МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Факультет менеджменту
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Допущено до захисту
«____» _____2024 р.
Завідувач кафедри, д.е.н., професор
_____ Людмила ТРАНЧЕНКО

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЧЕРКАЩИНИ

Виконав: здобувач вищої освіти
ІІ курсу, 21 м-гр групи
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»
Олег Вікторович ДІХТЯРЕНКО

Науковий керівник: к.е.н., доцент
Олена САКОВСЬКА

Умань – 2024

РЕЗЮМЕ

Загальний обсяг роботи – 83 сторінки, з них 70 – основного тексту, 21 рисунок, 20 таблиць, 1 формула, 3 додатки. Список використаних джерел налічує 74 позиції.

Актуальність теми. Сучасне формування ринкових економічних відносин в Україні характеризується інтенсивним розвитком тих сфер та галузей, що визначені урядом як пріоритетні. Зважаючи на місце та роль туризму в житті суспільства, держава проголошує його одним з пріоритетних напрямів розвитку національної культури й економіки. Туризм виділений в окрему галузь господарства, що здатна приносити високий прибуток, залучати до країни значні валютні надходження.

Варто зазначити, що індустрія гостинності, а саме підприємства готельного та ресторанного обслуговування, формують інфраструктуру сфери туризму. Разом з тим, на шляху їх діяльності виникає багато проблем, що пов'язані із загальною економічною кризою у державі.

Пошук шляхів вирішення соціально-економічних проблем ефективності функціонування підприємств індустрії гостинності приведе до позитивних зрушень у розвитку даної сфери, але й усієї галузі туризму, тому актуальність досліджень у цьому напрямі, є безперечною.

Мета і завдання дослідження. Основною **метою роботи** є розробка економічного механізму ефективного функціонування підприємств громадського харчування та індустрії гостинності на регіональному рівні. Реалізація поставленої мети обумовила необхідність вирішення в роботі наступних **завдань**:

– аналіз організації діяльності сфери послуг та індустрії гостинності Україні;

– дослідження середовища функціонування підприємств громадського харчування та індустрії гостинності Черкащини;

– розробка напрямів удосконалення процесів інноваційної діяльності підприємств громадського харчування та індустрії гостинності на регіональному рівні.

Об'єктом дослідження є середовище функціонування підприємств громадського харчування та індустрії гостинності індустрії гостинності Черкащини, зокрема готельний комплекс «Дніпро» у м. Черкаси.

Предметом дослідження є організаційно-управлінський механізм діяльності підприємств громадського харчування та індустрії гостинності індустрії гостинності.

Ключові слова: туристична сфера, індустрія гостинності, підприємство громадського харчування, послуга, підприємство, готельно-ресторанний комплекс, інновації.

АНОТАЦІЯ

Туризм є окремою галуззю економіки, що здатна приносити високий прибуток. Індустрія гостинності, а саме підприємства готельного та ресторанного обслуговування, формують інфраструктуру сфери туризму. Разом з тим, на шляху їх діяльності виникає багато проблем. Пошук шляхів вирішення даних проблем приведе до позитивних зрушень у розвитку не тільки громадського харчування, але й усієї туристичної сфери України.

У роботі проведено дослідження середовища функціонування підприємств громадського харчування на ринку туристичних послуг України та індустрії гостинності Черкащини. У вступі обґрунтовано актуальність теми, визначається мета, завдання, предмет та об'єкт дослідження. Окреслюється методична та теоретична база дослідження.

Основна частина науково-дослідної роботи присвячена оцінці організаційно-управлінського механізму діяльності підприємств громадського харчування в індустрії гостинності Черкащини. Дослідження проведено на прикладі діяльності готельного комплексу «Дніпро» у м. Черкаси як одного з підприємств індустрії гостинності Черкащини.

Надано пропозиції щодо розробки напрямів удосконалення процесів ресурсного забезпечення підприємств харчування на регіональному рівні. У висновку сформульовані основні положення і пропозиції за результатами дослідження.

Ключові слова: туристична сфера, індустрія гостинності, послуга, підприємство, готельно-ресторанний комплекс, інновації.

SUMMARY

Tourism is a specific sector of the economy that can generate high profits. The hospitality industry, namely hotel and restaurant businesses, forms the infrastructure of the tourism sector. At the same time, they face many challenges in their operations. Finding ways to solve these problems will lead to positive changes in the development of not only the catering industry, but also the entire tourism sector of Ukraine.

The article studies the environment of functioning of catering enterprises in the market of tourist services of Ukraine and the hospitality industry of Cherkasy region. The introduction substantiates the relevance of the topic, defines the purpose, objectives, subject and object of the study. The methodological and theoretical basis of the study is outlined.

The main part of the research work is devoted to the evaluation of the organizational and managerial mechanism of activity of public catering enterprises in the hospitality industry of Cherkasy region. The study is carried out on the example of the activity of the hotel complex «Dnipro» in Cherkasy as one of the enterprises of the hospitality industry of Cherkasy region.

Proposals for developing directions for improving the processes of resource provision of catering enterprises at the regional level are provided. In conclusion, the main provisions and suggestions based on the results of the study are formulated.

Keywords: tourism, hospitality industry, catering enterprise, service, enterprise, hotel and restaurant complex, innovation.

ЗМІСТ

ВСТУП 7

РОЗДІЛ 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ

1.1. Місце індустрії гостинності у сфері послуг 10

1.2. Характеристика ринку послуг гостинності в системі сервісного туристичного обслуговування 15

1.3. Роль, значення, організація діяльності підприємств громадського харчування й індустрії гостинності у сфері обслуговування 20

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

2.1. Тенденції розвитку підприємств громадського харчування та індустрії гостинності в Україні..... 26

2.2. Оцінка організаційно-управлінської діяльності підприємств громадського харчування та індустрії гостинності Черкащини..... 35

2.3. Аналіз діяльності готельного комплексу «Дніпро» у Черкасах..... 43

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

3.1. Інвестиційна підтримка сфери гостинності України з метою розвитку підприємств сфери обслуговування 49

3.2. Розробка рекомендацій щодо впровадження комп'ютерних технологій на підприємствах громадського харчування та індустрії гостинності..... 56

3.3. Адміністративний ресурс в управлінні процесами ресурсного забезпечення підприємств сфери обслуговування 63

ВИСНОВКИ 71

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 73

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасне формування ринкових економічних відносин в Україні характеризується інтенсивним розвитком тих сфер та галузей, що визначені урядом як пріоритетні. Зважаючи на місце та роль туризму в житті суспільства, держава проголошує його одним з пріоритетних напрямів розвитку національної культури й економіки. Туризм виділений в окрему галузь господарства, що здатна приносити високий прибуток, залучати до країни значні валютні надходження. Варто зазначити, що індустрія гостинності, а саме підприємства готельного та ресторанного обслуговування, формують інфраструктуру сфери туризму. Разом з тим, на шляху їх діяльності виникає багато проблем, що пов’язані із загальною економічною кризою у державі.

Пошук шляхів вирішення соціально-економічних проблем ефективності функціонування підприємств індустрії гостинності призведе до позитивних зрушень у розвитку не тільки громадського харчування, але й усієї туристичної сфери країни, тому актуальність досліджень у цьому напрямі, є безперечною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведення досліджень спиралося на теоретичні та практичні здобутки відомих вітчизняних та зарубіжних діячів науки. Особливо цікавими, з огляду на тему даної роботи, є праці Агафонової Л. [10], Дваєра Л [71], Василенко В. [19], Гаврилюк С. [20], Герасименко В. [21-22], Джорджа С. [26], Блейда Дж. [68], Кузнєцової Н. [37], Мейкенза Дж. [72], Нездоймінова С. [22; 49], Похили Н. [49], Сороки С. [52], Ткаченко Н. [59], Шаптали О. [65], Клегга Дж. [68], Дваєра Л. [73], Тейлора Н. [63], Теобальда В. [74], Холловея Дж. [63], Цибуха В. [64] та ін.

Кожен вчений розглядає окремі питання функціонування туристичного ринку, в тому чи іншому аспекті стосується проблем розвитку підприємств ресторанного та готельного господарства, або констатує його інтенсивний розвиток у інших країнах. Проте відсутній комплексний підхід до вирішення проблем діяльності підприємств сфери обслуговування в Україні, що і

зумовило вибір теми дослідження, визначило його актуальність, окреслило теоретичне та практичне значення.

Мета і завдання дослідження. Основною **метою роботи** є розробка економічного механізму ефективного функціонування підприємств громадського харчування та індустрії гостинності на регіональному рівні. Реалізація поставленої мети обумовила необхідність вирішення в роботі наступних **завдань**:

– аналіз організації діяльності сфери послуг та індустрії гостинності Україні;

– дослідження середовища функціонування підприємств громадського харчування та індустрії гостинності Черкащини;

– розробка напрямів удосконалення процесів інноваційної діяльності підприємств громадського харчування та індустрії гостинності на регіональному рівні.

Об'єктом дослідження є середовище функціонування підприємств громадського харчування та індустрії гостинності індустрії гостинності Черкащини, зокрема готельний комплекс «Дніпро» у м. Черкаси.

Предметом дослідження є організаційно-управлінський механізм діяльності підприємств громадського харчування та індустрії гостинності індустрії гостинності.

Методи досліджень. Для реалізації поставленої у роботі мети було використано комплекс методів і прийомів наукового пізнання. Зокрема, на основі використання методики системного підходу розкрито системно-функціональну характеристику підприємств індустрії гостинності; використання маркетингових методів дослідження дало змогу зрозуміти закономірності становлення і розвитку ринку послуг гостинності в Україні; за допомогою методів аналізу і синтезу, порівняння, SWOT-аналізу визначено основні напрями підвищення рівня і якості організаційно-економічного забезпечення процесу функціонування підприємств індустрії гостинності в Україні; використання системи аналітичних показників для

політики ціноутворення дозволило виявити основні параметри визначення рівня цінової гнучкості послуг ресторанно-готельних комплексів, що є підставою оцінки привабливості місць відпочинку та оздоровлення.

Інформаційною базою дослідження є публікації вітчизняних і зарубіжних вчених з питань розвитку туризму та сфери обслуговування, основні положення Законів України та Указів Президента України, нормативних документів Кабінету Міністрів України, офіційні дані Державного комітету статистики України; Головного управління статистики України; статистична звітність об'єктів інфраструктури туризму України.

Практичне значення отриманих результатів полягає у розробці напрямів удосконалення процесів ресурсного забезпечення підприємств індустрії гостинності на регіональному рівні.

Обсяг і структура роботи. Робота складається зі вступу, основної частини та висновків. У вступі обґрунтовується актуальність теми, визначається мета, завдання, предмет та об'єкт дослідження. Окреслюється методична та теоретична база дослідження. Основна частина присвячена дослідженню середовища функціонування підприємств індустрії гостинності на ринку туристичних послуг України, зокрема на території Черкащини. У висновку сформульовані основні положення і пропозиції за результатами дослідження.

Загальний обсяг роботи – 83 сторінки, з них 70 – основного тексту, 21 рисунок, 20 таблиць, 1 формула, 3 додатки. Список використаних джерел налічує 74 позиції.

Апробація матеріалів роботи. Матеріали роботи було апробовано у: зб. мат-лів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф. «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку, 30.10.2023 р., УНУС; зб. мат-лів XIV Всеукр. наук.-практ. конф. «Менеджмент XXI століття: проблеми і перспективи» 17 жовтня 2024 р., УНУС; зб. мат-лів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф. «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку» 31 жовтня 2024 р. УНУС.

РОЗДІЛ 1.
ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ

1.1. Місце індустрії гостинності у сфері послуг

Становлення ринкової економіки України є об'єктивним процесом суспільного розвитку, що суттєво впливає на функціонування та подальшу інтенсифікацію усіх галузей господарства, формування соціальної політики суспільства. Зміст і соціальну структуру національної економіки, її продуктивні сили, структуру та обсяги виробництва продукції, систему розподілу, обміну і споживання, соціальної інфраструктури формує блок соціально-економічних відносин. Він є засобом, механізмом створення матеріальної і духовної основи життя всього суспільства. Система економічних відносин залучає всі верстви населення, інтегруючи їх матеріальні і соціальні інтереси, створюючи передумови задоволення матеріальних і духовних потреб. Кожен блок суспільних відносин відіграє важливу інтеграційну роль через специфіку свого впливу. Елементи функціонують не відокремлено, а взаємообумовлено і взаємозалежно.

Розвиток сфери послуг та підприємств харчування є дуже важливим для господарського комплексу України, оскільки вони задовольняють багато соціальних потреб наших громадян різних верств. Саме ці галузі економічної діяльності сприяють наповненню ринку різноманітними необхідними послугами, збалансуванню грошових доходів та витрат населення. Тому, дослідження та аналіз об'єктів індустрії гостинності у сфері послуг є досить актуальним для сьогодення.

Більшість сучасних дослідників [25; 36; 47; 51; 68; 71] дотримується концепції, за якою можна розподілити соціальну інфраструктуру на дві складові: соціально-побутову, що поєднує об`єкти, які створюють певні

матеріальні умови життєдіяльності людей, і соціально-культурну, як сукупність об`єктів, що забезпечують надання духовних, не речових послуг. Науковці впевнені, що розподіл об`єктів соціальної інфраструктури на два угрупування достатньо для визначення їх місця в відтворювальному процесі, для виявлення ефективності міжгалузевих зв`язків і на цій основі установлення оптимальних пропорцій між галузями (рис. 1.1).

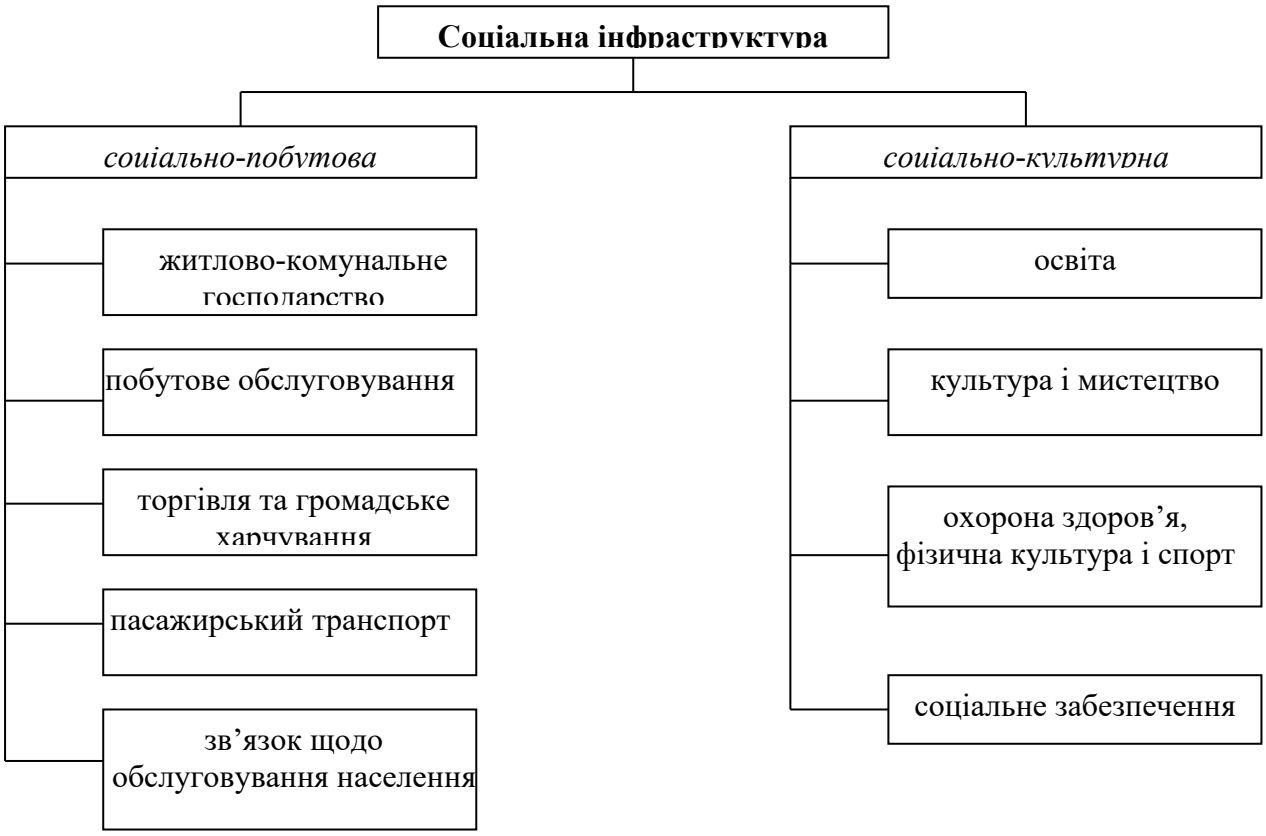


Рис. 1.1. Складові соціальної інфраструктури у системі сфери послуг*

**Джерело: побудовано автором за даними [25; 36].*

Отже, соціальна інфраструктура являє собою єдиний територіальний комплекс галузей, націлений на задоволення потреб населення конкретного регіону в послугах.

