

КОН'ЮНКТУРНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ ЯК СКЛАДОВОЇ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

© 2015 РАХМАН М. С.

УДК 338.46(48).017

Рахман М. С. Кон'юнктурний аналіз розвитку готельної індустрії як складової туризму України

Мета статті полягає в дослідженні сучасного стану, основних проблем і перспектив розвитку індустрії гостинності в Україні як головної складової туристичної галузі. Обґрунтовано, що готельна послуга є ключовим параметром готельного продукту в наданні клієнтові різноманітного готельного сервісу. Виконано кон'юнктурний аналіз інфраструктури готелів та аналогічних засобів розміщення за типами та формами власності, а також структури розміщених осіб у динаміці. Досліджено вплив зально-політичних і соціально-економічних чинників на розвиток готельної галузі й зниження попиту серед внутрішніх та іноземних туристів. Запропоновано перспективні напрями розвитку туризму та готельного бізнесу з метою створення високоприбуткової туристичної галузі, яка змогла б задовольняти потреби внутрішніх та іноземних туристів у світлі останніх тенденцій з урахуванням природно-рекреаційного, соціально-економічного, історико-культурного потенціалів країни та її національних особливостей.

Ключові слова: послуга, готельний продукт, засоби розміщення, турист, іноземець, номерний фонд, рейтинг, прогноз.

Рис.: 5. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 21.

Рахман Махбубур Сидикович – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: rahmanms@yandex.ua

УДК 338.46(48).017

UDC 338.46(48).017

**Рахман М. С. Кон'юнктурный анализ развития гостиничной
индустрии как составляющей туризма в Украине**

**Rahman M. S. A Market Analysis of Hospitality Industry Development
as a Part of Tourism in Ukraine**

Цель статьи состоит в исследовании современного состояния, основных проблем и перспектив развития индустрии гостеприимства в Украине как главной составляющей туристической отрасли. Обосновано, что гостиничная услуга является ключевым параметром гостиничного продукта в предоставлении клиенту разнообразного гостиничного сервиса. Выполнен кон'юнктурный анализ инфраструктуры гостиниц и аналогичных средств размещения по типам и формам собственности, а также структуры размещенных лиц в динамике. Исследовано влияние общеполитических и социально-экономических факторов на развитие гостиничной отрасли и снижение спроса среди внутренних и иностранных туристов. Предложены перспективные направления развития туризма и гостиничного бизнеса с целью создания высокоприбыльной туристической отрасли, которая смогла бы удовлетворять потребности внутренних и иностранных туристов в свете последних мировых тенденций с учетом природно-рекреационного, социально-экономического, историко-культурного потенциалов страны и ее национальных особенностей.

The article is concerned with examining the current state, main problems and prospects of the development of hospitality industry in Ukraine as the main component of the travel and tourism industry. Hotel services are proved to be a key indicator of the hotel product providing customers with a wide range of hotel services. A market study of hotel infrastructure and other similar kinds of accommodation by ownership as well as the structure of accommodated guests in dynamics have been carried out. The influence of the general political, social and economic factors on the development of hospitality industry as well as decline in demand among domestic and foreign tourists have been considered. The perspective directions for travel and hospitality industry development have been offered to set up a highly profitable hospitality industry able to meet the needs of both domestic and foreign tourists according to the latest global trends, taking into account natural-recreational, socio-economic, historical-cultural of the country and its national characteristics.

Key words: service, hotel product, means of accommodation, tourist, foreigner, room supply, rating, forecast.

Pic.: 5. **Tabl.:** 3. **Bibl.:** 21.

Ключевые слова: услуга, гостиничный продукт, средства размещения, турист, иностранец, номерной фонд, рейтинг, прогноз.

Рис.: 5. **Табл.:** 3. **Библ.:** 21.

Рахман Махбубур Сидикович – кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента внешнеэкономической деятельности, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

Rahman Mahbubur S. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Marketing and Management of Foreign Economic Activities, V. N. Karazin Kharkiv National University (pl. Svobody, 4, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: rahmanms@yandex.ua

Сфера послуг (третинний сектор) утворює ядро постіндустріальної економіки [1] як виробничо-економічна система, функціонуючи за законами ринкової економіки в конкурентному середовищі, орієнтує свою діяльність (виробничі, торгово-технологічні, комерційні, організаційно-економічні процеси) на вимоги і потреби сучасного ринку [2] та в багатьох аспектах визначає її основні макроекономічні параметри, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, покращення добробуту населення.

Найвищі показники розвитку серед послуг спостерігаються у сфері міжнародного туризму, бо він одно-

часно впливає на розвиток економіки регіону і залежить від неї, саме тому заслуговує серйозної уваги.

Сьогодні обсяг бізнесу туризму дорівнює або навіть перевершує експорт нафти, продукти харчування або автомобілі. Розвиток туризму привів до зростання «індустрії гостинності» як головної складової туристичної галузі, яка охоплює готельне та ресторанне господарство, туристичні, транспортні та інші види послуг [3]. Готельний сервіс, надзвичайно поширений в інших країнах, містить у собі цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму та сприяє створенню додаткової кількості робочих місць в Україні.

