



ПРАКТИКА І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ

МОНОГРАФІЯ



ЛТЕУ



ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ УКРАЇНИ

Львівський торговельно-економічний університет

**Практика і перспективи розвитку
індустрії гостинності України**

монографія

Львів – 2019

УДК 338.48 (477)

ББК 65.433

П 69

Рецензенти: д. е. н., професор Мілашовська О. І.,
д. т. н., професор Капліна Т. В.,
д. е. н., професор Семак Б. Б.

П 69 Практика і перспективи розвитку індустрії гостинності України : монографія / [за заг. редакцією д. е. н., професора Б. М. Мізюка]. – Львів : ЛТЕУ, 2019. – 199 с.

Рекомендовано до друку Вченою радою
Львівського торговельно-економічного університету
26 грудня 2019 р., протокол № 5

У монографії проаналізовано проблеми розвитку індустрії гостинності в Україні та зосереджено увагу на інноваційній діяльності у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу. Запропоновано вектори розвитку індустрії гостинності, окреслено напрями формування та розвитку національного туристичного продукту, запропоновано організаційні, соціально-економічні, правові та маркетингові важелі сталого розвитку індустрії гостинності, які уможливили б ефективне управління в галузі, забезпечуючи підвищення ефективності та конкурентоспроможності вітчизняної економіки загалом.

Монографію адресовано ученим, викладачам, студентам, аспірантам, усім, хто цікавиться питаннями розвитку індустрії гостинності.

Автори статей відповідають за достовірність і вірогідність викладеного матеріалу, правильне цитування джерел та посилання на них.

Поширення і тиражування без офіційного дозволу Львівського торговельно-економічного університету заборонено

ISBN 978-617-602-265-7

© Колектив авторів, 2019
Вид-во ЛТЕУ, 2019

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	
1.1. Теоретичні основи дослідження інклюзивного туризму (<i>Єрко І. В., Гринасюк А. Р., Курочка О. Г.</i>)	7
1.2. Становлення винного туризму та його розвиток на Закарпатті (<i>Кудла Н. Є., Замрій О. М.</i>)	22
1.3. Концептуальні засади регіонального розвитку туризму на основі кластерного підходу (<i>Миронов Ю. Б.</i>)	31
1.4. Логістичні та географічні аспекти сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму (на прикладі Львова та Києва) (<i>Смирнов І. Г., Любіцева О. О.</i>)	41
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	
2.1. Перспективи розвитку тренду здорового харчування у закладах ресторанного господарства (<i>Гірняк Л. І., Гаврилишин В. В., Коваль М. Н.</i>)	55
2.2. Тенденції функціонування закладів розміщення в умовах кризових явищ у сфері туризму (<i>Тимчук С. В., Нецадим Л. М., Кожухівська Р. Б.</i>)	67
2.3. Competitive Development Strategies of Enterprises of Hotel and Restaurant Business in the Tourist Segment (<i>Kalienik K. V., Balatska N. Yu.</i>)	77
РОЗДІЛ 3. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ	
3.1. Розширення асортименту функціональних виробів у ресторанній індустрії (<i>Кирпіченкова О. М., Дочинець І. В., Ковальчук С. С.</i>)	83

2.2. Тенденції функціонування закладів розміщення в умовах кризових явищ у сфері туризму

Тимчук С. В., Нецадим Л. М., Кожухівська Р. Б.

Індустрія туризму є однією з найбільш швидко прогресуючих галузей у світі, яку можна розглядати і як окремий тип економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс. Проте розвиток туризму неможливий без належного розвитку суміжних галузей. До таких галузей відноситься і готельне господарство. Стабільний розвиток туристичної галузі є залежним від функціонування різноманітних закладів розміщення та тих послуг, які вони надають подорожуючим.

Сучасний стан туризму в Україні ще досі розцінюється як кризовий, пов'язаний з різким падінням досягнутих раніше обсягів надання туристських послуг, скороченням матеріальної бази туристської галузі та значною невідповідністю потребам населення в туристичних послугах. Разом з тим спостерігаються високі темпи будівництва об'єктів туристичних та сфери обслуговування, що відповідають найвищим світовим стандартам.