За своїм економічним призначенням і за складом галузей, що до неї входять, соціальна інфраструктура практично дублює поняття сфери послуг. Однак, до поняття сфери послуг, крім речовинних об`єктів, включають і зайнятих на них працівників, тоді як соціальна інфраструктура - це лише підприємства, організації, установи, що надають населенню послуги різного призначення, тобто це матеріальна основа сфери послуг. Отже, сфера послуг

визначається як «специфічна область застосування суспільно-корисної праці, де створюються особливі споживчі вартості в формі послуг для виробничого, суспільного та особистого споживання» [11, с. 17], а послуга, «як специфічна форма праці, результат якої може бути втілений в реальному предметі, речі (послуги з виготовлення ключів на замовлення, пошив одягу, послуги підприємств громадського харчування тощо) або у вигляді корисного ефекту праці» [19, с. 25] (консультації юриста, лікаря і тощо). Розрізняють матеріальні та нематеріальні послуги. Матеріальні послуги створюють галузі матеріального виробництва. Ці послуги спрямовані на продовження процесу виробництва у сфері обігу, транспортування і збереження матеріального продукту, а також послуги з відновленням початкової вартості продукції матеріального виробництва і з виробництва нових споживчих вартостей (більшість послуг торгівлі, громадського харчування, транспорту і зв`язку, а також виробничі послуги побутового обслуговування і житлово-комунального господарства). Нематеріальні послуги (чисті або невиробничі) надаються галузями нематеріальної сфери. Вони не отримують предметно споглядальну форму і не нагромаджуються у формі речового, матеріального багатства. Отже, такі послуги не мають матеріальної субстанції для створення вартості, але в умовах товарного виробництва вони можуть набувати вартісної форми і бути предметом купівлі-продажу. Наприклад, послуги перукарні, навчального закладу, інформаційні послуги.

Певні галузі, навіть підприємства або заклади, можуть водночас надавати матеріальні та чисті послуги. Якщо ми розглянемо основні послуги підприємств громадського харчування, то ж виготовлення страви чи виробу кухарем є матеріальною послугою, а обслуговування споживача офіціантом можна віднести до нематеріальної послуги. Деякі послуги безпосередньо беруть участь у створенні сукупного суспільного продукту (товарні перевезення, страхування продукції, що обслуговують матеріальне виробництво, знаходять своє втілення в ціні кінцевого продукту). Саме через сферу послуг відбувається перерозподіл капіталів і формування структури

національного доходу (наприклад, в сфері міжнародного туризму). Сфера послуг забезпечує рух капіталів, прискорює їх обіг і, таким чином, впливає на розвиток інших галузей економіки.

В нашій країні сфера послуг раніше за інші сектори економіки відчула на собі жорсткість конкуренції, зміну споживчого попиту, тиск вимог міжнародних стандартів відносно якості обслуговування. Ринкові процеси у сфері економіки, фінансів, інформації, обслуговування все більш займають Україну і показують неготовність багатьох галузей, у тому числі і сфери послуг, конкурувати як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Стандартизація ринку послуг в Україні майже відсутня.

Крім того, ринок послуг в Україні сьогодні характеризується деформованою структурою попиту у зв'язку з неплатоспроможністю населення. Зокрема, типовими негативними явищами у сфері послуг стали:

- скорочення мережі об'єктів послуг і низьке їх заповнення;
- закриття готелів через їх нерентабельність (використання місткості готелів є дуже низьким і призводить до їх нерентабельної роботи);
- використання у сфері послуг застарілого обладнання (холодильне, теплове, механічне обладнання спрацьоване на 2/3), повільні темпи впровадження нової техніки і технології. Сфера послуг все більше відстає від вимог міжнародних стандартів і вимагає негайних заходів з поліпшення якості послуг.

Виходячи з викладених негативних явищ у сфері послуг, основними напрямами поліпшення діяльності сфери послуг в Україні повинні стати:

- формування конкурентного середовища і створення необхідної інфраструктури для сфери послуг;
- зменшення податкового тиску;
- забезпечення державної підтримки і розвиток конкурентоздатності об'єктів сфери послуг на основі інтеграції різних видів діяльності (туристичних, готельних, транспортних, наукових, фінансових тощо);
- модернізація існуючої матеріально-технічної бази підприємств;

− поліпшення контролю за якістю обслуговування туристів з метою підвищення ступеня привабливості нашої держави для зарубіжних ДСТУ;

− удосконалення статистичної обробки даних господарської діяльності готелів, створивши єдину державну статистично-інформаційну базу даних підприємств готельного господарства і туризму;

− ефективне здійснення рекламно-інформаційної діяльності стосовно туризму в Україні.

Аналіз літературних джерел показує, що кожен дослідник надає свої визначення терміну «туристична індустрія». На думку Герасименко В.Г. [21] «туристична індустрія – сукупність виробництв різних галузей господарства, закладів культури, освіти та науки, що забезпечують створення матеріальної бази туризму, підготовку кадрів, виробництво, збут і споживання туристичного продукту» Головна складність у визначенні обсягів туристичної індустрії полягає у розумінні меж туризму – де він починається і закінчується. Тому ряд вчених розглядає сферу туризму у декількох аспектах. Зокрема, Алейнікова Г.М. [11] виділяє сферу туризму у вузькому понятті, куди включені галузі, які безпосередньо обслуговують туристів та у широкому понятті, як сукупність галузей обслуговування та матеріального виробництва, орієнтованих на ринок туризму. Блейд Дж. [68], Дваєр Л. [71] та Дж. Мейкенз [72] розглядають туристичну індустрію у трьох аспектах: як туристичний ринок у вузькому розумінні (типові турпослуги), туристичний ринок у широкому розумінні (турпослуги, що виробляються нетиповими туристичними підприємствами) та «окраїнний» туристичний ринок (туристам пропонують товари та послуги, які не відносяться до типового турпродукту).

Отож, зважаючи на критичний аналіз літературних джерел, нами пропонується власне визначення поняття «туристична індустрія» – це збірна галузь економіки, що забезпечує створення матеріальної бази туризму, підготовку кадрів, виробництво, збут та споживання туристичного продукту».

1.2. Характеристика ринку послуг гостинності в системі сервісного туристичного обслуговування

Зважаючи на місце та роль туризму в житті суспільства, Україна проголошує його одним з пріоритетних напрямів розвитку національної культури й економіки. Є об'єктивні передумови входження України до найбільш розвинутих туристичних країн світу – колосальні рекреаційні та туристичні можливості, що зумовлені: вигідним геополітичним розташуванням; сприятливими кліматичними умовами; наявністю унікальних природних та рекреаційних зон, великої кількості пам'яток історії та культури українського народу; розвинутою мережею транспортних сполучень. Розвитку туризму сприятиме й членство України у складі Всесвітньої туристичної організації (ВТО) – міжнародної міжурядової організації в сфері туризму та мандрівок, яка здійснює свою діяльність в напрямах розробки стратегії розвитку та впровадження світової туристичної політики.

Дані статистичних звітів, дозволяють простежити від'ємну динаміку розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Основні статистичні показники розвитку туристичної галузі України свідчать про спад туристичної активності у 2022 та 2023 рр. [13; 15]. Указане пов'язане з воєнною агресією Росії на території України. Динаміка туристичних потоків за період 2018-2023 рр. вказує на те, що структура потоків за напрямами зазнала змін.

Слід зазначити, що розвиток внутрішнього туризму відбувається повільними темпами. Зокрема, чисельність внутрішніх туристів за 2021 р. виросла лише на 3% від рівня 2020 р. Така ситуація свідчить про непопулярність національного туристичного ринку (основною причиною є нестабільна політична ситуація, низька якість послуг, її цінова невідповідність) і слабкий розвиток соціального туризму. Через те, що інші держави пропонували якісний туристичний продукт за цінами не набагато

вищими за українські, виїзний туризм в нашій країні, до 2019 р. переважав у структурі платіжного балансу. Це призвело до того, що гроші, витрачені громадянами України на відпочинок, йшли головним чином на розвиток туристичної інфраструктури інших країн, а не у бюджет України. Хоча найближчим часом очікується перерозподіл виїзного потоку на користь внутрішнього туризму, але це відбуватиметься, не внаслідок підвищення якості послуг, а через воєнні дії.

Україна, заохочуючи іноземців до відвідання, планує й надалі спрощувати візові формальності. Але, поки в Україні триває війна, суттєвих позитивних змін у в'їзному напрямі не має та не передбачається.

Непопулярність туризму в Україні серед іноземців є комплексним явищем і стосується багатьох сфер туристичної інфраструктури. Основними є: розрив між якістю послуг і тарифами на них, низька якість більшості послуг, які пропонуються, відсутність належної реклами українського туристичного продукту. Крім того, фірм, що займаються переважно в'їзним туризмом – одиниці. Не набагато більше тих суб'єктів туристичної діяльності, які спеціалізуються на внутрішньому туризмі. Так, з 33 туристичних фірм Києва, що опублікували свої пропозиції у «Тур-калейдоскопі» на 2022-2023 рр. [60], тільки 7 пропонують відпочинок в Україні (переважно, це Південь України або Закарпаття), інші спеціалізуються на виїзному туризмі.

Хоча загальна кількість туроператорів та турагентів на ринку достатня і збільшується з кожним роком, аналіз їх діяльності показує, що велика частина фірм із ліцензіями на туристичну діяльність займаються нею «за сумісництвом», тобто це один із багатьох видів діяльності, але далеко не основний. Також більшість фірм працює тільки у турактивний сезон (3-4 місяці).

Створити конкурентоспроможний туристичний продукт при такому підході неможливо. Більш того, некомпетентність і недобросовісність

окремих суб'єктів туристичної діяльності викликають відсутність упевненості туристів у якості наданих послуг.

Крім згаданих вище причин низького рівня в'їзного та внутрішнього туризму, найвагомішими є війна, і пов'язана з нею, нестабільна політична та економічна ситуація. Відсутність інвестицій і матеріальних ресурсів протягом останніх років зумовили припинення будівництва санаторно-курортних і туристичних об'єктів.

Інвестиції в туризм України, як і багато інших невиробничих галузей, для іноземних інвесторів справа достатньо ризикована через війну та несприятливий інвестиційний клімат (часта зміна законодавства України, відсутність надійних гарантій захисту іноземних інвесторів тощо).

Хоча загальна кількість туроператорів та турагентів, які працювали на туристичному ринку до 2022 р. була достатньою і збільшувалася з кожним роком (наприклад, тільки у Черкасах туристичних фірм та туроператорів станом на 1 січня 2022 р. нараховувалося понад 17 одиниць) [13], аналіз їх діяльності показує, що велика частина фірм із ліцензіями на туристичну діяльність займалися нею «за сумісництвом», тобто це один із багатьох видів діяльності, але далеко не основний. Також більшість фірм працювало тільки у туративний сезон.

Тому, створити конкурентоспроможний туристичний продукт при такому підході неможливо. Більш того, некомпетентність і недобросовісність окремих суб'єктів туристичної діяльності викликають відсутність упевненості туристів у якості наданих послуг.

Крім згаданих вище причин низького рівня в'їзного та внутрішнього туризму, найвагомішою є нерозвиненість матеріально-технічної бази сфери гостинності та індустрії послуг.

Економічна криза, відсутність коштів і матеріальних ресурсів протягом останніх двох років зумовили припинення реалізації більш, ніж половини розроблених проєктів у сфері туризму та індустрії гостинності.

На даний час 70-80% рекреаційних комплексів знаходяться в зношеному стані, і першочерговим є завдання їх реконструкції [13; 23].

У зв'язку з величезними матеріальними витратами на реконструкцію або модернізацію закладів відпочинку, харчування, готельних комплексів тощо, уряд України сподівається на залучення іноземних інвестицій у майбутньому.

Проте, інвестиції в туризм України, як і багато інших невиробничих галузей, для іноземних інвесторів справа достатньо ризикована через сформований несприятливий інвестиційний клімат, зокрема й через відсутність надійних гарантій захисту іноземних інвесторів. За даними Швейцарського інституту BERI, Україна з 35 балами за 100 бальною шкалою потрапляє у категорію країн, не придатних для розміщення інвестицій [69].

З огляду на вищезазначене цілком зрозумілий той факт, що в обсязі реалізації платних послуг населенню Черкаської області, найнижчі показники будуть по туристично-екскурсійних послугах та послугах харчування [53-56].

Як бачимо, спостерігається тенденція зниження загальної долі туристично-екскурсійних та санаторно-курортних і оздоровчих послуг, починаючи з 2022 р.

Причому, темп зниження реалізації туристично-екскурсійних послуг вищий ніж, санаторно-курортних.

У сільській місцевості туристично-екскурсійні послуги практично не надаються, а санаторно-курортні і оздоровчі при загальній тенденції до зниження, хоча і збільшилися у 2021 р. в порівнянні з іншими роками, проте обсяг реалізації на одного жителя в сільській місцевості невеликий.

Таким чином, аналіз ринку туристичних послуг як у Черкаській області, так і в цілому по Україні, викрив цілий комплекс проблем, що стримує входження держави у світовий туристичний простір. І від того, наскільки швидко та ефективно вирішуватимуться ці проблеми у подальшому, залежить розвиток туристичної індустрії в країні та її внесок в поліпшення економічного стану України.

1.3. Роль, значення, організація діяльності підприємств громадського харчування й індустрії гостинності у сфері обслуговування

Подальший розвиток індустрії гостинності тісно пов'язаний з розширенням мережі закладів туристичної інфраструктури, бо реалізація туристичних послуг є невід'ємною частиною туристичного продукту, а за Державним класифікатором України «Класифікація видів економічної діяльності» підприємства готельного типу та громадського харчування віднесено до виду економічної діяльності «Готелі та ресторани». Тому, ресторанне господарство слід розглядати в сукупності з готельним та туристичним, а прогнози розвитку ринку індустрії гостинності пов'язувати з перспективами розвитку сфери туризму та реалізації туристичних послуг.

У контексті даної роботи «ресторанне господарство» використовується не як термін, а як характеристика сукупності підприємств, що надають послуги харчування на ринку туристичного продукту. З цього приводу, одним із напрямів досліджень є створення класифікатора підприємств громадського харчування в туристичній галузі, застосування якого сприятиме розвитку цих підприємств у туристичній інфраструктурі.

Класифікатор – це систематизоване зведення будь-яких туристичних об'єктів, що дозволяє знайти кожному з них своє місце і певне визначення. У туристичні й практиці використовують різні класифікатори: туризму, готелів, маршрутів, ресторанів. Основою класифікатора є класифікація – угрупування об'єктів, що вивчаються за сукупностями (класами), які різняться між собою як кількісними, так і якісними ознаками.

Мета класифікації полягає у подальшому використанні згрупованих об'єктів за цільовим призначенням. Так, виділення внутрішньо однорідних таксонів туристичної діяльності за прийнятими ознаками дозволяє створити маркування для характеристики туристичного продукту або визначення обслуговування групи, що в свою чергу надає туроператору, який обслуговує

групу туристів, приймати вірні та швидкі рішення, маючи непряму інформацію про його склад та цілі.

Класифікація підприємств громадського харчування в Україні визначається міждержавним стандартом громадського харчування ДСТУ 30389-95 «Громадське харчування. Класифікація підприємств» [8, с. 48]. За цим стандартом, основною ознакою класифікації підприємств є їх визначення за асортиментом продукції або за контингентом споживачів. Але, такий підхід не визначає приналежність підприємства до сфери туризму, його рівень соціального навантаження, а отже не визначає форм та методів регулювання його діяльності відповідними державними органами, можливість надання йому пільг або державної підтримки.

Виходячи з соціальної спрямованості розвитку внутрішнього туризму і його інфраструктури, особливо окремих напрямів, про що свідчать прийняті урядом законодавчі акти та постанови [1-7], виникає актуальність розподілу підприємств індустрії гостинності в туристичній сфері та сфері послуг за рівнем соціального навантаження.

На нашу думку, критерієм класифікації підприємств сфери послуг у суспільстві є задоволення соціально-економічних потреб населення. а тому, розподіл об’єктів сфери послуг за рівнем соціального навантаження має практичне значення при утворенні фінансової та цінової політики, а також удосконаленні організаційної структури органів, що здійснюють державне регулювання діяльності підприємств індустрії гостинності (Дод. А).

Беручи за основу принцип, за яким розроблена згадана класифікація, пропонуємо розподілити підприємства підприємств індустрії гостинності за наступними групами:

ВС – підприємства з високим рівнем соціального навантаження (підприємства громадського харчування, розташовані в таборах та будинках відпочинку дітей та молоді);

ПС – підприємства із підвищеним рівнем соціального навантаження (їдальні, санаторії, профілакторії, пансіонати та спортивно-оздоровчі

комплекси, загальнодоступні підприємства в курортних зонах, зорієнтовані на малозабезпечені верстви населення або спеціалізовані контингенти);

ЗС – підприємства із звичайним рівнем соціального навантаження (загальнодоступні підприємства усіх форм власності, послугами яких користуються туристи; підприємства громадського харчування розташовані при готелях «*», «2*», «3*», мотелях та інших засобах розміщення);

НС – підприємства з низьким рівнем соціального навантаження; підприємства громадського харчування у складі «4*», «5*» готельно-ресторанних комплексів; загальнодоступні підприємства громадського харчування.

