

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Кафедра готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації

На правах рукопису

ВИШНЕВСЬКА ЯНА ВІКТОРІВНА
ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТА ЇЇ ОПТИМІЗАЦІЯ

Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна
справа»

Робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр»

Науковий керівник:

**ІЛЬІНА ОЛЬГА
ВІКТОРІВНА**

кандидат географічних наук,
доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № _____

засідання кафедри готельно-ресторанної
справи, туризму і рекреації

від _____ р.

Завідувач кафедри

ЛУЦЬК – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ	6
1.1. Сутність та значення індустрії гостинності	6
1.2. Методика дослідження	14
РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ, ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТА СТАН ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	16
2.1. Загальна характеристика індустрії гостинності та туристичної діяльності	16
2.2. Стан та динаміка розвитку готельного бізнесу в Україні	30
2.3. Стан та динаміка розвитку ресторанного бізнесу в Україні	40
2.4. Сучасний стан та функціонування готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану	44
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ	49
3.1. Сучасні проблеми функціонування індустрії гостинності	49
3.2. Перспективи розвитку індустрії гостинності	51
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ	67

ВИШНЕВСЬКА Я. В.
ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ
В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТА ЇЇ ОПТИМІЗАЦІЯ

Стрімке зростання ролі індустрії туризму у національній економіці свідчить про активний розвиток цієї сфери, проте розвиток конкурентних переваг туристичних регіонів неможливий без нормальної міжрегіональної конкуренції. Рівень розвитку конкурентних переваг туристичних регіонів залежить від їхньої здатності реалізувати потенціал індустрії гостинності, пропонувати якісні послуги. Сьогодні у складних умовах воєнного стану перед сферою гостинності країни стоять серйозні виклики.

У роботі здійснений аналіз сучасного стану індустрії гостинності в Україні з метою розробки рекомендацій щодо її оптимізації. Узагальнено теоретичні підходи до вивчення індустрії гостинності, здійснена загальна характеристика стану галузі, з'ясований стан та динаміка розвитку туристичного, готельного та ресторанного бізнесу, запропоновані заходи оптимізації індустрії гостинності.

Індустрія гостинності має усі передумови для ефективної роботи у напрямі залучення відвідувачів і розвитку галузі. Для виправлення проблем, які гальмують розвиток галузі необхідні адміністративні, економічні, екологічні, соціальні рішення. Подолання кризових явищ в індустрії гостинності залежить від можливостей національної економіки і стратегічних цілей політики України, органів самоврядування і суб'єктів готельно-ресторанного й туристичного бізнесу.

Ключові слова: гостинність, туристична діяльність, рекреація, готельний бізнес, туристичний бізнес

VYSHNEVSKA Y. V.
HOSPITALITY INDUSTRY OF UKRAINE
IN MODERN CONDITIONS AND ITS OPTIMIZATION

The rapid growth of the role of the tourism industry in the national economy indicates the active development of this sphere, however, the development of competitive advantages of tourist regions is impossible without normal interregional competition. The level of development of competitive advantages of tourist regions depends on their ability to realize the potential of the hospitality industry, to offer quality services. Today, in difficult conditions for the development of tourist regions, there is a significant decrease in quantitative indicators of the development of the hospitality industry, which threatens its development.

The paper analyzes the current state of the hospitality industry in Ukraine in order to develop recommendations for its optimization. Theoretical approaches to the study of the hospitality industry are summarized, a general description of the state of the industry is carried out, the state and dynamics of the development of the tourist, hotel and restaurant business are clarified, measures for optimizing the hospitality industry are proposed.

The hospitality industry has all the prerequisites for effective work in attracting visitors and developing the industry. To correct the problems that hinder the industry, administrative, economic, environmental, and social solutions are necessary. Overcoming crisis phenomena in the hospitality industry depends on the capabilities of the national economy and the strategic goals of the policy of Ukraine, local governments and entities of the hotel, restaurant and tourism business.

Key words: hospitality, tourism, recreation, hotel business, tourism business

ВСТУП

Стрімке зростання ролі індустрії туризму у національній економіці свідчить про активний розвиток цієї сфери, проте розвиток конкурентних переваг туристичних регіонів неможливий без нормальної міжрегіональної конкуренції. Рівень розвитку конкурентних переваг туристичних регіонів залежить від їхньої здатності реалізувати потенціал індустрії гостинності, пропонувати якісні послуги. Сьогодні у складних умовах воєнного стану перед сферою гостинності країни стоять серйозні виклики.

Туризм нині розвивається дуже стрімко. Саме туризм став одним з доступних засобів пізнання навколишнього світу, його історії, пам'яток і культурної спадщини. У сучасній науковій літературі існує багато визначень термінів «туризм» та «гостинність».

Гостинність – це точніше поняття, оскільки спрямоване на задоволення потреб не лише туристів, а й споживачів у цілому. Поняття туризму і гостинності не можна розглядати окремо: це різні два взаємопов'язані терміни. Туристи це потенційні споживачі, що мають різноманітні бажання та потреби, що залежать від мети їхньої подорожі.

Поняття «гостинність» у всіх словниках тлумачиться як люб'язний прийом гостей, привітність стосовно гостей. Гостинність – це одне з ключових понять цивілізації, яке завдяки поступу (прогресу) та часу трансформувалося на потужну індустрію, в якій працюють багато фахівців, створюючи все найкраще для споживачів послуг (туристів). Індустрія гостинності включає різні сфери діяльності людей – туризм, відпочинок, розваги, готельний і ресторанний бізнес, громадське харчування, екскурсійну діяльність, організацію виставок і проведення різних наукових конференцій.

Отже, індустрія гостинності – комплексна сфера діяльності працівників, що задовольняють будь-які запити та побажання споживачів.

Виходячи з вищенаведеного *метою* роботи є аналіз сучасного стану індустрії гостинності в Україні та її оптимізація. Для досягнення поставленої мети були поставлені і вирішені такі *завдання*:

- узагальнено теоретичні підходи до вивчення індустрії гостинності;
- здійснена загальна характеристика стану галузі;
- з’ясований стан та динаміка розвитку туристичного, готельного та ресторанного бізнесу;
- запропоновані заходи оптимізації індустрії гостинності.

Об’єкт та предмет дослідження. Об’єктом дослідження є індустрія гостинності України. Предметом – оцінка сучасного стану індустрії гостинності та її оптимізація.

Вихідні матеріали. Матеріалами, які стали основою дослідження були літературні та фондові джерел Державної служби статистики України [49–50, 54], Державного агентства розвитку туризму в Україні, всесвітніх туристичних об’єднань та організацій [22, 51, 60, 65–72], нормативно-правові документи [1–10, 21, 52] та ін.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані спеціалістами туристичних і рекреаційних підприємств і організацій України та окремих регіонів для розробки планів оптимізації сфери обслуговування.

Структура та обсяг. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 71 сторінка.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

1.1. Сутність та значення індустрії гостинності

Сьогодні спостерігається зростання конкуренції у всіх галузях економіки розвинутих країн. Головна проблема полягає у залученні клієнтів та створенні найкращого рівня пропонованого споживачам сервісу.

Як і будь-яка інша сфера економіки, індустрія гостинності потребує певної структури та цілісності, які б забезпечували її конкурентоспроможність.

До структури індустрії гостинності входять: підприємства харчування; транспортні перевезення; культурно-розважальні послуги [45].

Значна увага приділяється проблемі залучення клієнтів із боку інших підприємств. Це зумовлено, насамперед, властивостями послуги як товару. Процес реалізації послуги залежний від процесів її виробництва. Тому якість послуг перебуває у залежності від емоційно-психологічного стану споживача і обслуговуючого персоналу.

У даний час існує маркетингова концепція управління туристичною діяльністю. Суть цієї системи поглядів у понятті «індустрія гостинності». Поняття «індустрія гостинності» є ширшим, ніж поняття «індустрія туризму». В основі цих двох сфер діяльності лежить поняття «гостинність», тобто щедрість та дружелюбність по відношенню до гостей [56].

На сьогоднішній день індустрія гостинності – це одна з великих систем сектора економіки, що швидко розвиваються. У будь-якому готельному підприємстві важливе місце відведено гостинності [46–47].

Сучасна вітчизняна індустрія гостинності знаходиться в процесі становлення і спрямована на отримання прибутку від співробітництва зі своїми клієнтами. Нестабільна економічна і політична ситуація викликала низку проблем, з якими зіткнулася індустрія гостинності. Саме тому фірми змушені уважно вивчати кон'юнктуру ринку, що складається. Пошук та використання фірмами різних форм бізнесу стали особливим моментом для ефективного управління підприємствами індустрії гостинності. Існуюча в даний час практика функціонування готельного бізнесу не відповідає світовим стандартам і вимогам, що викликано низькою прибутковістю підприємств, пов'язаних з управлінням та експлуатацією готелів..

На думку Дж. Р. Уокера, індустрія гостинності об'єднує у собі туризм, готельно-ресторанний бізнес, відпочинок, розваги, організацію симпозіумів, семінарів, конференцій, нарад [16].

Згідно з тлумачним словником М. Уебстера індустрія гостинності – це сфера підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які спираються на принципи гостинності, що характеризуються щедрістю та дружелюбністю по відношенню до гостей. З погляду Р.А. Браймера, індустрія гостинності є збиральним поняттям для різноманітних і численних форм підприємництва, які спеціалізуються на ринку послуг, пов'язаному з прийомом і обслуговуванням гостей. Основні напрями індустрії гостинності: громадське харчування, розміщення, перевезення та відпочинок [44].

Індустрія гостинності – це комплексна сфера діяльності працівників, які задовольняють будь-які запити та бажання туристів, що включає послуги з обслуговування клієнтів. Вона виступає як самостійна, складна та дещо відокремлена соціально-економічна система, що приваблює значні матеріальні, фінансові та трудові ресурси. Індустрія гостинності – міжгалузевий комплекс, що спеціалізується на обслуговуванні людей, що

приїжджають у цю місцевість, і включає сукупність засобів розміщення, громадського харчування, об'єктів пізнавального, розважального, ділового, оздоровчого та спортивного призначення, а також підприємства з виготовлення туристичного спорядження та сувенірів [12–14, 38, 57].

Індустрія гостинності – це специфічна самостійна галузь господарства, яка складається з групи галузей й підприємств, головними функціями яких є задоволення різноманітного попиту на різні види розваг і відпочинку. Серед найважливіших тенденцій нинішнього розвитку індустрії гостинності слід виділити: поглиблення спеціалізації та диверсифікації послуг розміщення, харчування, розваг; утворення значних за розмірами готельних мереж, мереж ресторанів (транснаціональні компанії); використання в індустрії гостинності інформаційних систем управління й сервісу, технологічного забезпечення та ін.; інтеграцію капіталу готельно-ресторанних, розважальних підприємств з капіталом страхових, фінансових, будівельних, транспортних та інших сфер господарства; розвиток мережі невеликих за розмірами підприємств для розваг, орієнтованих на певний сегмент ринку [53, 55, 58].

Індустрію гостинності складають готелі та організації, які надають послуги й випускають товари, які тісно пов'язані з готельно-ресторанним бізнесом : екскурсійні бюро; транспортні об'єднання та підприємства; підприємства з виробництва сувенірної продукції; інформаційні та рекламні агенції (служби); науково-дослідницькі та проєктні організації готельного профілю; готелі; підприємства харчування; підприємства з виробництва готельно-господарських оснащення (товарів) [62–63].

Індустрія гостинності має такі головні специфічні ознаки: орієнтація на ресурси при визначення місця розміщення готелів, ресторанів, розважальних закладів; наявність сезонності в готельному бізнесі; суворі вимоги формування інфраструктури тощо.

Підприємства ресторанно-готельного бізнесу належать до сфери туризму та є важливою складовою сфери послуг, що динамічно розвивається, посилює свою роль у виробництві валового внутрішнього продукту країни та вирішення соціальних проблем суспільства. У свою чергу підприємства громадського харчування, готелі є одними з найперспективніших, швидкорозвиваючих галузей сфери послуг. Тому розуміння економічної природи даних підприємств, сутності та особливостей наданих ними послуг виключно важливо для ухвалення управлінських рішень щодо підвищення ефективності їхньої діяльності [23–24].

З вищенаведеного можна дійти висновку, що зарубіжна методологія сфери гостинності включає у собі підприємства розміщення, комунального харчування, транспортного і культурно-розважального секторів.

В Україні для визначення сфери діяльності, пов'язаної з наданням послуг розміщення та харчування, застосовувалося поняття «готельне господарство» або «готельно-ресторанне господарство». Застосування поняття «індустрія гостинності» замість «готельне господарство» краще. Воно показує всю природу цієї діяльності, адже індустрія гостинності асоціюється у споживачів з дружелюбністю, щедрістю, увагою по відношенню до гостей.

Через сучасні виклики, пов'язані з російсько-українською війною та іншими попередніми кризами, індустрія гостинності потребує комплексного наукового дослідження з метою її відновлення, розвитку та удосконалення. За час воєнного стану 25 % підприємств готельного бізнесу припинили свою роботу, а 55 % працюють частково. Сфера гостинності має значні проблеми, включаючи перебої у логістиці, зниження купівельної спроможності та попиту населення та демографічні проблеми.

Відновлення індустрії гостинності України передбачає комплексний підхід, який передбачає відновлення збитків, завданих військовою

агресією, а і на нові підходи до управління. Це підвищить стійкість та привабливість індустрії гостинності. Збитки, спричинені війною, потребують експертної оцінки втрат як важливого етапу при розробці ефективної стратегії відновлення індустрії.

Індустрія гостинності об'єднує сектори: проживання (розміщення), харчування, подорожей і туризму, індустрію розваг, оренду житла та тимчасового проживання, суб'єкти готельно-ресторанного бізнесу, відпочинку (табл. 1.1).

Значимість індустрії гостинності пояснюється її економічним, соціальним та історико-культурним значенням (табл. 1.2). Вона сприяє зміцненню зв'язків між народами, країнами, розвитку місцевих територіальних громад і покращенню якості життя населення. Її подальший розвиток залежить від здатності адаптуватися до нових викликів, впроваджувати інновації та дотримуватися принципів сталого розвитку.