Протягом останніх років спостерігається значне збільшення виїздів українців у закордонні поїздки, збільшення кількості туристичних організацій в Україні. Згідно з оцінкою експертів WTO Україна посідає 14 позицію у світовій класифікації за відвідуваністю іноземцями, що становить 2,5 % світового ринку виїзного туризму. За прогнозом WTO до 2020 р. Україна може увійти в першу десятку країн найпопулярніших напрямків туризму [1; 6; 8].

Незважаючи на події сьогодення вітчизняні представники туристичної індустрії заявляють про себе на міжнародній арені беручи участь міжнародних туристичних виставках у м. Гельсінкі, м. Тель-Авів, м. Баку (Азербайджан), м. Мінськ (Білорусь), м. Тбілісі, м. Батумі (Грузія), м. Ополє (Польща), м. Варшава (Польща) [1; 5; 7].

Аспекти взаємодії сектору туризму і колективних засобів розміщення

Індустрія туризму функціонує у соціально-культурному оточенні. Непрямий вплив здійснюють стан економіки, фактори демографічного, природного, науково-технічного характеру, політичні фактори, соціокультурні фактори, міжнародні події та інші фактори, які не мають безпосереднього впливу на функціонування туристичної сфери, але відображаються на них. Такий вплив зазвичай складніший за прямий, тому під час його досліджень опираються в першу чергу на прогнози. Вплив загальних економічних факторів на туризм може бути як позитивним, так і негативним. Позитивними факторами є: висока місткість ринку, високі темпи розвитку, зростання реальних доходів, низький або середній рівень конкуренції, більш рівномірний розподіл прибутків, стабільна валютна ситуація.

Негативний вплив на туризм мають наступні чинники [5]:

- скорочення заробітної плати;
- зростання безробіття;
- кроскультурні особливості гостинності та доброзичливості у прийомі й обслуговуванні іноземних туристів;
- низький рівень продуктивності праці працівників, задіяних у туристичному обслуговуванні;
- нестабільна валютна ситуація;
- низький рівень наукоємності у процесах обслуговування;
- тимчасовість роботи;
- не схильність туристичного продукту до структурних інноваційних змін;
- кризові економічні явища.

Враховуючи економічні та політичні проблеми останніх років, індустрія туризму стала галуззю, яка з року в рік без залучення державних дотацій стабільно збільшує об'єми виробництва туристичного продукту [6].

Одним із секторів готельного господарства є колективні

засоби розміщення. Щороку в Україні збільшується кількість закладів розміщення, що свідчить про активний розвиток туризму. В Україні колективні засоби розміщення включають в себе готелі й аналогічні заклади, спеціалізовані заклади та інші засоби. Під поняттям «засіб розміщення» розуміють будь-які об'єкти, які здають людям епізодично чи регулярно місце для ночівлі (рис. 2.2.1).