Наведена класифікація може бути основною для регулювання діяльності підприємств індустрії гостинності у за наступними напрямами:

– створення комплексу умов, сприятливих для функціонування соціально-орієнтованих підприємств громадського харчування у туризмі (ВС та ПС груп): надання фінансової допомоги з метою стимулювання розвитку соціально-орієнтованих підприємств сфери громадського харчування шляхом застосування пільгових ставок оподаткування, пільгових кредитів з державних фондів або забезпечення підтримки при формуванні стартового капіталу для відкриття нових підприємств харчування у туризмі, що нестимуть підвищене соціальне навантаження;

– щодо цінової політики слід контролювати ціноутворення на підприємствах індустрії гостинності ВС та ПС груп шляхом обмеження розміру націнок на продукцію цих підприємств.

В Україні сучасна нормативна документація не визначає належних вимог до підприємств індустрії гостинності у залежності від класу готелю. На відміну від міждержавного стандарту (ДСТУ 28681.4-95) [9 с. 13], що застосовується в Україні, Міжрегіональна гармонізація критеріїв (МГК) готельної класифікації на засаді кваліфікаційних стандартів, схвалена регіональними комісіями ВТО в Мадриді [70], також передбачає певні вимоги до підприємств та послуг харчування залежно від категорії готелю.

Порівняльна характеристика щодо підприємств індустрії гостинності за вищезгаданими документами та міждержавним стандартом (ДСТУ 28681.4-95) [8] запропонована в табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Критерії вимог щодо підприємств індустрії сфери гостинності*,**

Критерії	За МГК	За ДСТУ 28681.4-95
Розташування входу до підприємств харчування	+	+
Типи підприємств та вимоги до приміщень для споживачів	+	+
Додаткові приміщення та зони в готелі, пов'язані з харчуванням	+	-
Загальна кількість місць в основних підприємствах харчування	+	-
Вимоги: – до виробничих приміщень, обладнання та інвентарю; – до зберігання продуктів; – до питної води.	 + + +	 - - -
Послуги харчування: – режим подачі страв та напоїв до номеру, в т.ч. сніданку; – режим роботи підприємств харчування при готелі	 + +	 + -
Умови харчування персоналу	+	-

*Примітка: + - присутні; - – відсутні.

***Джерело: побудовано автором на основі аналізу даних [8; 9; 70].*

Як бачимо, порівняно з МГК [70] Стандарт «Туристично-екскурсійне обслуговування. Класифікація готелів» [9] обмежений у вимогах до послуг харчування і потребує суттєвих доповнень.

Крім того, для готелів категорії «*» майже не передбачено вимог стосовно послуг чи розташування підприємств харчування, крім обслуговування в номері в часи сніданку. Наприклад, для цієї категорії готелів було б доцільним визначення зони чи приміщення в готелі для подачі та споживання сніданків або розташування поряд з готелем підприємства громадського харчування, яке забезпечуватиме мешканців готелю стравами, кулінарними виробами та напоями.

З огляду на значну кількість недоліків, що існує в Міждержавному стандарті 28681.4-95, Україні потрібний власний стандарт з класифікації готелів, що відповідав би специфіці вітчизняного готельного продукту. Вимоги в стандарті підприємств харчування, залежно від класу готелю, конкретизуватимуть обов'язкову наявність потрібних для певного закладу послуг та типи підприємств з регламентацією їх функціонування.

Основним типом закладів харчування при готельних комплексах визначають ресторан та бар.

Аналіз літературних джерел показав, що єдиної класифікації ресторанів у світі не існує. Кожна країна виділяє свої особливості щодо критеріїв класифікації.

Сучасний міждержавний стандарт, що діє сьогодні в Україні – ДСТУ 30389-95 «Громадське харчування. Класифікація підприємств» [8] визначає ресторани: за рівнем обслуговування та номенклатурою послуг; за асортиментом продукції; за місцем розташування.

Проте, у зв'язку з розвитком ресторанних послуг в Україні з’явилися нові види підприємств: ресторани швидкого обслуговування, тематичні заклади, що вимагає доповнень до цієї класифікації. Крім того, особливості надання харчування у готельних комплексах зумовлюють виділення основних та допоміжних ресторанів. Тому, на рис.1.4. нами запропоновано уточнення класифікації ресторанних закладів.



Рис. 1.4. Класифікація ресторанів*

**Джерело: побудовано автором за даними [8; 9].*

Після ресторану найбільш поширеним типом підприємств харчування у готелях є бар.

Бар – це різновид ресторану, характерними ознаками якого є наявність

барної стійки у поєднанні із широким асортиментом алкогольних, безалкогольних, змішаних напоїв, закусок, десертів, кондитерських та булочних виробів, закупівельних товарів [9, с.19].

ДСТУ 30389-95 [8] класифікує бари за: асортиментом продукції та способом виготовлення, за специфікою обслуговування споживачів, а також за рівнем обслуговування та номенклатурою послуг. З огляду на світовий досвід, на підприємствах готельного господарства клас бару, що функціонує у комплексі з рестораном, повинен відповідати класу ресторану.

Аналіз діяльності барів підприємств гостинності дозволив виділити ще один критерій класифікації цього типу підприємств – за місцем розташування у готелі. За цим критерієм можна виділити: вестибюльний бар, ресторанний бар, допоміжний бар (виконує функцію буфету), банкетний бар (використовується виключно для обслуговування банкетів та конференцій), бар біля басейну, спортивний бар (розташовують у спортивному секторі готельного комплексу, особливо популярний при великих готелях), міні-бар (маленький бар з холодильником у гостьових кімнатах для зручностей клієнтів щодо споживання будь-яких напоїв у будь-який час).

На обсяги діяльності ресторанів, барів та інших типів підприємств туристичної галузі та сфер гостинності великий вплив має фактор сезонності, оскільки територія України знаходиться у помірній кліматичній зоні. За критерієм сезонності можна виділити сезонні та цілорічні підприємства.

Поєднуючи усі викладені пропозиції, пропонуємо наступну схему класифікації підприємств харчування у туризмі, яка відображена у Дод. А. На наш погляд запропоновані критерії класифікації сприятимуть уточненню місця підприємств харчування у туристичній галузі, а також можуть стати у нагоді при державним інституціям при удосконаленні нормативної та законодавчої бази інфраструктури туризму.

РОЗДІЛ 2.
ДОСЛІДЖЕННЯ СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

2.1. Тенденції розвитку підприємств громадського харчування та індустрії гостинності в Україні

Розвиток підприємств індустрії гостинності, як частини сфери туризму, залежить від багатьох факторів, зокрема, великий вплив має фактор сезонності. Спеціалісти визначають сезонність як характерну для даної місцевості циклічність туристичної діяльності, пов'язаної зі змінами умов рекреації (переважно кліматичних характеристик) [10; 11; 19] або інтенсивність туристичного потоку, спрямованого до того чи іншого району або центру у певний період часу [35, с. 55].

У літературі виділяють періоди циклічності або сезони. Сезон пік (його ще називають «гарячим» або «верхнім») визначає час найвищої концентрації туристів внаслідок найбільш комфортних умов для рекреації у даній місцевості. Виходячи з критичного аналізу ряду літературних джерел [10; 11; 19; 35] погоджуємося з наступними визначеннями періодів циклічності:

Сезон високий – період найбільш ділової активності на туристичному ринку, час дії найбільш високих тарифів на туристичний продукт та послуги.

Сезон низький – сезон зниження ділової активності на туристичному ринку, для якого характерні найнижчі ціни на туристичний продукт і послуги.

Сезон «мертвий» – період, максимально несприятливий для організації рекреаційної діяльності (наприклад, дискомфортні погодні умови) [35, с.260].

Тож за даними визначеннями: високий сезон відбувається у період сезону пік, низький сезон ділової активності є характерним для «мертвого» сезону.

У випадку існування двох сезонів туристичної активності виділяють період міжсезоння, коли підприємства часто намагаються заповнити фонд розміщення, пропонуючи нестандартні тури або знижуючи ціни на послуги.

Важливим є той факт, що міжсезонний туризм є підґрунтям для стимулювання розвитку соціального туризму: шляхом зниження тарифів на комплекс туристичних послуг можна притягнути споживачів з невисоким рівнем доходів.

Схематично класифікацію туризму в залежності від критерію сезонності можна зобразити наступним чином (рис. 2.1):

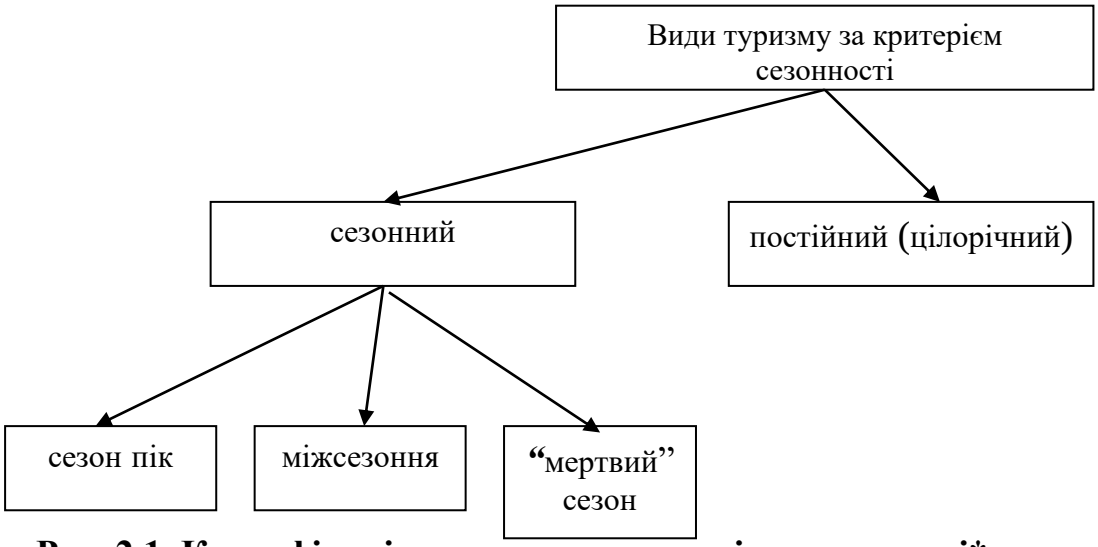


Рис. 2.1. Класифікація туризму за критерієм сезонності*

**Джерело: побудовано автором за даними [21].*

Слід наголосити на тому, що розподіл періоду діяльності підприємств у туристичній галузі за сезонами дуже важливий при ціноутворенні на туристичну продукцію та послуги, що в прикінцевому результаті впливає на обсяги доходів підприємства та рентабельність їх діяльності.

Як показали дослідження, для кожної країни або будь-якого готельного ланцюга, навіть окремого підприємства, існує власна політика ціноутворення та розподіл періодів інтенсивності туристичної діяльності. Так, аналіз інформації з каталогів іспанської туристичної фірми «Novovira», болгарської турфірми «Lot Tour», ізраїльської «Diesenhaus Galilee Taurs LTD» чеської «Tur-booking.com» [70] дозволив виділити загальні тенденції щодо

відокремлення сезонності та середнього рівня знижок для Іспанії, Болгарії, Ізраїлю, Чехії (табл. 2.1).

Як бачимо, ціни у період низького сезону на туристичні послуги в країнах у 1,5-2 рази нижчі по відношенню до високого сезону (сезону «пік»).

Таблиця 2.1

Рівень знижок до «сезону пік»*

Країна	Сезони	Межі знижок	Знижки (порівняно до сезону «пік»)
Іспанія	- високий; - середній; - низький;	08.07.-30.09. 08.04.-04.07. та 01.10.-31.10. 01.11-07.04.	 7-11 % (**** 19-23%); 17 –23 % (**** 24-33 %)
Болгарія	- головний; - проміжний; - рекламний;	липень, серпень. червень, вересень. травень, жовтень.	 50-58 % 67-75 %
Ізраїль	- високий; - святковий; - середній; - низький;	05.04.-15.04; 01.10.-10.10; 23.12-02.01; 01.03-04.04, 15.07-25.08, 10.10-17.11, 10.02-28.02; 16.04-31.05, 10.06-14.07, 26.08-30.09, 18.11-22.12.	 15-21 % 27-59 %
Чехія	- святкові дні (Holiday); - високий (HS); - середній (MS); - низький (LS);	 липень, серпень. червень, вересень. травень, жовтень.	 21-27 %; 33 –60 %.

**Джерело: побудовано автором на основі проведеного аналізу даних [16; 21].*

Щодо політики формування цін на продукцію готельно-ресторанних послуг, цікавим є досвід Ізраїлю [69; 70]. Аналіз пропозицій фірми «Diesenhaus Galilee Tours LTD» у період з 1 березня 2023 р. до 28 лютого 2024 р. дає змогу виділити наступні напрями цінової стратегії готелів у цій країні:

− вплив сезону;

− єврейські свята (найбільш підвищення цін відбувається у період з 5 квітня до 14 квітня – святкування Пейсах (Єврейської Пасхи);

− тривалість перебування у готелі (встановлюється мінімальна кількість ночей, після якої діють знижки у розмірі 15-25% на основні готельні послуги);

− категорія готелю: Deluxe (DLX); Superior First Class (SFC); First Class (FC); Tourist Class (TC); Economy (EC);

− категорія кімнати: Regular Room (стандартна кімната), Pool View Room (кімната з видом на басейн), Sea View Room (кімната з видом на море), Bay View Room (кімната з видом на залив), Old City View Room (кімната з видом на Старе Місто), Deluxe Room, Club Room (кімнати покращеного типу), Superior Room, Executive Room (кімнати кращого місцезнаходження), Family Room (кімната для сім'ї більш простора, ніж стандартна кімната), Suite (покращений або більший за розміром номер).

− системи знижок при розміщенні дітей із батьками (вік дитини, на яку надаються знижки, кожен готель встановлює індивідуально). Так, Holiday Inn (Ашкелон) вважає дитиною людину до 19 років, для якої у період 16-31/07 розташування та сніданок (при розміщенні у номері із батьками) – безкоштовні.

− Також, Holiday Inn пропонує незалежно від сезону та тривалості перебування «Kids dine free» – діти не доплачують за вечерю при замовленні номера з батьками на полупансіоні. Magic Palase у системі знижок пропонує дітям до 12 років у кімнаті із батьками отримувати повний пансіон при сплаті пансіону, замовленого для батьків;

− застосування Super Saver (спеціальні програми на фіксовані періоди).

Серед курортних зон України найпопулярнішою, як за туристичними відвідуваннями, так і найбільшою за обсягом реалізації туристичних послуг (понад 20% від загального обсягу по країні), оплатами до бюджету від туризму (27,6%) у 2021 р. [13] була Одеська область.

За інформацією Державного агентства розвитку туризму України найбільш активною та сприятливою для співробітництва серед місцевих туристичних фірм є «Одесатурбюро», яке працює на ринку туристично-екскурсійних послуг вже 15 років.

Аналіз пропозицій «Одесатурбюро» сезону 2021 р. [25] вказує на суттєві зміни щодо політики ціноутворення засобів розміщення на Чорноморському

узбережжі. Якщо у прайсах пропозицій відпочинку в Одесі у 2015 р. тільки деякі санаторії, пансіонати та готелі застосовували знижки у вересні та жовтні, то у 2021 р. не залишилося жодного підприємства, яке не враховувало б сезонності. Зміни цін на Одеських курортах можуть відбуватися: у кожному заїзді, кожного місяця, до фіксованої дати/місяця.

Як бачимо, в Україні він найнижчий, що потребує вивчення та впровадження світового досвіду в діяльність національних закладів розміщення туристів.

Зокрема, при формуванні цінової політики бажано враховувати тривалість перебування відпочиваючих, святкові дні, відстань до моря, розробляти системи знижок для постійних клієнтів, тощо.

Вивчення світового досвіду розвитку туризму [69; 70] також показало, що реальна можливість диференціації цін забезпечується певними економічними і адміністративними механізмами підтримки розвитку туризму.

Це податкові пільги, субсидії, дотації; національні законодавчі та нормативні акти, що сприяють розвитку туризму і захисту прав споживача туристичних послуг; зменшення паспортних та візових обмежень при в'їзді до країни і виїзді із неї; стимулювання несезонного туризму шляхом різного роду знижок та пільг; розвиток і підтримка соціального туризму; посилення вимог до безпеки туристів; посилення заходів, які приймає держава щодо збереження навколишнього середовища, культурної та історичної спадщини.

Так, ряд країн (Іспанія, Греція) надають інвесторам пільговий податковий режим та зниження податку з обороту.

У деяких країнах практикуються звільнення від податку на прибуток у перші роки діяльності підприємств, а також зменшення податку на додану вартість. Надаються також митні пільги (іноді відміняється мито) на ввіз обладнання для готелів та туристичних транспортних засобів [70].