Теоретичні аспекти готельного сервісу, закономірностей його розвитку і принципів взаємодії з іншими сферами послуг висвітлені у працях зарубіжних вчених: Ф. Бастія, Т. Хім, Р. Браймера, С. Бартлетта, К. Енергон-Томас, Дж. Р. Уокер, Х.-А. Шреплер та ін.

Значний науковий внесок у розробку структурно-типологічних ознак туристичного ринку, принципів його сегментації, територіальної організації та регіонального розвитку національної туристичної та готельної індустрії здійснили українські вчені В. М. Алієва-Барановська, Р. І. Балашова, І. К. Беляєвській, І. Дахно, В. Євдокименко, Н. Є. Кудла, Н. Коніщева, О. Любіцева, Е. У. Майдебура, М. П. Мальська, Р. М. Моторин, Г. Б. Мунін, В. Пазенок, П. Р. Пуцетайло, А. П. Румянцев, Н. С. Румянцева, Л. Г. Рождественська, Х. Й. Роглев, Є. В. Самарцев, В. Федорченко та ін.

Окремі теоретичні та прикладні аспекти функціонування готельного бізнесу досліджені в працях українських та російських вчених: А. Агафонові, В. Аполія, С. І. Байлика, М. Бойко, А. Виноградської, Р. Волкова, С. Василю, І. Єгорові, А. Іванові, В. Карсекіна, В. Квартальнова, Н. Кузнецові, М. Пивоварова, А. Румянцева, Т. Ткаченко.

Сьогодні успіх асоціюється не з володінням речами, а з якістю життя, тому міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу [4]. Сучасний стан господарювання вітчизняних підприємств готельного господарства характеризується нестійкими тенденціями розвитку, що в основному обумовлюється сезонними коливаннями попиту і неможливістю створення запасів специфічного продукту – готельної послуги [5], зростанням цін на послуги та недостатнім рівнем якості обслуговування при невисокій еластичності попиту [6], організаційним консерватизмом процесу управління та впливом зально-політичних і соціально-економічних чинників: події на Майдані, анексія Криму, війна на Сході, ускладнення відносин з Росією потягли за собою знецінення гривні, зниження матеріального добробуту населення та зменшення обсягів в'їзного туризму.

Головною метою політики у розвитку туризму та курортів на період до 2022 р. є створення умов для збільшення потоку туристів (як іноземних, так і внутрішніх), а також конкурентоспроможної розвинутої туристичної інфраструктури шляхом раціонального використання туристичних ресурсів, що сприятиме збільшенню обсягу надходжень до бюджетів усіх рівнів від провадження туристичної діяльності [7]. Необхідною умовою розвитку туризму в Україні є ефективне функціонування готельної індустрії, що дає близько 60% усіх доходів від туризму.

Метою статті є проведення кон'юнктурного аналізу сучасного стану індустрії гостинності в Україні (як головної складової туристичної галузі) та дослідження її основних проблем і перспектив розвитку.

Згідно з останнім випуском «Барометра міжнародного туризму» ЮНВТО, із січня по червень 2015 р. туристичними напрямками в усьому світі було прийнято близько 538 млн міжнародних туристів, що на 21 млн

більше в порівнянні з аналогічним періодом 2014 р., «незважаючи на зростання нестабільності, туризм продовжує закріплювати досягнуті ним за минулі п'ять років позитивні результати, забезпечувати розвиток та економічні можливості в усьому світі», – сказав Генеральний секретар ЮНВТО, Талеб Ріфаї [8]. В умовах посиленої конкурентної боротьби на міжнародному туристичному ринку зростає роль своєчасного та якісного надання послуг, активними учасниками якого є підприємства готельно-ресторанного бізнесу, що в більшості країн світу виокремились у самостійну галузь економіки.

З точки зору Г. Я. Круль [9], поняття «гостинність» (англійською «*hospitality*») походить від латинського «*hospitium*» (госпиції), в основі терміна лежить слово «*host*» (хазяїн), «*hospice*» (притулок), «*hotel*» (палац або будинок палацового типу, призначений для перебування в ньому важливих гостей).

Гостинність – це одне з понять цивілізації, яке завдяки прогресу і часу перетворилося на потужну індустрію, в якій працюють мільйони професіоналів, створюючи все краще для споживачів послуг (туристів). Індустрія гостинності включає в себе різні сфери діяльності людей – туризм, відпочинок, розваги, готельний і ресторанный бізнес, громадське харчування, екскурсійну діяльність, організацію виставок і проведення різних наукових конференцій.

Згідно із «Законом про туризм» [10]:

- ✦ *готель* – підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається з шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговуванням;
- ✦ *готельна послуга* – дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних і додаткових послуг, що надаються споживачу відповідно до категорії готелю;
- ✦ *аналогічні засоби розміщення* – підприємства будь-якої організаційно-правової форми власності, що складаються з номерів і надають обмежені готельні послуги, включно зі щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів [10].

Готельна послуга має споживчу вартість, результат якої може набувати як матеріальної, так і нематеріальної форми. Готельна послуга як товар суттєво задіяна у формуванні суспільного продукту та є ключовим у розумінні її сутності, сфери діяльності, закономірностей та тенденцій розвитку. Готельні послуги доцільно розглядати як провідну систему в структурі готельного комплексу. Головною метою такої системи є реалізація принципу гостинності.