Таблиця 1.1

Сектори, суб'єкти, отримувачі послуг в індустрії гостинності

№ зп	Сектор індустрії гостинності	Суб'єкти-оператори ринку	Отримувачі послуг в індустрії гостинності (гість, відвідувач, екскурсант)
1.	Розміщення і проживання	Мережі готелів, окремі готелі, апартаменти, гостьові будинки, костели, кемпінги	Подорожуючі, внутрішні та іноземні туристи
2.	Напої і харчування	Сфера громадського харчування, кафе, ресторани, заклади швидкого харчування, їжа з собою, служби доставки і організації харчування (кейтеринг)	Місцевий відвідувач, споживач, внутрішній та іноземний турист
3.	Туризм та подорожі	Туристичні компанії, туристичні агенції, туристичні бюро, туристичні фірми	Людина у відрядженні, іноземний турист, студент, відпочивальник, внутрішній турист
4.	Розваги (індустрія розваг) – круїзи, ігри, спорт, івент-заходи)	Нічні клуби круїзні агенції, казино, івент-агентства	Відпочивальники, внутрішні та іноземні туристи
5.	Оренда житлової площі (сезонна)	Агенції з оренди житла, власники приміщень	Туристи, відпочивальники та ін.

Таблиця 1.2

Чинники важливості та вплив індустрії гостинності

Чинник	Характеристика	Вплив	Приклад
1. Економічний розвиток	зростання доходів, підвищення рівня життя	зростання попиту на туристичні послуги розширення інфраструктури гостинності	Зростання кількості готельних підприємств у мегаполісах
2. Глобалізація	розширення міжнародного співробітництва, спрощення подорожей.	збільшення міжнародного туризму формування світових мереж готелів і ресторанів	відкриття нових філій Hilton чи Marriott у різних зарубіжних країнах.
3. Технологічний прогрес	використання інноваційних технологій у бізнес-процесах	оптимізація роботи, підвищення рівня обслуговування розвиток онлайн-бронювання, мобільних додатків	запровадження автоматизованих check-in систем у готелях
4. Екологічний вплив	орієнтація на екологічну відповідальність і соціальну сталість	Приваблення еко-свідомих клієнтів зменшення витрат завдяки енергоефективним технологіям	використання сонячних панелей у готельних закладах
5. Пандемії та кризи	виникнення глобальних викликів, таких як COVID-19, війни, теракти	адаптація бізнесу до нових умов запровадження санітарних норм, військового положення та комендантського часу розвиток дистанційної роботи	пропозиція готелями послуг «офіс для дистанційної роботи»
6. Культурна інтеграція	Зростання інтересу до різних культур і традицій	Розвиток пропозицій, таких як етнічні ресторани чи тематичні готелі	гастрономічні тури, фестивалі місцевої кухні
7. Соціальні медіа	вплив платформ на прийняття рішень клієнтами	формування іміджу компаній через відгуки, рейтинги, рекламу в соцмережах	активність у Instagram, TikTok, TRipAdvisor

Сьогодні ринок готельного господарства характеризується різноманіттям форм і засобів, які здатні задовольнити потреби й можливості подорожуючих: міжнародні ланцюги, відомчі готелі, готелі, мотелі, пансіонати, санаторії, клубні номери, бутік-готелі, пляжні готелі, гостьові будинки, хостели, міні готелі, ботелі, туристичні табори, флотелі, кемпінги, бунгало, бази туристичні, будинки і котеджі тощо.

Готельний бізнес швидко розвивається та є перспективною сферою, яка приносить вагомі прибутки. Основою діяльності суб'єктів господарювання (туризму, готельної індустрії, ресторанного бізнесу) є прибуток, який знаходиться в прямій залежності від кількості та якості послуг, що надаються. Усі підприємства індустрії гостинності прагнуть до покращення послуг та їхнього збільшення.

Значна кількість різноманітних чинників впливає на конкурентні переваги закладу: його положення, розмір, номерний фонд, інфраструктура, інновації, які використовуються в готелі, вартість номера, матеріально-технічне забезпечення, унікальність послуг, кваліфікацію персоналу, наявність історико-культурних пам'яток та історичних місць.

1.2. Методи дослідження

При написанні кваліфікаційної роботи нами використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, поміж них: літературний та системно-структурний (для систематизації наукових поглядів вітчизняних і зарубіжних учених на проблему; розгляду сучасних трендів й напрямів розвитку досліджуваної нами індустрії гостинності в Україні з урахуванням воєнного чинника); методи емпіричного дослідження (спостереження, накопичення та добору фактів і встановлення зв'язку між ними, порівняння) з метою збору й узагальнення даних про досвід подолання наслідків воєнного стану; узагальнення інформації щодо повоєнного відновлення індустрії гостинності); методи теоретичного дослідження (абстрагування, аналіз, синтез, ідеалізація, індукція, дедукція та ін.) для розкриття сучасного стану індустрії в умовах війни та перспектив повоєнного розвитку галузі в Україні).

Дослідження в межах виконання випускної кваліфікаційної роботи здійснювалося в кілька етапів: підготовка до проведення дослідження: самостійний вибір теми дослідження та її погодження з науковим керівником; визначення методів збору даних; визначення способів опрацювання й аналізу даних; збір первинних даних: опрацювання наукових джерел, офіційних сайтів, інтернет-джерел тощо з проблеми впливу глобальних безпекових чинників на розвиток індустрії гостинності; вивчення першоджерел, наукової, науково-популярної й публіцистичної літератури, статистичних даних для дослідження стану індустрії гостинності України в умовах війни; дослідження сучасних трендів та новітніх напрямів розвитку туристичного бізнесу в Україні з урахуванням воєнного чинника; аналіз одержаної інформації: досвіду подолання наслідків війни туристичною індустрією; прогнозів і тенденцій повоєнного розвитку українського туризму; теоретичне опрацювання фактичних даних

і аналітичних матеріалів для визначення стану та розкриття перспектив повоєнного розвитку туризму в Україні; підготовки узагальнень та загальних висновків до роботи; оформлення результатів випускної кваліфікаційної роботи.

Методику організації дослідження індустрії туризму можна розділити на такі послідовні етапи: а) визначення чинників, які мають вплив на розвиток, функціонування та регіональні особливості індустрії гостинності в Україні ; б) визначення рівня розвитку індустрії гостинності (насамперед готельно-ресторанного й туристичного бізнесу); в) систематизація й типізація найголовніших складових індустрії гостинності; г) з'ясування часових особливостей функціонування індустрії гостинності.

Організація дослідження індустрії гостинності передбачає такі особливості: комплексний підхід (для вивчення закономірностей територіальної організації індустрії гостинності); багатомасштабність (національному, регіональному та локальному територіальних рівнях); поєднання кількісних та якісних методів (статистичний аналіз); розробка прогнозно-аналітичних матеріалів для потреб оптимізації індустрії гостинності).

РОЗДІЛ 2

ПЕРЕДУМОВИ, ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТА СТАН ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

2.1. Загальна характеристика індустрії гостинності та туристичної діяльності

Протягом 2000–2019 рр. туристична індустрія демонструвала постійне зростання внутрішнього та зовнішнього попиту. Однак епідемія COVID-19 у 2020 р. суттєво змінила ситуацію – обсяги такої діяльності скоротилися до рівня 2000-х років і це стало проблемою для галузі. Динаміка діяльності готелів та інших засобів розміщення у до кризовий період наочно представлена у додатках А–Г, стан та динаміка діяльності туристичних агент та туристичних операторів – у додатках Д–Е.

Стан використання великого туристичного потенціалу регіонів та країни в цілому залишається вкрай незадовільним. Причинами такої стагнації у розвитку туристичної індустрії та сфери гостинності включають великий набір негативних чинників. Серед об'єктивних чинників виділимо тривалу окупацію окремих частин території України та бойові дії, значне погіршення екологічної ситуації у природно-рекреаційних зонах, нестача внутрішнього попиту. До суб'єктивних чинників можна віднести обмежену інвестиційну привабливість та низький рівень конкуренції.

Наслідками кризових явищ, що впливали на розвиток підприємств індустрії гостинності у період (2011–2020 рр.), стали суттєве скорочення масштабів в'їзного або внутрішнього туризму. Динаміка кількості суб'єктів туристичної індустрії у докризовий період укладена у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Туристичні потоки і показники діяльності колективних засобів розміщення України у докризовий період (2016-2020 рр.) (укладено за матеріалами Державної служби статистики України)

Роки	Туристи, які користувалися послугами (туристичними операторами і туристичними агентами)				Засоби розміщення, одусного, од	Разом відвідувачів, (тис. осіб)
	усього, тис. осіб	в'їзні (іноземні) туристи, тис. осіб	виїзні туристи, тис. осіб	внутрішні туристи, тис. осіб		
2016	2549,62	35,10	2061,02	453,63	4256,00	6544,81
2017	2806,41	39,61	2289,92	477,02	4115,00	6661,21
2018	4557,41	75,92	4024,71	456,81	4719,00	7006,20
2019	6132,13	86,82	5524,90	520,41	5335,00	6960,90
2020	2360,32	12,03	2125,71	222,61	4523,00	3379,50

Як засвідчують дані, Державного агентства розвитку туризму, за перше півріччя 2022 р. представники галузі України сплатили на 18,0 % менше податків (645,847 тис. грн), ніж за аналогічний період 2021 р. (788,328 тис. грн). Це зумовлено зменшенням загальної кількості платників на 10 % у перші місяці повномасштабного вторгнення. Кількість юридичних осіб-підприємців зменшилась на 17,1 %, а фізичних осіб-підприємців – на 7,2 %.

У першому півріччі 2022 р. готельні підприємства та санаторії сплатили найбільшу частку податків, проте загальна сума була на 24,2 % меншою за 2021 р., склавши приблизно 370,1 млн. грн. Турбази,

кемпінги, дитячі табори відпочинку зазнали спаду своєї діяльності (зменшення податків на 58,2 %, з 137,2 млн. грн. у 2021 р. до 57,1 млн. грн. у 2022 р. Туристичні агенції збільшили внески до державного бюджету на 85,3 % порівняно з попереднім 2021 р.

Упродовж періоду нашого аналізу істотно зросла частка виїзного туризму (у 2000 році вона становила лише 14,0 %, у 2023 році досягла позначки 90 %. З 2014 р. через загострення збройного конфлікту на сході України відбулося помітне зменшення кількості в'їзних туристів. Однак, виїзний туризм постійно зростав.

Сьогодні Україна виступає країною-донором, більшість українців обирають поїздки до Туреччини, Єгипту, Польщі, Угорщини та Молдови. Для в'їзного туризму переважають туристи з Таджикистану, Узбекистану, США. Головними напрямками, які українці найчастіше обирають для поїздок за кордон є Туреччина, Єгипет, Греція, Кіпр, Іспанія, Польща, Австрія.

У 2023 р. туристичний сектор країни отримав приблизно 3 мільярди гривень надходжень до бюджету України, що засвідчує його важливу роль в економіці в умовах складної внутрішньої та зовнішньої ситуації. Динаміку податкових зборів від туристичної діяльності за період з 2020–2023 р. (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Надходження до бюджету України
від суб'єктів сфери туристичної діяльності
2021р. – 2024 р.

(укладено за матеріалами Державної служби статистики України)

№ п/п	Суб'єкт туристичної сфери	Роки			2023р. / 2020 р. +/-
		2020 р.	2022 р.	2023 р.	
1.	Готелі, млн грн	1289,0	1304,0	1954,0	665,00
2.	Туроператори, млн грн	259,0	205,80	304,70	45,70
3.	Турагенства, млн грн	279,30	193,30	265,20	-14,10
4.	Турбази та дитячі табори млн грн,	328,20	145,90	201,10	-127,10
5.	Кемпінги, стоянки для автофургонів, млн грн	2,40	2,90	4,60	2,20
6.	Інші види, млн грн	592,00	197,01	208,40	-383,60
РАЗОМ, млн грн		2232,00	2049,0	29380	706,00

У 2023 р. сума податкових надходжень галузі зросла до 2,9380 млрд грн, що на 706,0 млн. грн. більше як у 2020 р., тобто спостерігається зростання на 31,7%. Цей показник засвідчує поступове відновлення туристичної індустрії після кризи, спричиненої пандемією та повномасштабним вторгненням.

Найбільш вагоме зростання податків зафіксовано в готельній галузі – на 51,60 %. Це засвідчує стабільне відновлення попиту на готельні послуги, що, очевидно, пов'язане з внутрішньо переміщеними особами, розвитком внутрішнього та ділового туризму. У туристичних операторів приріст становив 17,61 %, що теж свідчить про активізацію

організованих поїздок, насамперед в межах держави. Одночасно кемпінги, стоянки для відпочинку та інші об'єкти демонструють майже дворазове зростання (+ 91,72 %), хоч частка їх у загальній структурі є невеликою. Вважаємо, що це є наслідком зростання популярності альтернативних способів відпочинку і бюджетного туризму.

Турагентська діяльність продемонстрував незначне зниження – на 5,12 %, що пояснюється зростанням популярності самостійного онлайн бронювання або переходом клієнтів до туристичних операторів напрямку (без надавачів послуг-посередників). Помітне падіння – на 38,72 % – спостерігалось в діяльності туристичних баз та дитячих оздоровчих таборів. Це, імовірно, пояснюється обмеженнями воєнного періоду, закриттям ряду закладів у несприятливих регіонах та зменшення попиту на дитяче оздоровлення. Особливо критичною стан музейної, екскурсійної та суміжної сфер (зниження склало 64,81 %), що зумовлено припиненням роботи багатьох закладів та зменшенням туристичного потоку в адміністративних областях.

Аналіз структури галузі у 2020–2023 рр. засвідчує переважну роль готельного бізнесу, який у 2023 р. сформувало 66,52 % загальних податків у галузі. Це засвідчує його ключове значення у відновленні індустрії гостинності. Інші сектори показують нерівномірну динаміку: туристичні оператори – незначне зростання, туристичні агенти – невеликі втрати, а дитячі табори, туристичні бази та музейна справа – суттєве зменшення.

