

## МІКРОЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В РЕГІОНІ

©2020 СТЕГНЕЙ М. І., ХАУСТОВА К. М.

УДК 338.48  
JEL: D04; L1; L83; R59; Z39

### Стегней М. І., Хаустова К. М. Мікроекономічні чинники розвитку підприємств сфери гостинності в регіоні

Метою статті є дослідження основних мікроекономічних чинників розвитку підприємств сфери гостинності в регіоні в умовах змін. Наведено визначення регіонального мікросередовища підприємств сфери гостинності; систематизовано основні чинники економічного розвитку підприємств галузі. На основі проведеного аналізу визначено особливості, тенденції та проблеми розвитку підприємств готельного бізнесу в Закарпатській області. Досліджено основні мікроекономічні чинники, що формують кон'юнктуру регіонального ринку готельних послуг. Визначено особливості мікросередовища готельного бізнесу в регіоні, серед яких: недостатній рівень використання наявного природного, ресурсного та туристичного потенціалу території; посилення конкуренції на ринку; розвиток тіньового та «сірого» ринків готельних послуг, особливо в умовах обмежувальних заходів; скорочення кількості іноземних туристів; недостатній рівень розвитку різних форм туризму, що обмежує можливості готелів для розширення послуг. Запропоновано методи адаптації підприємств сфери гостинності для виживання та розвитку в нових макро- та мікроекономічних умовах, що передбачають насамперед: формування ефективної системи безпеки для гостей; дослідження цільових аудиторій і фокусування послуг на їх потреби; активізація розвитку різних форм туризму в регіоні, зокрема лікувального, екологічного, пізнавального, дитячого, та розробка відповідних готельних продуктів; активізація інноваційної діяльності та впровадження інформаційних технологій. Подальші дослідження спрямовуватимуться на розроблення методичних підходів до оцінювання мікросередовища підприємств сфери гостинності та їх використання для формування регіональної стратегії розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу в регіоні.

**Ключові слова:** мікросередовище, регіон, мікроекономічні чинники, сфера гостинності, конкуренція, конкурентні переваги, мікроекономічні показники, туристичні потоки.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-165-170>

Рис.: 1. Табл.: 1. Бібл.: 8.

**Стегней Маріанна Іванівна** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та фінансів, Мукачівський державний університет (вул. Ужгородська, 26, Мукачеве, 89600, Україна)

E-mail: [stegneym@gmail.com](mailto:stegneym@gmail.com)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4688-6447>

Scopus Author ID: 55683310600

**Хаустова Ксенія Михайлівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та управління економічними процесами, Мукачівський державний університет (вул. Ужгородська, 26, Мукачеве, 89600, Україна)

E-mail: [haustovksena@gmail.com](mailto:haustovksena@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3062-918X>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/AAR-2224-2020>

Scopus Author ID: 57200500150

UDC 338.48  
JEL: D04; L1; L83; R59; Z39

### Stehnei M. I., Khaustova K. M. The Microeconomic Factors of Development of Hospitality Sector Enterprises in the Region

The article is aimed at examining the main microeconomic factors of the development of hospitality sector enterprises in the region in the context of changes. The definition of regional micro-environment of the enterprises in the hospitality sector is provided; the main factors of economic development of enterprises of the industry are systematized. On the basis of the carried out analysis the peculiarities, tendencies and problems of development of hotel business enterprises in Zakarpattia region are defined. The main microeconomic factors that form the situation of the regional market of hotel services are examined. The peculiarities of micro-environment of hotel business in the region are defined, among which: insufficient level of use of the existing natural, resource and tourist potential of the territory; increased competition in the market; development of both the «shadow» and «gray» markets of hotel services, especially in the conditions of restrictive measures; reducing the number of foreign tourists; insufficient level of development of various forms of tourism, which limits the possibilities of hotels to expand services. The methods of adaptation of hospitality sector enterprises for survival and development in new macro- and microeconomic conditions are proposed, which include in the first instance: the formation of an effective security system for guests; researching target audiences and focusing services on their needs; intensification of development of various forms of tourism in the region, in particular therapeutic, ecological, educational, children's, and development of appropriate hotel products; intensification of innovation activity and introduction of information technologies. Further researches will focus on the development of methodological approaches to the assessment of the micro-environment of hospitality sector enterprises and their use for the formation of a regional strategy for tourism development and hotel-restaurant business in the region.