Країни ЄС проводять політику, спрямовану на зрівняння ПДВ на туристичну та готельну діяльність, сума якого коливається від 6 до 25%, що бачимо з аналізу рівня ПДВ у цих країнах (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Ставка ПДВ у країнах ЄС, (%)*

Країна	ПДВ	
	Готельні послуги	Послуги харчування
Німеччина	15	15
Люксембург	15	15
Данія	25	25
Швеція	25	25
Іспанія	7	16
Греція	8	8

**Джерело: побудовано автором на основі аналізу даних [69; 70].*

В Україні вже зроблено перші кроки у цьому напряму. Законом України від 03.04.14 р. №168/97-ВР «Про податок на додану вартість» передбачено звільнення операцій з продажу путівок на санаторно-курортне лікування та відпочинок для дітей в окремих закладах, перелік яких встановлено постановою Кабінету міністрів України [2].

Сьогодні існує думка про велике податкове навантаження в Україні. Якщо у 2022 р. доходи Зведеного бюджету (без надходжень до Пенсійного фонду) складали 25,3% до ВВП, то у 2023 р. – 27,7%.

Разом з доходами Пенсійного фонду це склало біля 40% до ВВП [54]. Такий рівень державного

споживання для економіки занадто високий.

Для порівняння з іншими країнами щодо податкового тиску, у табл. 2.5. наведено питому вагу коштів, що розподіляються через бюджети цих країн.

Таблиця 2.5

Аналіз перерозподілу бюджетних коштів у країнах Європи 2023 р.*

Країна	Перерозподіл бюджетних коштів, % до ВВП
Німеччина	31,4
Великобританія	36,5
Швеція	40,0
Франція	41,9
Бельгія	43,9
Нідерланди	46,0

**Джерело: побудовано автором на основі аналізу даних [54; 69].*

Україні орієнтуватися на ці показники, поки що, зарано, оскільки наразі в країні війна, а також існує певний зв’язок між рівнем багатства країни і рівнем перерозподілу доходів її економіки через бюджетну систему. Чим багатша країна, тим вище рівень бюджетного перерозподілу, тим вищі податки.

Тому рівень оподаткування в Україні слід порівнювати з аналогічними показниками в країнах, які мають близький ВВП на душу населення.

Оподаткування туризму використовується державою з тим, щоб перерозподіляти витрати від туризму, які припадають на місцеве населення, що забезпечує комфортні умови та належне обслуговування гостей, а також щоб збільшити доходну частину бюджету. Однак, сучасний рівень податків знижує попит на туристичні послуги, а отже, і доходи.

Таким чином, найбільш суттєвою перешкодою у розвитку індустрії гостинності, зокрема для підприємств готельного бізнесу, є значний податковий тиск. Проте навіть зниження ставки одного з податків (наприклад, готельного збору за ставкою 20%) надає певні позитивні результати.

Так, відсутність негативних наслідків від зменшення ставки готельного збору підтверджується таким прикладом: при проведенні Самміту керівників Європейських держав у Львові для двох готелів в місті на рік було встановлено готельний збір на рівні 5% (замість 20%); як результат надходження до місцевого бюджету від готельного збору залишилися на тому самому рівні, а інші бюджетні надходження зросли майже вдвічі [25]. Також, у Закарпатській області лікувально-оздоровчі заклади профспілок були звільнені від плати за землю і це відразу ж позначилось на фінансовому становищі цих підприємств, їх наповненості відпочиваючими.

Хоча ціновий фактор для багатьох туристів є визначальним при обиранні того або іншого виду туристичних та готельно-ресторанних послуг, їх якісні показники відіграють не останню роль.

Підвищення якості національного турпродукту особливо стає актуальним з розвитком іноземного туризму. Тому в Україні розпочато сертифікацію основних туристичних послуг – розміщення та харчування.

Метою сертифікації є визначення рівня якості послуг та надання споживачу правдивої інформації про них.

Крім того, реєстраційні системи класифікації готелів містять мінімальну кількість стандартів та вимог до роботи готелів і надають змогу споживачеві отримати інформацію щодо рівня комфорту, на який він може розраховувати.

Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг і сертифікації громадського харчування було затверджено наказом від 27.01.2010 р. №37 [3]. Проте, підсумкові відомості щодо сертифікації готельних послуг та послуг харчування станом на 01.01.2015 р. вказують на повільний темп їх проведення, оскільки згідно Закону «Про туризм» [1] обов'язковій сертифікації підлягають тільки суб'єкти туристичної діяльності.

На нашу думку, одним з найвагоміших стримуючих факторів щодо отримання сертифікату якості та підтвердження категорії готелів, на яку вони претендують, є війна, яка наразі є в Україні. Іншим фактором є застаріла матеріально-технічна база готелів та ресторанів, яка не відповідає сучасним вимогам стандартів та попиту споживачів для задоволення їх потреб.

Потребує відновлення не тільки зовнішній вигляд готелів та підприємств харчування, їх інтер'єр та меблі, але й розширення спектру послуг, впровадження інформаційних технологій та нових методів менеджменту і реформ управління. Ці причини є основними, що впливають на уповільнення процесу сертифікації готельних послуг та послуг харчування й загалом на розвиток індустрії гостинності в Україні.

2.2. Оцінка організаційно-управлінської діяльності підприємств громадського харчування та індустрії гостинності Черкащини

У функціональній схемі ринку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, харчування є основним елементом формування туристичного продукту (рис. 2.3).

Аналіз структури собівартості турів та путівок показує, що за обсягом витрати харчування посідають третє, а або друге місце серед основних елементів турпродукту. Точно визначити долю витрат у турі, яка припадає на харчування іноді не можливо, оскільки воно також включається до вартості перельоту, а у більшості випадків до вартості розміщення (сніданку) і не визначається окремо від виду цих послуг. У вартості основних гостинних послуг «розміщення + харчування» відсоток харчування складає від 22,7% до 49,2% за умов надання дворазового харчування (напівпансіон), що найбільш притаманне більшості готелів. У абсолютному значенні це складає від 4 до 20 дол у день [20, с. 55].

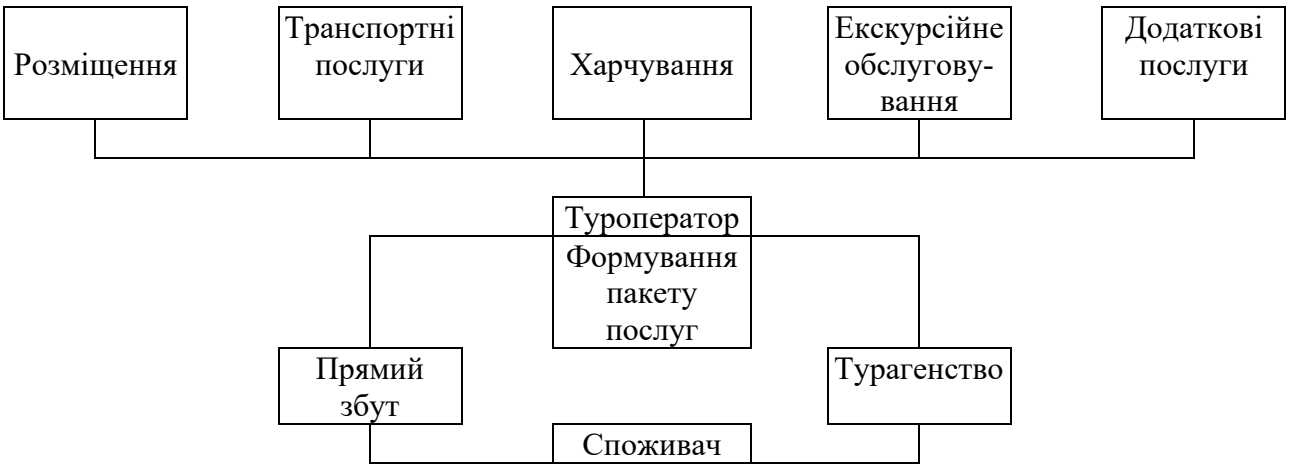


Рис. 2.3. Функціональна схема ринку організованого туризму*
**Джерело: побудовано автором на сонові проведеного дослідження.*

Більш вагомою є реалізація послуг харчування для санаторно-курортних закладів та курортних готелів, де доля харчування у комплексному обслуговуванні цих підприємств підвищується за рахунок надання відпочиваючим три- або чотири- разового харчування.

Проведені нами дослідження закладів відпочинку по місту Черкаси, показали, що середня доля витрат на харчування під час відпочинку у загальному обсязі витрачених коштів складає близько 54%. Проте, якість страв та обслуговування на підприємствах харчування у зонах відпочинку була незадовільною. Таку ситуацію можна пояснити високими цінами на страви і напої у ресторанах та барах готельних комплексів.

Наслідком непопулярності підприємств харчування є їх низький дохід, який не в змозі покрити усі витрати великовагової матеріальної бази. Підприємства регулярно зазнають збитків і, згодом, припиняють свою діяльність.

У кращому випадку збитки покриваються за рахунок інших видів послуг, як то готельних, і підприємства продовжують своє функціонування.

Загальна економічна криза в Україні, спричинена воєнною агресією Росії, характеризується низькою платоспроможністю більшої частини населення, у результаті чого кількість споживачів, які можуть скористатися послугами підприємств харчування, зменшилася.

Як наслідок, скорочується і мережа закладів ресторанного господарства. За даними Головного управління статистики у Черкаській області скорочення мережі підприємств громадського харчування за 5 років складає 840 одиниць (з 3736 підприємств у 2019 р. до 2886 у 2023 р.) [23].

У Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року закладам сфери обслуговування, зокрема готельним та ресторанним підприємствам, надано важливого значення [7].

Зокрема, з метою прискорення економічного реформування сфери туризму, для закладів індустрії гостинності державою буде запроваджено нові форми регулювання підприємств харчування через створення сприятливого інвестиційного клімату в сфері ресторанного господарства; структуризацію мережі закладів харчування з метою освоєння пріоритетних туристичних зон та забезпечення інтересів споживачів; забезпечення професійно-кадровій відповідності персоналу підприємств новим вимогам та

міжнародним стандартам ресторанного обслуговування; інформаційне забезпечення підприємницької діяльності на ринку послуг харчування тощо.

Зміни економічних умов функціонування індустрії гостинності, зокрема для підприємств готельно-ресторанного господарства, призводять до їх реструктуризації за формами власності та типологією.

Як бачимо, процеси роздержавлення відбуваються на користь колективної та приватної власності. Зміни структури товарообороту відносно змін мережі закладів готельно-ресторанного господарства показали, що найбільш перспективними є підприємства колективної форми власності та інших держав (табл. 2.6).

Дані таблиці показують, що приріст мережі підприємств колективної форми власності на 11,1% дав приріст товарообороту на 14%. Найбільш ефективною є діяльність закладів, де засновниками є інші держави. Хоча їх відсоток дуже малий по відношенню до інших форм власності.

Таблиця 2.6

Зміни структур товарообороту та мережі ресторанного господарства за формами власності у період 2019-2023 рр.*

Форма власності	*Δ товарообороту*	*Δ мережі*
Державна	-18,0	-14,7
Комунальна	-4,0	-3,5
Приватна	+3,0	+7,0
Колективна	+14,0	+11,1
Інших держав	+5,0	+0,1

**Джерело: побудовано автором за даними проведеного дослідження.*

Можливо, національним підприємствам слід перейняти досвід іноземних колег. Державна та комунальна форми власності у цьому секторі взагалі не виправдовують себе. Відсутність фінансування на модернізацію та розвиток цих закладів призводить до низької якості їх послуг, що робить ці підприємства неконкурентоспроможними на ринку індустрії гостинності.

Загальна економічна криза в Україні характеризується низькою платоспроможністю більшої частини населення, в результаті чого кількість споживачів, що можуть скористатися послугами підприємств харчування, зменшилася. Як наслідок цього явища, скорочується і мережа ресторанного

господарства. За даними Черкаського обласного управління статистики скорочення мережі підприємств громадського харчування за останні роки складає 840 одиниць або 25 % [23].

У поточних та співставлених цінах товарооборот закладів громадського харчування Черкаської області подано у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Динаміка товарообороту закладів громадського харчування Черкаської області (млн грн)*

Види товарообороту	2021	2022	2023	2023 до 2021, (%)
Товарооборот у поточних цінах	101,5	146,6	181,4	178,7
Товарооборот у порівняних цінах	101,5	69,6	67,7	66,7

**Джерело: побудовано автором за даними проведеного дослідження.*

Фізичний обсяг, як бачимо, у 2023 р. складає тільки 2/3 товарообороту 2022 р., відносно роздрібного товарообороту в цілому громадське харчування займає 6,9 % проти 7,9 % у 2021 р. [14]. Стосовно фінансування сфери харчування, то здійснюється воно здебільшого за рахунок недержавних джерел, як і сфера гостинності в цілому.

Реалізація принципів Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [7] може виправити сучасне становище громадського харчування, привести до позитивних змін найважливіший елемент туристичної інфраструктури. Спробуємо спрогнозувати розвиток громадського харчування у системі індустрії гостинності, опираючись на дані Стратегії [7] та розрахунки для Черкаської області.

Відправними моментами для проведення прогнозних розрахунків є показники кількості туристів та вартості обслуговування. Стратегією [7] щорічний приріст загальної кількості туристів визначається на рівні 5,5%. Дане припущення базується на аналізі статистичних даних за період 2018-2019 рр.

Наразі, у зв’язку з воєнними діями в Україні, приріст дорівнює 0, але віримо, що війна скоро закінчиться і маємо надію на майбутнє. Тому плануємо, що тенденція до збільшення загальної кількості туристів, які

прибувають в Україну з метою організованого туризму буде позитивною. Плануємо, що середня тривалість перебування одного туриста – 10 діб.

Перш за все, виділяємо із загальної вартості обслуговування витрати на харчування. До речі, в туристичні послуги входять: розміщення, бронювання, харчування, транспорт, сувеніри, екскурсії, культурна програма, переклад, піднос багажу, додаткові послуги.

Вивчення цієї структури на прикладі вартості значного кола турів визначило середню вартість харчування в межах 40%. На рівні мінімальних з реальної практики приймаємо рівень доходу, до складу якого входять націнки на послуги, 50% до товарообороту, витрат – 30%. Податок на додану вартість і податок на прибуток – відповідно 17% і 25% [2].

Як бачимо, прогнозні розрахунки розвитку оптимістичні. Проте розвиток громадського харчування слід розглядати не тільки у складі ресторанного господарства готельно-туристичних комплексів, але й інших елементів туристичної інфраструктури.

Слід зазначити, що мандрівник користується послугами підприємств харчування не тільки у рекреаційних зонах, але й під час пересування до місця відпочинку.

Забезпечують туристів харчуванням під час транзиту підприємства харчування, що розташовані на шляхах руху транспорту та у місцях його дислокації (залізничному та автовокзалі, на трасі), а також безпосередньо у транспортних засобах (поїзді або автотранспорті).

Вирішення проблем «транзитних» підприємств харчування тісно переплітаються з розвитком транспортної інфраструктури, адже розвиток туризму і транспорту тісно пов’язаний взаємообумовлений процес. Територія України, знаходиться на перехресті транспортних коридорів, що поєднують країни Південно-Східної та Південно-Західної Європи, тому з розвитком туристичної інфраструктури на міжнародних транспортних коридорах (МТК) в Україні слід очікувати зріст автомобільного туризму.

Проведені нами дослідження показують, що автомобільний транспорт найпопулярніший серед туристів Черкаського регіону (рис. 2.6).

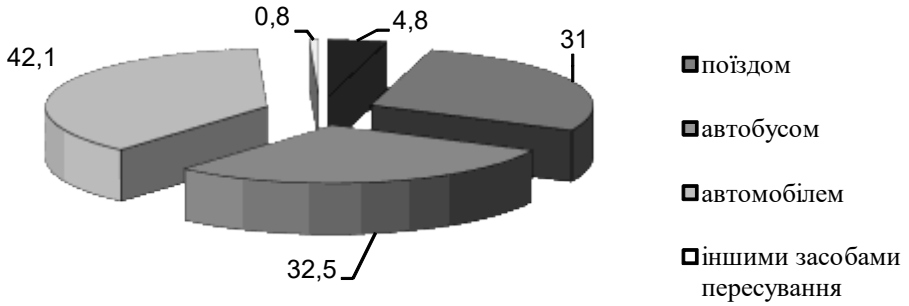


Рис. 2.6. Переваги туристів щодо пересування транспортними засобами*

**Джерело: побудовано автором на основі проведеного дослідження.*

Слід зазначити, що розвиток та удосконалення форм обслуговування на підприємствах харчування є важливим напрямом загальної перебудови сервісної туристичної інфраструктури на МТК.

Сьогодні низька якість страв та напоїв у авто кафе (підприємства побудовані для організації харчування на автомобільних магістралях України), породило альтернативні варіанти харчування. Приготуванням та реалізацією страв для автотуристів займається місцеве населення, що мешкає поблизу автомагістралей.

