

## ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ХАРЧОВОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ

©2019 МАЛКОВ Д. І.

УДК 338.012

JEL: L83

## Малков Д. І. Прогнозування розвитку туристичного та харчового бізнесу України та Польщі

Метою написання статті є вивчення стану і прогнозування тенденцій розвитку туристичного та харчового бізнесу України та Польщі. На підставі кількісних показників числа обслужених туристів, закладів громадського харчування та колективних засобів розміщення проведено динамічний аналіз сфери гостинності в обох країнах, що включає в себе туристичний, харчовий і комплементарний до них готельний бізнес. У результаті дослідження визначено тренди функціонування галузей сфери гостинності, побудовано та інтерпретовано прогнози їх подальшого розвитку. Встановлено, що за динамікою туристичного потоку, чисельністю та щільністю мережі закладів громадського харчування Україна поступає Польщі, а розвиток туристичного та харчового бізнесу в Польщі, на відміну від України, є збалансованим і поступальним. Згідно з прогнозами, такі ж тенденції можуть зберігатись і надалі. Прیدілено значну увагу аналізу факторів, що обумовлюють особливості функціонування досліджуваних галузей, та детермінантам розвитку харчового бізнесу. Виявлено розбіжності в темпах зростання доходів та купівельної спроможності населення, у витратах на харчування поза домом і в частці ринку громадського харчування в обох країнах. Здійснено аналіз і прогнозування інфраструктури готельного бізнесу досліджуваних країн у зіставленні з країнами Євросоюзу. Встановлено незначну питому вагу колективних засобів розміщення обох країн у Євросоюзі та можливості її збільшення для Польщі. Проведення дослідження дає право передбачати, що вітчизняній сфері гостинності важко буде змагатись із польською, яка за обсягами і темпами зростання розвивається динамічніше. Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є дослідження механізмів управління та розробка ефективних управлінських рішень з орієнтацією на українську унікальність.

**Ключові слова:** споживач, туризм, харчування, готель, бізнес, тренд, прогнозування.

**DOI:** <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-9-152-160>

**Рис.:** 9. **Табл.:** 4. **Бібл.:** 11.

**Малков Денис Ігоревич** – аспірант, Національний університет водного господарства та природокористування (вул. Соборна, 11, Рівне, 33028, Україна)

**E-mail:** den\_malkov@ukr.net

УДК 338.012

JEL: L83

UDC 338.012

JEL: L83

## Малков Д. И. Прогнозирование развития туристического и пищевого бизнеса Украины и Польши

Целью написания статьи является изучение и прогнозирование тенденций развития туристического и пищевого бизнеса Украины и Польши. На основании количественных показателей численности обслуженных туристов, заведений общественного питания и коллективных средств размещения проведен динамический анализ сферы гостеприимства обеих стран, включающий в себя туристический, пищевой и комплементарный к ним гостиничный бизнес. В результате исследования определены тренды функционирования отраслей сферы гостеприимства, построены и интерпретированы прогнозы их дальнейшего развития. Установлено, что по динамике туристического потока, численности и плотности сети заведений общественного питания Украина уступает Польше, а развитие туристического и пищевого бизнеса в Польше, в отличие от Украины, является сбалансированным и поступательным. Согласно прогнозам, такие же тенденции могут сохраняться и в дальнейшем. Уделено значительное внимание анализу факторов, обуславливающих особенности функционирования исследуемых отраслей, и детерминантам развития пищевого бизнеса. Выявлены расхождения в темпах роста доходов и покупательной способности населения, расходах на питание вне дома и доле рынка общественного питания в обеих странах. Осуществлены анализ и прогнозирование инфраструктуры гостиничного бизнеса исследуемых стран в сопоставлении со странами Евросоюза. Установлен незначительный удельный вес коллективных средств размещения обеих стран в Евросоюзе и возможности его увеличения для Польши. Проведенное исследование дает право предполагать, что отечественной сфере гостеприимства трудно соревноваться с польской, которая по объемам и темпам роста развивается динамичнее. Перспективы дальнейших исследований в данном направлении заключаются в исследовании механизмов управления и разработке эффективных управленческих решений с ориентацией на украинскую уникальность.

**Ключевые слова:** потребитель, туризм, питание, гостиница, бизнес, тренд, прогнозирование.

**Рис.:** 9. **Табл.:** 4. **Библ.:** 11.

**Малков Денис Игоревич** – аспірант, Національний університет водного господарства та природокористування (вул. Соборная, 11, Ровно, 33028, Украина) **E-mail:** den\_malkov@ukr.net