**Keywords:** micro-environment, region, microeconomic factors, hospitality sector, competition, competitive advantages, microeconomic indicators, tourist flows.

Fig.: 1. Tabl.: 1. Bibl.: 8.

**Stehnei Marianna I.** – D. Sc. (Economics), Professor, Professor of the Department of Economics and Finance, Mukachevo State University (26 Uzhhorodska Str., Mukachevo, 89600, Ukraine)

E-mail: [stegneym@gmail.com](mailto:stegneym@gmail.com)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4688-6447>

Scopus Author ID: 55683310600

**Khaustova Kseniia M.** – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Economic Management, Mukachevo State University (26 Uzhhorodska Str., Mukachevo, 89600, Ukraine)

E-mail: [haustovksena@gmail.com](mailto:haustovksena@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3062-918X>

Researcher ID: <http://www.researcherid.com/AAR-2224-2020>

У сучасних умовах, що характеризуються суттєвою нестабільністю політичних, економічних і соціально-демографічних процесів ефективність розвитку підприємств сфери гостинності залежить від здатності керівництва застосовувати сучасні методи аналізу та прогнозування середовища організації. Однією зі складових стратегічного та тактичного планування підприємств є аналіз мікросередовища, тобто чинників, що мають безпосередній вплив на розвиток суб'єктів господарювання та на які підприємства можуть також впливати шляхом розроблення комплексу тактичних дій і встановлення ефективних комунікацій.

Актуальність вивчення саме мікроекономічних аспектів розвитку підприємств сфери гостинності зумовлена тим, що даний вид економічної діяльності в силу своїх особливостей, серед яких виробництво та надання послуг безпосередньо споживачу (time in time) значною мірою залежить від кон'юнктури, що склалася в мікросередовищі. Забезпечення конкурентоспроможності, стабільності та розвитку підприємств гостинності потребує якісного інформаційного забезпечення та розроблення ефективних тактичних дій для адаптації підприємств до мінливого попиту, змін у конкурентному середовищі та впливу інших галузевих факторів.

Дослідженню проблем розвитку сфери гостинності на національному та регіональному ринку присвячено багато наукових праць, серед яких у даній статті використано роботи: Гоблика В. В., Черничко Т. В. [1], Завідної Л. Д. [4], Ковальчук Т. Г. [5], Лендела М. А., Мороховича В. С. [6], Сідиної Л. П. [7] та інших науковців. Попри значний науковий доробок, особливості регіонального мікросередовища підприємств сфери гостинності та їх вплив на розвиток підприємств галузі залишаються недостатньо дослідженими на сучасному етапі трансформаційних змін.

*Мета* написання статті – дослідження мікроекономічних чинників розвитку підприємств сфери гостинності в Закарпатській області в умовах ринкових змін.

Підприємства сфери гостинності, зокрема представники готельного та ресторанного бізнесу, функціонують у складних умовах висококонкурентного, динамічного та залежного від суттєвої кількості чинників середовища, що змушує керівництво шукати нові способи адаптації та трансформації господарської діяльності, товарної та цінової політики для забезпечення виживання та утримання ринкових позицій на довгострокову перспективу. Ефективність вказаних трансформаційних процесів, серед іншого, залежить від впливу факторів мікросередовища та розроблення дієвих механізмів швидкої адаптації.

Згідно з теорією менеджменту, будь-яка організація відкритого типу функціонує та розвивається під дією зовнішніх чинників, які умовно поділяють на дві групи – макроекономічні та мікроекономічні.

*Макроекономічні чинники* – сукупність умов і процесів, що здійснюють вплив на розвиток бізнесу у сфері певного виду економічної діяльності на рівні національної економіки та глобального оточення. Сила тиску таких чинників на розвиток підприємств галузі є приблизно однаковою. При цьому підприємства не мають можливості суттєво впливати на вказані чинники, вони можуть лише пристосовуватися. Стосовно сфери готельно-ресторанного бізнесу такими чинниками виступають насамперед:

- ✦ економічні (фіскальна, грошово-кредитна політика, рівень інфляції, доходи населення, стадія економічного циклу);
- ✦ соціально-демографічні (чисельність, структура та рух населення, національні особливості та менталітет, якість і стиль життя тощо);
- ✦ міжнародні (участь країни в міжнародних організаціях, міжнародна туристична мобільність, курс національної валюти);
- ✦ інфраструктурні (стан транспортно-логістичної інфраструктури, розвиток туристичної інфраструктури, інфраструктура зв'язку тощо).