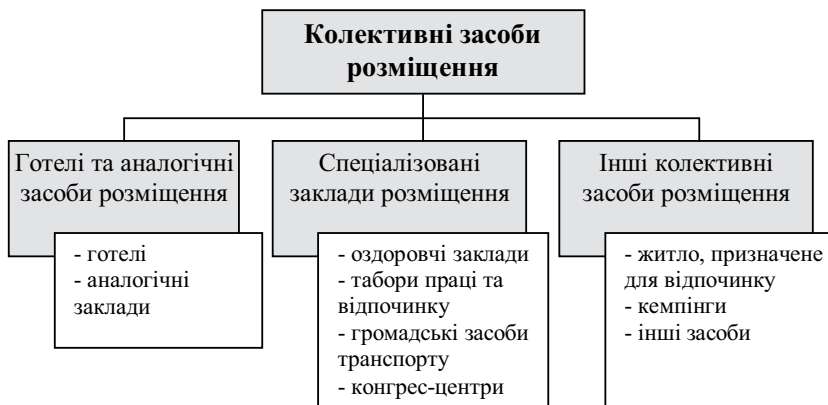


Рис. 2.2.1. Класифікація колективних засобів розміщення в Україні

В галузі туризму України станом на 2017 р. працювало понад 500 тисяч осіб, більшість з яких складають жінки, а, згідно з даними КМУ, до 2022 р. ця цифра повинна досягнути 1 млн. осіб. Також до 2022 р. частка галузі туризму у ВВП повинна досягти 10 % (сьогодні в межах 2,5 %) за прикладом провідних туристичних країн Європи, а кількість туристів плановано має зрости до 50 млн. осіб [4; 8; 9].

Галузь туризму як і об'єкти готельного господарства в Україні є сферою реалізації ринкових механізмів, ресурсом поповнення державного та місцевих бюджетів, способом загальнодоступного оздоровлення і повноцінного відпочинку, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною держави. Пріоритетним видом туризму для України залишається іноземний (в'їзний) туризм як вагомий чинник поповнення валютними надходженнями державної

скарбниці та створення додаткових робочих місць [3; 7]. Наразі в Україні функціонують понад 4,5 тис. закладів розміщення туристів і відпочиваючих розрахованих на 620 тис. місць, але вони потребують модернізації та реконструкції відповідно до міжнародних стандартів. Окрім того, важливою є підтримка в належному стані рекреаційних зон, пам'яток культури та архітектури та інших об'єктів туристичних чи екскурсійних послуг.

Функціями підприємств туристичної галузі є створення, реалізація та організація споживання послуг та товарів туристичного призначення, виробництво туристичного продукту. Туристична галузь складається з підприємств, що надають послуги гостинності, транспортні послуги, та підприємств, що створюють комплексний туристичний продукт і організують його споживання (туроператори і турагентства) [3].

Сучасні тенденції функціонування туристичного ринку вказують на масштабність використання підприємствами новітніх інформаційних технологій: мобільний Інтернет; електронні каталоги з пропозиціями відпочинку; on-line-бронювання не лише в роботі з рітейловими агентствами, а й безпосередньо з клієнтами; соціальні інформаційні мережі, за допомогою яких групи туристів створюють сайти, контактні групи з обміну досвідом подорожей, відгуком про готелі, курорти, роботу персоналу та рівень сервісу; зручні платіжні системи [1; 2].

Щорічне зростання кількості туристів, які відвідують Україну характеризується позитивною динамікою розвитку готельних підприємств. Специфіка готельного бізнесу полягає у неможливості його функціонування окремо від інших галузей. Тому важливим питанням розбудови туристичної інфраструктури є збільшення кількості закладів розміщення.

Готельна галузь не відчуває дефіциту інвесторів. Щороку в будівництво, реконструкцію або модернізацію галузі вкладаються значні кошти. Швидкими темпами ведеться будівництво невеликих об'єктів – кемпінгів, міні-готелів, баз відпочинку, пансіонатів тощо.

Аналіз динаміки туристичних потоків та ефективності взаємодії туристів з колективними засобами розміщення в Україні

Динаміка кількості колективних засобів розміщення в Україні на протязі останніх років має позитивну тенденцію (рис. 2.2.2).

