнесу Українивимагаєсерйозного аналізу перспектив успішної діяльності та відповідної уваги держави, такої як законодавча та інвестиційна підтримка.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Про віднесення об’єктів права державної власності до сфери управління Державної туристичної адміністрації: Постанова Кабінету Міністрів України від 18 лютого 2002 р. № 84- р. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/346-2011- %D0%BF (дата звернення 19.05.2018).
2. Журавльова С. М. Інформаційні та фінансові потоки в готельному господарстві / *Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність:* матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 19 травня 2009 р. : тези доп. – Харків : ХДУХТ, 2009. С. 138−140.].
3. Забуранна Л. В. Основні тенденції розвитку сучасного туристичного ринку України. *Економіка і управління*. 2011. № 2. С. 61–68. с.
4. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку / [за заг. ред. В. М. Зайцевої]. Запоріжжя: Просвіта, 2017. 240 с.
5. Лук’янова, Л. Г. Освіта в туризмі. Київ: Вища шк., 2008. С. 719.
6. Маначинська Ю.А. Сутність і специфіка готельних послуг, класифікація засобів розміщення туристів. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту.* 2010. Вип.4. С.211-217.
7. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
8. Рахман М.С. Кон’юнктурний аналіз розвитку готельної індустрії як складової туризму України. *Бізнес Інформ*. 2015. № 11. С. 205–212.
9. Юрченко О.C. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». 2014. Вип. 34. С. 292–300.
10. Артеменко В.С. Проблеми управління якістю послуг на підприємствах сфери обслуговування. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг:* зб. наук. пр. у 2-х ч. (Ч. 2) Харків: ХДУХТ, 2013. Вип. 2 (18). С. 253–258., с. 255
11. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент Київ: Знання, 2012. 98 с.
12. Холловей Дж.К., Тейлор Н. Туристическийбизнес; пер. с 7-го англ. изд. Київ: Знання, 2012. 798 с.
13. Семенов В. Ф., Балджи, В.М. Мозгальова Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності: монографія / за ред. В.Ф. Семенова. Одеса: Optimum, 2012. 201 с.
14. Артеменко В.С., Ольшанський О. В. Проблеми управління якістю послуг на підприємствах сфери обслуговування. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг:* зб. наук. пр. у 2-х ч. (Ч. 2) Харків: ХДУХТ, 2013. Вип. 2 (18). С. 253–258, c.
15. Головко О.М. Кампов Н.С., Махлинець С.С. Організація готельного господарства: навч. посібниковко, Київ: Кондор-Видавництво, 2012. 338 с.
16. Ковешніков В.С., Мальська М.П., Роглєв X.Й. Організація готельно-ресторанної справи: навч. посіб. Київ: Кондор, 2015. 752 с.
17. Кузьменко Л.М. Управлениефункционированием и развитием экономики региона: монография. Донецк: НАН Украины; Ин-т экономики промышленности, 2011. 284 с.
18. Мазур В. С. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. *Журнал європейської економіки*. Тернопільський національний економічний університет. 2015. Том 14 (№ 3). С. 273–286.
19. Мальська М. П. Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія і практика. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 381с
20. [Маначинська Ю.А. Сутність і специфіка готельних послуг, класифікація засобів розміщення туристів. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2010. Вип.4. С.211-217.](http://infotour.in.ua/manachynska3.htm)
21. Організація готельного обслуговування : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк, Ю. С. Занько ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Київ: Знання, 2011. 366, [2] с. : іл. Бібліогр.: с. 294–299
22. Сучасні різновиди туризму: навчальний посібник / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. Київ : Знання, 2011. – 334 с.
23. Технологія готельної справи: навч. посіб. рекомендований МОН для студентів вищих навч. закладів / С. М. Журавльова, В. Д. Біляченко, Т. С. Кукліна та ін. Запоріжжя: ЛІПС, 2010. – 124 с.
24. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. *Вісник Східноукраїн­ського національного університету імені Володимира Даля.* 2013. №16. С.224-228.
25. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat>. gov.ua (дата звернення 28.02.2017).
26. Прогноз ВТО, приведенный в докладе «Туризм – панорама 2020» (Tourism: 2020-Vision). ДокладыВсемирнойтуристическойорганизации «Барометр мирового туризма» / UNWTO TourismBarometer. Edition, 2016, 2019 (01). URL: <http://www.unwto.org>
27. Статистичний щорічник України за 2017 рік / Державний комітет статистики України. –URL: [http://www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua/)
28. Гоблик-Маркович Н.М. Грянило А.В. Теоретичні засади регіонального ринку готельно-ресторанного бізнесу URL: http://infotour.in.ua
29. Корнілевська М.О. Управління готельним бізнесом та тенденції його розвитку. URL: http://infotour.in.ua
30. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. URL: [http://tourlib.net](http://tourlib.net/books_ukr/nechauk31.htm)
31. Новий туристичний імідж України та інструменти його популяризації для підтримки інтересу до України як дестинації. URL: http://www.premier-international.net/ua
32. Портал гостиничного и ресторанного бизнеса. URL: [http://prohotelia.com](http://prohotelia.com/)
33. У Києві презентують новий український туристичний бренд / Радіо Свобода. –URL: http://www.radiosvoboda.org
34. Developments and challengesin the hospital it yand tourism sector. Global Dialogue Forum for the Hotels, Catering, TourismSector (23-24 November 2017). Geneva, 2017.URL: https://www.ilo.org
35. Information material softhe State Statistics Committee of Ukraine. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua/)
36. Tourisme international: lesrésultats despremiersmois 2018 sontsu périeur sauxattentes.URL: http://media.unwto.org

37. World Travel&Tourism Council (WTTC).URL :[http://www.wttc.org](http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/)

**Додатки**

**Додаток А**

**Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування за регіонами**



Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування (од.)



**Додаток В**

**Кількість місць (ліжок) у колективних засобах розміщування за регіонами**



Кількість місць (од.)

**Додаток Г**

**Кількість осіб, що перебували у готелях та аналогічних засобах розміщування за регіонами**



Кількість осіб (од.)

**Додаток Д**

**Кількість туроператорів за регіонами**



Кількість туроператорів за регіонами (од.)