Отже, загальна тенденція у 2023 р. була позитивною: туристична галузь відновлюється, попри складну економічну та військово-безпекову ситуацію в Україні. Спостерігається структурна асиметрія розвитку окремих сегментів індустрії гостинності, що свідчить про необхідність комплексного удосконалення державної політики підтримки індустрії гостинності. Готельне господарство показує високу адаптивність, інші

напрями потребують стимулювання, оновлення (модернізації) та податкового заохочення.

Спостерігається позитивне зростання кількості платників податків у індустрії гостинності. Так, у 2023 р. і кількість суб'єктів господарювання зросла на 7,2 % у порівнянні з 2022 р. При цьому Кількість юридичних осіб платників податків залишилася стабільною на рівні 3,51 тис. Проте, у порівнянні з 2020 р., кількість юридичних осіб скоротилася на 33,1 %, що свідчить про трансформацію ринку до зменшення кількості великих суб'єктів господарювання або їх реорганізацію.

Фізичні особи-підприємці у 2023 р. збільшили кількість закладів до 9,2 % у порівнянні з 2022 р. Проте, порівняно з 2020 р. спостерігається спад на 15,2 %. У цілому кількість суб'єктів господарювання в галузі зменшилася на 20,2 % порівняно з 2020 р., що вказує на скорочення активних учасників туристичного ринку, яке спричинене кризовими викликами сучасного періоду. Поступове зростання у 2023 р. засвідчує про ознаки відновлення туристичної індустрії. Регіональний аналіз галузі за величиною податкових надходжень наведений на рис. 2.1.

Воєнний стан та пандемія суттєво вплинули на функціонуванні туристичного сектора: відбулося вагоме зниження туристичних потоків, часткове чи повне знищення інфраструктури, зменшення доходів суб'єктів господарювання та зниження обсягів податків. Проте, навіть в умовах повномасштабної війни, у першому півріччі 2023 р. зафіксовано зростання туристичного збору на 28,83 % порівняно з аналогічним періодом 2022 р. Зазначений приріст найбільш відчутний у західних регіонах України, які є відносно безпечними для внутрішнього туризму.

Найбільша концентрація суб'єктів господарювання зберігається у великих містах та регіонах із розвиненою інфраструктурою (Київ,

Дніпропетровська, Львівська та Одеська області). Зазначимо, що внутрішній туризм зростає завдяки покращенню транспортної інфраструктури та підвищеному попиту на поїздки у межах України. Цей сегмент відіграє провідну роль у підтримці індустрії гостинності в умовах обмежень зовнішніх подорожей і є пріоритетним напрямом державної підтримки в Україні.

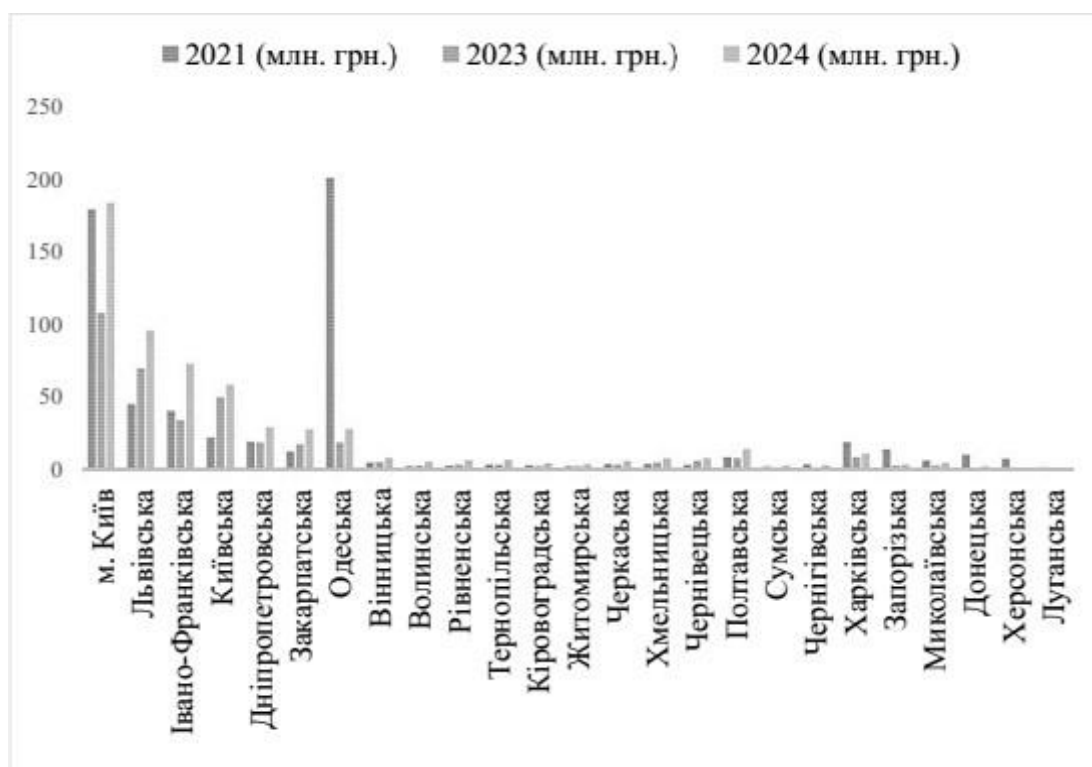


Рис. 2.1. Податкові надходжень від туристичної галузі України в регіонах (млн. грн., 2020–2023 рр.)

(укладено за матеріалами Державної служби статистики України)

З 2023 р. бачимо різкі регіональні відмінності у податкових надходженнях. Найвищі показники спостерігаємо для м. Києва, який з результатом 183,72 млн грн лідирує поміж усіх регіонів. Після спаду 2023 р. Київ відновив позиції, зафіксувавши приріст на 70,2 % порівняно з попереднім роком та на 2,51% порівняно з 2021 р.

Одним з лідерів є Львівська область із сумою 95,94 млн. грн. Область демонструє стабільну позитивну динаміку, зокрема, збільшення податків на 37,2% порівняно з 2023 р. та удвічі – на 111,2 % – порівняно з 2021 р. Це засвідчує стабільність внутрішнього і в'їзного туризму.

Івано-Франківський регіон займає третє місце з результатом 73,12 млн. грн, що становить збільшення на 80,2 % порівняно з 2021 р. та на 114,1 % – з 2023 р. Така динаміка є показником зростання туристичної діяльності регіону, зокрема Карпатських гір, як зони активного туризму, природного та оздоровчого туризму.

Київська область на четвертому місці із сумою 58,72 млн. грн., демонструє стабільний розвиток як альтернатива Києву. Приріст надходжень у області становить 17,2% до 2023 р. та 162,1 % до 2021 р. свідчить про зростання популярності передмість й приміських відпочинкових територій.

На фоні позитивних змін низка областей зазнала суттєвого падіння індустрії гостинності. Зокрема, Одеська область, яка у 2021 р. акумулювала 201,2 млн. грн., у 2023 р. продемонструвала лише 28,21 млн. грн (зменшення на 86%). Це зумовлено втратою привабливості пляжного відпочинку, портового та курортного туризму.

Критичне скорочення спостерігаємо для Херсонської області (з 7,81 до 0,62 млн. грн, зменшення на 92,1 %), Луганської (з 2,11 до 0,01 млн. грн. – падіння на 99%) та Донецької (з 10,62 до 2,61 млн. грн. – зниження на 75,0 %). Причинами цього є активні бойові дії, окупація територій, руйнування туристичної інфраструктури та неможливість ведення господарської діяльності.

Аналіз динаміки 2023 р. до 2022 р. свідчить про незначне відновлення галузі. Майже всі регіони продемонстрували збільшення податкових надходжень. Так, у Полтавській області сума зросла на 73,52 % – з 8,31 млн. грн. до 14,41 млн. грн., що засвідчує активізацію

внутрішнього туризму. Ряд областей – Хмельницька, Чернівецька, Тернопільська та Кіровоградська області теж показали приріст у межах 50–90 %, що є результатом розробки нових та розширення старих туристичних маршрутів та збільшення привабливості маловідомих DESTINATION.

Аналіз розподілу податкових надходжень у 2024 р. засвідчує тенденцію до зміщення туристичної активності до західних регіонів України. Зокрема, у західній частині України зафіксовано зростання на 46,1 %, що є найбільшим серед усіх макрорегіонів. Для Північного регіону України зростання склало 26,2 %, для Центрального – 20,1 %, для Півдня – 7,2%, а Схід – символічне підвищення на 1,1 % (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Туристичний збір в Україні (2021—2024 рр.).

(за матеріалами Державного агентства розвитку туризму України

[<https://www.tourism.gov.ua/>].

Чітко прослідковується регіони з різними тенденціями. Зокрема Західна Україна (Івано-Франківська, Львівська, Закарпатська, Чернівецька області) є центрами зростання завдяки стабільності й відносній безпековій ситуації. У центральній частині країни позитивні зміни фіксуються у Полтавській, Київській, Черкаській областях. Південні та східні регіони (Херсонська, Одеська, Запорізька, Луганська, Донецька області) продовжують зазнавати занепаду.

Загалом, у 2023 р. індустрія гостинності України демонструє ознаки відновлення з регіональним відмінностями. Враховуючи сучасну ситуацію, доцільно скеровувати ресурси на підтримку й стимулювання розвитку індустрії гостинності у безпечних регіонах України. У довгостроковій перспективі необхідно забезпечити відновлення інфраструктури туризму в постраждалих регіонах та розробляти маршрути, що забезпечать, насамперед, потреби внутрішнього і перспективного у майбутньому в'їзного туризму.

Збройна агресія російської федерації проти нашої країни створила серйозні виклики для функціонування індустрії туризму, спричинивши нестабільність як на рівні інфраструктури, так і в господарському комплексі. Збройна агресія негативно впливає на стан індустрії гостинності, знижує рівень попиту та обмежує можливості для формування конкурентних пропозицій на ринку сфери обслуговування. Загальна ситуація ускладнює підприємницьку діяльність, зокрема через ризики для безпеки відвідувачів, зниження інвестиційної привабливості та трансформацію споживчих уподобань.

У таких умовах суб'єкти туристичного бізнесу змушені адаптуватися до сучасних реалій, шукати способи забезпечення стабільності у роботі, збереження клієнтів та відновлення довіри до внутрішнього туризму. Одночасно є потреба глибокого переосмислення

існуючих підходів до ведення бізнесу в індустрії гостинності, оскільки традиційні моделі втрачають свою ефективність відповідно до нових реалій.

У зв'язку із зазначеним актуальним є всебічний аналіз і синтез ситуації, виявлення найголовніших тенденцій, а також формування сучасних перспективних напрямів розвитку індустрії гостинності. Тільки за умови системної стратегії, планування та урахування сучасних викликів, можливо забезпечити тривалу стійкість й конкурентоспроможність індустрії гостинності в Україні.

Держава перебуває в умовах гуманітарної кризи, спричиненої повномасштабною збройною агресією. У цьому контексті індустрія гостинності, попри неабиякі труднощі, отримує велику підтримку від міжнародної спільноти (політичну, гуманітарну, економічну, дипломатичну). Міжнародні організації солідарні з Україною, що відображається і на індустрії гостинності.

Можливості відновлення і розвитку індустрії гостинності в Україні значною мірою залежать від стабільності та економічного стану України. З початку широкомасштабного країна зазнала важких втрат у соціальній, гуманітарній й економічній галузях. Індустрія гостинності постраждала від бойових дій, потреба у послугах різко змінилася, а ринок зазнав суттєвої трансформації. Понад 13,51 млн. громадян були змушені залишити свої помешкання, а понад 7 млн. осіб опинилися за межею бідності (25 % населення країни).

За період 2021–2022 рр., частка туристичного бізнесу у валовому внутрішньому продукті у 2021 р. становила 11,8 3% (тобто 644,21 млрд. грн.), із них прямий внесок туризму становив 4,09 % або 222,62 млрд. грн. Туристичний збір 2021 р. складав близько 244,2 млн. грн, однак у 2022 р. він знизився до 186,2 млн. грн (лише 76,42 % від рівня 2021 р.) [50].

У 2021 р. туристична галузь забезпечувала робочими місцями понад 2.1 % працездатного населення країни (625,7 тис. осіб), проте у 2022 р. показник знизився до 1,2 % (476,3 тис. осіб), що становить 76,1 % від рівня 2021 р. Так, у сфері готельного бізнесу в колективних засобах розміщення працювало 38,4 тис. осіб у 2021 році та 27,8 тис. осіб у 2022 р. (73,2 % від величини 2021 р.). У сфері діяльності туристичних операторів, туристичних агентств та туристичних компаній, які працюють у сегменті бронювання, було зайнято 20,1 тис. осіб у 2021 р. та 13,8 тис. осіб у 2022 р. (69,2 % від рівня попереднього року).

Аналіз рентабельності в 2021 р. свідчить, що окремі напрями діяльності були досить прибутковими. Наприклад, ресторани (+ 2,11 %), туристичні оператори (+ 4,92 %), туристичні агентства (+ 5,92 %) та прокат авто (+ 32,6 %) демонстрували добру динаміку. Проте інші сектори були збитковими : пасажирські й авіаперевезення (– 1,52 %), готелі (– 22,6 %), музеї (– 2,1 %), тематичні парки, атракціони (– 1,42 %).

З 2022 р. ситуація значно погіршилася, практично усі напрями діяльності були збитковими. Так, авіаційний та пасажирський транспорт в країні визначив збитки на 37,2 %, готельний бізнес –44,32 %, рестораний бізнес –14,33 %, туристичні оператори – 11,92%, туристичні агенти – 7,1%, оренда авто – 13,63 %, музеї – 7,82 %, тематичні парки – 34,34 %. Зазначене свідчать про серйозні проблеми, які зазнає індустрія із-за повномасштабного вторгнення та необхідність державної підтримки. З 2023 р. галузь почала поступово відновлюватися. Найбільшу частину податків забезпечили готелі – 916 млн. 649 тис. грн, (63,2 % від загального обсягу). У 2022 р. вони складали 766 млн, у 2021 р. – 1 млрд. 21 млн. 473 тис. грн. Для інших учасників ринку ці показники такі: засоби тимчасового розміщення –146 млн грн (10% від загальної суми); туристичні оператори — 142 млн. грн (9,8 %); туристичні агентства – 138 млн. грн (9,5 %); засоби

проживання під час відпустки – 106 млн. грн (7,3 %); кемпінги і стоянки для автопричепів – 2.3 млн грн (0,2 %).