Реалізуються так звані «домашні вироби», смакові якості яких значно кращі аналогічних виробів в авто кафе. Хоча продавці порціонують страви у одноразовий посуд, організація споживання цих страв відсутня: туристи вимушені споживати їжу стоячи, тримаючи посуд з їжею у руках, у кращому випадку вони снідають, сидячи у власному транспортному засобі. Крім відсутності комфорту, порушуються санітарно-гігієнічні умови реалізації страв та їх споживання, що є неприпустимим.

Потребує докорінних змін харчування на залізничному транспорті, який є найбільш поширеним після автомобільного і найбільш розвинений в Україні. З причин застарілої матеріальної бази та низького попиту на послуги цих підприємств, їх діяльність є малоприбутковою або збитковою. У зв'язку з цим заклади харчування вимушені здавати орендаторам свої площі. Так, кафе «Космос», що знаходиться на залізничному вокзалі «Черкаси», за період

2022-2023 рр. скоротило вдвічі кількість своїх місць (з 90 до 40), а частина залу була віддана в оренду комерційним структурам.

Найбільш поширеним типом підприємств харчування на вокзалах залишається буфет.

Зокрема, серед 8 об'єктів Черкаського Державного торгово-виробничого підприємства з обслуговування пасажирів – 6(75%) складають буфети. Вони реалізують однотипну продукцію з обмеженим вибором страв та напоїв і тим самим не задовольняють потреб споживачів.

Не менш важливою є організація харчування туристів у вагонах-ресторанах та купе-буфетах поїздів: якщо у місці прибуття чи відправки туриста він має можливість обирати будь-яке з підприємств, розташованих на вокзалі чи на привокзальній площі, під час знаходження у поїзді цей вибір обмежений.

Але, пасажири не поспішають скористатися послугами вагонів-ресторанів, які надають послуги. задовільної якості при середніх цінах. Мабуть тому, прибутковим напрямом щодо надання послуг харчування на залізничному вокзалі «Черкаси» АТ «Українська залізниця» є тільки напрям «Одеса-Київ» (через Черкаси), що забезпечує рентабельну роботу вагонів-ресторанів тільки за рахунок великого завантаження потягу.

Як бачимо, збитки торгово-виробничої мережі залізничного вокзалу «Черкаси» АТ «Українська залізниця» з обслуговування пасажирів у вагонах-ресторанах від діяльності вагонів-ресторанів складають 2,5% до загального обсягу товарообороту.

Основними причинами такого стану справ, на нашу думку, слід вважати зниження пасажиропотоку внаслідок підвищення цін на білети та зниження купівельної спроможності населення. Отже, причина збитків комплексна і залежить не тільки від робітників торгово-виробничої мережі залізничного вокзалу «Черкаси» АТ «Українська залізниця», але й від загальної політичної та економічної ситуації в країні.

2.3. Аналіз діяльності готельного комплексу «Дніпро» у Черкасах

Готельно-ресторанне господарство, виступаючи важливою ланкою сфери послуг, є прибутковим бізнесом в економіці будь-якої країни, але економічна нестабільність не сприяє масштабному його розвитку.

Черкаська область не є винятком скрутної ситуації у сфері гостинності. Починаючи з 2019 р. у Черкаській області склалася стійка тенденція до скорочення готельного фонду: кількості готелів, номерів в них, їх площі, місткості та інших показників. Кількість готелів за період 2019-2023 рр. скоротилася з 82 до 74 (або в 1,12 рази), а їх одноразова місткість в 1,66 рази і дорівнює станом на 01.12.2023 р. 5910 місць [23].

За період 2019-2023 рр. номерний фонд зменшено на 24% [23].

Таблиця 2.10

Рівень використання номерного фонду Черкаської області 2019-2023 р, (%)*

Роки	2019	2020	2021	2022	2023
У середньому по регіону	17,8	16,8	14,4	17,3	21,4
Черкаси	26,9	28,7	25,6	23,8	33,4
В містах	18,9	17,2	14,8	17,7	22,2
В селищах міського типу	7,4	14,6	9,6	12,9	14,6

**Джерело: розраховано автором за даними [23].*

З 2020 р. витрати готельних підприємств почали перевищувати їх доходи. Залежність перевищення витрат над доходами від невикористання готельного фонду графічно подано на рис. 2.7.

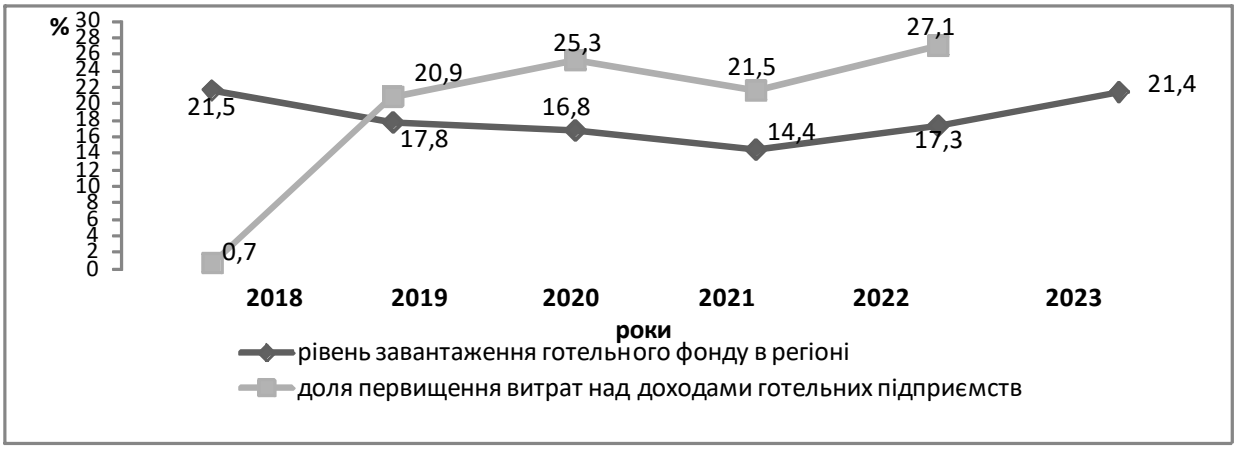


Рис. 2.7. Динаміка перевищення витрат над доходами від невикористання готельного фонду*

**Джерело: побудовано автором за даними [23].*

Як бачимо, завантаження підприємств готельного типу менш ніж на 20% призводять до їх збиткової діяльності з перевищенням витрат над доходами понад 20%. Підрозділи сфери сервісу при готелях Черкаської області включають автостоянки, ресторани, кафе, бари, сауни, пральні, заклади торгівлі. У сукупності на 01.01.2023 р. на 74 готелі їх налічувалося усього 24: з них 15 автостоянок (14 при готелях спільної власності і 1 – приватної). На 19 готелів усього – 5 закладів харчування; на 48 спільної власності – 27, на 6 приватних – 5 закладів харчування. Більш детальніша інформація надана у табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Підрозділи сфери сервісу готелів Черкаської області, (кількість об'єктів)*

	Всього	У т. ч. за формами власності	
		спільна	приватна
Автостоянки	15	14	1
Ресторани, кафе, бари	37	27	5
Сауни, басейни	7	6	1
Пральні	9	6	1
Заклади торгівлі	-	-	-
Інші	6	4	-
Разом	74	57	8

**Джерело: побудовано автором за даними [23].*

На підставі наведених даних можна розрахувати інфраструктурне навантаження на один готель (табл. 2.12). Зокрема, можна констатувати позитивні зміни у розвитку ресторанного господарства: кількість підприємств збільшилася з 28 до 37; 4 з них – у приватних готелях; 3 – у спільної власності. Але половина готелів підприємств харчування не має. До речі, автостоянки – у одному із п'яти, а сауни – у одному із десяти.

Таблиця 2.12

Коефіцієнти інфраструктурного навантаження на 1 готель*

Структурні підрозділи сфери сервісу	Усього		У т.ч. за формами власності, по роках			
			спільна		приватні	
	01.01. 2022 р.	01.01. 2023 р.	01.01. 2022 р.	01.01. 2023 р.	01.01. 2022 р.	01.01. 2023 р.
Автостоянки	0,18	0,21	0,23	0,29	0,25	0,17
Ресторани, кафе, бари	0,42	0,51	0,52	0,56	0,25	0,83
Сауни, басейни	0,11	0,1	0,18	0,13	-	0,17
Пральні	0,12	0,12	0,13	0,13	0,25	0,17
Заклади торгівлі	-	-	-	-	-	-
Інші	0,09	0,8	0,08	0,08	-	-

Разом	0,92	1,02	1,24	1,19	0,75	1,34

**Джерело: побудовано автором за даними [23].*

Отже, найкращі показники у приватному готельному секторі. Тут рівень сервісного обслуговування більш повний.

Значне переважання обсягів реалізації послуг санаторно-курортними закладами є закономірним і обумовлюється тим, що ці підприємства обслуговують відпочиваючих протягом тривалих термінів, здебільшого від 12 до 24 днів, та надають при цьому повний комплекс туристичних послуг на власній матеріальний базі, в той час, як готелі надають послуги переважно з проживання та харчування, а туристичні підприємства – з організації відпочинку.

Розрахунки показників діяльності закладів індустрії гостинності у перерахунку на 1 підприємство, наведені у таблиці 2.13, також показали скорочення обсягів санаторно-курортних послуг.

Таблиця 2.13

Показники діяльності закладів індустрії гостинності, (тис. грн.)*

Обсяги послуг/ Кількість підприємств	Станом на 01.01.2022 р.		Станом на 01.01.2023 р.	
	готелі	санаторно-курортні заклади	готелі	санаторно-курортні заклади
Обсяги послуг за рік	377978,30	10498807,70	5813119,10	892296,20
Кількість підприємств	1326,00	3413,00	1308,00	3327,00
Обсяги послуг у перерахунку на одне підприємство	285,02	307,59	444,43	268,19

**Джерело: побудовано автором за даними [25-26].*

Цікавим є той факт, що відсутня єдина тенденція серед підприємств готельного господарства і засобів розміщення регіону щодо витрат з експлуатації матеріально-технічної бази. Так, витрати з експлуатації готельних підприємств у містах, де сконцентрована найбільша частина готельного фонду, мають наступну структуру (

Отже, аналізуючи табл. 2.14, варто зазначити, що найбільша частка витрат приходиться на оплату праці (понад 20%). Дуже низькими є витрати на капітальний ремонт готелів. Уцілому по Черкаській області витрати на капітальний ремонт готелів та санаторно-курортних закладів у 2023 р. досягли 1165,0 тис грн., що у перерахунку на одне підприємство дорівнює

менш ніж 2,0 тис грн. на рік.

На теоретичному рівні існують розрахунки, які вказують на те, що прибуткова робота готельно-ресторанних комплексів забезпечується при мінімальному рівні завантаження 60-65%. Для туристичної галузі України це дуже важлива проблема.

Нами проведено власні розрахунки залежності фінансових результатів від завантаженості підприємства. Об'єктом дослідження обрано готельний комплекс «Дніпро», що знаходиться в місті Черкаси.

Для визначення взаємозалежності факторів діяльності готелю застосовуємо кореляційний аналіз та покроковий регресивний аналіз, де y – рівень завантаження готельного фонду, x_1 – собівартість одного м/дня сплаченого, x_2 – товарооборот на один м/день фонду, x_3 – прибуток (збитки) на один м/день сплачений, x_4 – прибуток (збитки) на один м/день фонду. Результати діяльності підприємства за даними показниками протягом 2014 року зведені у табл. 2.15.

Таблиця 2.15

Фінансові показники діяльності готельного комплексу «Дніпро» за 2023 р.*

Період	Рівень завантаження готельного фонду (y), %	Собівартість одного м/дня сплаченого (x_1), грн.	Товарооборот н один м/день фонду (x_2), грн.	Прибуток (+), збитки (-) на один м/день сплачений (x_3), грн.	Прибуток (+), збитки (-) на один м/день фонду (x_4), грн.
1	2	3	4	5	6
Січень	4,1	138,24	2,21	-84,24	-3,45
Лютий	1,2	414,6	1,03	-362,2	-4,53
Березень	6,8	160,38	3,21	-112,38	-7,6
Квітень	13	51,76	6,12	-4,76	-0,62
Травень	23,2	48,74	11,02	-1,34	-0,31
Червень	35,7	45,16	16,05	-0,22	-0,08
Липень	54,9	20,58	27,14	29,62	16,01
Серпень	96,5	18,78	39,47	24	23,23
Вересень	39,8	53,68	20,29	-2,68	-1,07
Жовтень	14	104,02	7,11	-53,08	-7,4
Листопад	7	102,28	3,68	-49,34	-3,4
Грудень	2,7	280,34	1,43	-228,34	-9,9

**Джерело: побудовано автором на основі проведеного дослідження.*

Інструмент аналізу «Регресія» Microsoft Excel дозволив скласти наступне рівняння регресії за результатами діяльності підприємства (результати регресивного аналізу та підбору рівняння регресії подано у Дод. Б):

$$y = 37,08 - 0,75x_1 + 2,1x_2 – 0,76x_3 + 0,22x_4 \quad (2.1)$$

За результатами аналізу середній % відхилення ($k(\%)_{ср}$) 9,6 %.

Рівняння регресії (2.1) описує взаємозв’язок між завантаженням готелю та розглянутими факторами.

Наведена модель нами пропонується для використання підприємствами сфери обслуговування у прогнозних розрахунках для подальшого розвитку з урахуванням параметрів їх економічної діяльності.

РОЗДІЛ 3.
УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

3.1. Інвестиційна підтримка сфери гостинності України з метою розвитку підприємств сфери обслуговування

Практика світового досвіду свідчить про те, що у більшості країн з перехідною економікою ефективно використані іноземні капітали є ключовим фактором їх розвитку. Тому однією з головних передумов формування в Україні національної конкурентоспроможності продукції і послуг туристичної індустрії є ефективне використання власних та міжнародних інвестиційних ресурсів. Незважаючи на те, що уряд усвідомлює значення розвитку туристичної галузі для країни, державна підтримка туризму в Україні не передбачає цільових бюджетних вкладень у її розвиток. Поширеною формою інвестицій є підтримка туристичної сфери на місцевому або регіональному рівнях за рахунок місцевих бюджетів. Але внаслідок дефіциту останніх у більшості регіонів кошти на фінансування об'єктів туристичного напрямку виділяються дуже обмежено і вони не задовольняють інвестиційні потреби об'єктів туристичної інфраструктури. У період 2022-2023 рр. обсяг вітчизняних вкладень в основний капітал зменшився у декілька разів (рис. 3.1).

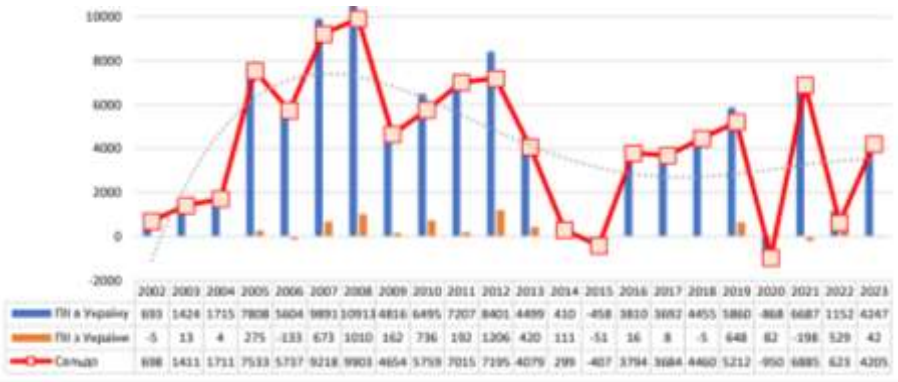


Рис. 3.1. Динаміка обсягу інвестицій в основний капітал*

**Джерело: [43; 55].*

Динаміка структури інвестицій за формами власності також підтверджує той факт, що сподіватися на фінансування з державних джерел не доцільно (рис.3.2).



Рис. 3.2. Динаміка структури інвестицій за формами власності*,**

*Примітка: до даних по державній формі власності включено комунальну власність.

***Джерело: [43; 55].*

Як бачимо, державні інвестиції в основний капітал і будівельні та монтажні роботи зменшились вдвічі, проте набуває розвитку приватне фінансування, колективних форм власності та юридичних осіб інших країн. Хоча доля останніх ще дуже мала (лише 1%), саме на їх залучення уряд України сподівається у майбутньому. Особливо актуальним постає це питання для зміцнення матеріально-технічної бази підприємств туристично-рекреаційної сфери – готелів, туристичних комплексів, кемпінгів, туристичних баз, санаторно-курортних закладів, підприємств харчування, транспорту тощо. Як показує аналіз стану будівництва та реконструкції зазначених об’єктів, переважно джерелами фінансування робіт є власні кошти цих підприємств.