## Malkov D. I. Forecasting the Development of Tourism and Catering Business in Ukraine and Poland

The purpose of writing the article is to study and forecast the tendencies of the tourism and the catering business of Ukraine and Poland. Based on the quantitative indicators of the number of tourists served, catering facilities and collective accommodation facilities, a dynamic analysis of the hospitality sphere of both countries is carried out, including tourism, catering and the complementary hotel business. As a result of the study, trends in the functioning of the hospitality industries are defined, forecasts of their further development are elaborated and interpreted. It is determined that in terms of dynamics of the tourist flow, the number and density of the network of catering facilities, Ukraine is inferior to Poland, and the development of tourism and catering business in Poland, unlike Ukraine, is balanced and progressive. The same tendencies are projected to continue in the future. Much attention is paid to the analysis of the factors that determine the functioning of the researched industries and the determinants of development of the catering business. Differences in the rates of income growth and purchasing power of the population, out-of-home catering costs and the share of the catering market in both countries are identified. The hotel infrastructure of the researched countries in comparison with the EU countries are analyzed and forecasted. A small share of the collective means of accommodation of both countries in the European Union and the possibility of increasing it for Poland are determined. The study provides grounds to assume that for the domestic hospitality sector is difficult to compete with the Polish, which in terms of volume and growth rates is developing more dynamically. Prospects for further research in this direction are the study of management mechanisms and the development of effective management solutions with a focus on Ukrainian uniqueness.

**Keywords:** consumer, tourism, catering, hotel, business, trend, forecasting.

**Fig.:** 9. **Tabl.:** 4. **Bibl.:** 11.

**Malkov Denys I.** – Postgraduate Student, National University of Water and Environmental Engineering (11 Soborna Str., Rivne, 33028, Ukraine)

**E-mail:** den\_malkov@ukr.net

Головним соціально-економічним завданням держави у суспільстві є виконання взятих на себе зобов'язань. Для цього державі необхідні ресурси, які вона одержує від бізнесу. Тому розвиток бізнесу і створення сприятливих умов для його функціонування є одним із пріоритетних завдань держави.

Формування доданої вартості бізнесовими структурами можливе лише шляхом задоволення потреб споживачів. Сучасні споживачі є мобільними та зорієнтовані на все більше пізнання світу. Вони, в основному, мають гедоністичну поведінку, яка спрямована на відпочинок і розваги, та бажання отримати нові враження. Саме тому в суспільстві відбувається розвиток тієї діяльності, яка спрямована на задоволення такої поведінки споживача та його платоспроможного попиту шляхом продукування цілого спектра послуг. Цю функцію виконує сфера гостинності, яка об'єднує такі види бізнесу, як туристичний, харчовий і готельний та дотичні до них транспортний і атрактивний.

У структурі сфери гостинності першість має туризм, бо він є постачальником споживачів для інших видів бізнесу: харчового та готельного. Зауважимо, що швидкість є характерною ознакою сучасного розвитку соціуму. Тому туристи завжди скоріше задовольняють потребу в харчуванні, аніж у проживанні. Саме з огляду на це, вважаємо за необхідне спрогнозувати розвиток туристичного та харчового бізнесу, який займає другу позицію, а готельний – останню у структурі сфери гостинності.

Питаннями, пов'язаними з функціонуванням сфери індустрії гостинності й аналізом її розвитку, останніми роками займалися такі вчені, як Браймер Р. [1], Дишкантук О. та Мартієнко А. [2], Мазур В. [3],

Мальська М. [4], Похомчикова Є. [5], Уокер Дж. [6] та ін. Проте питання прогнозування розвитку сфери гостинності як складової бізнесу залишається актуальним.

Метою статті є вивчення стану та прогнозування тенденцій розвитку туристичного та харчового бізнесу. У прогнозуванні бізнесу важливо спершу оцінити часові тренди розвитку та на їх основі здійснювати прогнозування. Окрім того, реалізовувати це варто у порівнянні з найближчими конкурентами, які знаходяться поруч як територіально, так і мають подібні, проте не тотожні, природно-кліматичні умови та історико-культурну спадщину. Саме це породжує значний інтерес щодо дослідження розвитку туристичного та харчового бізнесу як пріоритетних складових сфери гостинності в Україні та в сусідній країні – Польщі. Обидві країни мають такі види бізнесу, проте важливо вивчити обсяги, динаміку та побудувати прогнози розвитку для обох країн.

Динамічна оцінка кількості туристів, що відвідали Україну та Польщу впродовж 2011–2017 рр. (табл. 1) свідчить, що туристичний потік до Польщі за обсягами був у 5–10 разів більший від українського.

Для України 2014 р. був катастрофічним за кількістю туристів, а особливо іноземних, коли їх кількість скоротилася в понад 10 разів. Звісно, що скорочення потоку туристів відобразилося на розвитку туристичного бізнесу в Україні, і він почав переживати кризовий стан. Проте з 2016 р. туристичний бізнес вийшов з кризи і почав нарощувати свої обсяги. Рівня найуспішнішого 2013 р. у 2017 р. він ще не досяг по загальному потоку, але поступово нарощує потік іно-