*Мікроекономічні чинники* розвитку сфери гостинності в регіоні – це сукупність факторів, що формують кон'юнктуру готельно-ресторанного бізнесу та відповідного ринку в умовах регіонального середовища. До таких факторів можна віднести:

- ✦ рівень конкуренції на регіональному ринку готельних і ресторанных послуг;
- ✦ чисельність постійних і потенційних споживачів та їх сегментальну структуру;
- ✦ вплив постачальників та доступ підприємств до необхідних ресурсів;
- ✦ вплив місцевих органів влади на розвиток підприємств готельного бізнесу.

Варто зазначити, що саме на ці чинники підприємства можуть впливати шляхом формування ринкових стратегій і побудови системи ефективних комунікацій.

Погоджуємося з думкою Ковальчук Т. Г., що «діяльність готельно-ресторанного бізнесу в Україні стримують такі чинники, як некомпетентність персоналу, недосконала програма забезпечення та відсутність системи захисту інформації, незадовільний рівень комунікацій, невідповідність екологічним та санітарним нормам, неефективне ціноутворення, наявність дефіциту або понаднормових залишків ресурсів, відсутність іміджевих заходів» [5, с. 129]. Посилення конкурентних позицій як галузі в цілому, так і окремих представників готельно-ресторанного бізнесу потребує якісного інформаційно-аналітичного забезпечення та адекватних управлінських рішень, що базуються на аналізі ринку, вивченні зарубіжного досвіду та впровадженні сучасних технологій обслуговування.

Попри негативні тенденції суттєвого скорочення обсягів послуг сфери гостинності по всій території України у 2020 р. як наслідок обмежувальних карантинних заходів через пандемію COVID-19, банкрутства частини підприємств і скорочення персоналу, сфера готельно-ресторанного бізнесу залишається однією з пріоритетних галузей розвитку регіонального господарства.

Як зауважує Сідина Л. П., «розвиток готельно-ресторанної індустрії сьогодні є надзвичайно активним, оскільки достойні, конкурентоспроможні засоби розміщення та харчування є одним із важливих чинників стабільного і динамічного збільшення надходження коштів до бюджету, позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях народного господарства, підвищення зайнятості населення, розвитку в ринкових відносинах. Саме готельно-ресторанні підприємства виконують одну з важливих функцій в обслуговуванні: забезпечують туристів житлом, харчуванням і побутовими послугами» [7, с. 58].

Особливістю регіонального середовища розвитку готельного господарства в Закарпатті є вдале географічне положення регіону на перетині кордонів з країнами ЄС, наявність численних культурно-історичних пам'яток, унікальні природні умови та ресурси (термальні та лікувальні води), що в сукупності створює конкурентні переваги та приваблює значну кількість туристів. Разом із цим, існує багато проблем розвитку підприємств сфери гостинності, що зумовлюють недостатній рівень завантаження номерного фонду в різні сезони, сприяють відтоку частини туристів в інші регіони. Попри достатньо сильні природні конкурентні переваги, у галузі залишаються проблеми щодо недостатньої завантаженості номерного фонду, нестабільного попиту та низької рентабельності.

Проведений науковцями Ленделом М. А. та Мороховичем В. С. аналіз розвитку підприємств готельного бізнесу в Закарпатській області дозволив виявити такі основні недоліки:

- ✦ недостатній розвиток національної мережі готельних підприємств;
- ✦ недостатній рівень матеріально-технічного забезпечення;
- ✦ нерівномірність завантаження готельних номерів;
- ✦ високі витрати на утримання номерного фонду;
- ✦ високі тарифи на готельні послуги;
- ✦ низька якість наданих послуг;
- ✦ обмежена пропозиція додаткових послуг у межах готельних підприємств;
- ✦ конкуренція з боку індивідуальних засобів розміщення неготельного типу;
- ✦ низька якість обслуговуючого персоналу готелів;

- ✦ потреба відкриття спеціалізованих готельних підприємств;
- ✦ відсутність у структурі управління галузі відділу маркетингу;
- ✦ слабе програмно-інформаційне забезпечення;
- ✦ недостатній рівень управління (менеджмент) у межах підприємств готельного господарства [6, с. 67].