Проте як засвідчує аналіз статистичних даних, кількість суб'єктів господарювання в індустрії продовжувала скорочуватися. Порівняно з 2022 р., кількість платників податків знизилася на 11,2 % (кількість юридичних осіб скоротилася на 24,3 %, фізичних осіб на 7,2 %). Порівняння з 2021 р. засвідчує, що загальне зниження становить 36,2 % (юридичних осіб стало менше на 51,3 %, а фізичних осіб – на 303 %. Зазначене свідчать про згортання підприємницької активності серед малого й середнього бізнесу, а він традиційно є основним чинником індустрії гостинності в Україні.

Не дивлячись на складні воєнні, політичні, економічні, демографічні проблеми, індустрія гостинності та туризму демонструє не лише стабільність, але і здатність ефективно функціонувати в умовах воєнного стану.

У 2023 р. спостерігаємо приріст (від індустрії гостинності та туризму отримано понад 2,0493 млрд. грн податків (на 32,1 % більше, ніж у 2021 р. і 2022 р.) (рис. 2.3). Таке зростання на 8,1 % менше ніж у 2021 р. Це засвідчує поступове відновлення бізнесу, який був до початку російсько-української війни.

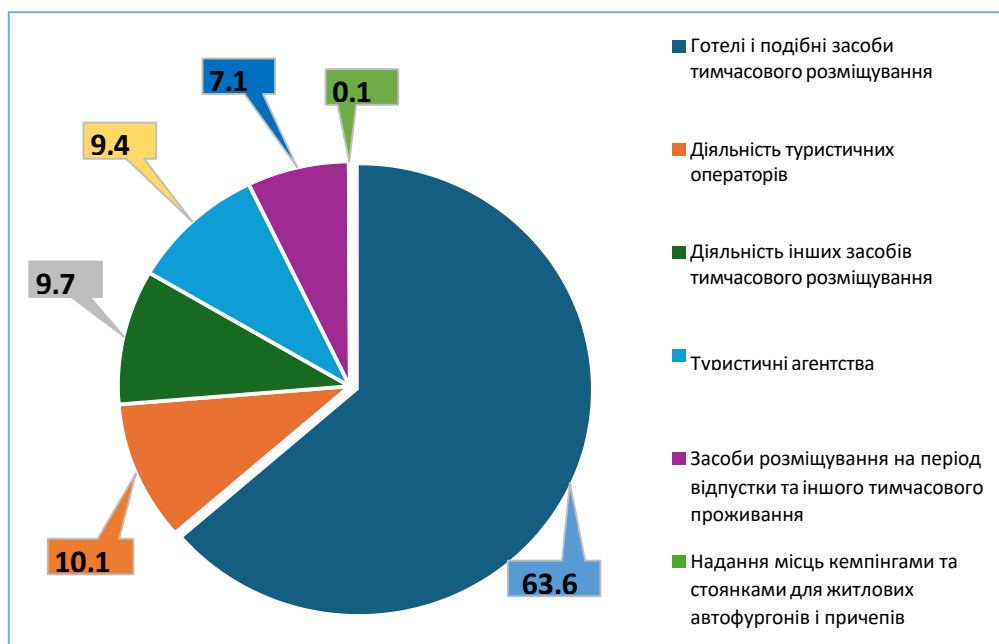


Рис. 2.3 Надходження до бюджету (за видами діяльності), 2023 р.

Результати проведеного аналізу засвідчують, що індустрія гостинності має вагомe значення в структурі туристичного ринку країни і має потужний потенціал, щоб стати значним джерелом надходжень до бюджету.

2.3. Сучасний стан та динаміка готельного бізнесу в Україні

Індустрія гостинності є однією з найважливіших й дуже динамічних галузей економіки, яка відіграє провідну роль у розвитку України. Вона охоплює готельно-ресторанний бізнес, організацію різноманітних заходів, транспортні послуги та багато інших видів діяльності, що сприяють створенню комфортних умов для відвідувачів. Значення цієї індустрії значно зростає в умовах глобалізації, коли люди подорожують задля оздоровлення, відпочинку, праці, навчання та ін.

Однією з головних характеристик індустрії є її здатність адаптуватися до складних і непередбачуваних сучасних викликів. Сьогодні клієнти очікують високого рівня надання сервісу, інноваційних підходів та персоналізацію обслуговування.

Гостинність є важливим ключовим чинником для розвитку місцевих територіальних громад і адміністративних областей. Вона стимулює збільшення малого й середнього бізнесу, створює робочі місця для населення, сприяє збереженню історико-культурної спадщини. Готельні підприємства, ресторани заклади та туристичні об'єкти є обличчям регіону, формують його імідж. Успіх цієї галузі залежить від активної співпраці з місцевою владою, інвесторами та ін.

Пандемія (COVID-19) стала неочікуваним викликом для сфери гостинності, але також відкрила нові можливості для її удосконалення й переформатування. Бізнес змушений були оперативно адаптуватися до змін, впроваджуючи нові безпекові стандарти та дистанційне обслуговування. Виникли нові тренди, зокрема staycation (відпочинок у

межах країни) та використання засобів розміщення як місць для віддаленої роботи.

Сфера гостинності є важливим індикатором економічної стабільності. Її зростання засвідчує про зростання рівня добробуту жителів, адже подорожі та відвідування закладів гостинності є показником фінансової стабільності. Цей сектор є також і важливим джерелом валютних надходжень для України.

Незважаючи на усі виклики, індустрія гостинності залишається одним із найбільш перспективних та привабливих напрямів для інвестування. Це зумовлено з її здатністю генерувати стабільні надходження й прибутки навіть у складні часи. Зростання попиту на інноваційні послуги, такі як гастрономічний туризм, медичний туризм, відкриває нові перспективи для бізнесової діяльності.

Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування за регіонами у докризовий період наведено у табл. 2.3. Аналіз таблиці свідчить, що загальна кількість готелів в країні значно зменшилась. Найбільше їх скоротилося в Івано-Франківській, Закарпатській, Львівській областях, вони орієнтовані на великі потоки туристів. Однак зросла їх кількість у Миколаївській і Запорізькій областях.

Таблиця 2.3

Готелі й аналогічні засоби розміщування у докризовий період

(за регіонами)

(укладено за матеріалами Державної служби статистики України [50])

Адміністративні одиниці	2016	2017	2018	2019	2020
Україна	2 534,0	2 474,0	1591,0	1626,0	1337,0
Вінницька	60,0	66,0	22,0	21,0	10,0
Волинська	610,	58,0	72,0	61,0	36,0
Дніпропетровська	138,0	120,0	93,0	106,0	87,0
Донецька	46,0	45,0	78,0	88,0	65,0
Житомирська	70,0	67,0	17,0	19,0	16,0
Закарпатська	211,0	208,0	54,0	59,0	48,0
Запорізька	114,0	131,0	123,0	133,0	119,0
Івано-Франківська	227,0	244,0	67,0	64,0	50,0
Київська	114,0	111,0	86,0	96,0	80,0
Кіровоградська	30,0	29,0	30,0	37,0	20,0
Луганська	23,0	25,0	9,0	11,0	7,0
Львівська	287,0	277,0	129,0	130,0	111,0
Миколаївська	74,0	79,0	102,0	103,0	83,0
Одеська	232,0	208,0	177,0	187,0	147,0
Полтавська	76,0	77,0	43,0	44,0	43,0
Рівненська	450,0	43,0	17,0	18,0	13,0
Сумська	37,0	35,0	21,0	21,0	17,0
Тернопільська	59,0	57,0	14,0	15,0	13,0
Харківська	108,0	116,0	67,0	73,0	66,0
Херсонська	92,0	57,0	107,0	88,0	70,0
Хмельницька	71,0	74,0	33,0	31,0	28,0
Черкаська	80,0	78,0	54,0	55,0	43,0
Чернівецька	79,0	75,0	11,0	13,0	11,0
Чернігівська	35,0	31,0	25,0	24,0	22,0
м. Київ	165,0	163,0	140,0	129,0	132,0

Отже, розподіл готелів та аналогічних засобів розміщування свідчить про такі особливості: Найвища готелезабезпеченість в західних областях (Львівській, Івано-Франківській, Закарпатській, Чернівецькій); Висока концентрація в обласних центрах та великих містах (Київ – 40 % усіх готельних місць); низька готелезабезпеченість східних та південних областей (за виключенням великих міст та курортних зон Одеси, Миколаєва, Херсона).

Аналіз стану активності вітчизняних підприємств індустрії гостинності у 2013–2020 рр. за даними Держкомстату України [50] (рис. 3.1) засвідчує значне скорочення їх кількості, попри наявність періодів їх зростання у 2018–2019 рр. (рис. 2.4). Тенденція різкого спаду активності розвитку підприємств індустрії гостинності зумовлена, на нашу думку, такими причинами: загальнополітична та економічна нестабільність; обмеженість фінансової бази суб'єктів господарювання; обмеженість кількості потенційних відвідувачів (іноземних і вітчизняних; невідповідність ціноутворення рівню якості; невисоким рівень конкуренції; відсутність сучасних інноваційних технологій у галузі; низький рівень фінансового забезпечення населення.

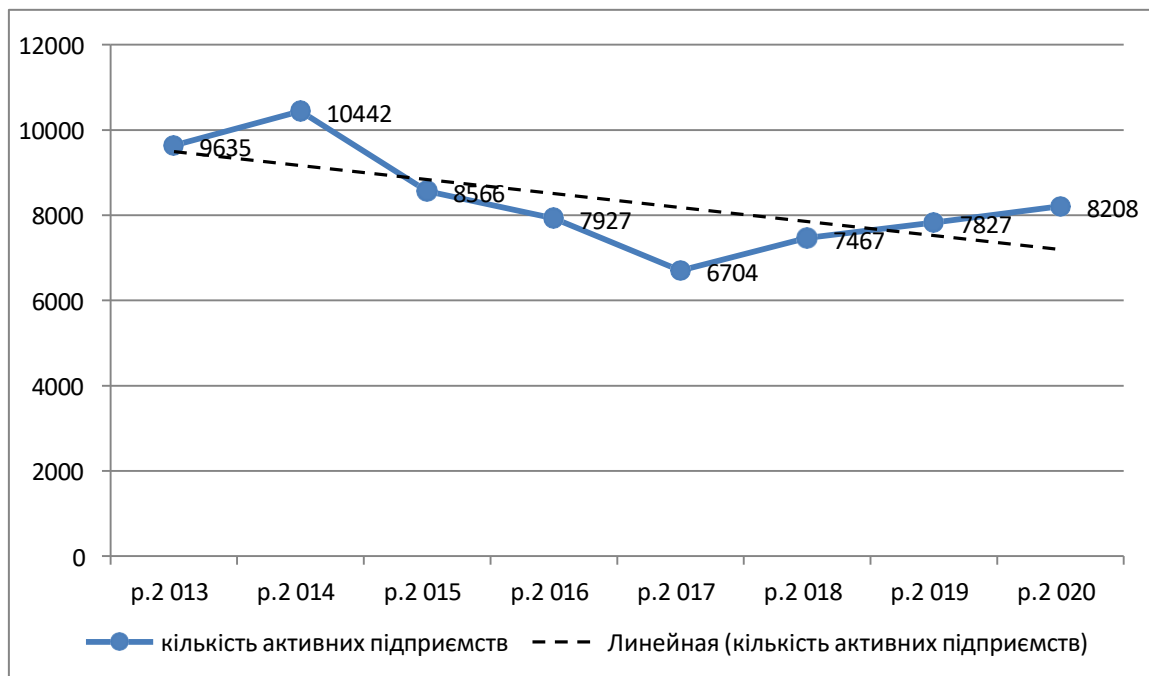


Рис. 2.4. Підприємства індустрії гостинності (2013–2020 р.)
(за даними Державної служби статистики України [50] без
урахування даних тимчасово окупованих територій)

За період протягом 2010–2019 рр. кількість готелів та аналогічних закладів розміщення зросла з 4208 одиниць до 5452 (рис. 2.5), Для 2012 р. та 2015 відбувалися великі міжнародні заходи (Євробачення--2017, чемпіонат з футболу Євро-2012).

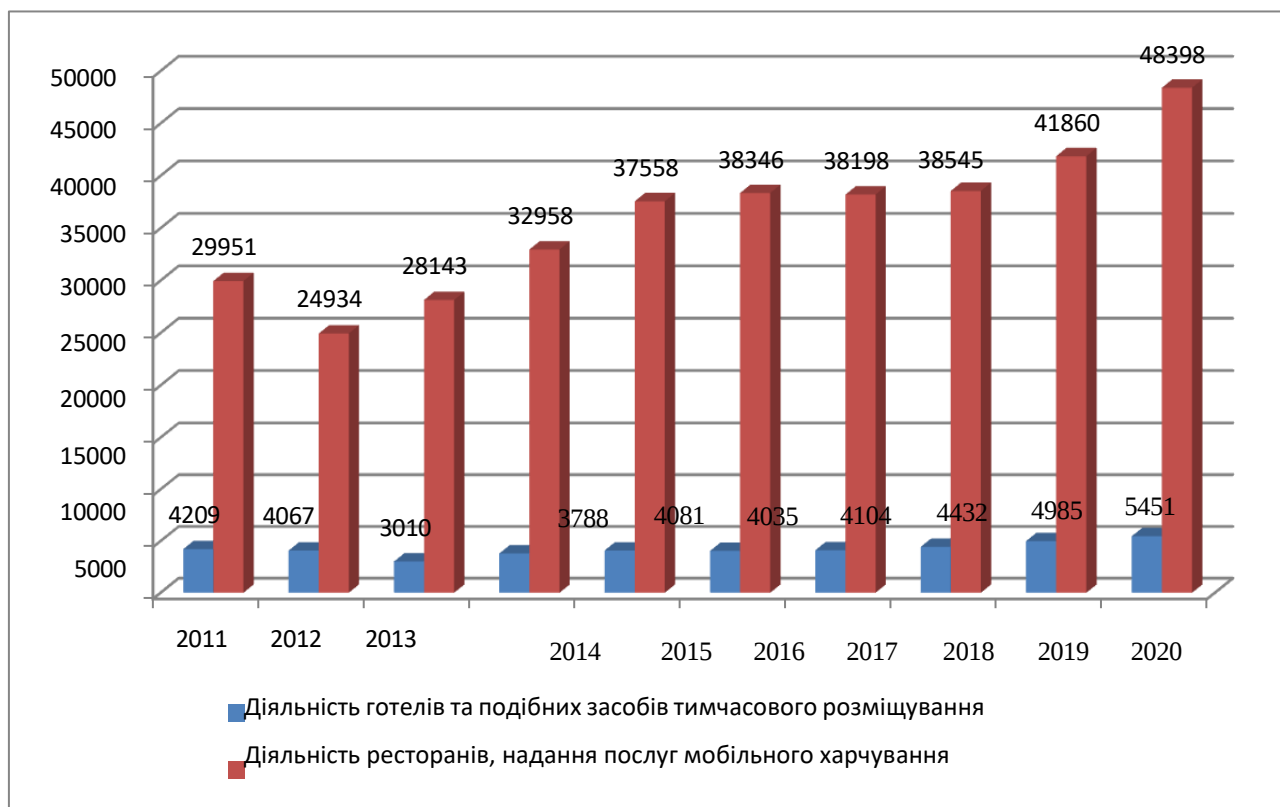


Рис. 2.5. Суб'єкти господарювання (кількість закладів)
(за даними Державної служби статистики України [50] без
урахування даних тимчасово окупованих територій)

Загалом частка фізичних осіб-підприємців у загальній кількості готелів і аналогічних засобів розміщення була значно більшою за юридичних осіб, що засвідчує про переважання на ринку малих та середніх готельних комплексів та зменшення частки великих (рис. 2.6).