Таблиця 1

Динаміка туристичного потоку Польщі та України, тис. осіб

Кількість туристів, тис. осіб												
Рік	Польща						Україна					
	Усього	у т. ч. іноземці	Приріст до попереднього року				Усього	у т. ч. іноземці	Приріст до попереднього року			
			Усього туристів		Іноземців				Усього туристів		Іноземців	
			тис. осіб	%	тис. осіб	%			тис. осіб	%	тис. осіб	%
2011	21 477	4 398	–	–	–	–	2199,977	234,271	–	–	–	–
2012	22 635	5 023	1 158	105,4	625	114,21	3000,696	270,064	800,719	136,4	35,793	115,3
2013	23 401	5 242	766	103,4	219	104,36	3454,316	232,311	453,62	115,1	–37,753	86,0
2014	25 084	5 512	1 683	107,2	270	105,15	2425,089	17,07	–1029,23	70,2	–215,241	7,3
2015	26 492	5 746	1 408	105,6	234	104,25	2019,576	15,159	–405,513	83,3	–1,911	88,8
2016	30 108	6 379	3 616	113,6	633	111,02	2549,606	35,071	530,03	126,2	19,912	231,4
2017	31 989	6 804	1 881	106,2	425	106,66	2806,426	39,605	256,82	110,1	4,534	112,9

Джерело: складено за даними [7; 8].

земних туристів, хоча до періоду 2013 р. ще далеко. Існуючий тренд функціонування туристичного бізнесу дає можливість спрогнозувати його розвиток на період до 2020 р. (рис. 1).

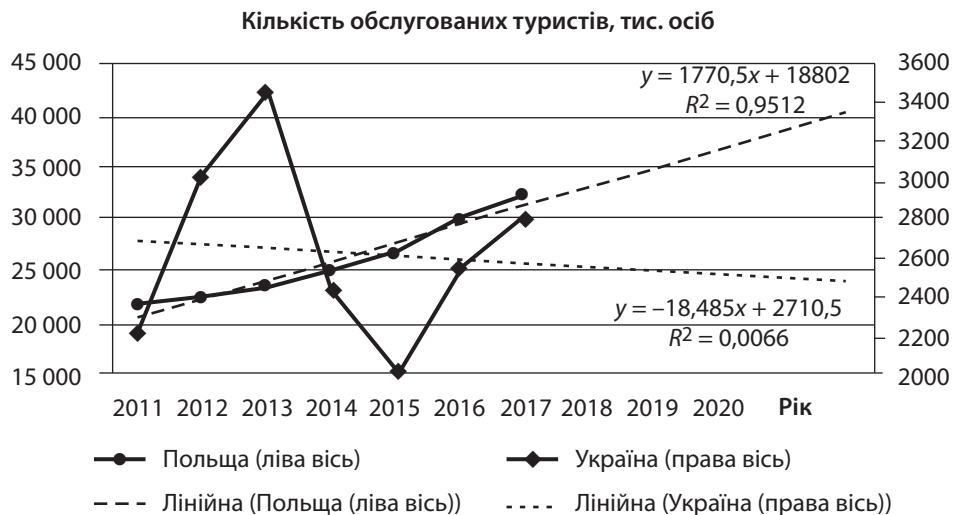
**М**ожна стверджувати, що за збереження існуючих умов туристичний бізнес у Польщі розвиватиметься по висхідній. В Україні виявити усталений тренд за лінійним підходом неможливо. Проте можна стверджувати, що відправною точкою в розвитку став 2015 р., у якому намітилося поживлення на ринку. Однак використання математичних (формальних) методів прогнозування в економіці має суттєве обмеження у формуванні достовірних прогнозів, бо дієві управлінські рішення можуть їх перекреслити та забезпечити довготривалу висхідну динаміку розвитку.

Комплементарним до розвитку туристичного бізнесу є харчовий, який здебільшого трактується як громадське харчування. Важливо також оцінити динаміку його обсягів, структури і спрогнозувати роз-

виток у Польщі та в Україні. Кількість закладів громадського харчування в Польщі у 2016 р., порівняно з 2010 р., хоча і зменшилася на 1,5%, проте залишається значно вищою, ніж в Україні (рис. 2).

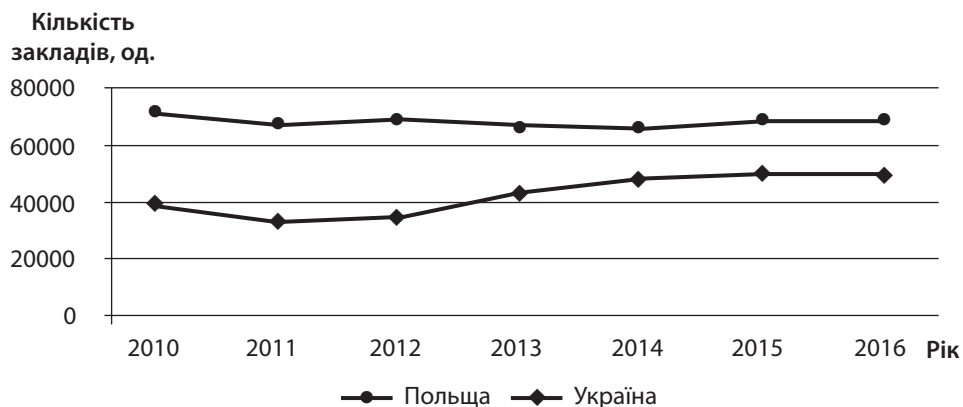
За кількісними показниками щільності мережі Україна поступається Польщі. Проте в Україні відбувається поступове розширення мережі (нарощення потенціалу), а в Польщі – її відновлення (табл. 2).