У практиці управління широко використовується термін «готельний продукт», або продукт «готель», що підкреслює комплексний характер готельної пропозиції. З погляду маркетингу, на думку Мальської М. П.

[11], у терміні «продукт» поєднуються поняття «товари» і «послуги». При розгляді готельних послуг як «продукту» виділяють три рівні:

- ✦ окремі послуги і групи послуг;
- ✦ продукт «готель» як комплекс послуг;
- ✦ розширений продукт.

Ринок готельних послуг – це сукупність економічних відносин, пов'язаних з господарською діяльністю спеціалізованих підприємств у наданні клієнтові різноманітного готельного сервісу залежно від цін, які утворюються у процесі виробництва, реалізації та організації споживання цих послуг.

Кількість готелів в Україні порівняно з туристськими країнами світу незначна. У Великій Британії, наприклад, функціонує близько 260 тис. готелів. У країнах Європи кількість великих готелів становить 15–25% від загальної кількості готельних господарств, 75–85% – мотелі та готелі сімейного типу [12].

Український готельний ринок істотно поживався після перемоги України і Польщі в тендері на право проведення чемпіонату Європи з футболу «Євро-2012». У 2011 р. кількість готелів та аналогічних засобів розміщування зроста майже у двічі. За оцінками вітчизняних готельєрів, у 2012 р. в українські чотири- і п'ятизіркові готелі інвестовано 300 млн, і в столиці з'явилися 35 нових готелів на 100–250 номерів кожний [13].

Як футбольний захід, Євро-2012 пройшло на дуже високому рівні та довело здатність України приймати на своїй території великі міжнародні спортивні події. Якою ціною це далось країні – вже інше питання. Головне – аеропорти та стадіони були побудовані, у приймаючих містах відкрилися десятки нових готелів, на вулицях з'явилися покажчики англійською мовою, серйозних нарікань з боку іноземних гостей не було. У підсумку імідж країни як туристичного напрямку все ж таки дещо покращився [14]. Хоча фінал європейського чемпіонату з футболу і не став туристичним дивом, але в цілому додав балів іміджу України (з 133 країн) як туристичного напрямку у світовому туристичному рейтингу [15] в порівнянні з деякими сусідніми країнами за 2012 р. (табл. 1).

За індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму у 2013 р. Україна піднялася на 9 позицій за два роки (76-е місце в 3,98 бала із 140 країн), однак цей результат нижче більшості порівнюваних країн (Румунії – 4,04 бала та Росії – 4,16 бала). Україна випереджає Росію по регуляторному середовищу та за людськими ресур-

сами, але істотно програє практично за всіма складовими субіндексу бізнес-середовища та інфраструктури. Україна займає високі позиції за коефіцієнтом паритету купівельної спроможності (31-е місце), за винятком послуг українських аеропортів і готелів, ціни на які явно завищені (відповідно 107-е та 110-е місця). За станом культурних і природних ресурсів Росія входить в топ-40 країн світу, у той час як Україна посідає останні місця в першій сотні рейтингу. Якість навколишнього середовища в Україні оцінюється лише на рівні 104-го місця, а за кількістю відомих видів тварин Україна потрапляє лише на 82-е місце [15].

Згідно з даними Держкомстату, якщо у 2010 р. кількість готелів та аналогічних засобів розміщування становила 1731 одиницю, то у 2013 р. їх кількість складала 3582 (рис. 1)[16]. Гучні події 2014 р.: Майдан, анексія Криму, війна на Сході істотно вплинули на стан галузі та призвели до значної втрати готелів та аналогічних засобів розміщування.

Доходи від діяльності готелів та аналогічних засобів розміщування у 2014 р. скоротилися на 42% проти минулого періоду, що становило 3,4 млрд грн; було прийнято 3 813 970 осіб, що на 30% менше проти 2013 р., з яких 13,8% – іноземці (527 120 осіб) (рис. 2); у середньому в галузі було зайнято 26 644 штатних працівників (зменшення на 30%) [16].

Протягом 2011–2013 рр. іноземці складали приблизно 23% загальної кількості обслуговуваних осіб, а у 2014 р. – 13,8%. Це спричинено занесенням України багатьма країнами світу до «червоного поля», які не рекомендували своїм туристам відвідувати нашу країну. 97,1% іноземців від загальної кількості зупинялися в готелях, якщо у 2013 р. в готелях розмістилося 1 084 204 особи, то у 2014 р. – 485 048 осіб, що на 55% менше. Структурні зміни в розподілі іноземців, які зупинялися в готелях за 2013–2014 рр., за країнами світу представлено на рис. 3.

У зв'язку з політичною ситуацією різко скоротилася кількість туристів з Російської Федерації, які складали до 50% іноземних туристів в Україні у 2013 р., а в 2014 р. – 14,6%. Непряме підтвердження зниження інтересу туристів з Москви, Санкт-Петербурга та інших міст Росії, на думку Андрія Федоренка, підтверджує історія запитів в пошуковому сервісі Яндекс про рекламу готелів Одеси, кількість яких скоротилася з 33 тис. у 2013 р. до 13 тис. у 2014 р. [17]. Зміни відбулися стосовно всіх країн, звідки

Таблиця 1

Світовий туристичний рейтинг за 2012 р., у балах

Показники рейтингу	Болгарія	Польща	Росія	Україна
Індекс глобальної конкурентоспроможності в туризмі	50	58	29	77
Субіндекс людських, культурних, природних ресурсів	46	29	38	103
Субіндекс цінової конкурентоспроможності туризму	73	105	108	116
Пріоритетність туризму для уряду	101	126	127	125
Ефективність маркетингу та брендінгу	88	114	122	113

Джерело: розроблено автором за [15].