Аналіз джерел фінансування закладів інфраструктури гостинності дозволяє створити наступну схему потенційних джерел інвестування в матеріально-технічну базу індустрії туризму (рис. 3.3). Незважаючи на негативну динаміку загальних факторів економічного середовища, що пов’язано з воєнними діями на території України, наша країна все ж таки є інвестиційно непривабливою. Сьогодні у міжнародному рейтингу надійності капіталовкладень Україна займає 130 місце (із 170) [70] і внесена до категорії

країн з найбільш високим політичним та економічним ризиком. Таке становище пояснюється нарощуванням проблем, пов'язаних з інвестиційними проектами, серед яких основними є війна в Україні, корупція та недосконаліть українського законодавства.

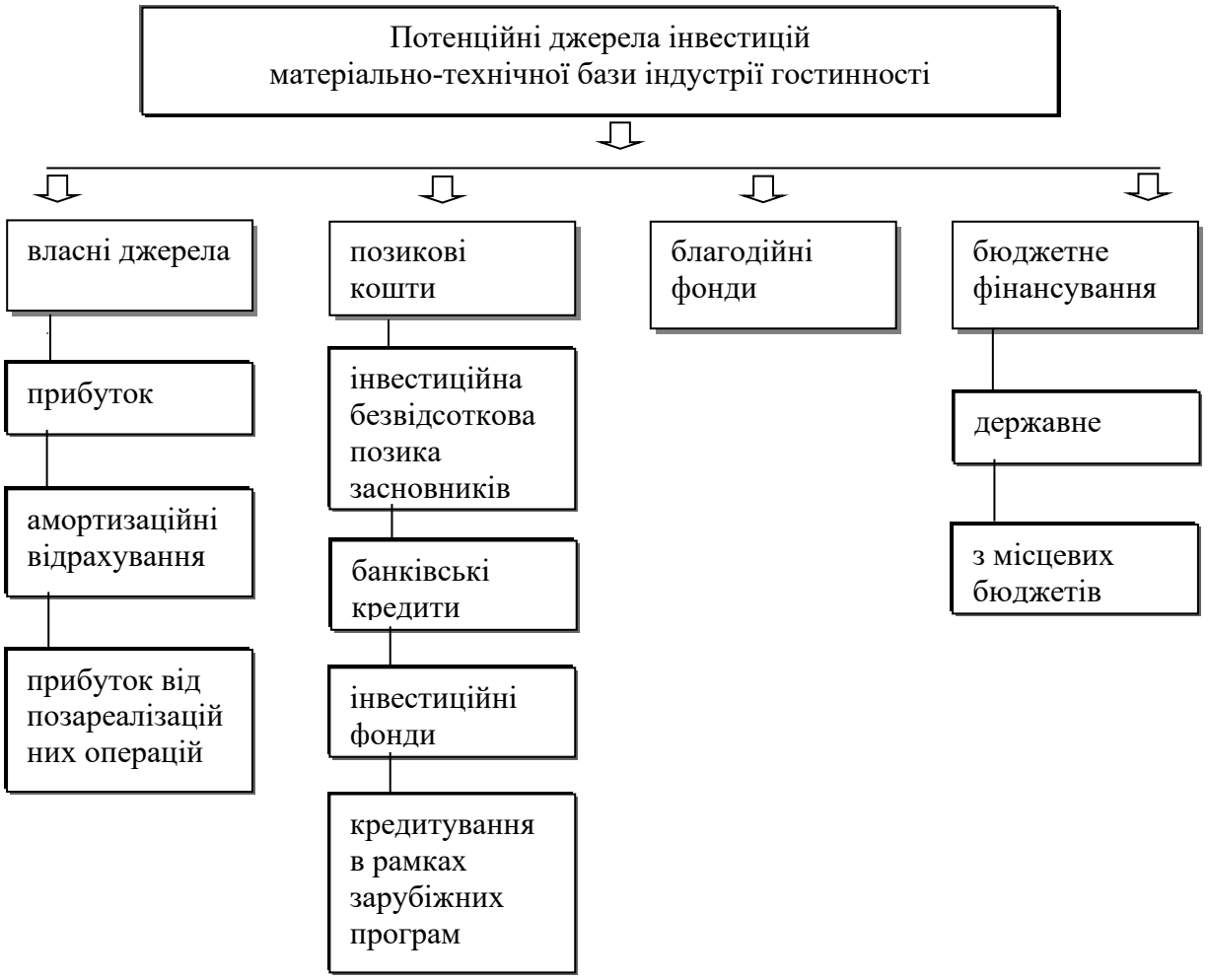


Рис. 3.3. Потенційні джерела інвестування матеріально-технічної бази індустрії гостинності*

**Джерело: побудовано автором на основі проведених досліджень.*

Як показало дослідження цього питання, крім вищезазначених причин існує ще цілий комплекс проблем:

- нестабільність економічної і політичної ситуації, внаслідок якої багато українських підприємств не виконують своїх зобов'язань по кредитних позиках;
- відсутність реальних пільг і привілеїв для іноземного капіталу;
- нестабільність гривневого простору;
- зміни в законодавстві, непередбачуваність змін у податковій системі;

– повільність процесів приватизації;

– нерозвиненість комунікаційних засобів, незабезпеченість повною, надійною нормативно-правовою та комерційною інформацією;

– низький рівень інвестиційних проектів.

Сьогодні серед основних іноземних джерел фінансування індустрії гостинності найбільш реальними інвесторами є іноземні інвестиційні фонди та банки, серед яких можна виділити Європейський Банк Реконструкції і Розвитку, Фонд підтримки малого і середнього підприємництва та деякі благодійні фонди. Але в межах цих інвестувань роботи проводяться в основному, щодо підготовки та підвищення кваліфікації кадрів, проведення спеціалізованих конференцій, симпозіумів, семінарів тощо. Однак цільове фінансування капіталомістких проектів за рахунок даних джерел практично не здійснюється. Навіть якщо ці структури погоджуються фінансувати певний проєкт, через 5-7 років вони планують відійти від підприємства шляхом продажу своєї частини (пакету) акцій іншому інвестору або стратегічному інвестору. На наш погляд, такі зміни не завжди позитивно впливають на діяльність підприємства, оскільки плани нового керівництва можуть не співпадати із стратегією розвитку туристичного об’єкта.

Іноді фонди та банки створюють спеціальні програми кредитування. Так, Європейський Банк Реконструкції і Розвитку та Німецько-Український фонд (НУФ) ініціювали у 2020 р. «Програму мікрокредитування в Україні» [44]. За роки її існування підприємства сфери гостинності України отримали кредити на суму понад 75 млн дол. Програма набуває свого розвитку і в подальшому планує надання послуг по всій країні. Сьогодні діяльність програми відбувається у великих містах та регіональних центрах.

Спробуємо проаналізувати, наскільки ця програма сприятлива для розвитку готельно-ресторанного бізнесу. По-перше, існує верхня межа кредиту 125 тис. дол по лінії ЄБРР та 50 тис марок по лінії НУФ, що достатньо для малого бізнесу, але не для середнього, до якого належать готельні та санаторно-курортні комплекси. По-друге, умовами повернення

кредиту є строк до 12 місяців з щомісячним його поверненням рівними частинами, що виходячи з особливостей функціонування готельних закладів не завжди принадно. Проте, для ресторанного бізнесу умови фінансування є досить реальними, тим більше, що процентна ставка діє в межах від 1,1 до 1,6%. Що ж стосується національних банківських кредитів, умови їх фінансування є найбільш жорсткими для інвестиційних проектів: позика на строк до 12 місяців та висока відсоткова ставка повернення кредиту (табл. 3.1) робить їх непопулярними серед українських підприємців.

Таблиця 3.1

Умови банківського кредитування малого та середнього бізнесу у м. Черкаси, 2023 р.*

Банк	Для юридичних осіб		Для фізичних осіб	
	Строк	Ставка, % у рік	Строк	Ставка, % у рік
Аваль	до 12 місяців	25-38 %	до 12 місяців	24-28 %
Укрсоцбанк	до 12 місяців	31%	до 12 місяців	30%
Дельта-банк	до 12 місяців	30-37%	до 12 місяців	30-40 %
Приватбанк	до 12 місяців	32-34 %	до 12 місяців	30-35 %

**Джерело: побудовано автором на основі проведених досліджень.*

Найкращим капіталом для інвестицій є безвідсотковий кредит. Дана форма фінансування може бути реалізована тільки за рахунок позикових коштів, що належать засновникам по рішенню вищого органу управління – Загальних зборів. З цього приводу актуальним є створення спільних підприємств у формі акціонерних товариств, коли інвестору передається пакет акцій туристичного підприємства, що відповідає розміру його інвестиційного внеску. Для українського ринку такими інвесторами можуть стати відомі готельні ланцюги, які сформували найбільш сприятливу систему розвитку готельно-ресторанного бізнесу у світі.

Дослідження інвестиційних пропозицій протягом останнього десятиріччя підтверджує той факт, що дана форма капіталовкладень набуває свого розвитку в Україні. Так, у березні 2011 р. почав діяти перший міжнародний готель «Одеса-Кемпинські», що належить міжнародному оператору готельних ланцюгів Kempinski Hotel and Resorts. Серед всесвітньо відомих ланцюгів ресторанного господарства в Україні набувають активного

розвитку мережі «Макдональдс», «Піцца Хат», «Бургер Кінг».

Виходячи з реалій сьогодення з усіх зазначених потенційних джерел фінансування матеріальної бази індустрії гостинності найбільш привабливими для закладів розміщення та харчування є інвестиційні безвідсоткові позики засновників або фінансування з благодійних фондів. Але не кожне підприємство може розраховувати на їх інвестиції. Як показало дослідження цього питання, об'єкти інвестування повинні відповідати основним вимогам іноземних інвесторів. Найголовнішими критеріями є:

− кваліфікація менеджерів, що можуть бути лідерами і вміють будувати успішні команди;

− прозорість та легальність. Важливо доказати реальні обсяги реалізації і, відповідно, прибуток, якщо підприємство приховує реальні доходи;

− ринок збуту, попит та темпи його зростання. Якщо підприємство має досить велику ринкову нішу в секторі економіки, що розвивається, воно є інвестиційно привабливим;

− наявність плану розвитку і плану фінансування (бізнес-плану, інвестиційного меморандуму). Основними вимогами є невеликий обсяг, достовірність, чіткість та зрозумілість інформації. Щодо структури фінансової частини бізнес-плану, повинна бути історична фінансова звітність, прогнози на майбутнє (з розшифрованим переліком пропозицій) та аналіз прибутковості інвестицій (внутрішня ставка прибутковості);

− відповідність оцінок вартості бізнесу. Західні методи оцінки значно відрізняються від українських. Перші оцінюють бізнес в залежності від потенційних доходів, які він може принести, другі – від вкладених коштів.

Перевагою західного методу для українського підприємця є можливість збільшення вартості проєкту, що в свою чергу надасть йому більшої інвестиційної принадності. Таким чином, реально отримати іноземні інвестиції зможуть об'єкти матеріально-технічної бази інфраструктури гостинності, які: мають кваліфікований персонал; постійний ринок збуту з тенденцією до зростання; реальний бізнес-план подальшого розвитку;

легально працюють у сфері гостинності. Така характеристика може підійти до підприємств, які вже зарекомендували себе на українському ринку, а також ті, що знаходяться у зонах підвищеної ділової або рекреаційної активності (туристично-ділові комплекси, розташовані у центральній частині регіональних центрів та рекреаційно-оздоровчі заклади найбільш популярніших курортів). Доказом цієї тенденції є вкладання іноземних коштів в підприємства, що розташовані у Києві, Одесі (готелі «Україна», «Одеса-Кемпинські»).

Досвід розвинених країн, а також сусідніх з Україною Польщі, Чехії, Словаччини, підтверджують пріоритети вкладень західних капіталів в діяльність вже успішних підприємств. Отже, сподіватися на іноземні інвестиції багатьом готельно-ресторанним та санаторно-курортним закладам, особливо соціального напряму, не має сенсу. Між тим, з огляду на основні міжнародні документи ВТО (Монреальську декларацію «До гуманного та соціального бачення туризму», Манільську декларацію по соціальному впливу туризму тощо), важливим напрямом подальшого розвитку туризму та індустрії гостинності у світі є саме соціальний туризм, який передбачає визначення соціальної туристичної інфраструктури, що забезпечуватиме систему підтримки малозабезпечених верств населення. Звісно, що цю проблему іноземні інвестори вирішувати не будуть, тому уряд України повинен замислитися над питанням відновлення більшості туристично-рекреаційних закладів країни. В умовах дефіциту бюджету дійсним засобом фінансування зазначених об’єктів може бути створення цільових та благодійних фондів з функціями реінвестування коштів у соціальний туризм. Це може бути Фонд розвитку суб’єктів туристичної діяльності, заснований на засаді коштів, отриманих від ліцензування туристичних підприємств. До речі, вартість ліцензії потрібно значно збільшити (сьогодні вона складає 340 грн), що, по-перше, забезпечить зростання надходжень від цього виду зборів, по-друге, згодом ліквідує фірми, які займаються туристичною діяльністю непрофесійно і тим самим підвищить якість туристичних послуг. Створення

цільових та благодійних фондів з розвитку туризму слід здійснювати як на загальнодержавному так і на регіональних рівнях. Зокрема, у Черкаській області однією з функцій Управління у справах сім'ї, молоді та туризму Черкаської облдержадміністрації [62] є сприяння створенню цільових благодійних фондів, діяльність яких спрямована на підтримку молодіжних та туристичних програм.

Дієвим шляхом вирішення проблем підприємств індустрії гостинності може стати сприятливий інвестиційний клімат в умовах вільних економічних зон (ВЕЗ). Проте, як свідчить зарубіжний досвід, необхідними умовами для створення ВЕЗ є стабільна та повна законодавча база, що визначає економічні, соціальні, адміністративно-управлінські, фінансово-пільгові та інші питання функціонування ВЕЗ.

3.2. Розробка рекомендацій щодо впровадження комп'ютерних технологій на підприємствах громадського харчування та індустрії гостинності

Упровадження нових інформаційних технологій в індустрію гостинності є важливою та необхідною передумовою не тільки її розвитку, але й нормального функціонування. Проте масштаби впровадження інформаційних технологій та рівень розвитку інфраструктури інформатизації не відповідають сучасним потребам. Лише окремі сегменти інформаційного ринку України знаходяться на рівні, який відповідає світовому. Загальний рівень забезпечення юридичних осіб та населення програмними продуктами, розповсюджених у інформаційному співтоваристві, залишається недостатнім. Особливо це стосується підприємств інфраструктури гостинності .

У сучасних умовах до інформації ставляться високі вимоги: надійність, точність, оперативність, багатофункціональність, висока швидкість обробки та передачі, гнучкість. Сукупність цих вимог реалізується у рамках

інформаційних систем, що базуються на комп'ютерній інформаційній технології. Ці системи дозволяють не тільки оптимізувати роботу у певній сфері діяльності, але й прогнозувати різні ситуації, що виникають в процесі функціонування. На якість продукту сфери гостинності, його собівартість та, у кінцевому результаті, на конкурентоспроможність підприємства, суттєво впливає рівень автоматизації. Спеціалізованих комп'ютерних систем для підприємств сфери гостинності на ринку інформаційних технологій, достатньо. У більшості вони створюються тими ж компаніями, що і АСУ для готелів. Найбільш відомими системами для закладів готельно-ресторанного обслуговування є Micros (розробник HRS, США), R-Keeper (розробник UCS, Німеччина), Perfectum CRM+ERP (розробник Perfectum, Україна).

Типову структуру систем автоматизації для підприємств сфери гостинності можна розглянути на прикладі комплексної автоматизованої програми Perfectum CRM+ERP. Комплекс включає ряд автоматизованих робочих місць, що охоплюють усі основні етапи технологічного ланцюга: прийняття замовлення, передачу замовлення, друкування попередніх рахунків, прийняття сплати замовлень, калькуляцію реалізованої продукції та фінансову звітність. Функціональне призначення елементів комплексу подано у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Функціональне призначення елементів комплексу Perfectum CRM+ERP*

Елемент комплексу	*Функціональне призначення*
Робоче місце офіціанта	- оформлення замовлень
Робоче місце касира (офіціанта)	- прийняття сплати замовлень
Віддалений принтер	- прийняття замовлень з робочих місць офіціантів
Файл-сервер	- зберігання та забезпечення доступу до бази даних замовлень, меню, довідника товарів та ін.; - калькуляція виручки; - калькуляція виробничих цехів
Робоче місце адміністратора	- облік зайнятості офіціантів - отримання звітів та контроль роботи усіх елементів комплексу
Робоче місце на складі	- облік продукції на складі; - отримання та облік результатів калькуляції

**Джерело: побудовано автором на основі проведеного аналізу програми.*

Від швидкої та налагодженої роботи підприємства харчування залежить якість послуг, які надаються споживачеві, а отже і доход підприємства.

Упровадження АСУ дає можливість водночас керувати роботою зали та виробництва, контролювати витрати продуктів та виконання замовлень, аналізувати виручку, вести облік робочого часу персоналу. Так, система R-Keeper дозволяє виконувати наступні функції: автоматизувати процес введення та зберігання замовлення; автоматизувати передачу змін в меню з комп'ютера менеджера в зал у режимі on-line; досягти максимальної швидкості та простоти роботи барменів та офіціантів при обслуговуванні споживачів; автоматизувати передачу замовлень на виробництво та бар по мережі; контролювати рух товарів; контролювати ситуацію у залі; максимально захистити від зловживань персоналу тощо.