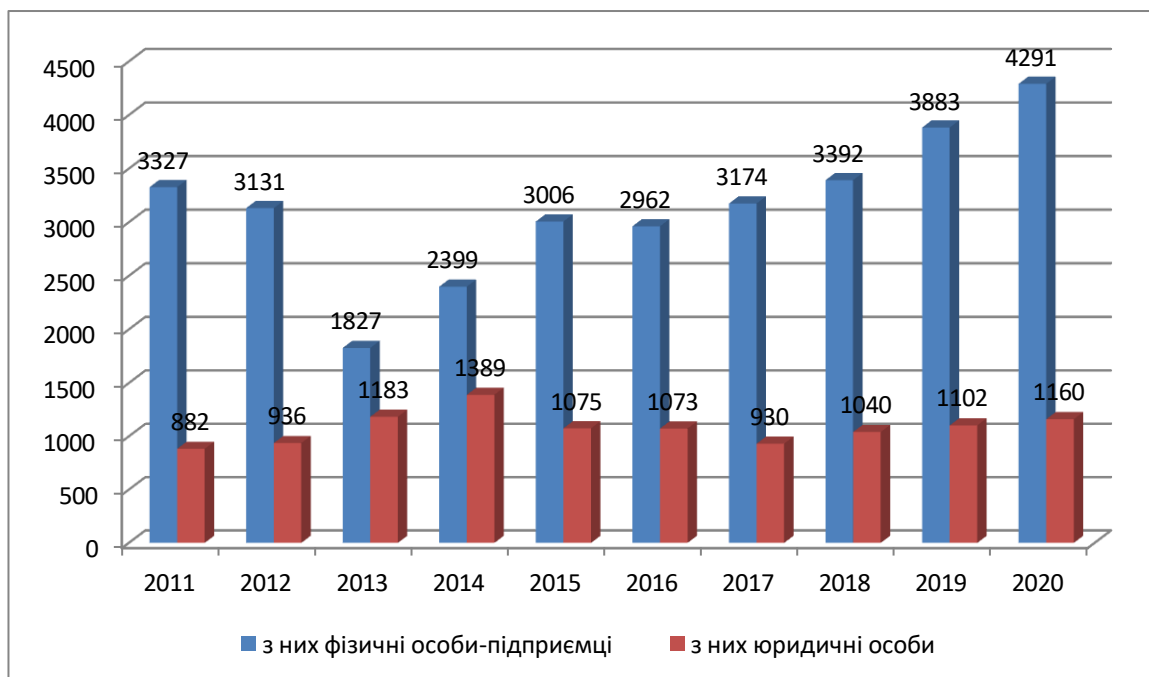


Рис. 2.6. Готелі та аналогічні засоби розміщування (фізичні особи-підприємці, юридичні особи)
(за даними Державної служби статистики України [50] без урахування даних тимчасово окупованих територій)

Позитивною була динаміка розвитку ресторанних закладів та підприємств з надання послуг мобільного харчування. За період 2011–2020 рр. їхня чисельність збільшилась з 29950 до 48398 підприємств. Спад динаміки спостерігається тільки у 2011 р. Збільшення кількості закладів і підприємств відбулось у рік проведення зазначених вище заходів. В подальшому спостерігаємо повільне зменшення темпів розвитку при збереженні загалом позитивної динаміки. Розподіл фізичних й юридичних осіб підприємців був протилежним до готелів та аналогічних засобів розміщення. Проведення потужних міжнародних заходів значно вплинуло на активізацію фізичних осіб-підприємців. Про Євро-2012 сприяло збільшенню величини фізичних осіб-підприємців на ринку ресторанних послуг з 79,2 % 2013 р. до 90,3 % у 2020 р. Активність юридичних осіб з 2013 р. зазнавала періодичних

спадів і росту. За період 2013–2020 рр. їх частка впала з 20,3 % до 10,4 %. Певний вплив на розвиток готельно-ресторанного господарства завдавала й політична криза 2014–2015 рр. (рис. 2.х).

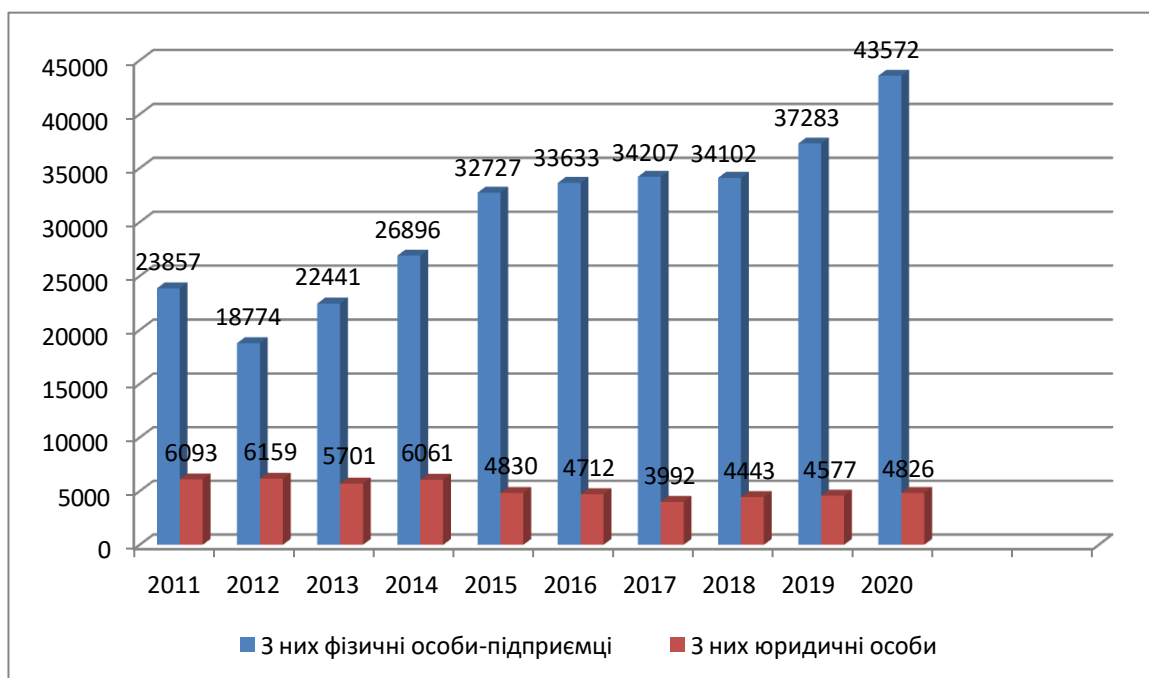


Рис. 2.7. Заклади ресторанного обслуговування, кількість (за даними Державної служби статистики України [50] без урахування даних тимчасово окупованих територій)

Значення великого, середнього та малого бізнесу у розвитку готельно-ресторанного бізнесу засвідчують дані продуктивності роботи готелів та ресторанів за обсягом виробленої продукції (товарів та послуг). За період 2014–2020 рр. значні темпи приросту демонстрували представники малого готельно-ресторанного бізнесу та мікропідприємництва. За цей період продуктивність роботи закладів зросла з 558,3 млн. грн. до 4,32 млрд. грн. Частка фізичних осіб-підприємців при цьому збільшилась з 70,2 % у 2014 р. і до 83,2 % у 2020 р. Динаміку зростання демонструвала і ресторанна галузь. Аналіз

статистики щодо середніх, малих та мікропідприємств свідчить, що продуктивність середніх підприємств зросла з 2,0 млрд. грн. 2014 р. до 3,0 млрд. грн. 2020 р., малих – з 4,0 млрд. грн. до 26,0 млрд. грн. відповідно та мікропідприємств – з 2,0 млрд. грн. до 21,0 млрд. грн. Частка фізичних осіб-підприємців при цьому для суб'єктів середнього підприємництва зросла з 53,1 % до 79,2%, а мікропідприємництва з 73,3 % до 92,3 %.

Високі темпи розвитку ресторанного бізнесу можемо пояснити зростанням обсягів інвестицій в галузь з 2018 р. Обсяг капітальних інвестицій (за видами економічної діяльності) у галузі тимчасового розміщення та харчування визначався зовнішніми та внутрішніми чинниками. При позитивній динаміці збільшення обсягів фінансування (за виключенням періоду 2013–2014 рр.) років, зростання частки фінансування у готельно-ресторанний бізнес відбувався лише в періоди проведення міжнародних заходів. Зауважимо, що обсяг капіталовкладень у обидва заходи був практично однаковий, незважаючи на відмінності у їх проведенні та рівня підготовленості Країни до проведення Євробачення-2017 та фіналу Євро-2012.

Всі зазначені чинники, що ускладнюють розвиток та функціонування суб'єктів індустрії гостинності, можуть бути визначені як напрями їхнього потенційного розвитку та складовими їх ресурсного потенціалу. Нові складні умови діяльності потребують нових інноваційних підходів до створення і надання послуг в індустрії гостинності.

Зауважимо, що потенціалом до розвитку індустрії гостинності є складна багатofакторна система впливів, що потребує модернізації, перегляду застарілих поглядів залежно до нових викликів та вимог сьогоденішнього часу й кризових умов господарювання.

При цьому розподіл інвестицій до загального обсягу

капіталовкладень зменшувався з 0,50 % у 2017 р. до 0,40 % у 2019 р. (табл. 2.4). Просторовий аналіз інвестицій в засоби розміщення та харчування свідчить про збільшення притоку інвестицій в ряді регіонів – Дніпропетровській, Одеській областях до 0,40 %, Тернопільській, Луганській до 0,20 %, Івано-Франківській – до 0,11 %. Таке збільшення відбулося у результаті зменшення капіталовкладень у Львівській (на 0,6 %), Закарпатській (на 0,3 %), Волинській, Харківській, Херсонській, Чернівецькій областях та місті Києві (до 0,2 %).

Таблиця 2.4

Капітальні інвестиції (за видами економічної діяльності) у сфері тимчасового розміщення та організації харчування, млн. грн.
(за даними Державної служби статистики України [50])

Роки	Разом	Заклади тимчасового розміщення та організації харчування	Заклади з тимчасового розміщення	Забезпечення стравами й напоями
2011	180576,0	1033,20	679,10	354,10
2012	241286,0	1572,70	1010,80	561,90
2013	273256,0	2264,90	1534,70	730,20
2014	249873,0	1476,80	872,20	604,60
2015	219420,0	14820,00	867,10	614,90
2016	273116,0	1393,10	890,20	502,90
2017	359216,0	1477,90	756,10	721,80
2018	448462,0	2133,50	1380,0	753,50
2019	578726,0	2675,10	1473,0	1202,10
2020	623979	2832,2	982,9	1849,30

Перевагою українських засобів розміщення та ресторанів є низькі ціни й рекреаційно-туристичні ресурси. Значно зросла частка приватних підприємців у галузі, збільшився малий і середній бізнес, на його припадає 70–90 % усіх закладів готельно-ресторанного бізнесу.

2.3. Стан та динаміка ресторанного бізнесу в Україні

Воєнний стан зумовив значні економічні зміни в країні. Серед наслідків є масова релокація бізнесу з окремих областей, які зазнали збитків у результаті бойових дій, до західних більш безпечних областей. Такі зміни в економічній активності мають значні наслідки для економічної ситуації в Україні.

Російсько-українська війна завдала помітних збитків ресторанному бізнесу. Так, аналіз статистичних даних засвідчує, що у 2022 р. кількість закладів ресторанного господарства скоротилася більш як на 30,1 % (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Ресторани та їх динаміка (2021–2022 роки)

Ресторани (за видами)	Всього, од. 2021 р	%	Всього, од. 2022 р	%	Співвідношення 2022 р до 2021 р
1.Ресторани, бари, кафе та ін..	21 527,0	37,00	7 077	17,50	-14 450,0
2.Кав'ярні, фаст-фуд, пекарні	10 023	17,31	15 407	38,10	+5 384,0
3. Клуби та паби (нічні)	3 509	6,10	891	2,20	-2 618,0
4.Кейтерингові підприємства	11 041	19,20	8 209	20,3	-2 832
5.Заклади харчування при готелях	1 873	3,20	1 538	3,80	-335
6.Заклади харчування на автозаправках	9 745	16,90	7 320	18,10	-2425
РАЗОМ	57 718	100,0	40 442	100	-17 276,0

Найбільших збитків зазнали бари або ресторани. Вони функціонують у нічний час. Комендантська нічна година та інші обмеження, які пов'язані з воєнним періодом, зробити проблематичним їх нормальне функціонування. Це засвідчує, що ресторанний бізнес є дуже вразливим сектором економіки країни.