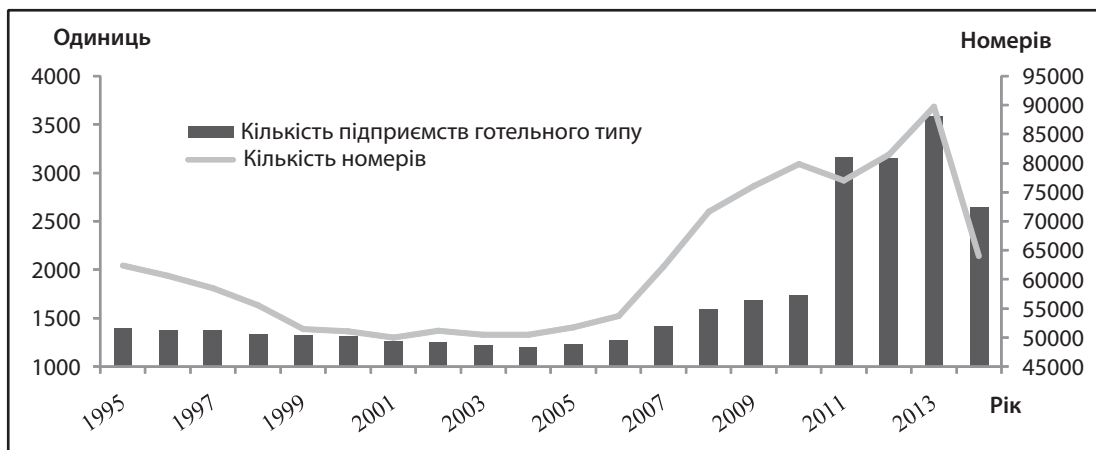


Рис. 1. Динаміка кількості готелів та аналогічних засобів розміщування й номерного фонду за 1995–2014 рр., одиниць
 Джерело: розроблено автором за [16].

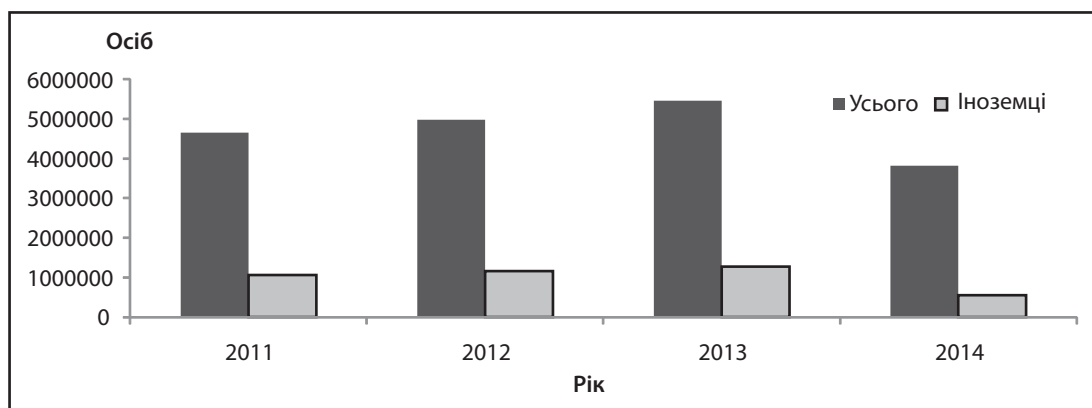


Рис. 2. Динаміка кількості розміщених осіб у готелях та аналогічних закладах, осіб
 Джерело: розроблено автором за [16].