**У**структурі закладів в Україні переважають ідальні та кафе, закусочні та буфети. У [9] прогнозують позитивні перспективи для розвитку останніх, оскільки вони пропонують споживачам послуги, схожі з ресторанными, але за нижчими цінами. Ідальні залишаються ще одним перспективним напрямком розвитку мережі, оскільки їх питома вага у структурі закладів громадського харчування у 2010–2013 рр. була найбільшою та стабільно зростала (рис. 3). У Польщі найбільша питома вага належить ресторанам та іншим закладам (кафе), при цьому частка ресторанів зменшується, а кафе – зростає (рис. 4).



**Рис. 1. Прогнозування розвитку туристичного бізнесу в Польщі та Україні**

Джерело: складено за даними [7; 8].



**Рис. 2. Динаміка змін кількості закладів громадського харчування в Україні та Польщі**

Джерело: складено за даними [7; 8].

Щільність мережі закладів громадського харчування України та Польщі

Рік	Кількість закладів на 10 тис. осіб постійного населення		Кількість осіб постійного населення на 1 заклад	
	Україна	Польща	Україна	Польща
2010	8,7	18,3	1154	547
2011	7,5	17,5	1326	572
2012	7,9	17,9	1271	560
2013	9,6	17,4	1037	575
2014	11,6	17,2	865	580
2015	11,8	17,8	845	562
2016	11,8	18,1	845	554

Джерело: складено за даними [7; 8].

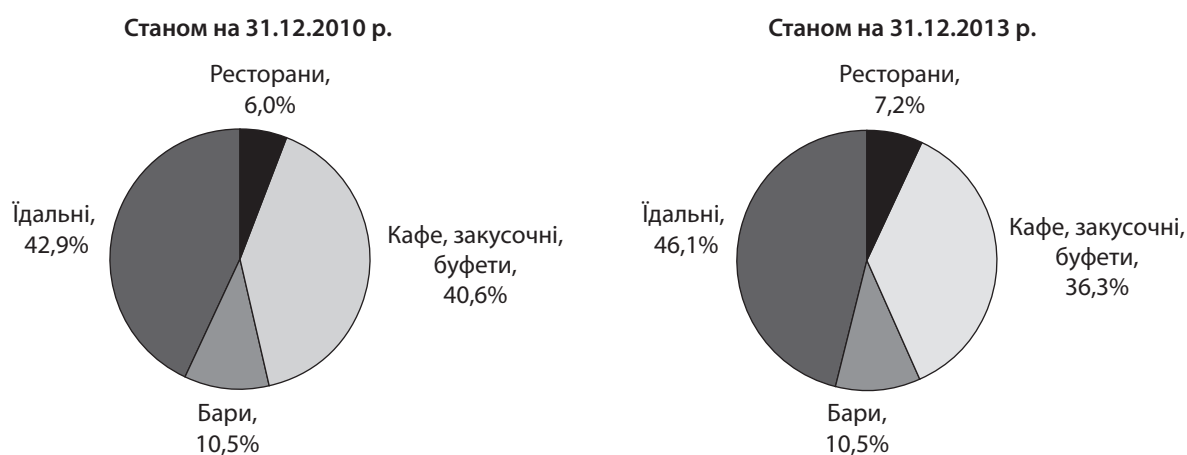


Рис. 3. Структура закладів громадського харчування України, %

Джерело: складено за даними [7].

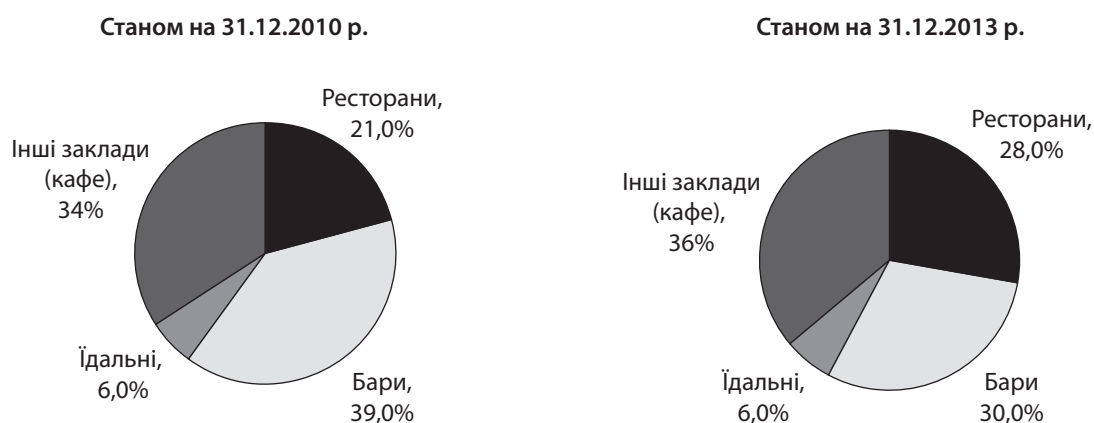


Рис. 4. Структура закладів громадського харчування Польщі, %

Джерело: складено за даними [8].