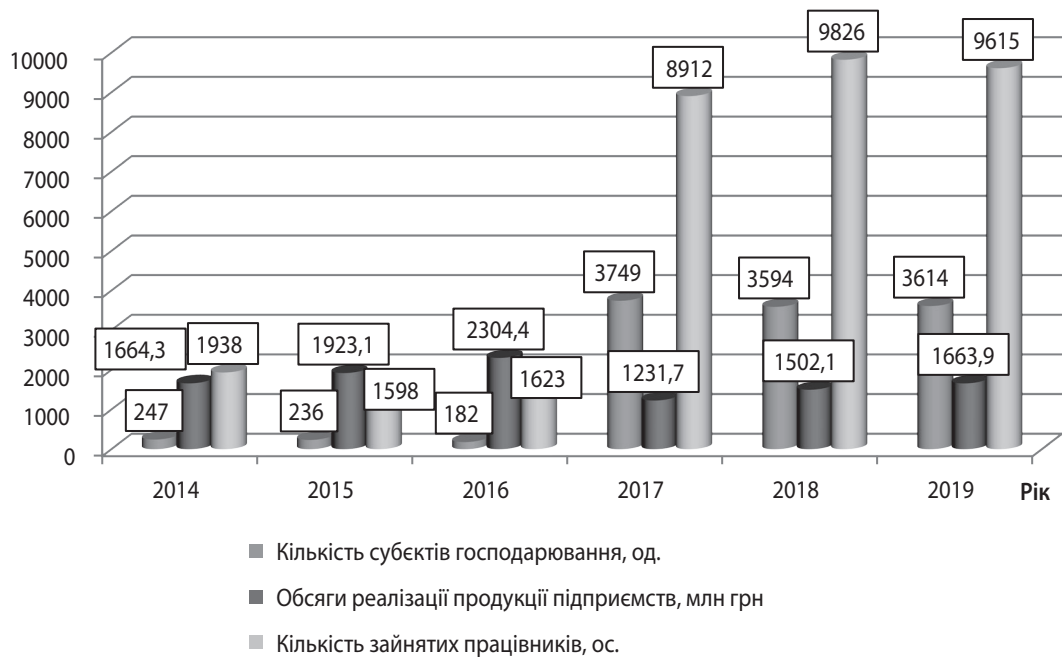
Розвиток сфери гостинності також впливає на стан мікросередовища в регіоні, економічне становище територіальних громад і забезпечення населення робочими місцями. Зокрема, за даними Державної податкової служби України [3], на початок 2019 р. обсяги надходження туристичного збору до місцевих бюджетів Закарпатської області склали 3802 тис. грн, що на 31% вище, ніж у 2016 р. і на 43% перевищує аналогічні показники 2014 р. У системі готельно-ресторанного бізнесу області у 2019 р. було зайнято 9615 осіб, що складає усього 1,9% загальної кількості зайнятих. Позитивним є збільшення робочих місць у даній сфері впродовж 2014–2019 рр. майже в 4 рази.

Основні мікроекономічні показники розвитку підприємств сфери гостинності за період 2014–2019 рр. відображено на *рис. 1*.

Тенденції розвитку сфери гостинності в Закарпатті за період 2014–2019 рр. свідчать, що галузь розвивається порівняно швидкими темпами. На думку науковців, «частково такий ефект пов'язаний зі зростанням ролі регіону в розвитку туристичного потенціалу України та спрямуванням частини внутрішніх туристичних потоків в область після окупації АР Крим, підвищенням туристичного іміджу. Попри окремі позитивні тенденції щодо зростання обсягів наданих послуг, певного нарощення інвестицій, залишаються проблеми збитковості та низького рівня рентабельності підприємств. Важливими чинниками економічної нестабільності є сезонний характер попиту на окремі послуги, відтік трудових ресурсів за кордон, підвищення цін на енергоносії, застаріла інфраструктура» [1, с. 171].