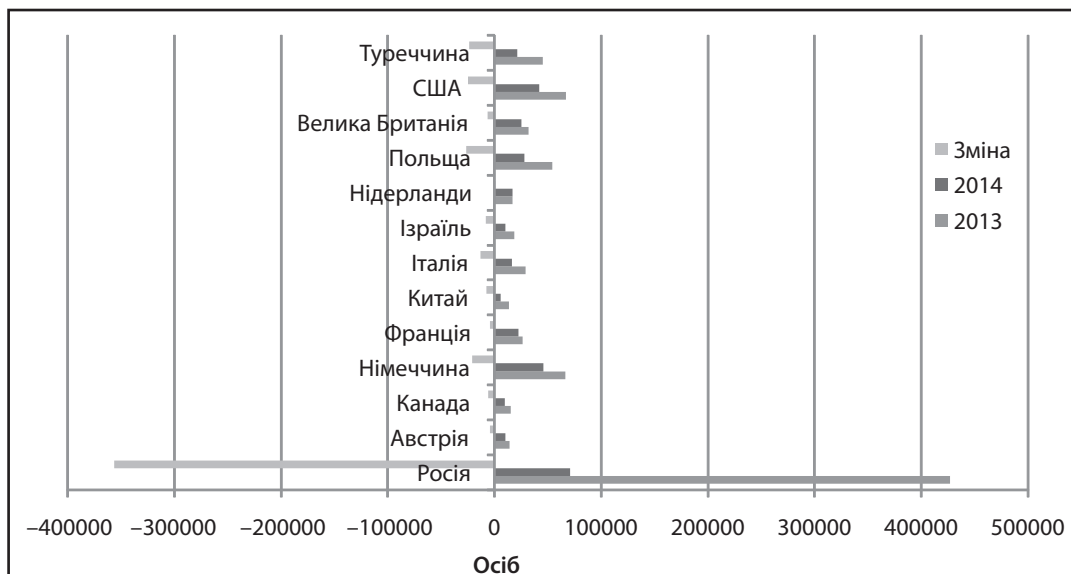


Рис. 3. Структурні зміни в розподілі іноземців, які були розміщені в готелях юридичної форми власності у 2013–2014 рр. за країнами, осіб

Джерело: розроблено автором за [16].

прибули туристи, за виключенням Нідерландів (-0,8%, або на 28 осіб менше проти минулого періоду).

Найбільш бажані клієнти для українських туроператорів, готелів, ресторанів – іноземці, тому відстеження світових трендів у туризмі допоможе зрозуміти першочергові очікування в іноземців і що потрібно зробити, щоб задовольнити їхні потреби. Складна політична ситуація «змусила» туристичну галузь не тільки міняти орієнтири із зовнішнього туризму на внутрішній, але і підштовхнула до об'єднання, до пошуку нових форм залучення туристів. У поведінці європейських туристів є загальні тенденції, однак існують і особливості: наприклад, жителів Мальти (12%) і Латвії (16%) менше приваблює сонце/пляж, ніж туристів з Греції (61%) і Словенії (66%) [17].

Залучити нового клієнта (туриста) набагато складніше, ніж якісно обслужити існуючого і мотивувати його на повторну покупку. За результатами маркетингового дослідження за підтримки Європейської Комісії – *Preferences of Europeans towards tourism* до мотивацій повторного відвідування того ж самого місця відпочинку європейські споживачі назвали природні особливості (48%) (рис. 4) [18]. А на другому місці – якість розміщен-

ня. Конкурувати за європейського туриста необхідно не цінами, а природними особливостями та якістю розміщення. Незважаючи на те, що рівень цін при виборі місця для відпочинку знаходиться на 4 місці (23%), при плануванні відпочинку фінансові причини є основними у відмові від подорожі.

Велика розмаїтість підприємств готельного обслуговування, а також періодична поява нових їх видів відрізняються за призначенням, місткістю, поверховістю, типами конструкцій, рівнями цін та комфорту, режимами експлуатації (цілорічні, сезонні), місцем розташування (місто, курорт тощо), функціональним призначенням, забезпеченістю харчуванням, тривалістю проживання в них, рівнями цін. Розподіл готельних підприємств за типами та їх структурні зрушення за 2011–2014 рр. представлено в табл. 2 [16].

Найбільш частку номерів їх загальної кількості у 2014 р. мали готелі – 80,8%, на мотелі припадало 2,7%, на хостели та кемпінги – по 0,4 та 0,2% відповідно, на гуртожитки – до 3,1%, решту 12,8% номерів містили інші заклади готельного типу (рис. 5).

Згідно зі звітом у 2011 р. в Україні було в 5 разів менше готельних номерів на 100 чоловік населення, ніж в Естонії, і у 2 рази менше, ніж у Туреччині. В Іспанії



Рис. 4. Маркетингові дослідження переваг європейських туристів стосовно повторного відвідування

Джерело: розроблено автором за [18].

Таблиця 2

Розподіл готельних підприємств за типами та їх структурні зрушення за 2011–2014 рр.

Тип	Кількість, од.				Темп зростання, %		
	2011	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Готелі	1398	1551	1761	1523	110,9	113,5	86,5
Мотелі	98	119	151	138	121,4	126,9	91,4
Хостели	5	9	24	28	180,0	266,7	116,7
Кемпінги	18	19	23	11	105,6	121,1	47,8
Гуртожитки	157	150	144	118	95,5	96,0	81,9
Інші	1486	1296	1479	827	87,2	114,1	55,9
Усього	3162	3144	3582	2645	99,4	113,9	73,8

Джерело: розроблено автором за [16].

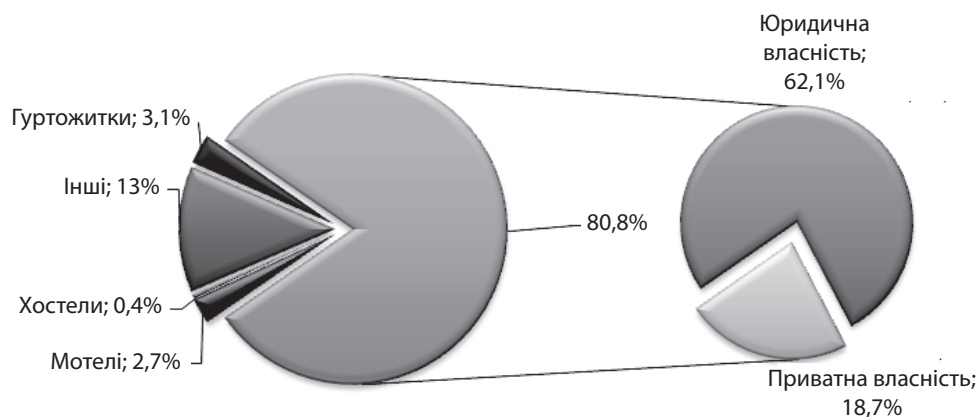


Рис. 5. Структура номерного фонду у 2014 р., %

Джерело: розроблено автором за [16].