Переваги від впровадження АСУ в діяльність готельно-ресторанних комплексів отримує як керівництво готелем, так і персонал та споживачі готельно-ресторанних послуг, що схематично зображено на рис. 3.4.



Рис. 3.4. Переваги автоматизованих систем управління*

**Джерело: побудовано автором на основі проведеного дослідження.*

Але, незважаючи на усі привілеї, що надають автоматизовані системи та широку пропозицію технологічних розробок, керівники готельних підприємств та ресторанних комплексів, не зовсім розуміють, які саме технології їм потрібні або вважають, що інформаційні технології мати добре, але не обов'язково. Така позиція свідчить про дефіцит інформації з даного питання.

З цього приводу, надійним джерелом розповсюдження інформації є також масштабні та високопрофесійні виставки, які останніми роками стали досить поширеними в Україні. В рамках цих виставок проводяться тематичні семінари, конференції та презентації нових туристичних напрямів діяльності, що сприяє підвищенню кваліфікаційного рівня працівників галузі. Так, у межах UITT у 2021 р. та HoReCa у 2023 р. проводилися семінари з питань використання Internet та інформаційного забезпечення туристичної та готельно-ресторанної діяльності.

Окрім нестачі інформації, серед основних причин незадовільного стану впровадження автоматизованих систем управління в діяльність закладів розміщення та харчування є відсутність достатньої кількості коштів на апаратне та програмне забезпечення. Так, для встановлення більшості АСУ підприємству потрібні:

- якісна локальна мережа – 200-300 дол у розрахунку на 1 робоче місце;
- надійне апаратне забезпечення: сервер (бажано з процесором Pentium 3,128Mb оперативної пам'яті) та декілька комп'ютерів (Pentium та вище). За цінами Черкаських комп'ютерних салонів це коштує близько 400-800 дол;
- програмне забезпечення,
- додаткове обладнання: принтери (150-300 дол), модеми (60-100 дол), контрольно-касові машини (500 дол), пристрої для зчитування кредитних карток (1000 дол) тощо.

Щодо вартості програмного забезпечення у закладах індустрії гостинності, ціни на деякі системи подані у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Вартість програмного забезпечення для закладів індустрії гостинності*

Система	Орієнтовна ціна	Залежність ціни
Fidelio	Від декількох тисяч до десятків тисяч дол	- від особливостей підприємства;
Lodgihg-Touch	80-100 долна один готельний номер	- від кількості гостьових номерів у готелі; - потрібних інтерфейсів;
Cenium	Базовий модуль (на 50 номерів) – 4320 дол, комплект додаткових гранул -3750 дол, за кожний номер – доплата 50 дол	- від кількості номерів;
Shelter	У середньому 3000-6000 дол	- від вартості модулів
Сінімекс: Готель	740, 880, 1340, 2280 дол	- від кількості користувачів
KEI-Hotel	До 30 номерів – 3000 дол; 300 номерів – 18000 дол.	- від кількості номерів

**Джерело: побудовано автором на основі проведеного аналізу.*

Таким чином, впровадження АСУ в діяльність закладів розміщення коштуватиме підприємству у середньому близько 10000 дол.

Отже, розвиток систем автоматизації та використання найновіших технологій для готельного бізнесу дозволять підприємствам індустрії гостинності швидше та ефективніше впроваджувати інформаційні технології в свою діяльність.

Проведений аналіз пропозиції програмних продуктів дозволяє зробити наступні рекомендації щодо впровадження АСУ в діяльність підприємств індустрії гостинності (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Рекомендації щодо програмного забезпечення підприємств індустрії гостинності залежно від їх виду та потужностей*

Підприємства	Система
Готельні ланцюги	Fidelio Front Office, Lodgihg-Touch LIBICA
Франчайзі	Сінімекс: Готель
Великі готелі	Perfectum CRM+ERP
Середні готелі	KEI-Hotel, Cenium
Малі готелі та сезонні	KEI-Hotel, NIMETA
Пансіонати, будинки відпочинку, санаторно-курортні заклади	USC-Shelter

**Джерело: побудовано автором на основі проведеного аналізу.*

Крім зазначених раніше переваг, наявність АСУ із виходом до глобальної мережі Internet дозволяє підприємствам розміщення та

харчування використовувати електронну рекламу, яка є найбільш дієвим засобом розповсюдження інформації про підприємство.

Рекламу у мережі Internet слід розглядати не тільки як оперативну інформацію, але і як електронне мистецтво, що потребує додаткових знать та зусиль з боку спеціалістів з електронної реклами, саме електронна реклама у подальшому повинна стати найбільш дійовим засобом у розповсюдженні інформації закладів розміщення та харчування туристично-рекреаційної сфери як на внутрішньому, так і на світовому ринку.

Проведені нами дослідження показали, що перевагами електронної реклами перед іншими засобами інформаційно-рекламної діяльності підприємств полягають у: найбільшій розповсюджуваності; оперативності інформації; мультимедійних можливостях; порівняно невелика вартість по відношенню з іншими засобами розповсюдження реклами; можливість надання інформації 24 години на добу. Між тим, слід констатувати, що якість створення Web-сторінок та Web-сайтів ще далека від досконалості. Яскраве виконання електронної реклами не відображає усієї можливої інформації про специфіку санаторно-курортного закладу або ресторанно-готельного комплексу, його послуг та сервісного обслуговування, оскільки першочергова увага приділяється техніці виконання.

Так, аналіз електронної реклами підприємств індустрії гостинності у глобальній мережі доводить, що підприємства харчування надають, переважно, назву, загальну інформацію, адресу та телефон. Узагальнена структура більшості сайтів ресторанів Черкащини в Інтернет-мережі має наступний вигляд (рис. 3.5).



Рис. 3.5. Узагальнена структура сайтів підприємств індустрії гостинності Черкащини*

**Джерело: побудовано автором на основі проведеного дослідження.*

У Дод. В нами пропонується типова структура сайту для підприємств індустрії гостинності. На наш погляд, така структура сайту найбільш повно та яскравіше відображатиме можливості закладу та задовольнить інформаційні потреби споживачів (користувачів мережі Internet), а отже, сприятиме популяризації своїх досягнень та послуг у сфері гостинності.

Якщо підприємство має обмежені кошти або тільки розпочинає свою діяльність у сфері гостинності**,** починати варто з малого – електронної пошти та виходу в Internet. Згодом можна створити веб-сторінку або сайт-візитівку (одна-дві сторінки із стислою інформацією про заклад, декілька фото, невелика карта).

Загальну структуру розвитку подання інформації для підприємств індустрії гостинності у глобальній мережі можна запропонувати у наступному вигляді: електронна пошта та вихід в Internet; веб-сторінка (одна сторінка); сайт-візитка (одна – дві сторінки); повномірний сайт (п’ять – десять сторінок); сайт із пошуковою системою та іншими додатковими можливостями.

Сайти із пошуковою системою та іншими додатковими можливостями особливо актуальні у готельно-ресторанному, оскільки вони мають змогу найяскравіше подати інформацію про свої послуги для туристів. Крім надання рекламної інформації для споживачів, сайт дозволяє підприємству працювати з постачальниками. Наприклад, розділ «Профі» дає змогу:

– ознайомитися з ціновою політикою фірм-постачальників обладнання та посуду для підприємств харчування;

– дізнатися про зміни цін своїх партнерів; знайти професіоналів у сфері архітектури чи дизайну;

– підібрати кваліфікований персонал для свого закладу.

Запропонована нами структура повномірного сайту для підприємств індустрії гостинності дозволяє споживачеві отримати найбільш повну інформацію про підприємство харчування, а закладу – популяризувати свої досягнення та послуги у сфері гостинності та забезпечувати попит на них.

3.3. Адміністративний ресурс в управлінні процесами ресурсного забезпечення підприємств сфери обслуговування

Становлення та подальший розвиток комплексного туристичного обслуговування неможливі без належного реформування структури управління туристичною галуззю на всіх її рівнях: макро-, мезо- та мікроекономічному.

Сьогодні відсутня єдина цілісна система управління підприємствами туристичної сфери, до якої входять ресторанно-готельне господарство та санаторно-курортні заклади, що ускладнює прийняття важливих рішень стосовно розвитку цих сегментів туристичного ринку України.



Рис. 3.6. Спільні проблеми підприємств індустрії гостинності*

**Джерело: побудовано автором на основі проведеного дослідження.*

Недосконала структура управління закладами індустрії гостинності призводить до того, що загальнодержавні проблеми вирішують суто професійні громадські об’єднання (Туристична асоціація України (ТАУ),

Національна туристична організація України (НТОУ), Асоціація готельних об'єднань і готелів міст Україні (АГОіГМУ) та інші). Так, серед здобутків ТАУ, до якої входять понад 300 провідних організацій з усіх регіонів України (туристичні підприємства, готелі, ресторани, санаторно-курортні об’єднання, навчальні заклади, засоби масової інформації, регіональні туристичні асоціації, а також іноземні туристичні підприємства з Європи, Америки), є порушення питання щодо необхідності законодавчо врегулювати визначення бази оподаткування готельного збору [73].

У зв’язку з розглядом проекту Податкового кодексу, ТАУ виклала свою позицію щодо оподаткування галузі й направила відповідні пропозиції до Верховної Ради. Асоціація готельних об’єднань та готелів міст України також займається невирішеними питаннями матеріальної бази туризму: переглядом розмірів відрахувань готельного збору, сплатою комунальних виплат та орендою землі, сертифікацією готелів тощо.

Наведені приклади діяльності громадських організацій обумовлюють необхідність їх існування, коли завдяки участі практичних робітників вирішуються найважливіші питання туристичної галузі. Діяльність ТАУ, НТОУ, АГОіГМУ підтверджує той факт, що у структурі управління туристичною сферою діяльність громадських організацій не менш важлива, ніж міністерств та відомств.

Крім того, зазначені факти ще раз наголошують на теоретичному аспекті управління відносно того, що воно буде дійсно ефективним, коли між суб'єктом та об'єктом управління створюватиметься не тільки прямий, але й зворотній зв’язок. Посилення діяльності громадських організацій у регіонах, притягнення до неї все більшої кількості суб’єктів туристичної інфраструктури сприятиме вирішенню багатьох проблем галузі, зокрема, у цих регіонах.

Між тим, у Черкаській області, де існує багато проблем з формування та розвитку сфери гостинності, наразі не створено на жаль, жодної організації-осередку будь-якої асоціації або союзу туристичного напряму. Для створення

такого об’єднання до його складу повинні війти, як мінімум три організації. Хоча поодинокі підприємства (туристичні фірми та готелі) області входять до складу ТАУ та НТОУ, регіональної організації-осередку й досі не створено. Основною причиною є небажання сплачувати вступні та щорічні грошові внески. Проте, суб’єкти туристичної діяльності не проти допомоги з боку громадських об'єднань.

Така ситуація характерна не тільки для Черкаського регіону, але й для багатьох інших областей України, де органи виконавчої влади сприймають туристичний сектор та індустрію гостинності регіону, як неперспективну сферу економічної діяльності. У цих областях так і не створено належних структурних підрозділів з питань туризму, незважаючи на неодноразові доручення прем’єр-міністрів України. Переконати керівників місцевих органів виконавчої влади в економічній ефективності туристичного та готельно-ресторанного бізнесу можна лише практичними досягненнями, конкретними прикладами успіху. Між тим, слід зрозуміти, що успіх може стати реальним у разі проведення певних дій з боку керівних органів, що відповідають за розвиток туризму та індустрії гостинності в регіоні.

Отже, розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності в регіонах залежить не тільки від налагодженої структури управління у центральних органах виконавчої влади, але й від стану справ на мезоекономічному рівні. Тому, при загальному посиленні тенденції централізації управління в туристичній сфері та індустрії гостинності, слід надавати більше повноважень відповідним структурним підрозділам місцевих органів державної виконавчої влади з питань туризму, адже саме вони враховують регіональну специфіку туристичної діяльності і здатні оперативно коригувати та координувати діяльність суб’єктів туристичного підприємництва.

На сьогодні в області функціонує 74 готелі та аналогічних закладів розміщення, а також 758 закладів ресторанного господарства та 3 туристично-інформаційні центри (м. Канів, м. Черкаси та Чигиринський

район).

Незважаючи на задовільну матеріальну базу закладів сфери туризму та індустрії гостинності, розвиток інфраструктури Черкаської області відбувається дуже повільно. Головною причиною незадовільного стану справ у даному напрямку є не тільки низька платоспроможність населення, але й відсутність в області відповідної структури, що сприяла би розвитку даної інфраструктури.

На сьогоднішній день мезоекономічний рівень управління туристичною галуззю та закладами індустрії гостинності в області представлений Управлінням у справах сім'ї, молоді та туризму Черкаської обласної державної адміністрації. Даний структурний підрозділ підзвітний і підконтрольний голові облдержадміністрації та Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів.

Як бачимо зі структури, реальною роботою з питань розвитку сфери туризму та індустрії гостинності займається лише провідний спеціаліст управління з питань туризму, проте, покладений обсяг діяльності занадто великий для якісного виконання одним працівником. До того ж окремі функції, на нашу думку, повинна виконувати тільки група спеціалістів в даній області.

Функції Управління у справах сім'ї, молоді та туризму Черкаської обласної державної адміністрації стосовно діяльності у туристичній сфері здійснюються відповідно до «Положення про управління у справах сім'ї, молоді та туризму Черкаської обласної державної адміністрації» [62].

Недосконала структура управління туристичною галуззю у регіоні стримує й процес інформаційного розвитку. Так, внаслідок непогодженості дій управління комунального господарства та Управління у справах сім'ї, молоді та туризму Черкаської облдержадміністрації, різної підвідомчої підпорядкованості готелів не відреаговано на лист Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів щодо акції по зібранню інформаційних матеріалів для створення довідника

«Готелі України», внаслідок чого інформація про можливості надання готельно-ресторанних послуг на території Черкащини відсутня [38].

Повільно ведеться збір матеріалів щодо видання довідника «Туристичні шляхи Черкащини», що запланований програмою розвитку у Черкаській області і міститиме інформацію про туроператорів внутрішнього туризму, баз відпочинку, пансіонатів, санаторіїв, дитячих оздоровчих таборів Черкаської області.

Стан інформаційно-рекламної діяльності у регіоні потребує створення єдиного інформаційно-рекламного центру з метою збору, обробки та розповсюдження туристичної інформації. Крім того, програмою розвитку туризму у Черкаській області до 2026 року визначено, що з метою реалізації комплексного підходу до управління сферою туристичного бізнесу, використання відповідного організаційно-економічного механізму вивчення потреб ринку туристичних послуг та активного впливу на його формування створюватимуться сучасні інформаційно-рекламна та маркетингова системи, основні завдання яких полягатимуть у вивченні та прогнозуванні попиту на туристичні послуги, забезпечення балансу між попитом та пропозицією.

Створення інформаційно-рекламного регіонального центру сприятиме виконанню багатьох пунктів зазначеної Програми. Зокрема, організації виробництва інформаційно-рекламної продукції про основні туристичні об’єкти області, виданню інформаційного каталогу фірм-операторів внутрішнього туризму, готелів, баз відпочинку, пансіонатів, санаторіїв, дитячих оздоровчих таборів Черкаської області тощо.

Джерелами фінансування центру можуть бути Управління у справах сім’ї, молоді та туризму Черкаської облдержадміністрації, та створена у майбутньому Асоціація туристичних підприємств Черкаської області, члени якої будуть зацікавлені у просуванні свого туристичного продукту.

Недосконала законодавча база у галузі туризму сьогодні не дозволяє створити самостійний орган управління туристичними підприємствами та індустрії гостинності в області (турфірмами, готелями, закладами

харчування, санаторно-курортними закладами тощо). Так, суб'єктами туристичної діяльності є лише ті підприємства, що отримали ліцензію на право здійснення цієї діяльності. Реально – це тільки туристичні фірми, оскільки діяльність готелів та санаторно-курортних закладів не підлягає обов'язковому ліцензуванню.

Тому у складі туристичних підприємств Черкаського регіону крім 17 туроператорів та турагентів тільки 2 готелі (з 74) і жодного санаторно-курортного закладу. Але, як свідчить досвід, без комплексного вирішення проблем між усіма складовими туристичної інфраструктури та індустрії гостинності розвиток внутрішнього туризму, а тим більше іноземного неможливий.

Окремими пунктами Положення про Управління у справах сім'ї, молоді та туризму Черкаської облдержадміністрації передбачено взаємодію Управління під час виконання покладених на нього завдань з іншими структурними підрозділами облдержадміністрації, місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, а також підприємствами, установами, організаціями усіх форм власності, об'єднаннями громадян та громадянами; дозволяють утворювати в Управлінні наукові та консультативні органи для розгляду рекомендацій і пропозицій щодо основних напрямів діяльності управління, вирішення найважливіших питань розвитку туризму та індустрії гостинності.