Впродовж дослідженого періоду в регіональному мікросередовищі галузі готельно-ресторанного бізнесу спостерігалися тенденції щодо збільшення кількості суб'єктів господарювання та чисельності зайнятих осіб. Зокрема, кількість суб'єктів, основним видом економічної діяльності яких зазначено «діяльність готелів, ресторанів та закладів розміщення», збільшилася з 2014 р. майже в 14 разів, а кількість зайнятих осіб – на 360%. Втім, незважаючи на суттєве збільшення кількості підприємств і чисельності зайнятих осіб, обсяги реалізації продукції та послуг не зазнали змін, що може пояснюватися напівтіньовою діяльністю значної частини підприємств.

Основними причинами збільшення кількості підприємств галузі є підвищення за цей період по-



**Рис. 1. Динаміка мікроекономічних показників підприємств сфери гостинності в Закарпатській області**

Джерело: сформовано за даними Головного управління статистики в Закарпатській області [2].

пулярності внутрішнього туризму, що викликало зростання попиту на готельно-ресторанні послуги та зміна статусу суб'єктів господарювання, тобто подібнення середніх підприємств на декілька та реєстрацією їх як суб'єктів малого підприємництва для зниження податкового навантаження.

Суттєву конкуренцію підприємствам готельно-го бізнесу складають приватні господарства, що утримують готельні номери та здають квартири гостям області, пропонують послуги розміщення та харчування за порівняно низькими цінами. Питома вага таких підприємств у 2019 р. складала 62%. Отже, статистичні дані свідчать про актуалізацію проблеми щодо підвищення рівня інформаційного, маркетингового забезпечення розвитку підприємств і формування конкурентних переваг суб'єктами сфери готельно-ресторанних послуг.

На думку Завідної Л. Д., «конкурентна перевага підприємства готельного бізнесу може бути забезпечена як відмінними особливостями продукту, що виробляється, так і сукупністю ресурсів, умінь, навичок, що характеризують внутрішній потенціал готелю. Тобто, конкурентна перевага готельного підприємства – це ті властивості готельних послуг, які створюють для готелю певну перевагу над її прямими конкурентами. Ці характеристики можуть бути неоднаковими і відноситись як до базових послуг готельного підприємства (розміщення, харчування), так і до додаткових послуг, технологій обслуговування клієнтів, до форм ринкового просування послуг, специфічним для конкретного готелю» [4, с. 158].

Ключовим елементом мікросередовища підприємств сфери гостинності є споживачі відповідних послуг. Слід відмітити, що основними споживачами послуг готельного бізнесу в Закарпатті є внутрішні та зовнішні туристи, що відвідують регіон з різними цілями. За даними Головного управління статистики в Закарпатській області [2], у 2019 р. туроператорами Закарпатської області надано послуги 28044 особам, з яких 114 іноземних туристів, 19962 виїзних туристів і 7968 – внутрішніх туристів. Основними цілями відвідування області стало дозвілля та відпочинок (95%) і спортивний туризм (5% респондентів).

Аналізуючи динаміку розвитку туризму в Закарпатській області за період 2014-2019 рр., слід відзначити певні позитивні тенденції щодо збільшення кількості обслуговуваних туроператорами та турагенствами туристів, збільшення внутрішніх туристичних потоків та суттєве зростання кількості виїзних туристів. Основні дані щодо туристичних потоків у Закарпатті наведено в *табл. 1*.