У 2022 р. відбулися вагомі зміни у форматах працюючих закладів ресторанного господарства, на перший план вийшли кав'ярні, пекарні та заклади швидкого харчування. Частка таких закладів становить близько 38 % у загальній структурі. Це зумовлено доступною ціновою політикою, яка стала можливою у зв'язку зі зниженням доходів споживачів, яке склало приблизно третину для деяких категорій. Зазначимо, що, насамперед, заклади ресторанного господарства, а не підприємства ресторанного господарства, оскільки приблизно 90% їх зареєстровані як фізичні особи – підприємці. Лише приблизно 10 % підприємств зареєстровані як юридичні особи.

З початком економічних змін в країні частка фізичних осіб серед суб'єктів господарювання ресторанного бізнесу лишається більш-менш стабільною, навіть в останні роки (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Заклади ресторанного господарства в Україні (структура власності)

Роки	Юридичні особи	Фізичні особи підприємці
2019	88,20	11,80
2020	90,00	10,00
2021	89,30	10,70
2022	88,95	06,10
2023	87,60	12,40
2024	88,90	11,10

Здійснений нами аналіз кількості закладів ресторанного господарства в державі засвідчує значну їх нерівномірність розподілу за територією. Найбільша концентрація закладів ресторанного бізнесу спостерігається у Київській області, найменша – у Тернопільській. Геопросторовий розподіл закладів харчування в Україні нерівномірний (рис. 2.8). Переважна кількість закладів локалізована у великих містах та рекреаційно-туристичних центрах. Лідером за кількістю закладів ресторанного господарства є Київська область. Це пояснюється значною концентрацією населення та досить високим рівнем доходів.

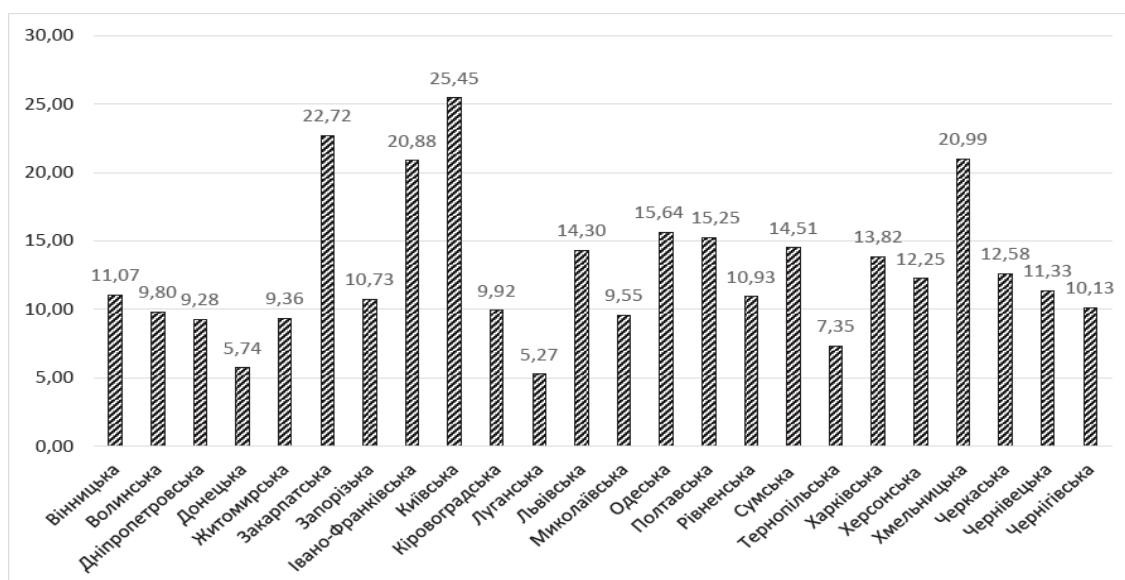


Рис. 2.8. Заклади харчування (за адміністративними областями), 2021 р.

Аналіз матеріалів засвідчує, що найбільшу кількість закладів харчування на одного жителя зафіксовано у обласних центрах (Львів, Одеса, Харків та ін.), що зумовлено високим рівнем урбанізації та

значним відвідуванням туристів. Тут забезпеченість ресторанами є вищою за середній показник в Україні.

Середній вік відвідувачів закладів харчування, змінюється залежно від типу закладу та його профілю. Найбільш представленою групою відвідувачів фаст-фудів, пекарень, кав'ярень, ресторанів є молоді особи до 24 років (рис. 2.9). Це студенти та молоді особи, які відвідують заклади харчування для зустрічей з друзями, навчання або роботи, використовують доступ до мережі Wi-Fi та сприятливу атмосферу.

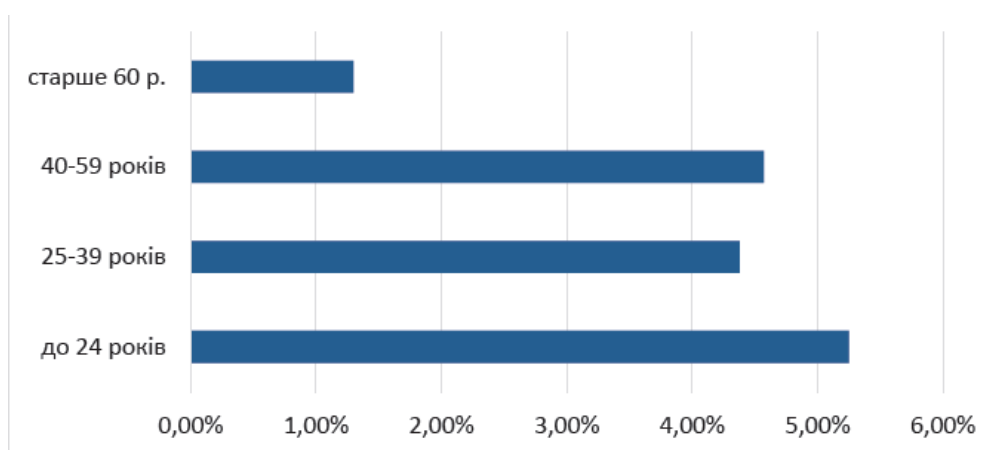


Рис. 2.9. Відвідувачі закладів громадського харчування (за середнім віком)

Протягом останніх років індустрія ресторанного бізнесу пройшла через суттєві зміни, зокрема вплив пандемії COVID-19 та повномасштабне вторгнення. Зазначене стимулювало інвестиції в галузь. Зростання витрат у 2022–2023 рр. зумовлене стабілізацією ринку і потребою в модернізації технологій задля підвищення конкурентоспроможності. Заклади ресторанного господарства стикалися з труднощами, пов'язаними з нестабільною економічною

ситуацією та зростанням цін на послуги й обладнання. Це зумовило заклади ресторанного господарства шукати оптимальні рішення щодо впровадження інновацій та переносити частину видатків на майбутнє.

Протягом 2018–2023 рр. інвестиції у ресторанному бізнесі збільшилися на 30–50 % відповідно до сегменту ринку. Зазначене демонструє значну зацікавленість до технологічних рішень у готельно-ресторанному бізнесі.

2.4. Сучасний стан та функціонування готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану

Готельно-ресторанний бізнес є важливим у розвитку економіки і важлива ключова складова індустрії гостинності України. Даний бізнес сприяє створенню робочих місць, розвитку інфраструктури та залученню фінансових інвестицій. Готельно-ресторанний бізнес в Україні має значний потенціал для подальшого росту. Статистичні матеріали опрацьовані у попередніх розділах засвідчують, що величина витрат на готельно-ресторанне обслуговування в структурі загальних витрат має позитивну динаміку.

Аналіз останніх опублікованих статистичних матеріалів свідчить про стабільне зростання попиту на послуги готельного і ресторанного бізнесу. Це пов'язано, очевидно, з збільшенням внутрішнього та прикордонного туризму. Важливі показники діяльності готельно-ресторанного бізнесу (2011–2023 рр.) наведені у табл. 2.7, яка свідчить про ключові зміни у кількості колективних засобів розміщення й відвідуваності (включає іноземних туристів). Такі дані характеризують тенденції відновлення галузі після кризових періодів 2020–2023 рр.

Таблиця 2.7

Готельно-ресторанний бізнес в Україні (2001–2023 рр.)

(укладено за матеріалами Державної служби статистики України[50])

Роки	Засоби розміщення, од	Місця у засобах розміщення, тис. од.	Особи, які проживали у засобах розміщення, тис. разом	Іноземні громадяни
2011	5882,	567,30	7426,90	1427,70
2012	6041,	583,40	7887,40	1554,80
2013	6411,0	586,60	8303,10	1665,10
2014	4572,0	406,00	5423,90	551,50
2015	4341,0	402,60	5779,90	665,80
2016	4256,0	375,60	6544,80	863,70
2017	4115,0	359,00	6661,20	824,50
2018	4719,0	300,00	7006,20	917,90
2019	5335,0	370,60	6960,90	959,40
2020	4523,0	312,10	3379,50	254,40
2021	4700,0	350,00	4000,0	200,0
2022	4200,0	300,0	2500,0	50,0
2023	4300,0	310,0	2600,0	100,0

Аналіз статистичних матеріалів Державної служби статистики України [50] засвідчують тенденції до зростання платоспроможного попиту українців з 2011 по 2014 рр. Пізніше прослідковується зниження витрат на готельно-ресторанні послуги (до 2,0 %) від загальних витрат у 2015 р. Стабілізація ситуації в Україні та відновлення економіки посприяли відновленню попиту на ресторанно-готельні послуги. Досягнуті показники були значно знижені через коронавірусну епідемію. У 2020 р.

витрати населення знизилася до 1,62 %, що практично удвічі менше порівняно з 2019 р. Таке падіння було зумовлене зменшенням реальних доходів українців.

З початком повномасштабної агресії 2022 р., економічні умови погіршилися, рівень витрат на готельно-ресторанні послуги скоротився (особливо в областях, які постраждали від бойових дій). До 2023 р. спостерігалася незначне відновлення, хоча загальний попит залишається нижчим за довоєнний рівень. Бізнес продовжує адаптуватися до нових умов, розробляє нові стратегії, спрямовані на внутрішній туризм та забезпечення потреб споживачів та відсутності значної кількості іноземних туристів. Динаміку витрат на готельно-ресторанні послуги у 2010–2023 рр. наведено на рис. 2.10.

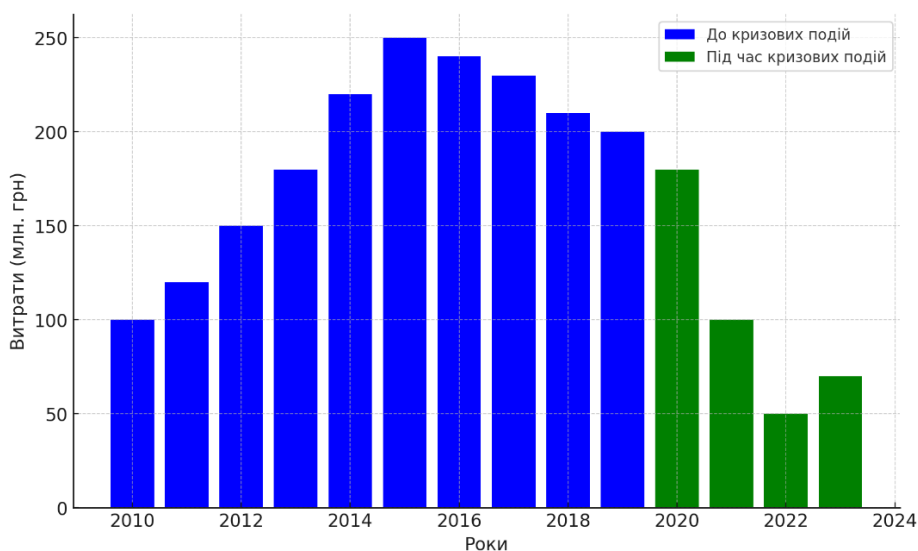


Рис. 2.10. Видатки готельно-ресторанного бізнесу (млн. грн.) (за матеріалами Державної служби статистики України [50])

Як відзначалося нами, готельно-ресторанний бізнес має особливе місце в господарстві України, поєднує туристичні, розважальні та культурні аспекти. Ця галузь забезпечує значну кількість робочих місць,

сприяє розвитку інших пов'язаних секторів, таких як постачання продуктів харчування, напоїв, логістика, розваги та ін.

За останні роки готельно-ресторанний бізнес пройшов через низку випробувань і викликів, що змусило адаптуватися до непередбачуваних умов. Пандемія коронавірусу COVID-19 стала потужним випробуванням для галузі (карантинні заходи призвели до закриття багатьох закладів, скоротили клієнтську базу, знизили доходи). У таких умовах готельно-ресторанний бізнес змушений шукати нові способи функціонування (розвивати сервіси доставки їжі, впроваджувати нові стандарти, оптимізувати видатки).

З 2022 р. після початку повномасштабного вторгнення готельно-ресторанний бізнес в Україні знову опинився у важкій ситуації. Багато підприємств були зруйновані чи пошкоджені, інші зіткнулися з проблемами постачання та логістики, а також з відтоком відвідувачів через безпеку. На заході держави, де безпекова ситуація більш стабільна, готельно-ресторанний бізнес почав дещо відновлюватися та іноді досяг довоєнного рівня продажів у деяких областях.

За умов воєнного конфлікту готельно-ресторанний бізнес продемонстрував свою адаптивність та відновлювальну здатність. Галузь має потенціал для подальшого розвитку, особливо за можливості активізації внутрішнього туризму і підвищеного попиту на послуги для внутрішньо переміщених осіб з інших регіонів..

Готельно-ресторанний бізнес стикається з низкою проблем і викликів, які суттєво впливають на його розвиток, удосконалення, функціонування та ін. Збройний конфлікт, що триває, створює невизначеність й нестабільність, ускладнює планування та стратегію розвитку.