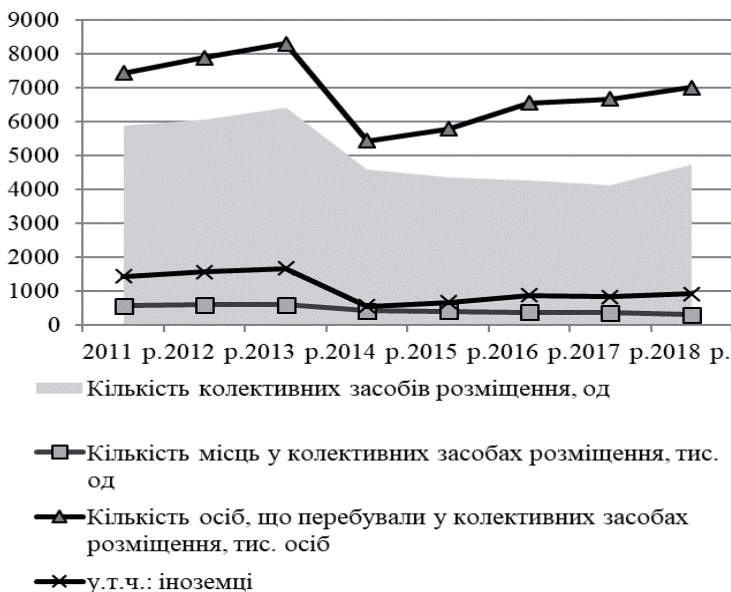


Рис. 2.2.2. Динаміка показників роботи колективних засобів розміщення в Україні

Джерело: побудовано на основі даних звітності Державного комітету статистики України.

У період з 2011 р. до 2018 р. спостерігаються різкі зміни в показниках у 2014 р. У збірниках статистичної звітності з 2014 р. не враховуються тимчасово окуповані території Автономної республіки Крим, м. Севастополь та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях. Різкий спад динаміки спостерігається у показниках кількості колективних

засобів розміщення і відповідно кількості місць у них та кількості осіб, що перебували у колективних засобах розміщення.

Загалом за досліджуваний період кількість колективних засобів розміщення зменшилась на 1163 од., кількість місць у колективних засобах розміщення зменшилась на 267,3 тис. осіб, кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщення на 420,7 тис. осіб, у тому числі іноземці на 509,8 тис. осіб.

Проте до 2018 р. спостерігається поступове зростання показників. Загалом протягом 2017-2018 рр. зросла кількість колективних засобів розміщення на 604 од, проте зменшилась кількість місць на 59 тис. од. Показники зростання кількості осіб, що перебували у даних колективних засобах розміщення зросла на 345 тис. осіб, у тому числі іноземців на 93,4 тис. осіб.



Рис. 2.2.3. Динаміка кількості туристів обслужованих туроператорами та турагентами в Україні

Джерело: побудовано на основі даних звітності Державного комітету статистики України.

Показник навантаження на одне місце перебування у колективному засобі розміщення зріс. Так у 2011 р. на одне місце закладу розміщення за рік припадало 13,1 тис. осіб, у 2014 р. цей показник становив 13,4, у 2018 р. – 23,4 тис. осіб. Тобто рівень навантаження на одне місце зріс у 1,78 раз за досліджуваний період.

Робота туроператорів та турагентів із залучення українців та іноземних туристів на туристичний ринок України також пов'язана із роботою колективних засобів розміщення. Адже чим більше туро-днів турист перебуває на території туристичної атракції тим більший дохід отримують суб'єкти, які забезпечують туристичне обслуговування подорожуючих. Сьогодні важливим є збільшення даного показника шляхом забезпечення оптимальних умов проживання для подорожуючих Україною. Не дивлячись на зменшення кількості колективних засобів розміщення протягом дослідженого періоду кількість подорожуючих зростає.

Так за 2011-2018 рр. кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами зростає у 2 рази і це загалом були виїзні туристи, ріст виключно по яким був у 3,2 рази. Кількість в'їзних (іноземних) туристів зменшилась на 158326 осіб, як і внутрішніх туристів на 258839 осіб.

Згідно поданих Держкомстатом статистичних даних побудовано рейтинг за 2018 р. в розрізі областей України, колективних засобів розміщення та показників ефективності їх роботи (рис. 2.2.4).

У 2018 р. найбільша кількість діючих колективних засобів розміщення функціонувала в Одеській області (177 од. – 11 % загального обсягу по Україні), м. Києві (140 од. – 9 %) та Львівській області (129 од. – 8 % загальної кількості діючих об'єктів).

Показник середньої тривалості перебування осіб у колективних засобах розміщення найвищий в Одеській області становив 2,4 од. у Львівській – 3,9 од. Даний показник мав найвище значення у колективних засобах розміщення Херсонської області (6,9 од.), Запорізької (5,8 од.) та Миколаївської (4,5 од.).