При аналізі динаміки туристичних потоків у Закарпатську область у 2014–2019 і 2010–2019 рр. можна відмітити певні структурні зміни, що позначилися на роботі підприємств досліджуваної галузі. Зокрема, починаючи з 2014 р., внаслідок ряду подій, серед яких – окупація частини територій України, зокрема АР Крим, і впровадження безвізового режиму з країнами ЄС, значна частина громадян області переорієнтувалася з внутрішнього на зовнішній туризм, а туристичні потоки з інших країн в область після практичної відсутності у 2014 р. поступово почали відновлюватися. При цьому слід відмітити достатньо суттєве

## Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагенствами в Закарпатській області, осіб

Рік	Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагенствами, усього	В'їзні (іноземні туристи)	Виїзні туристи	Внутрішні туристи
2010	52080	8425	11423	32232
2014	11625	6	9815	1804
2015	10656	13	7594	3049
2016	11601	68	7939	3594
2017	14652	102	10534	4016
2018	25348	183	18907	6258
2019	28044	114	19962	7968
Приріст 2019/2014, %	141	1800	103	342
Приріст 2019/2010, %	-46	-99	75	-75

Джерело: складено за даними [2].

зростання внутрішніх туристів, кількість яких після значного спаду у 2014 р. збільшилася впродовж наступних років на 342%. Разом із цим, порівнюючи відповідні показники з даними за 2010 р., бачимо значне падіння кількості іноземних і внутрішніх туристів, що негативно позначилося на рентабельності більшості підприємств.

Зважаючи на те, що основною ціллю туристичного відвідування Закарпатської області є розваги та спортивний туризм, підприємствам сфери гостинності необхідно приділяти більше уваги організації додаткових послуг і розваг для гостей, що позитивно вплине на рівень завантаження готелів у міжсезонний період. Як пропонують автори Тітомир Л. А. та Данилова О. І., «готельні підприємства приймають багато туристичних груп, їх вільний час необхідно зайняти, зокрема можна запропонувати послугу з ознайомленням із художньою творчістю, флористикою, основами ділового етикету, основами маркетингу у вигляді ігор, із наданням основ різних видів творчості. Окремі послуги, за наявності функціонування різноманітних центрів, таких, як срасалони, студії, більярдні, кімнати для ігор дітей, слід залишити для цілолітнього функціонування» [8, с. 142].

Слід додати, що зважаючи на поточні умови, що характеризуються численними обмежувальними заходами, зумовленими пандемією COVID-19, у 2020 р. кількість внутрішніх туристів (за даними експресмоніторингу Головного управління статистики в Закарпатській області) скоротилася на 68% за перші два квартали 2020 р. порівняно з аналогічними показниками попереднього періоду. За оцінками експертів, відновлення попиту до рівня 2019 р. займе не менше двох років.

Адаптація до нових умов потребує розроблення конкурентних стратегій, що враховують нові макрота мікроекономічні чинники і посилення заходів безпеки для туристів, пристосування готельних продуктів і послуг під існуючу ситуацію та нові потреби цільових аудиторій, налагодження ефективних комунікацій та активного впровадження нових технологій, зокрема інформаційних.

## ВИСНОВКИ

Мікросередовище підприємств сфери гостинності включає сукупність регіональних і галузевих чинників, що формують ринок готельних послуг і його кон'юнктуру. Аналіз особливостей, тенденцій і напрямків розвитку вказаних чинників є необхідною умовою формування конкурентоспроможного продукту, що забезпечить ефективне та стабільне функціонування підприємств у довгостроковій перспективі.

Проведений аналіз мікросередовища готельної індустрії в Закарпатській області показав, що основними тенденціями його розвитку можна відмітити такі:

- ✦ недостатній рівень використання наявного природного, ресурсного та туристичного потенціалів території;
- ✦ посилення конкуренції на ринку внаслідок зростання кількості суб'єктів господарювання, які пропонують послуги з розміщення в різних цінових категоріях;
- ✦ диференціація послуг проживання, впровадження додаткових послуг та орієнтація на цільового споживача;
- ✦ розвиток тіньового та «сірого» ринку готельних послуг, особливо в умовах обмежувальних заходів;

- ✦ скорочення кількості іноземних туристів, що негативно позначається на розвитку великих і середніх підприємств галузі;
- ✦ обмеженість цільових поїздок внутрішніх туристів у регіон виключно послугами, що передбачають розваги та відпочинок і, частково, спортивний туризм.