припадає 2 номери на 100 людей, у Фінляндії – 1 номер. А в Україні – 0,2 номера [19]. Ціни в українських готелях вище, ніж у Туреччині. Можливо, це пов'язано з наявністю в Туреччині більшої кількості доступних номерів, з більш низькою вартістю, за рахунок чого вирівнюється вартість номера. У такому випадку турецькі готелі більше клієнтоорієнтовані, ніж українські.

Наявність достатньої кількості готельних номерів під час проведення ЄВРО-2012 було однією з вимог УЄФА до України. Потрібно було надати 19602 готельних номери в готелях 3-х категорій [13]. Переважну більшість номерного фонду у 2014 р. склали номери 1 категорії (стандарт), 39,05% юридичної власності та 15,0% – приватної. П'яту частину загального фонду становлять номери «Люкс», з яких 15,8% знаходяться в юридичній власності та лише 5,0% – у приватній. Найбільша частка готелів у юридичній формі власності – 76,9%, а мотелів, власниками яких є фізичні особи – підприємці, – 68,3% (табл. 3).

За регіонами заклади готельного господарства розташовані нерівномірно. Найбільшу кількість готелів, що знаходилися в юридичній формі власності, та номерний фонд у 2014 р. мали м. Київ (17551 готель на 10295 місць), Львівська область (10503 на 5292 місця) та Одеська область (7118 на 3657 місць) [16]. Ці регіони впливають на формування рейтингів туристичних

районів за наявністю закладів готельного господарства. Високі рейтинги столичного регіону пов'язані ще і з його особливим статусом та наслідками, що з цього випливають: адміністративним значенням, високим рівнем ділової активності, насиченим культурним життям тощо [13]. Як зазначила Ганна Журавська (засновник Sky Group): «завантаження готелів в минулі роки була на рівні 70%, а у 2014 році 30–50%. Одеса не була готова до різкого спаду туристичного потоку, а переорієнтуватися на внутрішнього туриста ще не встигла» [17].

Відсутність стандартів у визначенні зірковості, на думку голови Державного агентства України з туризму та курортів Олени Шаповалової, «дезорієнтує іноземних гостей і значно ускладнює процес усвідомленого вибору того чи іншого готелю... з більш ніж 3,7 тис. українських засобів розміщення лише трохи більше 200 мають офіційну категорію» [6]. Згідно з даними зі стандартизації в Україні у 2013 р. функціонували кілька п'ятизіркових готелів: «Palace Premier Hotel» у Харкові, «St. Sofia Regency Hyatt», «Intercontinental» та «Опера (Інтерн)» у Києві, «Donbass Palace» у Донецьку, «Україна» у Дніпропетровську та «Ортодокс» у Одесі. За результатами щорічного рейтингу найкращих готелів світу популярного туристич-

Таблиця 3

Розподіл номерного фонду у 2014 р. за типами готельних закладів та за формою власності, %

Тип	Разом	З них									
		Юр.	Фіз.	Люкс		Стандарт		2 категорія		3 категорія	
				Юр.	Фіз.	Юр.	Фіз.	Юр.	Фіз.	Юр.	Фіз.
Готелі	80,8	76,9	23,1	18,3	4,8	44,2	13,0	9,4	2,4	5,1	2,9
Мотелі	2,7	31,7	68,3	7,2	6,8	16,5	43,2	4,5	7,9	3,4	10,4
Хостели	0,4	44,9	55,1	1,2	0,0	1,6	15,0	32,8	8,1	9,3	32,0
Кемпінги	0,2	49,6	50,4	9,9	1,7	19,8	48,8	6,6	0,0	13,2	0,0
Гуртожитки	3,1	93,2	6,8	6,8	0,5	19,7	0,1	17,9	1,3	48,9	5,0
Інші	12,8	47,2	52,8	4,7	7,7	17,4	24,8	6,8	7,2	18,3	13,1
Усього	100,0	72,2	27,8	15,8	5,0	39,0	15,0	9,3	3,2	8,1	4,5

Джерело: розроблено автором за [16].