Рис. 2.2.4. Рейтинг областей України в розрізі кількості діючих колективних засобів розміщення та показників ефективності їх роботи у 2018 році

Найнижчий рівень середньої тривалості перебування відпочиваючих у колективних засобах розміщення у Чернігівській області (1,5 од.), Сумській (1,8 од.) та Черкаській (1,8 од.).

Кількість ночівель у колективних засобах розміщення найвища у Львівській, Одеській та Дніпропетровській областях. Даний показник найнижчий у колективних засобах розміщення Луганської, Сумської та Чернігівської областей.

Найбільша кількість осіб, що перебувала у 2018 р. в колективних засобах розміщення була у Львівській, Дніпропетровській та Київській областях, а найнижча у Луганській, Житомирській та Рівненській областях.

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, який може максимально задовольнити туристичні потреби подорожуючих [2; 7]. Приведення якості туристичних послуг до міжнародних стандартів, впровадження нових видів і форм обслуговування має стати пріоритетним напрямком розвитку готельної сфери, що дозволить повніше задовольняти потреби

клієнтів. Для цього необхідно наблизити власників готелів до процедури стандартизації готельних послуг з метою розвитку матеріально-технічної бази готелів з урахуванням їхньої спеціалізації та міжнародних вимог до рівня комфортності проживання. Тільки за вказаних умов підприємства готельного господарства зможуть стати центрами формування туристичних потоків та розвитку суміжних підприємств. Це стосується перш за все таких привабливих туристично-рекреаційних зон, як Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Полтавська, Рівненська, Херсонська, Чернівецька області, м. Київ.

Позитивно б сприяло виведенню туризму на якісно кращий рівень PR-компанії наших туристичних об'єктів, адже багато туристів, можливо, навіть не знають, що в комплексі може запропонувати їм Україна. Тобто недостатня інформованість про туристичні заклади відпочинку, тури країною, туристичні послуги також є негативним фактором у розвитку туризму. Не менш важливою залишається якість наданих туристичних послуг. За цим показником Україна поступається багатьом країнам. Нині рівень відповідної інфраструктури в нашій країні задовільний, але ще далекий від ідеального.

Висновки. Не дивлячись на позитивну динамку розвитку індустрії туризму в Україні за останні роки, її вплив на економіку країни поки що незначний. На це впливає ряд негативних факторів: відсутність реальних інвестицій; низьким рівнем готельного сервісу; дефіцитом кваліфікованих кадрів; недостатньою кількістю комфортабельних готельних місць.

Передбачувана економічна ефективність туристичної індустрії залежить не тільки від вибраної тактики та стратегії розвитку, але й від того, який економічний клімат буде встановлено у взаємовідносинах суб'єктів туристичного господарювання як між собою, так і з державою. Механізм формування таких відносин сьогодні перебуває у стадії становлення. Але очевидним є те, що розвиток туристичної індустрії має спиратись на нові методи

господарювання, ефективні організаційні структури, економічну свободу виробників туристичного продукту, що за умов наростаючої конкуренції забезпечить насичення туристичного ринку високоякісними послугами та сприятиме соціально-економічному прогресу території.

Ціллю функціонування закладів туристичної індустрії є забезпечення таких умов, в яких туристи бажатимуть збільшити періоди їх перебування в межах туристичних атракцій. В таких умовах виграють всі суб'єкти туристичної індустрії, які пов'язані із процесом забезпечення послуг в рамках туристичному продукту. Для підвищення показників середнього рівня перебування подорожуючих та кількості ночівель колективним закладам розміщення варто диверсифікувати послуги, які вони можуть надавати подорожуючим. Для реалізації новітніх продуктів та ефективної діяльності в туристичній сфері, підприємствам потрібно постійно пропонувати нові цікаві пропозиції для своїх споживачів.