У [10] нами встановлено, що, незважаючи на щорічне зростання (крім 2014 р.) обсягів виручки від реалізації продукції громадського харчування в Україні, частка ринку громадського харчування упродовж 2010–2016 рр. істотно не змінилась і становила в середньому 2,8% сукупного роздрібного товаро-

обороту країни та 0,8% ВВП країни. За показником частки роздрібного товарообороту ресторанного господарства в сукупному роздрібному товарообороті країни галузь у 2016 р. досягла рівня 2010 р., а за часткою у ВВП – рівня 2014 р.

Купівельна спроможність населення, розрахована як відношення середньомісячного доходу до прожиткового мінімуму, зростала темпами вищими, ніж частка ринку галузі в усіх роках, крім 2013 і 2016 рр., що формує певний потенціал для його розвитку. При цьому витрати домогосподарств на харчування поза домом хоч і зростали щороку у фактичних цінах, але їх частка в сукупних витратах домогосподарств суттєво не змінилась і становила 1,8% у 2010–2014 рр., 1,7% – у 2015 р. і 2% – у 2016 р. [10].

Зростання доходів населення і домогосподарств де-юре є потенціалом для розвитку сфери громадського харчування. Проте де-факто на продукти харчування домогосподарства витрачають близько половини своїх доходів, а витрати на харчування поза домом є стабільно низькими (рис. 5).

Причини такого диспаритету – як ментальні, так і чисто економічні, пов'язані із загальним станом економіки та доходами населення.

У Польщі частка ринку громадського харчування щорічно, крім 2011 р., зростає і у 2015 р. становила 1,64% ВВП країни. Аналогічно зростають і купівельна спроможність та доходи населення. На відміну від українських тенденцій, у Польщі частка витрат на харчування поза домом і готелі в структурі доходів та витрат населення зростає (wydatki na 1 osobę na restauracje i hotele) і становить 4,56% від середньомісячних сукупних витрат у 2017 р. проти 2,31% у 2010 р. і 3,36% від сукупних доходів (проти 1,92% у 2010 р.) (рис. 6).

На противагу цьому, витрати населення на продукти харчування та безалкогольні напої упродовж 2010–2017 р. є відносно сталими і становлять у середньому 24% від загальної суми місячних витрат одного мешканця, а щодо доходу – зменшуються і у 2017 р. становили 17,93% від середньомісячного доходу проти 20,63% від доходу у 2010 р. (рис. 7).

Таким чином, в Україні існує незбалансованість розвитку системи громадського харчування та мережі закладів. Оцінка існуючих трендів розвитку харчового бізнесу в Україні дає підстави прогнозувати його зростання за умови зростання купівельної спроможності населення, а отже, зростання ринку. Щодо Польщі, то прогнозуємо подальше зростання харчового бізнесу, оскільки зростає ємність ринку. Підтвердженням цього є постійне, впродовж останніх 2010–2017 рр., зростання витрат на харчування поза домом і в готелях.

Така тенденція обумовлює доцільність дослідження інфраструктури готельного бізнесу в обох країнах та зіставлення з країнами Євросоюзу. Оцінка динаміки функціонування кількості колективних засобів розміщення в Євросоюзі, Україні та Польщі