Тому, ми пропонуємо створити при Управлінні у справах сім'ї, молоді та туризму Черкаської облдержадміністрації Черкаську обласну Раду представників суб'єктів туристичної діяльності та закладів індустрії гостинності Черкащини.

Рада повинна здійснювати свою діяльність відповідно до затверджених нею планів роботи, що визначатимуться актуальністю поставлених проблем на сучасному етапі. Фінансування здійснюватиметься за рахунок Управління у справах сім'ї, молоді та туризму Черкаської облдержадміністрації.

Отже, подальший розвиток туристичної галузі в Україні тісно

пов’язаний з розширенням мережі закладів інфраструктури гостинності, зокрема, з розвитком громадського харчування та перебування туристів, бо вони є невід’ємною частиною системи реалізації туристичного продукту. Тому ресторанне господарство розглядається в сукупності з готельним та туристичним, а прогнози ринку продукції та послуг підприємств харчування пов’язані з перспективами розвитку туристичних послуг. Пошук шляхів вирішення соціально-економічних проблем ефективності функціонування підприємств індустрії гостинності призведе до позитивних зрушень у розвитку усієї туристичної інфраструктури країни.

ВИСНОВКИ

Проведені, у ході написання кваліфікаційної роботи дослідження, дали змогу зробити висновки щодо питань ефективного функціонування підприємств громадського харчування та індустрії гостинності на регіональному рівні, зокрема:

1. За результатами аналізу вітчизняних і зарубіжних джерел подано авторське бачення місця індустрії гостинності в системі туризму. Дослідження показали, що послуги гостинності в туристичній галузі за обсягом витрат посідають друге місце у структурі витрат на відпочинок.

2. Проведені маркетингові дослідження у Черкаській області дозволили визначити середні витрати туриста на відпочинок, які суттєво відрізняються від тих, що застосовуються у розрахунках обсягів послуг від внутрішнього туризму по країні. Як показав аналіз, у структурі туристичних потоків не враховано туристів, які відпочивають у нетрадиційних засобах розміщення (неорганізовано, у приватному секторі тощо), за результатами обстеження їх частка становить 27 % від загального обсягу туристів.

3. Зроблені прогнозні розрахунки обсягів діяльності готельно-туристичних комплексів Черкаської області з огляду на Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року досить перспективні, проте підприємства харчування у туризмі розглядаються не тільки у зонах відпочинку туристів, але й на шляху їх пересування до місця призначення. Для прогнозних розрахунків розвитку підприємств сфери гостинності з урахуванням параметрів його економічної діяльності у роботі запропоновано математичну модель на основі кореляційно-регресивного аналізу. Вона дозволяє визначити беззбитковий рівень завантаження готельного фонду. Як показали дослідження, на обсяги діяльності підприємств готельного господарства та в їх складі підприємств харчування, розташованих у зонах відпочинку, великий вплив має фактор сезонності. Розподіл періоду діяльності підприємств індустрії гостинності за сезонами дуже важливий при ціноутворенні на туристичну продукцію та послуги.

4. Узагальнено інформацію щодо факторів, які враховуються при ціноутворенні на послуги харчування та розміщення у різних країнах. Розраховані коефіцієнти цінової гнучкості є підставою оцінки привабливості місць відпочинку. Проте, проведені дослідження показали, що реальна можливість диференціації цін забезпечується певними економічними і адміністративними механізмами підтримки розвитку туризму та індустрії гостинності.

5. Упровадження нових інформаційних технологій у сферу готельно-ресторанного бізнесу є необхідною передумовою не тільки їх розвитку, але й нормального функціонування. Розвиток вітчизняних систем автоматизації та використання найновітніших технологій для готельного бізнесу дозволять підприємствам індустрії гостинності швидше та ефективніше впроваджувати інформаційні технології в свою діяльність. Проведений аналіз пропозиції програмних продуктів дозволив зробити рекомендації щодо впровадження АСУ в діяльність підприємств готельно-ресторанного господарства. Наявність АСУ із виходом до глобальної мережі Internet дає можливість підприємствам розміщення та харчування використовувати електронну рекламу, яка є найбільш дійовим засобом розповсюдження інформації. Запропонована структура повномірного сайту для ресторанного комплексу дозволяє споживачеві отримати найбільш повну інформацію про заклад, а підприємству – популяризувати свої досягнення та послуги на ринку харчування і забезпечувати попит на них.

6. Нерозвинена структура управління сферою відпочинку у Черкаській області не може вирішити значне коло проблем, що виникають у зв’язку з функціонуванням та розвитком туристичної інфраструктури та підприємств індустрії гостинності. Виходячи з умов функціонування Управління у справах сім’ї, молоді та туризму Черкаської обласної державної адміністрації та «Положення» щодо управління, нами пропонується створити Ради представників суб’єктів туристичної діяльності та закладів індустрії гостинності Черкащини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Закон України «Про туризм». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2004, N13, ст.180. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text (дата звернення: 23.10.2024).

2. Закон України «Про податок на додану вартість». Відомості Верховної Ради України (ВВР), №168/97-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168/97-%D0%B2%D1%80#Text (дата звернення: 23.10.2024).

3. Декрет «Про стандартизацію і сертифікацію». Кабінет Міністрів України від 12.09.2012 р. №2850. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/46-93#Text (дата звернення: 23.10.2024).

4. Наказ «Про затвердження Правил роботи підприємств громадського харчування» N 129. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0230-95 (дата звернення: 23.10.2024).

5. Наказ «Про затвердження Правил користування готелями і надання готельних послуг в Україні» від 10.09.2011 р. № 77/44. Офіц. вид. К.: ГРІФРЕ: Державний комітет по житлово-комунальному господарству України. 2021. VI 74 с.

6. Положення про Управління у справах сім'ї, молоді та туризму Черкаської ї обласної державної адміністрації. URL: http://ck-oda.gov.ua/normatyvni-dokumenty (дата звернення: 23.10.2024).

7. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Кабінет Міністрів України. Розпорядження № 168-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#n9 (дата звернення: 23.10.2024).

8. Громадське харчування. Класифікація підприємств. (ISO 7000:2004, IDT): ДСТУ 30389-95. К.: Держспоживстандарт України. 1995. IV. 231 с.

9. Туристично-екскурсійне обслуговування. Класифікація готелів (ISO 7000:2004): ДСТУ 28681.4-95. К.: Держспоживстандарт України. 2001. IV.

158 с.

10. Агафонова Л.Г., Агафонова О.С. Туризм, готельний та ресторанний бізнес, ціноутворення, конкуренція, регулювання. К.: Знання, 2020. 351 с.

11. Алейнікова Г.М. Організація і управління турбізнесом: навчальний посібник. Донецьк: ДІТБ, 2012. 184 с.

12. Артеменко В.Б. Соціально-економічний моніторинг регіонів обласного рівня: концепція та методичний інструментарій. *Регіональна економіка*. 2022. №3. С.87-94.

13. Аналіз динаміки та головні тенденції розвитку туризму. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України. URL: https://www.tourism.gov.ua/ (дата звернення: 23.10.2024).

14. Аналіз інформаційних систем оброблення даних готельно-ресторанної сфери. URL: www.nbuv.gov.ua/ (дата звернення: 23.10.2024).

15. Аналітичний огляд туристичного ринку. URL: http://tour.bigmir.net/ (дата звернення: 23.10.2024).

16. Балабанов Г.В., Вишневський В.В. Територіальний соціально-економічний моніторинг в Україні. К.: Нора-друк, 2022. 58 с.

17. Берестова Ю.А., Кошелєва Е.Г. Особливості франчайзингу в Україні. Економіка і маркетинг в XXI сторіччі: VII міжнар. конф. студентів і молодих учених, 19-21 травня, 2023 р. Вінниця: ДРУК-ІНФО, 2023. Ч.1. С.27-29.

18. Буркинський Б.В., Василенко В.М. Стратегія економічного і соціального розвитку України шляхом європейської інтеграції. К.: Національний інститут стратегічних досліджень; Інститут економічного прогнозування НАН України, 2024. С.12-27.

19. Василенко В.А., Діденко А.Н. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги малих підприємств готельно-ресторанної сфери Культура народів Причорномор'я. 2021. №112. С.24-29.

20. Гаврилюк С.П. Методичні підходи визначення конкурентоспроможності готельних підприємств *Вісник Київського державного торгово-економічного університету*. 2020. №2. С.50-59.

21. Герасименко В.Г. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник. Одеса: Культура Чорномор'я, 2023. 160 с.

22. Герасименко В.Г., Нездоймінов С.Г. Стратегія розвитку підприємницького потенціалу в туристичних регіонах України. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2021. Вип. 30. С.64-70.

23. Головне управління статистики у Черкаській області. URL: https://www.ck.ukrstat.gov.ua/?p=stat_inform (дата звернення: 23.10.2024).

24. Гуменюк Ю.П. Активізація туристичного процесу як один із шляхів вирішення проблем регіонального розвитку. *Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу*. 2019. №10. С. 118-124.

25. Державна служба статистики. Санаторно-курортні та оздоровчі заклади (2018-2023 рр.). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 23.10.2024).

26. Державне агентство України з туризму та курортів. URL: http://www.tourism.gov.ua/ (дата звернення: 23.10.2024).

27. Діхтяренко О.В. Проблеми розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 30 жовтня 2023 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2023. С. 167-170.

28. Діхтяренко О.В. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: зб. мат-лів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 31 жовтня 2024 р., УНУС. Умань: ВПЦ «Візаві». С. 36-37.

29. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. К.: ЦНД, 2017. 223 с.

30. Дядечко Л.П., Градінарова О.О. Розвиток туристичних підприємств на основі внутрішніх джерел інвестування. *Вісник ДІТБ*. 2018. №8. С.49-55.

31. Зорін Г.Г. Особливості управлінського обліку. Забезпечення ресурсами малого і середнього бізнесу в Україні: матеріали міжвузів. наук.-практ. конф., Херсон, 21-22 березня 2024 р. Херсон: ХЕПІ, 2024. 329 с.

32. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2019. 300с.

33. Коломійчук В., Шевчук Л., Шульга С. Стратегічні засади соціально-економічного розвитку регіону. Львів: Просвіта. 2012. 271 с.

34. Коваль П.Ф., Алєшугіна Н.О, Пархоменко О.Г., Андрєєва Г.П. Інноваційні стратегії розвитку туристично-рекреаційної сфери України. Формування інноваційної моделі розвитку національної економіки України: монографія: у 2-х ч. За заг. ред. Каленюк І.С. Чернігів: ЧДІЕіУ. 2019. 592 с.

35. Крайник О.П. Економічний розвиток регіону: монографія. Львів: Ліга-Прес, 2022. 294 с.

36. Кузьменко, А.В. Данильчук В.Ф., Алейникова Г.М. Перспективы развития устойчивого туризма в регіонах. *Вісник Київського інституту туристичного бізнесу*. 2021. №5. С. 251-261.

37. Кузнєцова Н.М. Тенденції розвитку та інвестиційна привабливість готельного бізнесу Одеського регіону. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2018. Вип. 33. С. 386-392.

38. Лист щодо проведення акції по зібранню інформаційних матеріалів для створення довідника «Готелі України. Державна служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. URL: http://arzinger.ua/ua/press/newsletter/ (дата звернення: 23.10.2024).

39. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. К.: Альтпрес, 2019. 435 с.

40. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 3-е вид., перероб. К.: Альтпрес, 2023. 436с.

41. Методика розрахунків обсягів туристичної діяльності. Державний комітет статистики України, №142/394 від 12.11.2019 р. №1282-IV. Офіційний вісник України. 2019. №50. Ст. 2600. С.34-55.

42. Міхайлюк О.Л., Сухіна Л.В. Критерії оцінки інвестиційної привабливості Одеської області. *Науковий вісник ОДЕУ*. 2018.№2(58). С.3-13.

43. Моніторинг основних показників соціально-економічного розвитку регіонів України. URL: http://www.ukr.export.gov.ua/i/imgsupload/sesr_12_2023_pdf

44. Національний банк України. Офіційний сайт: URL: http://www.bank.gov.ua/ (дата звернення: 23.10.2024).

45. Олофінський О.О. Малий бізнес як сучасний механізм розв'язання соціально-економічних проблем в Україні. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2021. № 2 (117). С.22-27.

46. Побурко, Я.О., Пушак Я.І. Інтегральні оцінювання результатів соціально-економічної діяльності регіону: методичний аспект. *Регіональна економіка.* 2019. №3. С. 66-73.

47. Послуги громадського харчування: Збірник нормативних документів. Х.: Харківський державний центр стандартизації, метрології та сертифікації, 2024. 300 с.

48. Послуги з туризму. Відділ справлення ПДВ на внутрішньому ринку Головного управління непрямих податків ДПА України. Податки і бухгалтерский облік. 2024. № 18. С. 19-20.

49. Похила Н.А., Нездоймінов С.Г. Перспективи розвитку рекреаційних районів і курортів у регіональному туризмі. Перспективи розвитку туризму і сфери послуг на міжнародному і національному рівнях: І міжнар. наук.-практ. конф. Львів: ЛТЕУ, 2022. С.237-240.

50. Розвиток туризму в Україні. Проблеми і перспективи: Збірник наукових статей. К.: ІВЦ «Словянський діалог». 2020. 224 с.

51. Смірнов І.Г. Особливості логістичного підходу до сталого розвитку туризму в Україні (регіональний аспект). *Науковий вісник ЧТЕІ*. 2020. Вип. IV. Ч.І. С.44-48.

52. Сорока С.В. Значення інформаційних систем управління для готельно-туристичних комплексів. Праці Міжнародного конгресу «Проблеми інформатизації рекреаційної та туристичної діяльності в Україні: перспективи культурного та економічного розвитку». 2020. С. 235-237.

53. Статистичний щорічник Черкаської області за 2018-2023 рр. Черкаське обласне управління статистики. URL: http:// www.ck.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 23.10.2024).

54. Статистичний щорічник України за 2018-2023 рр. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/.../Arch_Ukr_.htm/ (дата звернення: 23.10.2024).

55. Статистична інформація. Основні показники суб'єктів господарської діяльності України за 2010-2023 р. URL: www.tourism.gov.ua/ (дата звернення: 23.10.2024).

56. Статистична інформація. Основні показники суб'єктів готельно-ресторанної сфери України за 2010-2023 рр. URL: www.tourism.gov.ua/ (дата звернення: 23.10.2024).

57. Стеченко Д.М. Наукова парадигма регіонології туризму. *Науковий вісник ЧТЕІ КНТЕУ*. 2022. Вип. IV, Ч.І. С. 38-43.

58. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства. К.: Каравела, 2019. 311 с.

59. Ткаченко Н.І. Концептуальні формування механізму управління в готельній сфері. *Науковий вісник ЧТЕІ КНТЕУ*. 2022. Вип. IV. Ч.І. С. 209-212.

60. Тур-калейдоскоп. URL: http://tour-journal.do.am/ (дата звернення: 23.10.2024).

61. Уманець Т.В., Підгорний А.З. Методика розрахунку індексів економічного розвитку підприємств готельного бізнесу. Одеса: ОДЕУ, 2019. 44с.

62. Управління у справах сім'ї, молоді та туризму Черкаської облдержадміністрації. URL: http://ck-oda.gov.ua/upravlinnya-u-spravah-simji-molodi-ta-sportu/ (дата звернення: 23.10.2024).

63. Холловей Дж., Тейлор Н. Туристичний бізнес: пер. з 7-го англ. вид. К.: Знання, 2023. 798 с.

64. Цибух В. Туризм в Україні: проблеми та перспективи. *Економіст.* 2020. № 6. С. 34-35.

65. Шаптала О. Готельно-ресторанна сфера України: шляхи формування, проблеми і перспективи розвитку. *Вісник ІАДУ при Президентові України*. 2023. №4. С. 254-260.

66. Шпарик М. Готельне господарство м. Києва буде працювати по європейським стандартам. *Туристичні новини*. 2023. № 6. С. 25-32.

67. Bleid J. Essentials of Marketing Communications. 3rd ed. p. cm. Includes index. 2024. 368 p.

68. Clegg J. Multinational Enterprises and World Competition. *Harvard University Press Manual request*. 2019. 134 p.

69. Compendium of Tourism Statistics. Methodological publications. WTO. Madrid, Spain. 2023. URL: www.marketing.spb/ (дата звернення: 23.10.2024).

70. Compendium of tourism statistics. WTO. URL: http://statistics.unwto.org/publication/yearbook-tourism-statistics-2024-edition/ (дата звернення: 23.10.2024).

71. Dwyer L. International Handbook on the Economics of Tourism. Publisher: Edward Elgar Publishing. 2021. 495 p.

72. Makens James C. Marketing for Hospitality and Tourism. Publisher: Prentice Hall; Inc. Category: Business. 4th edition. 2021. 478 p.

73. Tourist Association of Ukraine. URL: http://www.tau.org.ua/info3.htm/ (дата звернення: 23.10.2024).

74. Theobald William F.. Global Tourism. 3th edition Publisher: Butterworth-Heinemann. 2024. 588 p.