Україна має надзвичайно великі перспективи в розвитку туристичного ринку послуг і туристичного бізнесу. Але, з іншого боку, щоб привабити туристів і розвивати туристичну галузь, потрібно виправити деякі проблеми, які гальмують розвиток туристичного бізнесу в Україні. Насамперед потрібно побороти фактори, які негативно впливають на розвиток туристичної сфери, і розвивати та вдосконалювати позитивні фактори.

Список використаних джерел

1. Горіна Г. Характеристика інфраструктурної складової дослідження середовища формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг / Г. Горіна // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Серія: Економічні науки. – 2016. – № 2 (63). – С. 121-127.

2. Ковальчук С. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування / С. Ковальчук, В. Миколишина // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 6. – Т. 4. – С. 60-65.

3. Ковешніков В. Інноваційні види туризму / В. Ковешніков,

О. Ліфіренко, Н. Стукальська // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 4. – С. 38-44.

4. Нагернюк Д. В. Формування конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії / Д. В. Нагернюк, Л. М. Нешадим, С. В. Тимчук // Економіка і суспільство. – 2017. – № 13. – С. 620-624

5. Рега М. Тенденції та перспективи розвитку управління підприємствами туристичної сфери в сучасному ринковому середовищі / М. Рега // Молодий вчений. – 2015. – № 5 (20). – С. 72-75. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/5/56.pdf>.

6. Сагалакова Н. Характеристика туристичного продукту як специфічного об'єкту ціноутворення / Н. Сагалакова // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 17. – С. 27-33.

7. Скляр Г. Економічна сутність та закономірності розвитку ринку туристичних послуг в Україні / Г. Скляр // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2014. – Вип. 1. – С. 106-112.

8. Статистична інформація. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

9. Neshchadym L. Methods for Monitoring and Analysis of Holidaymakers' Free Time in Tourism / L. Neshchadym, O. Lazariiev, Yu. Fernos, N. Komisarenko, S. Tymchuk, L. Movchan // Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020 : Conference proceedings (April 10-11, 2019). – Granada, 2019. – P. 7077-7081.

2.3. Competitive Development Strategies of Enterprises of Hotel and Restaurant Business in the Tourist Segment

Kalienik K. V., Balatska N. Yu.

Introduction. *The main component of the tourism industry is the hotel and restaurant business, which contains a huge range of services, and therefore is a major factor in the tourism industry and determines its prospects. Due to the current globalization and integration processes, the global hotel and restaurant services market has undergone a major transformation [1], which is why the issue of increasing the competitiveness of these enterprises in the market is becoming increasingly urgent.*

Полотай Богдана Ярославівна	старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Львівський торговельно-економічний університет
Решетило Лідія Іллівна	кандидат технічних наук, доцент кафедри товарознавства, технологій і управління якістю харчових продуктів, Львівський торговельно-економічний університет
Смирнов Ігор Георгійович	доктор географічних наук, професор кафедри країнознавства та туризму, академік АН ВО України, Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Тимчук Світлана Володимирівна	кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Уманський національний університет садівництва
Турчиняк Марія Климентівна	кандидат технічних наук, кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Львівський торговельно-економічний університет
Ущাপовський Артем Олегович	асистент кафедри готельно-ресторанної справи, Національний університет харчових технологій
Ящук Валентина Ігорівна	кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Львівський торговельно-економічний університет

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Практика і перспективи розвитку індустрії гостинності України

Монографія

Оригінал-макет видавництва Львівського торговельно-
економічного університету

Комп'ютерне верстання *Ю. Б. Миронов*

Підписано до друку 30.12.2019 р.

Формат 60x84/16. Папір офсетний.

Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.

12,5 др. арк. 11,63 ум. др. арк. 10,29 облік.-видавн. арк.

Тираж 500 прим. Зам. 98.

Віддруковано в друк. видавництва Львівського торговельно-економічного
університету

79005, м. Львів, вул. Туган-Барановського, 10. Тел. (032) 244-40-19.

e-mail: dbook@ukr.net

Свідоцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та
радіомовлення України (серія ДК № 5149 від 15.07.2016 р.)