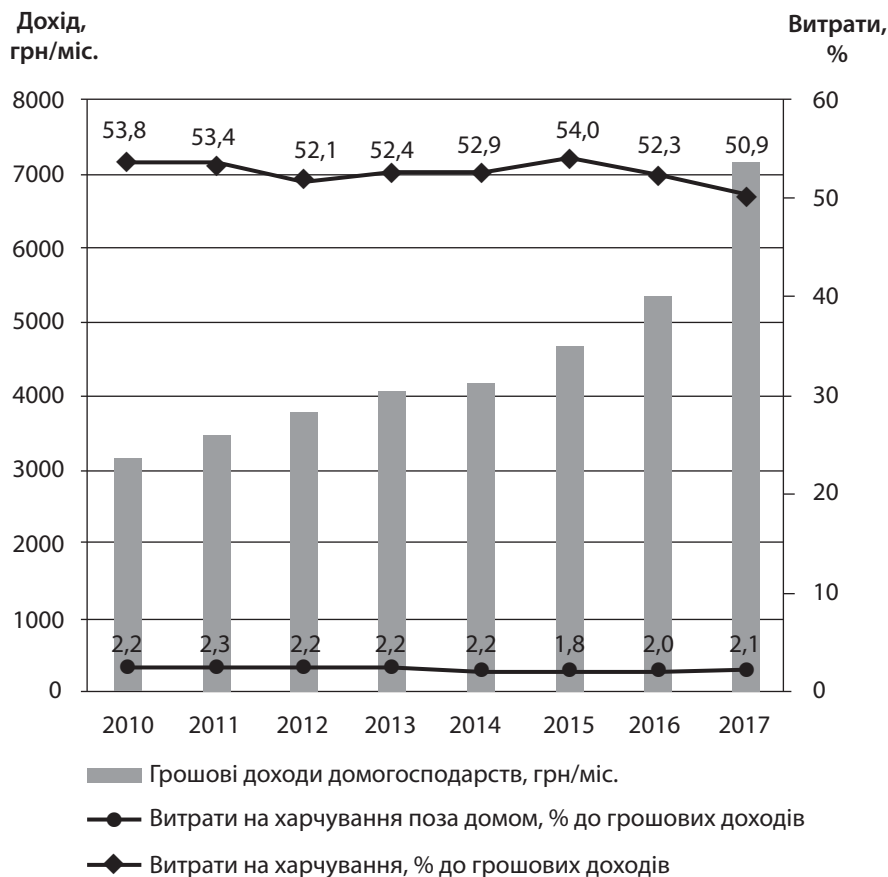
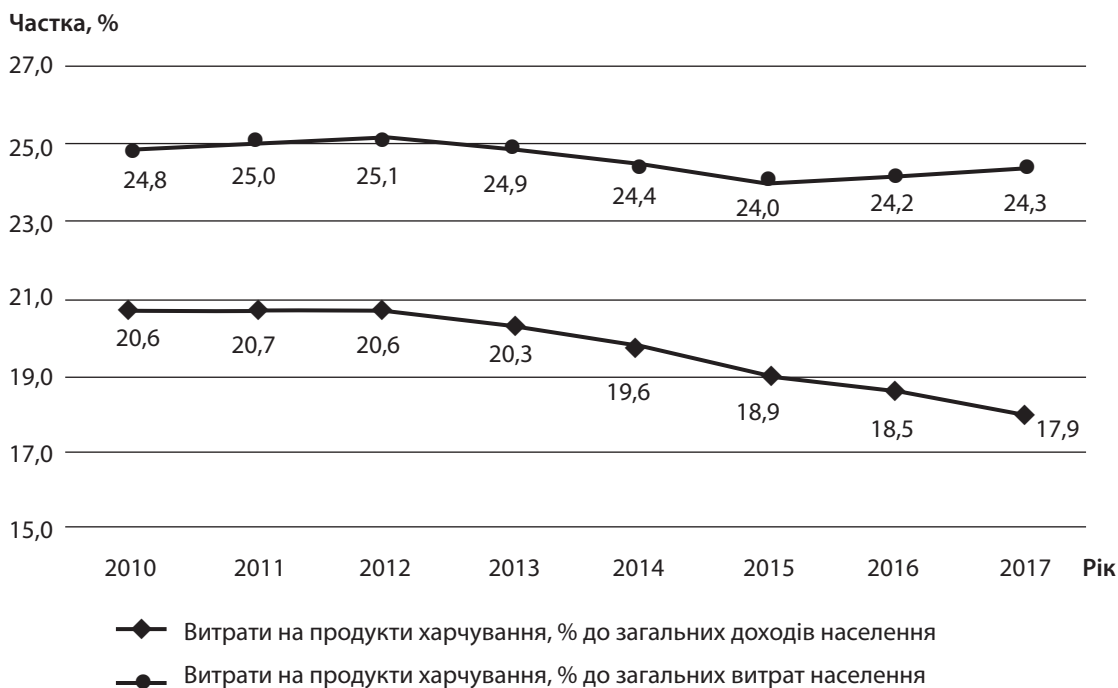


Рис. 5. Співвідношення доходів домогосподарств і витрат на продукти харчування та харчування поза домом в Україні

Джерело: складено на основі [7].



**Рис. 6. Частка витрат на харчування поза домом і готелі в загальних доходах і витратах населення Польщі**  
Джерело: складено за даними [8].



**Рис. 7. Динаміка частки витрат на продукти харчування в загальних доходах і витратах населення Польщі**  
Джерело: складено за даними [8].

дає право стверджувати, що в ЄС спостерігається нарощення кількості колективних засобів розміщення (КЗР). Питома вага обох країн щодо цих закладів у Євросоюзі незначна. І якщо в Польщі вона зростала впродовж 2011–2013 рр., то у 2014–2015 рр. скоротилася, проте у 2016 р. уже відновилася до рівня 2014 р. Натомість в Україні частка колективних засобів розміщення у структурі мережі Євросоюзу є не лише меншою від Польщі, але, крім того, постійно скорочується (табл. 3).

Застосування математичних методів показує можливість зростання кількості колективних засобів розміщення в Польщі за висхідним трендом і скорочення в Україні – низхідний тренд (рис. 8).

Проаналізована динаміка кількості готелів і аналогічних засобів розміщення (АЗР) як найбільш чисельної складової колективних засобів розміщення (табл. 4) в Євросоюзі, Україні та Польщі дає право стверджувати таке.

Динаміка колективних засобів розміщення, од.