Основними викликами для готельно-ресторанного бізнесу є: скорочення туристичних потоків; проблеми логістики; фінансові труднощі;

нестабільність обслуговуючого персоналу; пошкодження майна та ін. Зазначені виклики ускладнюють діяльність готельного і ресторанного бізнесу. Підприємства показують свою стійкість та здатність пристосовуватися до кризових умов (впроваджують інноваційні технології, розробляють сучасні бізнес-моделі та покращують стандарти обслуговування). Завдяки цьому, готельно-ресторанний бізнес продовжує розвиватися, незважаючи на складну ситуацію, зміни й виклики.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ

3.1. Сучасні проблеми функціонування індустрії гостинності

Аналіз літературних джерел [11, 17–19, 24–30, 40–43, 59, 61] та статистичних матеріалів [50, 64–72] дозволяє виокремити несприятливі чинники розвитку індустрії гостинності: невідповідність надавачів послуг до підприємництва; несформованість господарських важелів і стимулів розвитку індустрії гостинності; нерозвиненість систем сучасного інформаційного забезпечення бізнесу, відсутність потужної реклами; нерозвиненість соціальної інфраструктури, невисокий рівень сервісу; відсутність стабільних господарських механізмів економічного регулювання; відсутність належного асортименту продуктів харчування, їх низька якість, невідповідність нормам і стандартам; дефіцит професіоналів у галузі; низька культура господарювання; санітарно-екологічна ситуація, що зменшує попит у зарубіжних партнерів.

До проблем розвитку індустрії гостинності відносимо: недосконалість нормативно-правового забезпечення та фінансового забезпечення сучасних потреб економіки і населення тенденціям розвитку галузі; відсутність бачення України як туристичної дестинації; недостатність реклами України за кордоном; незначний асортимент послуг; низькі темпи зростання інвестицій у розвиток матеріально-технічної бази індустрії гостинності та туризму; низький розвиток інфраструктури індустрії (наявність закладів харчування, придорожньої реклами, стан вокзалів), де розміщені об'єкти туристичної індустрії; незначна комунікаційна доступність перспективних для туризму територій (незадовільний стан доріг та ін.); недосконалість інформації щодо об'єктів

індустрії гостинності; недосконалість підтримки (методичної, організаційної, юридичної, інформаційної) суб'єктів підприємництва в галузі; відсутність належних об'єктів для розвитку туризму в сільській місцевості; нераціональне використання рекреаційно-туристичних ресурсів; мізерні обсяги інвестицій, які виділяються на розвиток матеріально-технічної бази індустрії гостинності; економічна й політична турбулентність у країні; низька якість обслуговування в індустрії гостинності; підпорядкованість закладів індустрії гостинності різним міністерствам (відомствам), іншим органам виконавчої влади; матеріальна база проведення виставок потребує удосконалення; не поширюється практика створення й функціонування таких нових (інноваційних) типів розважальних закладів як тематичні парки; українські музеї мають низьку конкурентоспроможність на ринку послуг через значну консервативність і недосконалу організацію обслуговування туристів; розважальний сектор є фактично несформованим; відсутність дієвої стратегії розвитку галузі на національному і на регіональному рівнях; відсутність належного інвестиційного клімату; відсутність вагомої державної підтримки місцевих громад щодо розвитку галузі; невідповідність наявної інфраструктури сучасному світовому рівню та вимогам споживачів ринку індустрії гостинності; дуже складні, порівняно із загальновизнаною міжнародною практикою, візові, митні та прикордонні формальності; неврегульованість механізмів стимуляції; недостатній рівень кадрів для управління галуззю за кількісними та якісними параметрами; недостатнє використання бальнеологічних ресурсів у лікувально-оздоровчих цілях; відсутність єдиної, централізованої системи стратегічного планування регіонів; хаотична та безконтрольна забудова рекреаційних територій; відсутність державної підтримки кластерних утворень; відсутність інвесторів через низьку інвестиційну привабливість регіонів; відсутність стратегічного планування діяльності на основі державно-приватного партнерства;

недостатня державна підтримка національного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринку послуг; низькі темпи процесів модернізації застарілої рекреаційної, курортної та туристичної інфраструктури; зменшення кількості населення; відсутність систематизованої інформації про наявні і потенційні туристичні ресурси, що ускладнює координацію діяльності підприємств (організацій), зайнятих у виробництві й реалізації відповідних послуг; юридичні обмеження (заборона на вільне пересування); падіння добробуту рекреантів та ін.

Отже, зазначений перелік проблем ускладнює функціонування й розвиток вітчизняної індустрії гостинності. Такий аналіз дозволяє виокремити головні пріоритетні механізми регулювання і зменшити негативний вплив на розвиток галузі.

3.2. Перспективи розвитку індустрії гостинності і

Проведене дослідження засвідчує позитивну динаміку розвитку індустрії гостинності з невеликими кон'юнктурними коливаннями, які пов'язані зі змінами у зовнішньому середовищі. Необхідним є: розробка кількох альтернативних вітчизняних туристичних продуктів, які орієнтовані на різні цільові групи, що буде сприяти зниженню економічних ризиків; розробка системи позиціонування (позиціонування передбачає вибір тих особливостей України, які мають високу споживчу цінність; використання найбільш популярних видів туризму (бізнес-туризм та екскурсійний) як зонтичних брендів для розвитку туристичних напрямів (подієвий, екологічний та активний); активізація використання маркетингових технологій при розробленні та просуванні українських туристичних продуктів та ін. [15, 21, 31–32, 35, 36–37]

Аналіз статистичних матеріалів свідчить про зменшення кількості номерів для розміщення. З 2013 року кількість колективних засобів розміщення знижується орієнтовно на 180 об'єктів на рік. Найбільшої трансформації зазнали оздоровчі заклади, санаторні підприємства, пансіонати з послугами лікуванням та бази туристські. Це засвідчує структурні зміни в індустрії гостинності, які визначають можливі варіанти оздоровлення в країні.

Спостерігається збільшення числа готельних підприємств та хостелів. Кількість готелів (+ 9,3 %), мотелів (+ 10,8 %) та хостелів (+ 28,9 %) постійно зростає, що засвідчує стабільність та стійкість даного сегменту економіки. Внутрішній туризм є головним драйвером для зростання готельно-ресторанного бізнесу в умовах зниження міжнародного трафіку.

Поміж головних напрямів розвитку готельного бізнесу, які є перспективними для розвитку вітчизняного готельного бізнесу, нами виділено такі: розвиток засобів розміщування, які прив'язані до рекреаційної діяльності, відпочинку і спорту з метою підвищення атрактивності перебування туристів; будівництві сучасних фешенебельних (зіркових) і дешевих закладів розміщення, які орієнтовані на обслуговування великих груп (у тому числі у курортних і відпочинкових місцевостях; побудова сучасних готелів, які орієнтуються на проведенні конференцій, з'їздів, семінарів, симпозіумів та ін.; перепрофілювання під готелі історико-культурних об'єктів та організація для них обслуговування на найвищому рівні.

Перспективними напрямками подальшого розвитку індустрії гостинності в країні, на нашу думку, є: збільшення бази розміщення (збільшення числа різнотипних об'єктів та місць для ночівлі внаслідок освоєння інвестицій в галузь; покращення співвідношення у розподілі об'єктів за регіонами; адаптація та модернізація стандартів закладів

розміщування до потреб гостя; розширення спеціалізації об'єктів індустрії гостинності до вимог та побажань відвідувачів.

Спостерігається відновлення внутрішнього туризму в Україні. Внутрішні подорожі та переїзди вимушено переміщених осіб помітно сприяють відновленню галузі. Як засвідчують дані Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), 13 регіонів України (наприклад, Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська області значно перевищили туристичні надходження довоєнного 2021 р. Отже, внутрішній туризм є важливим, ключових елементом відновлення індустрії гостинності в Україні.

Розширення готельних мереж в Україні на міжнародні ринки. Через повномасштабне вторгнення ряд українських готельних мереж (Ribas Hotels Group, диверсифікували діяльність за межами країни). Зокрема, Ribas Hotels Group активно реалізує свої проєкти в Республіці Польща, на Балі і Молдові. Це забезпечує нові можливості для росту.

Доцільним є перетворення існуючого інтересу до України, який спостерігається у світі, на майбутні туристичні ініціативи. Головними стратегічними цілями розвитку індустрії гостинності, враховуючи сучасний стан, економічну ситуацію в Україні, на нашу думку, є: створення конкурентного вітчизняного туристичного продукту, який ґрунтується на системній маркетинговій основі, яка спрямована на конкретне позиціонування різноманітних видів туристичних продуктів (адаптованих до очікувань та потреб споживачів індустрії гостинності; забезпечення раціонального і комплексного використання наявного рекреаційно-туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу країни (за рахунок вирішення проблем рекреаційного природокористування та охорони довкілля і удосконалення територіальної організації туристичної діяльності та курортів з метою їхнього розвитку); постійне підвищення якості інфраструктури рекреаційних територій, курортів шляхом реалізації поетапної комплексної програми удосконалення матеріальної бази,

державно-приватного співробітництва й соціального замовлення; удосконалення інформаційного забезпечення рекреаційно-туристичних послуг через створення центрів туристичної інформації та промоції туристичних продуктів (проведення ярмаркових, фестивальних, виставкових та інших заходів); забезпечення реальної відповідності якості та туристичних послуг (продуктів) шляхом забезпечення умов для оптимізації організаційно-економічної структури суб'єктів бізнесу, розроблення національних стандартів для надання споживачам туристичних послуг відповідно до міжнародних вимог і норм; забезпечення системи підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації фахівців індустрії гостинності.

Основними стратегічними завданнями розвитку індустрії гостинності є: реалізація різнопланових заходів з підтримки розвитку (у тому числі, створення сприятливого інвестиційного клімату в індустрії гостинності); забезпечення відповідного рівня міжрегіональної кооперації та міжгалузевої координації задля раціонального використання рекреаційно-туристичних ресурсів та оптимізації видатків державних та місцевого бюджетів; об'єднання зусиль місцевих і державних органів влади, представників індустрії гостинності, інших галузей господарства з метою формування позитивного іміджу України як важливого і перспективного туристичного напрямку; уніфікація національного законодавства з законодавством Європейського Союзу.

Важливим аспектом становлення, відновлення індустрії туризму у поствоєнний період є: розвиток інфраструктури (будівництво нових готелів та туристичних закладів, покращення доступності та цифрової інфраструктури); просування України на світовому ринку індустрії гостинності (участь у міжнародних виставках, використання онлайн-маркетингу); створення сприятливого інвестиційного клімату в індустрії гостинності та забезпечення безпеки споживачів.

Перспективними є і майбутні інвестиційні проекти. За період 2024–2026 рр. в Україні планується реалізувати приблизно 45 нових проектів готельно-апартаментних комплексів (приблизно 6750 номерів до ринку, а також 112 готельних котеджних містечок. Зазначений сегмент ринку є одним із найперспективніших і динамічних, оскільки громадяни України все частіше інвестують у нерухомість як ефективний засіб примноження заощаджень.

Ринок гостинності України продовжує демонструвати стабільність, стійкість та перспективи для подальшого розвитку навіть за умов турбулентності, невизначеності та надзвичайних ситуацій. Галузь поступово зміцнюється, а запити на внутрішній туризм та готельно-ресторанні послуги продовжують зростати.

Після закінчення воєнних дій кількість відвідувачів в Україні може зрости до 15,5 млн осіб. Кількість діючих засобів розміщування та номерів на даний час на ринку значно відстає від попиту. Для задоволення потреб відвідувачів, необхідно збільшити кількість номерного фонду. Необхідним у перспективі збільшити номерний фонд до 35 % від наявного.

Для підтримки індустрії гостинності та інших галузей економіки в період війни та пом'якшення її наслідків необхідно зокрема створити умови для розвитку внутрішніх ринків відпочинку, туризму й готельно-ресторанного бізнесу та формування нових ринків.

Важливим документом стабілізації роботи та перспективи індустрії гостинності є «дорожня карта конкурентного розвитку українського туристичного сектору. Цей документ розроблений за допомогою Європейського банку реконструкції та розвитку. Перспективи розвитку послуг індустрії гостинності узагальнені у вигляді табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Перспективи розвитку індустрії гостинності в Україні

Етапи	Заходи щодо розвитку індустрії гостинності
Мінімізація негативних наслідків	1. Впровадження та просування правил роботи закладів індустрії гостинності
	2. Субвенції, доступні кредити, звільнення від податкових і боргових зобов'язань з метою збереження індустрії гостинності
	3. Реорганізація управління галуззю і нормативно-правової системи (закони, збірки, постанови)
Реорганізація та формування механізму	1. Формування конкурентоспроможності на міжнародному ринку системи маркетингу українського туризму, яка здатна виявити заходи з швидкими результатами
	2. Ініціювання процесів довгострокового укріплення потенціалу
Підвищення рівня інформованості	1. Покращення міжнародного іміджу України.
	2. Комерціалізація та просування провідних детонацій з акцентом на продуктах ділового туризму та ін.
	3. Розробка системи планування й створення передумов для розвитку продуктів у галузі і підвищення капітальних інвестицій.
Розробка продуктів та капіталовкладення	1. Інвестиційний розвиток та капіталовкладення.
	2. Розробка головної туристичної та транспортної інфраструктури.
	3. Поліфункціональна трирівнева організація індустрії гостинності (національні, регіональні, місцеві заклади індустрії гостинності)

Отже, індустрія гостинності має усі передумови для ефективної роботи у напрямі залучення відвідувачів і розвитку галузі. Для виправлення проблем, які гальмують галузь необхідні адміністративні,

економічні, екологічні, соціальні рішення. Подолання кризових явищ в індустрії гостинності залежить від можливостей національної економіки і стратегічних цілей політики України, органів самоврядування і суб'єктів готельно-ресторанного й туристичного бізнесу.

ВИСНОВКИ

1. Аналіз статистичних матеріалів свідчить про зменшення кількості номерів для розміщення. З 2013 року кількість колективних засобів розміщення знижується орієнтовно на 180 об'єктів на рік. Найбільшої трансформації зазнали оздоровчі заклади, санаторні підприємства, пансіонати з послугами лікуванням та бази туристські. Це засвідчує структурні зміни в індустрії гостинності, які визначають можливі варіанти оздоровлення в країні.

2. Спостерігається збільшення числа готельних підприємств та хостелів. Кількість готелів (+ 9,3 %), мотелів (+ 10,8 %) та хостелів (+ 28,9 %) постійно зростає, що засвідчує стабільність та стійкість даного сегменту економіки. Внутрішній туризм є головним драйвером для зростання готельно-ресторанного бізнесу в умовах зниження міжнародного трафіку.