Ураховуючи вказані тенденції, основними стратегічними напрямками розвитку сфери гостинності в регіоні є:

- ✦ дослідження цільових аудиторій та фокусування послуг на їх потребах;
- ✦ активізація розвитку різних форм туризму в регіоні, зокрема лікувального, екологічного, пізнавального, дитячого, та розробка відповідних готельних продуктів;
- ✦ активізація інноваційної діяльності та впровадження інформаційних технологій, що дозволить підвищити якість інформаційного забезпечення потенційних споживачів та адаптацію до відповідних очікувань. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Хаустова К. М., Гоблик В. В., Черничко Т. В. Оцінка економічної стабільності розвитку підприємств сфери гостинності у регіоні. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»*. Вип. 1. С. 169–174. DOI:10.31339/2313-8114-2020-1(13)-168-174
2. Головне управління статистики в Закарпатській області. URL: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua>
3. Закарпатська область / Державна податкова служба України. URL: <https://tax.gov.ua/podatki-ta-zboriv/stavki-mistsevih-podatkov-ta-zboriv/zakarpatska-oblast>
4. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія. Київ : КНТЕУ, 2017. 600 с.
5. Ковальчук Т. Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2019. Вип. 23. Ч. 1. С. 126–130. URL: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23\\_1\\_2019ua/28.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23_1_2019ua/28.pdf)
6. Лендел М. А., Морохович В. С. Сучасний стан готельного господарства в Закарпатській області та прогнозування його розвитку. *Науковий вісник Ужгородського Університету. Серія «Економіка»*. 2019. Вип. 1. С. 65–70. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2019.1\(53\).65-70](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2019.1(53).65-70)
7. Сідина Л. П. Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України: теорія, практика, інновації розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 5. С. 58–62. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.5.58
8. Тітомир Л. А., Данилова О. І. Концептуальні стратегії розвитку готельно-ресторанних підприємств на півдні України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2019. Вип. 33. С. 138–142. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2019-33-27>

#### REFERENCES

- Holovne upravlinnia statystyky v Zakarpatskii oblasti. <http://www.uz.ukrstat.gov.ua>
- Khaustova, K. M., Hoblyk, V. V., and Chernychko, T. V. "Otsinka ekonomichnoi stabilnosti rozvytku pidpriemstv sfery hostynnosti u rehioni" [Valuation of Economic Stable Development of Hospitality Enterprises in the Region]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia «Ekononika»*, no. 1 (2020): 169-174. DOI:10.31339/2313-8114-2020-1(13)-168-174
- Kovalchuk, T. H. "Perspektyvy rozvytku hotelno-restoranno-ho biznesu v Ukraini v umovakh hlobalizatsii svitovoho hospodarstva" [Perspectives for the Development of Hotel and Restaurant Business in Ukraine under Conditions Globalization of the World Agriculture]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia «Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo»*. 2019. [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23\\_1\\_2019ua/28.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23_1_2019ua/28.pdf)
- Lendiel, M. A., and Morokhovych, V. S. "Suchasnyi stan hotelnoho hospodarstva v Zakarpatskii oblasti ta prohnozuvannia yoho rozvytku" [The Current State of the Hotel Industry in the Transcarpathian Region and Forecasting Its Development]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho Universytetu. Seriiia «Ekononika»*, no. 1 (2019): 65-70. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2019.1\(53\).65-70](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2019.1(53).65-70)
- Sidyna, L. P. "Perspektyvy rozvytku hotelno-restoranoi industrii Ukrainy: teoriia, praktyka, innovatsii rozvytku" [Prospects for Development of Hotel-Restaurant Industrial Ukraine: The Theory, Practice, Innovation of Development]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 5 (2019): 58-62. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.5.58
- Titomyr, L. A., and Danylova, O. I. "Kontseptualni stratehii rozvytku hotelno-restorannykh pidpriemstv na pivdni Ukrainy" [Conceptual Basis of the Development Strategy of Hotel and Restaurant Enterprises in the South of Ukraine]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, no. 33 (2019): 138-142. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2019-33-27>
- "Zakarpatska oblast" [Transcarpathian Region]. *Derzhavna podatkova sluzhba Ukrainy*. <https://tax.gov.ua/podatki-ta-zboriv/stavki-mistsevih-podatkov-ta-zboriv/zakarpatska-oblast>
- Zavidna, L. D. *Hotelnyi biznes: stratehii rozvytku* [Hotel Business: Development Strategies]. Kyiv: KNTEU, 2017.