Рік	Євросоюз		Польща		Україна		Питома вага закладів у Євросоюзі, %	
	Кількість КЗР	Приріст до попереднього року	Кількість КЗР	Приріст до попереднього року	Кількість КЗР	Приріст до попереднього року	Польща	Україна
2011	480 250	–	7 039	–	6121	–	1,47	1,27
2012	552 960	72 710	9 483	2 444	6024	–97	1,71	1,09
2013	562 279	9 319	9 775	292	6411	387	1,74	1,14
2014	570 268	7 989	9 885	110	4572	–1839	1,73	0,8
2015	587 956	17 688	10 024	139	4341	–231	1,7	0,74
2016	608 400	20 444	10 509	485	4256	–85	1,73	0,7

Джерело: складено за даними [7; 8; 11].

Кількість колективних засобів розміщення, об'єктів

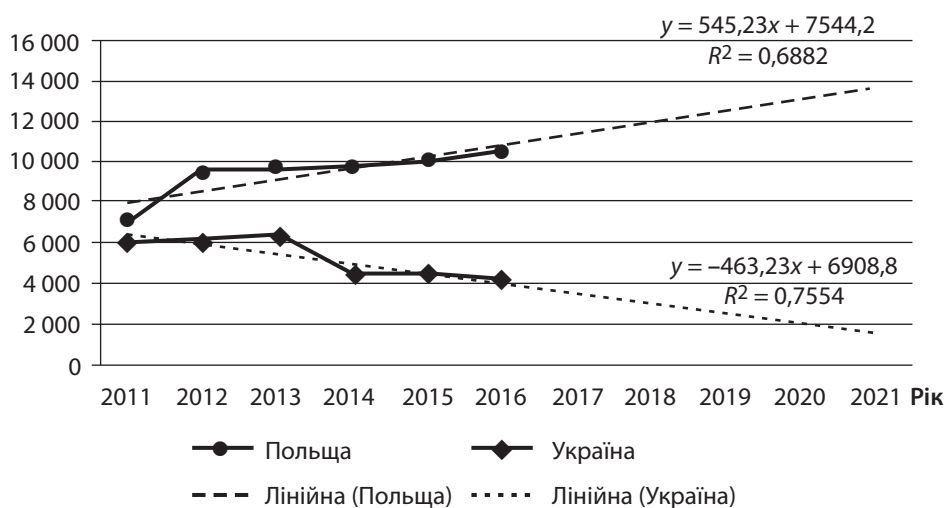


Рис. 8. Прогноз кількості КЗР в Україні та Польщі

Джерело: складено за даними [7; 8].

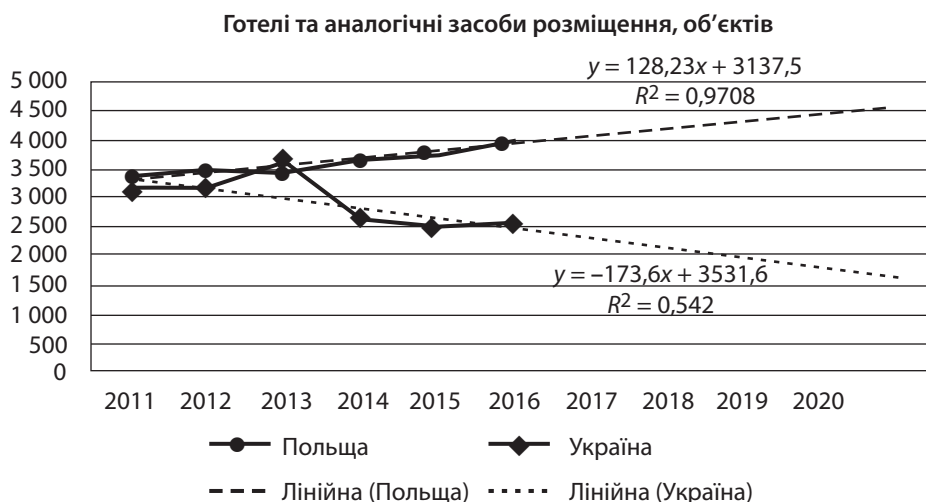
Динаміка готелів і аналогічних засобів розміщення, од.

Рік	Євросоюз		Польща		Україна		Питома вага закладів у Євросоюзі, %	
	Кількість готелів і АЗР	Приріст до попереднього року	Кількість готелів і АЗР	Приріст до попереднього року	Кількість готелів і АЗР	Приріст до попереднього року	Польща	Україна
2011	203 298	–	3 285	–	3162	–	1,62	1,56
2012	202 022	–1 276	3 414	129	3144	–18	1,69	1,56
2013	202 794	772	3 485	71	3582	438	1,72	1,77
2014	202 248	–546	3 646	161	2644	–938	1,80	1,31
2015	202 783	535	3 723	77	2478	–166	1,84	1,22
2016	201 973	–810	3 965	242	2534	56	1,96	1,25

Джерело: складено за даними [7; 8; 11].

У самому Євросоюзі немає чіткого визначеного тренду щодо кількості готелів і аналогічних засобів розміщення. Якщо за базу порівняння взяти 2011 р., то можна виявити низхідний тренд, але порівняння з попереднім роком не підтверджує таких висновків, оскільки відбуваються щорічні різноспрямовані зміни. Проте для Польщі характерним є тренд зростання питомої частки готелів у Євросоюзі, але для України він не виявлений. Ситуація щорічно змінюється як у позитивний, так і негативний бік.