ного сервісу TripAdvisor в Україні звання найкращих у 2014 р. здобули готелі Львова, Києва та, як не дивно, Криму, які зараз перебувають під російською окупацією, а також головний готель Донецька, який знаходиться на території, контрольованій терористами з т. зв. ДНР [20]:

1. Mirrors Design Hotel, Київ
2. Crimea Breeze Residence, Ялта
3. Fairmont Grand Hotel Kyiv, Київ
4. Senator Apartments Maidan, Київ
5. Kharkiv Palace Premier Hotel, Харків
6. Villa Elena Hotel & Residence, Ялта
7. Mar Le Mar Club, Крим
8. InterContinental, Київ
9. Leopold Hotel, Львів
10. Hilton Kyiv, Київ
11. Hyatt Regency Kyiv, Київ
12. Wellnes SPA Hotel More, Алушта
13. Four Points by Sheraton Zaporozhye, Запоріжжя
14. Astoria Hotel, Львів
15. Continental, Одеса
16. Premier Palace Hotel, Київ
17. Swiss Hotel, Львів
18. Donbass Palace, Донецьк
19. Nobilis Hotel, Львів
20. Cosmopolite Hotel, Київ

Головною метою політики у розвитку туризму та курортів на період до 2022 р. є створення умов для збільшення потоку туристів (як іноземних, так і внутрішніх), створення конкурентоспроможної розвинутої туристичної інфраструктури шляхом раціонального використання туристичних ресурсів, що сприятиме збільшенню обсягу надходжень до бюджетів усіх рівнів від провадження туристичної діяльності [8].

За прогнозами Travel & Tourism Economic Impact 2015 р. [21], загальний внесок туризму у ВВП у 2015 р. очікується в розмірі 7,2% на суму 104,3 млрд грн, а до 2025 р. буде зростати щорічно на 3,8% і досягне 151,2 млрд грн (6,5% ВВП). До 2025 р. число міжнародних туристських прибуттів буде становити 18,1 млн осіб, а їх витрати складуть до 52,4 млрд грн [21].

ВИСНОВКИ

Подальший розвиток демократії, реформування нормативно-законодавчої бази та системи оподаткування, прозорість ведення бізнесу, політична незаангажованість та стабільність, визначення пріоритетних напрямів економічного розвитку держави та галузі зокрема – усе це забезпечить створення високоприбуткової туристичної галузі, яка задовольнить потреби внутрішнього та міжнародного туризму, з урахуванням природно-рекреаційного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалів країни, її національних особливостей. Для того, щоб очікування виправдалися, вітчизняна галузь потребує вдосконалення вже існуючих послуг і розвитку нових форм залучення клієнтів з обов'язковою підтримкою держави в таких напрямках:

- ✦ удосконалення нормативно-законодавчої бази підприємств галузі;
- ✦ налагодження потужної реклами вітчизняного туристичного продукту;
- ✦ подальший розвиток інтернет-комерції та соціальних медіа;
- ✦ впровадження сучасних інформаційних технологій, Internet- і мобільних додатків;
- ✦ покращення якості готельного продукту та сервісу стосовно індивідуальних потреб клієнтів;
- ✦ надання різноманітних туристичних продуктів у співвідношенні ціна та якість;
- ✦ розвиток ділового туризму: почасове надання конференц-зали для бізнес-послуг з безкоштовним доступом до оргтехніки, послуг Internet і Wi-Fi;
- ✦ залучення вітчизняних та іноземних інвесторів, кредитних коштів для будівництвом нових та модернізації вже діючих туристичних об'єктів;
- ✦ запровадження в туристичній галузі програм КСО та її основних принципів: відкритості, прозорості. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Рахман М. С. Статистичний аналіз кон'юнктури ринку міжнародних послуг / М. С. Рахман, О. Д. Колосовська // Сучасні тенденції в економіці та управлінні: новий вигляд : збірник матеріалів VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 10–11 квітня 2015 р.) / Східно-український інститут економіки та управління. – Запоріжжя : ГО «СІЕУ», 2015 – 144 с. (С. 9–13).
2. Мангушев Д. В. Услуги как индикатор роста макроэкономических показателей стран / Д. В. Мангушев // Бизнес Информ / Х. : ВД «ИЖЕК», 2014. – № 2. – С. 87–91.
3. Опанащук Ю. Я. Формування системи послуг у готельному господарстві України : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (економіка торгівлі та послуг)» / Ю. Я. Опанащук. – Львів, 2009. – 21 с.
4. Rahman, M. (2015). Economic and statistical research of international services as the development of the field of national economy / Mahbubur Rahman // International Scientific Journal. – 2015. – No 2. – P. 76 – 86 [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.inter-nauka.com/issues/2015/2/>
5. Мережа готелів в Україні в 2012 році збільшилась на 11% [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=201617&cat_id=201598
6. Европейские Звезды // ООО «Украинская Туристическая Газета» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://utg.net.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=1070&Itemid=38
7. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 серпня 2013 р. № 638-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-p>
8. World Tourism Barometer // UNWTO. – 2015 [Electronic resource]. – Mode of access : <http://media.unwto.org/press-release/2015-09-10/21-million-more-international-tourists-first-half-2015>
9. Круль Г. Я. Основи готельної справи : навч. посіб. / Г. Я. Круль. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.
10. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95 (зі змінами та доповненнями) // Верховна Рада України. – 1995

[Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>

11. Мальська М. П. Організація готельного обслуговування : підручник / М. Мальська, І. Пандяк, Ю. Занько. – К. : Знання, 2011. – 366 с.