4. Спостерігається відновлення внутрішнього туризму в Україні. Внутрішні подорожі та переїзди вимушено переміщених осіб помітно сприяють відновленню галузі. Як засвідчують дані Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), 13 регіонів України (наприклад, Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська області значно перевищили туристичні надходження довоєнного 2021 р. Отже, внутрішній туризм є важливим, ключовим елементом відновлення індустрії гостинності в Україні.

4. Розширення готельних мереж в Україні на міжнародні ринки. Через повномасштабне вторгнення ряд українських готельних мереж (Ribas Hotels Group, диверсифікували діяльність за межами країни). Зокрема, Ribas Hotels Group активно реалізує свої проєкти в Республіці Польща, на Балі і Молдові. Це забезпечує нові можливості для росту.

5. Перспективними є і майбутні інвестиційні проєкти. За період 2024–20926 рр. в Україні планується реалізувати приблизно 45 нових

проектів готельно-апартаментних комплексів (приблизно 6750 номерів до ринку, а також 112 готельних котеджних містечок. Зазначений сегмент ринку є одним із найперспективніших і динамічних, оскільки громадяни України все частіше інвестують у нерухомість як ефективний засіб примноження заощаджень.

6. Ринок гостинності України продовжує демонструвати стабільність, стійкість та перспективи для подальшого розвитку навіть за умов турбулентності, невизначеності та надзвичайних ситуацій. Галузь поступово зміцнюється, а запити на внутрішній туризм та готельно-ресторанні послуги продовжують зростати.

7. Після закінчення воєнних дій кількість відвідувачів в Україні може зрости до 15,5 млн осіб. Кількість діючих засобів розміщування та номерів на даний час на ринку значно відстає від попиту. Для задоволення потреб відвідувачів, необхідно збільшити кількість номерного фонду. Необхідним у перспективі збільшити номерний фонд до 35 % від наявного.

Отже, індустрія гостинності має усі передумови для ефективної роботи у напрямі залучення відвідувачів і розвитку галузі. Для виправлення проблем, які гальмують галузь необхідні адміністративні, економічні, екологічні, соціальні рішення. Подолання кризових явищ в індустрії гостинності залежить від можливостей національної економіки і стратегічних цілей політики України, органів самоврядування і суб'єктів готельно-ресторанного й туристичного бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР.
2. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» від 3 червня 2004 р. N1742-IV. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги.
3. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (від 16 квітня 1991 р. № 959-XII).
4. Закон України «Про захист прав споживачів» (від 12 травня 1991 р. № 1023-XII).
5. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» (від 25 червня 1991 р. № 1264-XII).
6. Закон України «Про державний кордон України» (від 04 листопада 1991 р. № 1777-XII).
7. Закон України «Про природно-заповідний фонд України» (від 16 червня 1992 р. № 2456-XII).
8. Закон України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» від 06.07.1995 № 265/95-ВР (із зм. і доп. від 01.07.2015).
9. Конституція України: чинне законодавство зі змінами та допов. станом на 16 червня, 2015 р.: (офіц. текст). – К Паливода А.В., 2015. – 64 с. – (Закони України). ISBN 978-966-437-203- 6
10. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV (зі зм. і доп. 2005 – 2013 рр.) // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18, № 19 – 20, № 21 – 22. – Ст. 144
11. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навчальний посібник. К.: Знання України, 2002. 358 с.
13. Асоціація індустрії гостинності. URL: <https://aigu.org.ua/>

14.Бартошук О. В. Концептуальні підходи до формування стратегії розвитку туристичної галузі // Економічний часопис – XXI. 2012. № 3-4. С. 38-41.

15.Бейдик О. О. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України: автореф. дис д.геогр.н.: спец. 11.00.02. Київ, 2004. 36 с.

16.Бойко М., Гопкало Л. Організація готельного господарства: підручник. Київ, 2006. 494 с.

17.Бондаренко М. П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму //Економічний часопис – XXI. 2012. № 3-4. С. 19-22.

18.Бриль К. Г. Місце стратегічних пріоритетів розвитку у підвищенні інвестиційної привабливості туристичної галузі // Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 10. С. 14-18.

19.Буданова О. С. Міжнародний туризм як засіб формування іміджу України // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2013. Вип. 1. С. 304-312.

21.Величко Л. Ю. Передовий світовий досвід державної підтримки розвитку туризму: уроки для України // Правові, управлінські та економічні аспекти трансформації сучасного громадянського суспільства: тези доп. всеукр. наук.-практ. конф., Київ, 25 березня 2016 р. / у 2-х ч. Київ: ВЦ КНУКіМ, 2016. Ч. I. С. 598–600.

22.Всесвітня туристична організація : веб-сайт. URL: <http://www.world-tourism.org>.

23.Гаврилюк О. Інвестиційний імідж та інвестиційна привабливість України. Фінанси України. 2008. № 2 (147). С. 68–81.

24.Гаврилюк С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: уавч. посіб. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. 180 с.

21.Гаман П. І. Особливості функціонування механізму державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні // Держава та регіони. 2008. № 2. С. 39–44.

24.Гулич О. Науково-методичні підходи та алгоритм розробки регіональних програм розвитку рекреаційної сфери // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Ринкова трансформація України: проблеми та перспективи: зб. наук. пр. Київ, 2004. № 1. С. 9–17.

25.Гуслякова О. Ю. Стратегічно-управлінські підходи до розвитку туристичної галузі // Держава та регіони. 2010. № 2. С. 9–13.

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

28.Домбровська С. М. Основні напрямки державного управління рекреаційною сферою на прикладі зарубіжного досвіду // Державне будівництво. 2014. № 2. URL: file:///C:/Users/admin/Downloads/DeBu_2014_2_24.pdf.

29.Драпушко Р. Індустрія туризму: міжнародний та вітчизняний досвід // Вісник Інституту розвитку дитини. (Серія «Філософія, педагогіка, психологія»). 2014. Вип. 35. С. 31–36.

30. Ільїн Л.В. Теоретичні й прикладні засади оцінювання привабливості туристичних об'єктів регіону. Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку : матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Луцьк, 15 травня 2025 р.) / відпов. ред. Л. В. Ільїн. Луцьк : ФОП Мажула Ю.М., 2025. С. 40–42.

31. Ільїн Л. В. Стратегія туристичного розвитку міста Луцька: передумови, чинники, перспективи. Суспільно-географічні чинники розвитку регіонів: матеріали VII Міжнародної науково-практичної

конференції (м. Луцьк, 3–5 листопада 2023 р.). Луцьк : ФОП Мажула Ю. М., 2023. С. 107–108.

33. Ільїна О. В., Цух В. В. Ресурсне забезпечення функціонування санаторно-курортного комплексу України. Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку : матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 16 травня 2024 р.) / відпов. ред. Л.В. Ільїн. Луцьк : ФОП Мажула Ю.М., 2024. С. 66–71.

34. Круль Г. Я. Основи готельної справи. Навч. посіб.- К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.

35. Кучер П. В., Ільїн Л. В., Штойко П. І. Рекреаційно-туристичні ресурси Волинської області : Монографія. Луцьк : ПП «Волинська друкарня», 2023. 180 с.

36. Ляшенко А. Х. Державна політика у сфері туристичних послуг // Держава та регіони. (Серія «Економіка та підприємництво»). 2010. № 2. С. 93–99.

37. Ляшенко А. Х. Інструменти здійснення регуляторної політики в галузі туризму // Держава та регіони. 2010. № 1. С. 110–113.

38. Коваленко Н. Інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності в Україні. Європейські перспективи. 2015. № 7. С. 174–180. URL: file:///C:/Users/1/Downloads/evpe_2015_7_32.

39. Коваль О. М. Перспективи створення туристичних кластерів на Закарпатті. URL: tisit.edu.ua/tisit_news/128.

40. Коваль П. Ф., Алєшугіна Н. О., Андрєєва Г. П. Розвиток розважального сектору туріндустрії як засіб зміцнення туристичного потенціалу України // Актуальні проблеми економіки. 2010. № 6. С. 78–83.

41. Кравців В. С. Туризм в Україні: стан та шляхи активізації // Зовнішньоекономічний кур'єр. 2000. № 7–8. С. 9–10.

42.Кравчук Г.О. Аналіз досліджень розвитку готельної індустрії України в контексті Євро 2012. Інноваційна економіка. 2012. №1. С. 112-115.

43.Крачило М. П. Економічні аспекти розвитку туризму в Україні в контексті світового досвіду // Проблеми розвитку туризму в Україні і завдання відновлення історичної пам'яті народу засобами туризму: тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. Київ: Kode, 1994. Ч. I. С. 14.

44.Круль Г. Я. Основи готельної справи: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 368 с. URL: http://pidruchniki.com/14170120/turizm/teoretichni_osnovi_gotel'nogo_gospodarstva

45.Літинська В. А. Роль та значення туризму в економіці України та світу // Вісник Хмельницького національного університету. 2013. № 6. Т. 1. С. 229–233.

46.Мельниченко О. А. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму // Державне будівництво. 2010. № 2. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/DeBu/2010-2/index.html>.

47.Мельниченко О. А., Величко Л. Ю. Індустрія туризму: сутність, складові, кластери, необхідність державного регулювання // Теорія та практика державного управління: зб. наук. пр. Харків: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2015. № 4. С. 3–9

49.Офіційний сайт Всесвітньої Туристської Організації. URL: <http://www.world-tourism.org>.

50.Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

51.Парфіненко А. та ін. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід : монографія. Харків : ХНУ імені В. Каразіна, 2013. 280 с.

52.Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів. Київ, ун-т туризму, економіки і права. К.: Юрінком Інтер, 2002. 640 с.

53.Пуцентайло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

54.Розвиток українського та світового готельного господарства. URL: <http://osvita.ua/vnz/reports/management/15286>.

55.Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. посіб. К.: Грамота, 2006. 264 с.

56.Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.

57.Трілленберг Г. Інноваційно-кластерний підхід до розвитку туризму України в умовах глобалізації // Журнал європейської економіки. 2014. Т. 13. № 4. С. 401–414.

58.Фаріон І. Д. Індустрія туристичного та готельного бізнесу: Навч. посібник. Тернопіль: ТАНГ, 2005. 184 с.

59.Хмельковська В. Індустрія гостинності: світовий досвід та вітчизняна практика. Івано-Франківськ, 2012. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/992/1/Chmelovska%20MEMTzmi-54>.

60.Чекалюк В. В. Туризм як чинник формування державного іміджу // Інформаційне суспільство. 2014. Вип. 19. С. 13–16.

61.Черевко О. В. Стратегія соціально-економічного розвитку регіонів України: монографія. Черкаси: Брама-Україна, 2006. 424 с.

62.Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: Навч. посібник. К.: АТІКА, 2009. 392 с.

63.Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник. Київ: Атіка, 2006. 264 с.

64. Worst Year in Tourism History with 1 Billion Fewer International Arrivals. URL: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>

65. Tendencies in world tourism: URL: <http://www.world-tourism.org>.

66. The analysis of the legislation of Ukraine in the sphere of research, developments and innovation activity and suggestions for amendments for legislation. EU Project «Enhance Innovation Strategies, Policies and Regulation in Ukraine». Kyiv: Feniks, 2011. 360 p.

67. The Global Competitiveness Report 2016–2017 / World Economic Forum. Geneva, Switzerland 2016. 383 p.

68. The World Tourism Organization (UNWTO). Tourism highlights 2020 Edition. World Tourism Organization UNWTO. URL: <http://mkt.unwto.org/en/content/tourism-highlights>

69. The World Tourism Organization (UNWTO) (2021) World Tourism Barometer. URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_01.pdf.

70. Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 / World Economic Forum. URL: <http://www.weforum.org/reportsresults>.

71. UNWTO Tourism Highlights, Edition 2017. URL: http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2017.

72. World Travel & Tourism Council. URL: <https://wtcc.org>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Готелі та інші засоби розміщування
(за даними Державної служби статистики України)



Додаток Б



Готелі та інші засоби розміщування (за кількістю підприємств
та ФОП)

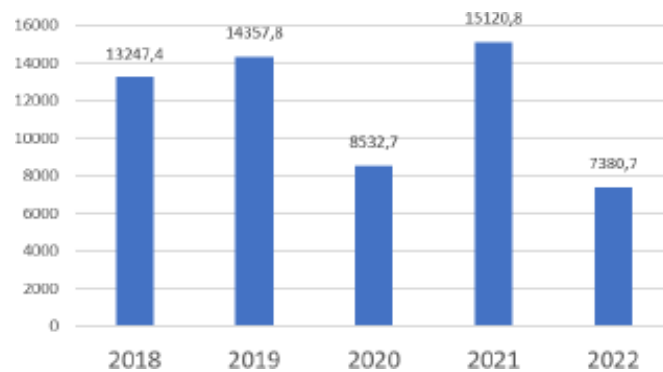
(за даними Державної служби статистики України)

Додаток В

Реалізація продукції готелями та іншими засобами розміщування,

МЛН. грн.

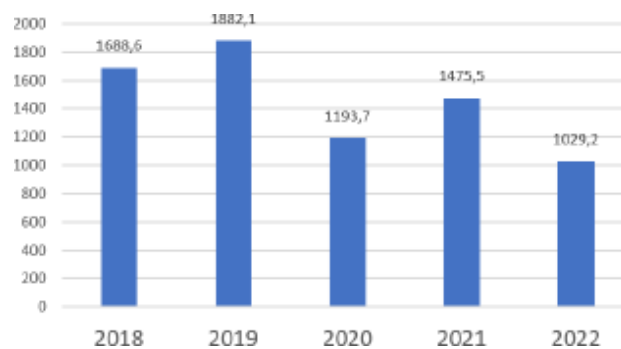
(за даними Державної служби статистики України)



Додаток Г

Податки, отримані з роботи готелів та інших закладів тимчасового розміщування, МЛН.. грн..

(за даними Державної служби статистики України)



Додаток Д

Туристичні агенції, одиниць

(за даними Державної служби статистики України)



Додаток Е

Об'єм реалізованої продукції туроператорами, млн. грн..

(за даними Державної служби статистики України)