Прогнозування кількості готелів і аналогічних засобів розміщення дає право стверджувати, що в Польщі і в майбутньому відбуватиметься їх зростання, а в Україні – скорочення (рис. 9).



**Рис. 9. Прогноз кількості готелів та аналогічних засобів розміщення в Україні та Польщі**

Джерело: складено за даними [7; 8].

## ВИСНОВКИ

Проведення порівняльне дослідження функціонування туристичного та харчового бізнесу в Україні та Польщі дає право передбачати, що вітчизняній сфері гостинності важко буде змагатися із польською, яка за обсягами і темпами зростання розвивається динамічніше. Наздоганання сусудів вимагає прийняття ефективних управлінських рішень та орієнтації на українську унікальність. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. **Браймер Р. А.** Основи управління в індустрії гостеприимства. М.: Аспект Пресс, 1995. 382 с.
2. **Мартієнко А. І., Дишкантюк О. В.** Сутність гостинності як економічної категорії. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 2. С. 72–78.
3. **Мазур В.** Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. *Журнал європейської економіки*. 2015. Т. 14. № 3. С. 273–286.
4. **Мальська М. П., Гришук А. М., Масюк Ю. О.** Впровадження зарубіжного досвіду стратегічного управління розвитком туризму: можливості та перспективи для України. *Економічний часопис-XXI*. 2015. № 155. С. 78–81. URL:

[http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/S155-0017\(17\)078.pdf](http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/S155-0017(17)078.pdf)

5. **Похомчикова Е. О.** Поняття і структура індустрії гостеприимства. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2014. № 4. Т. 3. С. 266–274.

6. **Уокер Дж. Р.** Введение в гостеприимство. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 735 с.

7. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

8. Główny Urząd Statystyczny. URL: <http://stat.gov.pl>

9. **Петрук Ю.** Актуальні завдання управління розвитком підприємств ресторанного господарства в Україні. *Схід*. 2014. № 4. С. 41–47.

10. **Малков Д. І.** Система громадського харчування України: теоретико-методичний аналіз сучасних і перспек-

тивних трендів функціонування. *Бізнес Інформ*. 2018. № 3. С. 93–100.

11. Turystyka w Unii Europejskiej – dane za 2017 rok. URL: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-unii-europejskiej-dane-za-2017-rok,11,4.html>

**Науковий керівник – Савіна Н. Б.**, доктор економічних наук, професор, проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків Національного університету водного господарства і природокористування (м. Рівне)

## REFERENCES

- Braymer, R. A. *Osnovy upravleniya v industrii gostepriimstva* [The basics of management in the hospitality industry]. Moscow: Aspekt Press, 1995.
- Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. <http://www.ukrstat.gov.ua>
- Główny Urząd Statystyczny. <http://stat.gov.pl>
- Malkov, D. I. "Systema hromadskoho kharchuvannia Ukrainy: teoretyko-metodychnyi analiz suchasnykh i perspektivnykh trendiv funktsionuvannia" [Public catering system of Ukraine: theoretical and methodological analysis of current and perspective trends in functioning]. *Biznes Inform*, no. 3 (2018): 93-100.



Malska, M. P., Hryshchuk, A. M., and Masiuk, Yu. O. "Vprovadzhennia zarubizhnoho dosvidu stratehichnoho upravlinnia rozvytkom turyzmu: mozhlyvosti ta perspektyvy dlia Ukrainy" [Introduction of foreign experience in strategic tourism development management: opportunities and prospects for Ukraine]. *Ekonomichnyi chasopys-XXI*. 2015. [http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/S155-0017\(17\)078.pdf](http://soskin.info/userfiles/file/Economic-Annals-pdf/S155-0017(17)078.pdf)

Martiienko, A. I., and Dyshkantiuk, O. V. "Sutnist hostynnosti yak ekonomichnoi katehorii" [The essence of hospitality as an economic category]. *Ekonomika: realii chasu*, no. 2 (2017): 72-78.

Mazur, V. "Industriia hostynnosti - efektyvnyi instrument rozvytku turystychnoho biznesu" [The hospitality industry is an effective tool for developing the tourism business]. *Zhurnal yevropeiskoi ekonomiky*, vol. 14, no. 3 (2015): 273-286.

Petruk, Yu. "Aktualni zavdannia upravlinnia rozvytkom pidpriemstv restorannoho hospodarstva v Ukraini" [Actual tasks of managing the development of restaurants in Ukraine]. *Skhid*, no. 4 (2014): 41-47.

Pokhomchikova, Ye. O. "Ponyatiye i struktura industrii gostepriimstva" [The concept and structure of the hospitality industry]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, vol. 3, no. 4 (2014): 266-274.

"Turystyka w Unii Europejskiej - dane za 2017 rok". <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-unii-europejskiej-dane-za-2017-rok,11,4.html>

Uoker, Dzh. R. *Vvedeniye v gostepriimstvo* [Introduction to hospitality]. Moscow: YuNITI-DANA, 2012.