12. Болотна О. В. Індустрія туризму в структурі зовнішньоекономічної діяльності України / О. В. Болотна // Ефективна економіка. – 2013. – № 10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2413>

13. Белоусова О. С. Актуальні проблеми готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах підготовки до Євро-2012 / О. С. Белоусова, О. С. Афанас'єва. – 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vviem/2011_2/4_1.pdf

14. На рекламу України во время подготовки к Евро-2012 было потрачено 178 млн грн [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://delo.ua/ukraine/na-reklamu-ukrainy-vo-vremya-podgotovki-k-evro-2012-bylo-potrachen-174595/>

15. The Travel & Tourism Competitiveness Report: Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation // World Economic Forum. – 2013 [Electronic resource]. – Mode of access: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf

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

17. Туризм в Украине (развитие туристического бизнеса) [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://socium.com.ua/2015/01/tourism-in-ukraine-development-of-tourism/>

18. Маркетинговые исследования: предпочтения европейских туристов [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://socium.com.ua/2014/07/marketing-research-european-tourists/>

19. Федоренко А. Развитие туризма в Украине (анализ туристической конкурентоспособности). Консалтинговая компания «SOCIUM» / А. Федоренко [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://socium.com.ua/2014/01/tourism-development-in-ukraine/>

20. TripAdvisor оприлюднив рейтинг найкращих готелів України // Рідна країна. – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ridna.ua/2015/01/tripadvisor-oprylyudnyv-rejtynh-najkraschyh-hoteliv-ukrajiny/>

21. Travel & Tourism Economic Impact Ukraine // WTTC. – 2015 [Electronic resource]. – Mode of access : www.wttc.org

REFERENCES

Bolotna, O. V. "Industriia turizmu v strukturі zovnishnyoekonomichnoi diialnosti Ukrainy" [The tourism industry in the structure of foreign trade of Ukraine]. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2413>

Bielousova, O. S., and Afanasieva, O. S. "Aktualni problemy hotelno-restorannoho biznesu v Ukraini v umovakh pidhotovky do YeVRO-2012" [Actual problems of hotel and restaurant business in Ukraine in preparation for Euro 2012]. http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vviem/2011_2/4_1.pdf

Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy. <http://www.ukrstat.gov.ua>

"Evropeyskie Zvezdy" [European stars]. http://utg.net.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=1070&Itemid=38

Fedorenko, A. "Razvitie turizma v Ukraine (analiz turistscheskoy konkurentosposobnosti). Konsaltingovaya kompaniya «SOCIUM»" [Tourism development in Ukraine (the analysis of the competitiveness of the tourism). Consulting company «SOCIUM»]. <http://socium.com.ua/2014/01/tourism-development-in-ukraine/>

Krul, H. Ya. *Osnovy hotelnoi spravy* [Fundamentals of hospitality]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 2011.

[Legal Act of Ukraine] (2013). <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-p>

[Legal Act of Ukraine] (1995). <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>

Malska, M., Pandiak, I., and Zanko, Yu. *Orhanizatsiia hotelnoho obsluhovuvannia* [Organization of hotel services]. Kyiv: Znannia, 2011.

Mangushev, D. V. "Usluhi kak indikator rosta makroekonomicheskikh pokazateley stran" [Services as an indicator of the growth of macroeconomic indicators of countries]. *Biznes Inform*, no. 2 (2014): 87-91.

"Marketingovye issledovaniia: predpochteniia evropeyskikh turistov" [Market research: the preferences of European tourists]. <http://socium.com.ua/2014/07/marketing-research-european-tourists/>

"Merezha hoteliv v Ukraini v 2012 rotsi zbilshylas na 11%" [Hotel Chain in Ukraine in 2012 increased by 11%]. http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=201617&cat_id=201598

"Na reklamu Ukrainy vo vremia podgotovki k Euro-2012 bylo potracheno 178 mln grn" [Advertising in Ukraine in preparation for Euro 2012 has been spent 178 million USD]. <http://delo.ua/ukraine/na-reklamu-ukrainy-vo-vremya-podgotovki-k-evro-2012-bylo-potrachen-174595/>

Opanashchuk, Yu. Ya. "Formuvannia systemy posluh u hotelnomu hospodarstvi Ukrainy" [Formation of services in the hotel industry of Ukraine]. *Avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.04*, 2009.

Rahman, M. "Economic and statistical research of international services as the development of the field of national economy". <http://www.inter-nauka.com/issues/2015/2/>

Rakhman, M. S., and Kolosovska, O. D. "Statystychnyi analiz koniunktury rynku mizhnarodnykh posluh" [Statistical analysis of the market conditions of international services]. *Suchasni tendentsii v ekonomitsi ta upravlinni: novyi vyhlid*. Zaporizhzhia: SIEU, 2015.9-13.

"Turizm v Ukraine (razvitie turistscheskogo biznesa)" [Tourism in Ukraine (development of tourism)]. <http://socium.com.ua/2015/01/tourism-in-ukraine-development-of-tourism/>

"The Travel & Tourism Competitiveness Report: Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation". World Economic Forum. http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf

"TripAdvisor oprylyudnyv reitynh naikrashchykh hoteliv Ukrainy" [TripAdvisor ranking published best hotels in Ukraine]. <http://ridna.ua/2015/01/tripadvisor-oprylyudnyv-rejtynh-najkraschyh-hoteliv-ukrajiny/>

"Travel & Tourism Economic Impact Ukraine". www.wttc.org

"World Tourism Barometer" UNWTO. <http://media.unwto.org/press-release/2015-09-10/21-million-more-international-tourists-first-half-2015>